

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۹۵۴۰۳



دانشگاه علامه طباطبائی  
دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد جامعه شناسی

بررسی اثرات ماهواره بر هویت دینی

(مطالعه شهر تهران)

رحمان عزتی

استاد راهنما:

ابراهیم موحدی

استاد مشاور:

سعید ذکاتی

مهر ۱۳۸۶

۱۳۸۷ / ۲ / ۲۸

۲۵

تقدیم به مادر و پدرم

و

همسرم

## تشکر و قدردانی

در این جا بر خود مفروض می‌دانم تا از عزیزانی که مرا در انجام این اثر یاری رسانده‌اند تشکر نمایم.

از جناب آقای دکتر موحدی که مسؤلیت هدایت این پایان‌نامه را بر عهده داشتند سپاسگذارم.  
از جناب آقای دکتر ذکایی نیز به جهت قبول زحمت در پذیرش مسؤلیت مشاوره این تحقیق تشکر می‌کنم. بی‌تردید اگر رهنمون‌های ظریف ایشان نبود اثر حاضر بسیار کمتر از آن بود که هست.

## چکیده

پژوهش حاضر به دنبال بررسی اثرات استفاده از برنامه‌های ماهواره بر جوانان تهرانی است. بر پایه نظریه‌های هاروی، گیدنز و رابرتسون میان متغیرهای تحقیق ارتباط نظری برقرار شده و فرضیات تحقیق مطرح گردید. جمعیت آماری این تحقیق را جوانان (۱۹-۲۹ ساله‌ای) از شهر تهران تشکیل می‌دهند که از برنامه‌های ماهواره استفاده می‌کنند. به دلیل محدودیت‌های تحقیق ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه این تحقیق انتخاب گردید. روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای برای این تحقیق مناسب دیده شد که با توجه به متغیر منطقه مسکونی از میان مناطق شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تهران به طور برابر افرادی به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند.

برای سنجش هویت دینی (متغیر وابسته) با تکیه بر چارچوب نظری و تحقیقات پیشین از مقیاس معتبری استفاده شد که پیش از این در تحقیق دیگران نیز مورد آزمون قرار گرفته است. برای سنجش این مفهوم از سه بعد (مشترکات درون گروهی، جذب به درون گروه و درک زمینه رقابت بین گروهی) بهره گرفته شد.

فرضیه نخست تحقیق که بیان‌گر رابطه میان میزان استفاده از ماهواره و هویت دینی بود تایید شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میان این دو متغیر رابطه معنادار و معکوس وجود دارد. به عبارت دیگر افزایش میزان استفاده از ماهواره با هویت دینی آنها نتیجه معکوسی داشته است. فرضیه دوم تحقیق نیز که بیان‌گر رابطه متفاوت میان انواع استفاده از برنامه‌های ماهواره با هویت دینی بوده است مورد تایید قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که هر چهار نوع برنامه خبری، مذهبی، سیاسی و تفریحی با هویت دینی رابطه داشته و این روابط از شدت و جهت مختلفی برخوردار است. به طور کلی نتایج تحقیق بیانگر اثرات معکوس (هر چند محدود) استفاده از ماهواره بر هویت دینی است.

واژگان کلیدی: هویت، هویت اجتماعی، هویت دینی، میزان استفاده از ماهواره، نوع استفاده از ماهواره.

## فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات.....
۲	۱-۱- طرح مساله.....
۷	۲-۱- ضرورت و اهمیت مساله.....
۸	۳-۱- اهداف تحقیق.....
۹	فصل دوم: مفاهیم، نظریه‌ها و پیشینه‌ی تجربی.....
۱۰	۱-۲- مقدمه.....
۱۱	۲-۲- بخش نخست: ادبیات و تحقیقات پیشین.....
۱۱	۱-۲-۲- تحقیقات داخلی.....
۲۰	۲-۲-۲- تحقیقات خارجی.....
۲۲	۳-۲-۲- مقالات.....
۲۳	۴-۲-۲- نتیجه‌گیری.....
۲۵	۳-۲- بخش دوم: هویت.....
۲۵	۱-۳-۲- هویت فردی.....
۲۷	۲-۳-۲- هویت اجتماعی.....
۲۸	۳-۳-۲- هویت دینی.....
۴۲	۴-۳-۲- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....
۴۳	۴-۲- بخش سوم: سیر تحول نظریه‌های مرتبط با رسانه‌ها.....
۵۴	۲-۴-۲- دین و تلویزیون.....
۵۹	۵-۲- جهانی شدن و هویت.....
۵۹	۱-۵-۲- تعریف جهانی شدن.....
۶۲	۲-۵-۲- گسترش ارتباطات و شکل‌گیری بازارهای رقابتی.....
۶۳	۳-۵-۲- نظریه‌های جهانی شدن.....
۶۳	۱-۳-۵-۲- نظریه‌های کلاسیک.....
۶۵	۲-۳-۵-۲- نظریه‌های متأخر.....
۶۵	۱-۲-۳-۵-۲- دیوید هاروی.....

۷۰	..... ۲-۵-۳-۲-۲-آنتونی گیدنز
۷۵	..... ۲-۵-۳-۲-۳-رولند رابرتسون
۸۱	..... ۲-۵-۴-نتیجه گیری
۸۴	..... ۲-۶-بخش پنجم: چارچوب نظری تحقیق
۸۷	..... ۲-۷-فرضیات تحقیق
۸۸	..... فصل سوم: روش شناسی
۹۰	..... ۳-۱-مقدمه
۹۰	..... ۳-۲-روش تحقیق
۹۰	..... ۳-۳-تکنیک جمع آوری اطلاعات
۹۱	..... ۳-۴-جمعیت آماری
۹۱	..... ۳-۵-حجم نمونه
۹۲	..... ۳-۶-روش نمونه گیری
۹۳	..... ۳-۷-روش تحلیل داده ها
۹۳	..... ۳-۸-سطح تحلیل، واحد تحلیل و واحد مشاهده
۹۳	..... ۳-۹-تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
۹۳	..... ۳-۹-۱-متغیر وابسته (هویت دینی)
۹۴	..... ۳-۹-۱-۱-تعریف نظری
۹۵	..... ۳-۹-۱-۲-تعریف عملیاتی
۹۸	..... ۳-۹-۲-متغیر مستقل (استفاده از ماهواره)
۹۸	..... ۳-۹-۲-۱-تعریف نظری
۹۸	..... ۳-۹-۲-۲-تعریف عملیاتی
۹۹	..... ۳-۱۰-پرسشنامه اولیه
۱۰۰	..... ۳-۱۱-آزمون مقدماتی: اعتبار و پایایی
۱۰۰	..... ۳-۱۱-۱-مقیاس هویت دینی
۱۰۱	..... ۳-۱۱-۱-۱-پایایی مقیاس هویت دینی
۱۰۱	..... ۳-۱۱-۱-۲-اعتبار مقیاس هویت دینی
۱۰۱	..... ۳-۱۱-۱-۲-۱-اعتبار بعد مشترکات درون گروهی
۱۰۱	..... ۳-۱۱-۱-۲-۲-اعتبار بعد جذب به درون گروه
۱۰۴	..... ۳-۱۱-۱-۳-اعتبار بعد درک رقابت بین گروهی
۱۰۵	..... ۳-۱۲-پرسشنامه نهایی
۱۰۷	..... ۳-۱۲-۱-ارزیابی پرسشنامه نهایی
۱۰۷	..... ۳-۱۲-۱-۱-اعتبار و پایایی مقیاس هویت دینی

۱۰۹	فصل چهارم: داده‌های پژوهش
۱۱۰	۱-۴-۱- مقدمه
۱۱۱	۲-۴-۲- توصیف داده‌ها
۱۱۱	۴-۲-۱- جداول توصیفی متغیرهای زمینه‌ای و کنترل
۱۱۱	۴-۲-۱-۱- توزیع جنسی پاسخگویان
۱۱۱	۴-۲-۱-۲- توزیع سنی پاسخگویان
۱۱۲	۴-۲-۱-۳- وضعیت تاهل پاسخگویان
۱۱۳	۴-۲-۱-۴- وضعیت تحصیلی پاسخگویان
۱۱۴	۴-۲-۱-۵- وضعیت شغلی پاسخگویان
۱۱۴	۴-۲-۱-۶- وضعیت درآمد خانواده پاسخگویان
۱۱۵	۴-۲-۱-۷- وضعیت هزینه خانواده پاسخگویان
۱۱۶	۴-۲-۱-۸- منطقه سکونت پاسخگویان
۱۱۷	۴-۲-۱-۹- وضعیت استفاده از رسانه‌ها
۱۱۸	۴-۲-۲- جداول توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق
۱۱۸	۴-۲-۲-۱- توزیع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۱۸	۴-۲-۲-۱-۱- وضعیت میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۱۸	۴-۲-۲-۲- میزان استفاده از ماهواره در هر بار مراجعه
۱۲۰	۴-۲-۲-۳- وضعیت اوقات استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۲۰	۴-۲-۲-۴- شیوه تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۲۱	۴-۲-۲-۵- میزان استفاده روزانه از ماهواره
۱۲۲	۴-۲-۲-۶- میزان استفاده از ماهواره (به سال)
۱۲۲	۴-۲-۲-۷- استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره‌ای
۱۲۳	۴-۲-۲-۸- میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره‌ای
۱۲۴	۴-۲-۲-۹- نوع زبان برنامه‌ها
۱۲۴	۴-۲-۲-۲- توزیع ابعاد هویت دینی
۱۲۵	۴-۲-۲-۱- مشترکات درون گروهی
۱۲۶	۴-۲-۲-۲- جذب به درون گروه
۱۲۷	۴-۲-۲-۳- درک رقابت بین گروهی
۱۲۸	۴-۲-۲-۴- وضعیت هویت دینی کل پاسخگویان
۱۲۹	۴-۳- تبیین داده‌ها
۱۳۰	۴-۳-۱- بررسی روابط میان متغیرهای زمینه‌ای و متغیر وابسته
۱۳۰	۴-۳-۱-۱- رابطه هویت دینی و تاهل



۱۳۱	۲-۱-۳-۴- رابطه هویت دینی و شغل پاسخگو
۱۳۱	۳-۱-۳-۴- رابطه هویت دینی و درآمد
۱۳۲	۲-۳-۴- ارزیابی فرضیات اصلی تحقیق
۱۳۴	۳-۳-۴- بررسی روابط میان متغیر وابسته و سایر متغیرها
۱۳۴	۱-۳-۳-۴- ارزیابی رابطه میان ابعاد مختلف هویت دینی با میزان استفاده از ماهواره
۱۳۶	۲-۳-۳-۴- رابطه میان هویت دینی و رسانه‌ها
۱۳۷	۳-۳-۳-۴- رابطه میان هویت دینی و مدت زمان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۳۷	۴-۳-۳-۴- رابطه میان هویت دینی و انواع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای
۱۳۸	۵-۳-۳-۴- ارزیابی رابطه چند متغیره میان هویت دینی و سایر متغیرهای مرتبط
۱۴۱	<b>فصل پنجم: جمع‌بندی، بحث و نتیجه‌گیری</b>
۱۴۲	۱-۵- جمع بندی و نتیجه‌گیری
۱۵۰	۲-۵- پیشنهادهای پژوهشی
۱۵۰	۳-۵- پیشنهاد اجرایی
۱۵۲	۴-۵- فهرست منابع
۱۶۲	۵-۵- ضمائم

## فهرست جداول

صفحه	عنوان
۱۰۰	(جدول ۱-۳): توزیع گویه‌های هویت دینی.....
۱۰۱	(جدول ۲-۳): روایی مقیاس هویت دینی.....
۱۰۲	(جدول ۳-۳): ماتریس عامل مشترکات درون گروهی.....
۱۰۳	(جدول ۴-۳): ماتریس عامل جذب به درون گروه.....
۱۰۴	(جدول ۵-۳): ماتریس عامل درک رقابت بین گروهی.....
۱۰۵	(جدول ۶-۳): سنجه‌های پرسشنامه نهایی.....
۱۰۸	(جدول ۷-۳): پایایی نهایی مقیاس هویت دینی.....
۱۱۱	(جدول ۱-۴): توزیع جنسی در حجم نمونه.....
۱۱۲	(جدول ۲-۴): توزیع سنی در حجم نمونه.....
۱۱۳	(جدول ۳-۴): وضعیت تاهل در حجم نمونه.....
۱۱۳	(جدول ۴-۴): وضعیت تحصیلی پاسخگویان.....
۱۱۴	(جدول ۵-۴): وضعیت شغلی پاسخگویان.....
۱۱۵	(جدول ۶-۴): وضعیت درآمد خانواده پاسخگویان.....
۱۱۶	(جدول ۷-۴): وضعیت هزینه خانواده پاسخگویان.....
۱۱۶	(جدول ۸-۴): محل سکونت پاسخگویان.....
۱۱۷	(جدول ۹-۴): وضعیت استفاده از رسانه‌ها.....
۱۱۸	(جدول ۱۰-۴): وضعیت میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای.....
۱۱۹	(جدول ۱۱-۴): میزان استفاده از ماهواره در هر بار مراجعه.....
۱۲۰	(جدول ۱۲-۴): وضعیت اوقات استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای.....
۱۲۱	(جدول ۱۳-۴): شیوه تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای.....
۱۲۱	(جدول ۱۴-۴): میزان استفاده روزانه از ماهواره.....
۱۲۲	(جدول ۱۵-۴): مدت استفاده از ماهواره (به سال).....
۱۲۳	(جدول ۱۶-۴): استفاده از برنامه‌های ماهواره.....
۱۲۳	(جدول ۱۷-۴): میزان استفاده از انواع برنامه‌های ماهواره.....
۱۲۴	(جدول ۱۸-۴): نوع زبان برنامه‌ها.....
۱۲۶	(جدول ۱۹-۴): مشترکات درون گروهی.....
۱۲۷	(جدول ۲۰-۴): جذب به درون گروه.....
۱۲۸	(جدول ۲۱-۴): درک رقابت بین گروهی.....
۱۲۹	(جدول ۲۲-۴): وضعیت هویت دینی کل پاسخگویان.....

- (جدول ۴-۲۳): رابطه میان هویت دینی و تاهل..... ۱۳۰
- (جدول ۴-۲۴): رابطه میان هویت دینی و شغل پاسخگو..... ۱۳۱
- (جدول ۴-۲۵): رابطه میان هویت دینی و درآمد..... ۱۳۱
- (جدول ۴-۲۶): رابطه هویت دینی و میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره..... ۱۳۲
- (جدول ۴-۲۷): انواع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و هویت دینی..... ۱۳۴
- (جدول ۴-۲۸): رابطه میان ابعاد مختلف هویت دینی با میزان استفاده از ماهواره..... ۱۳۶
- (جدول ۴-۲۹): رابطه میان هویت دینی و رسانه‌ها..... ۱۳۶
- (جدول ۴-۳۰): رابطه میان هویت دینی و مدت زمان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای..... ۱۳۷
- (جدول ۴-۳۱): رابطه میان هویت دینی و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای..... ۱۳۸
- (جدول ۴-۳۲): رابطه چند متغیره میان هویت دینی و سایر متغیرهای مرتبط..... ۱۳۹

فصل اول

کلیات

## ۱-۱- طرح مساله

هویت عبارت از تصور یا شناخت ما از خویش در برابر دیگران است (قریشی، ۱۳۸۱: ۳۸). بر اساس این تعریف شناخت ما از خویش زمانی حاصل می‌شود که خود را در برابر یک 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 رکین هویت ما است، چیزی جز حضور دیگری متفاوت با ما نیست. باید در نظر داشت که عوامل هویت بخش افراد متفاوت و چندگانه‌اند. به طور مثال، برای یک انسان، پدر، مادر، زادگاه، ملیت و ایدئولوژی از منابع هویت بخش هستند. برای یک کشور، منطقه جغرافیایی، جمعیت و نوع رژیم حاکم از جمله منابع هویت ساز می‌باشند و برای یک ملت، فرهنگ، مذهب، تاریخ، زبان و سایر موارد منابع هویت به شمار می‌آیند. در واقع هنگامی که فرد در مقابل دیگری قرار می‌گیرد، برای تعریف خود به این منابع رجوع می‌کند.

باید در نظر داشت که عناصر تشکیل دهنده‌ی هویت در طول زمان و مکان‌های متفاوت، ثابت باقی نمی‌مانند و دائماً از وجهی به وجهی دیگر تغییر می‌یابند. به طور مثال، با گذشت زمان، تغییر موقعیت و شرایط اثرگذار فرهنگی جدید، عناصر هویتی ایرانیان با تغییرات بنیادی متعددی روبرو شده است. در دوران حکومت رضا و محمد رضا پهلوی شاهد مهندسی فرهنگی و برنامه ریزی‌های مؤثر برای پدید آوردن جامعه‌ای ایرانی و مدرن هستیم که آمیزه‌ای از منابع فرهنگی و هویتی ایران و

غرب بوده است. این امر به نوبه‌ی خود می‌توانست در رشد و گسترش هویت ایرانی - غربی کنشگران اثر گذارد. در دوره‌ی بعد و با پیروزی انقلاب اسلامی، در برنامه‌ریزی‌ها و منابع هویت ساز تغییرات اساسی پدید آمد و شاهد چرخش در اهداف فرهنگی و منابع هویت ساز هستیم. بدین ترتیب خصیصه‌های دینی و هویت مذهبی در این دوره هدف برنامه‌های دولت و جامعه قرار گرفت. باید دانست که منابع هویتی و شیوه‌ی ساخت هویت در دو جامعه‌ی 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 بسیار زیادی از بین می‌برد. در نتیجه نوعی بحران هویت و معنا پدید می‌آید و بازسازی هویت گریز ناپذیر می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۸). به عبارت دیگر جهانی شدن اسباب دسترسی انسان‌ها را به منابع مختلف هویتی فراهم می‌سازد و این دسترسی، به ترتیب منجر به تردید در منابع هویتی سابق، بحران هویت و شکل‌گیری تصاویر هویتی جدید می‌گردد (قریشی، ۱۳۸۱: ۳۷).

یکی از مهم‌ترین ابزارها و مظاهر جهانی شدن رشد و بروز روزافزون شبکه‌های ماهواره‌ای در قالب ارائه برنامه‌هایی با محتوایی به وسعت تمامی ابعاد زندگی انسانی بوده است. در نظر صاحب نظرانی چون آنتونی گیدنز دنیای جدید به شدت تحت تاثیر ارتباطات و گسترش آن است. روزنامه‌ها، مجلات، سینما، تلویزیون و سایر ابزارهای رسانه‌ای به خطا با رویکرد سرگرمی در نظر گرفته می‌شوند در حالی که این دیدگاه کاملاً نادرست است (گیدنز، ۱۳۸۵: ۴۷۲). با کمی تأمل در رشد و گسترش بی‌حد و مرز ارتباطات و تکنولوژی‌های ارتباطی (بویژه اینترنت و ماهواره) در می‌یابیم که چندان اغراق‌آمیز نخواهد بود اگر دوران جدید را عصر ارتباطات مدرن بنامیم. این مساله در دیدگاه‌های کسانی چون دنیل بل (نظریه پایان ایدئولوژی) و فوکویاما (پایان تاریخ) به وضوح قابل مشاهده است.

ماهواره‌ها به عنوان ابزاری ارتباطی پس از اختراع تلویزیون مطرح شدند. در سال ۱۹۴۵ اولین پیشنهاد علمی - تخیلی پرتاب ماهواره جهت برقراری ارتباط مخابراتی از طرف آرتور سی کلارک دانشمند انگلیسی در مجله (Wireless World) ارائه شد (کرامتخواه، ۱۳۸۱: ۳۸۰). «نخستین قمر مصنوعی شوروی موسوم به اسپوتنیک که در چهارم اکتبر ۱۹۵۷ به مدار زمین فرستاده شد، عصر جدیدی از تکنیک‌های ارتباطی را آغاز کرد» (کیا، ۱۳۸۱: ۴۲۲).

در سال ۱۹۵۸ اولین آزمایش ماهواره‌ای مخابراتی (اسکور) انجام شد. در این سال همچنین اولین تخصیص فرکانس برای ارتباطات فضائی به وسیله اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور (ITU) انجام گرفت. در سال ۱۹۶۰ اولین ماهواره با تکرار کننده فعال به فضا فرستاده شد. در سال ۱۹۶۲ اولین ارتباط تلویزیونی زنده بین قاره‌ای با استفاده از ماهواره (Tel Star) ممکن شد و در سال ۱۹۶۳ اولین ماهواره مخابراتی در مدار ثابت زمین (Syncomii) قرار گرفت. از زمانی که سی کلارک طرح تخیلی خود را ارائه کرد تا امروز صدها ماهواره در مدار زمین قرار گرفته‌اند که برای امور مخابراتی، پخش امواج تلویزیونی، اکتشافات علمی و جاسوسی به کار می‌آیند.

«دریافت برنامه‌های ارسالی این ماهواره‌ها در آغاز متضمن استفاده از ایستگاه‌های تقویت کننده زمینی با آنتن‌های حجیم عمودی بود که امکان دریافت تصاویر ارسالی ماهواره‌ها را برای گیرنده‌های شخصی فراهم می‌آورد. از همین رهگذر، برنامه‌های ارسالی ماهواره‌ای تحت نظارت و کنترل مراجع ذی‌صلاح قرار می‌گرفت و با توجه به مصالح ملی آن کشورها پالایش می‌شد تا به این ترتیب کشور گیرنده از ارزش‌های مذهبی - فرهنگی و سنت‌های بومی خود محافظت کند. اما این ابزار پیشگیری کننده چندان دوام نیاورد و خیلی زود کارایی خود را از دست داد. زیرا از دهه ۱۹۸۰ به بعد، پیشرفت‌های فنی این امکان را میسر ساخت که برنامه‌های ارسالی ماهواره‌ها به طور مستقیم و با کیفیت بالا توسط عموم دریافت شود. در این شرایط دخالت دولت در پالایش برنامه‌ها و ممانعت از دریافت

تصاویر ضد اخلاقی و فرهنگی تا حد زیادی متفی شد و در نتیجه نه بر حاکمیت دولت‌ها واقعی نهاده شد و نه از ارزش‌های ملی و بین‌المللی محافظت به عمل آمد. بر همین اساس تقابل میان حاکمیت ملی دولت‌ها و اصل «جریان آزاد اطلاعات» جامعه بین‌المللی را با چالش جدید مواجه ساخت و تا جایی پیش رفت که ماهواره‌های پخش مستقیم برنامه‌های تلویزیونی خطرناک‌تر از قدرت‌های هسته‌ای توصیف شدند (کیا، ۱۳۸۱: ۴۲۴).

یکی از نکات حائز اهمیت در بحث ارتباطات و تکنولوژی‌های رسانه‌ای توجه و تاکید بر روند رابطه و اثر پیامی است که از سوی فرستنده پیام بر گیرنده آن بر جای خواهد ماند. مسلماً از مهم‌ترین اهداف ارتباط، اثرگذاری بر مخاطب است. از این روی همواره فرستنده پیام، نیت‌مندان در پی اثرگذاری بر مخاطب بوده و هدف از این کار فارغ از گسترش ارتباط و تفاهم (غالباً در روابط میان فردی) عمدتاً در سطوح بین‌المللی کنترل هر چه بیشتر مخاطبین پیام‌ها (در اغلب موارد کشورهای جهان سوم به مثابه جوامع فاقد ابزار فناوری رسانه‌ای) از سوی کشورهای پیشرفته غربی صاحب ابزار تولید پیام خواهد بود. این پیام‌ها به نوبه خود می‌توانند در عرصه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... بر مخاطبین خود اثرات غیر قابل انکاری بر جای گذارند.

برنامه‌های جهانی سازی در قالب «تلویزیون‌های فراملی» یا اصطلاحاً «ماهواره» به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن به وضوح می‌تواند در هویت سازی مدرن نقش مهمی ایفا نماید. برنامه‌های ماهواره‌ای با توجه به حجم بالای آنها، با مطرح ساختن اشکال جدید و متنوع مسائل می‌توانند در پدید آوردن ذهنیات کنشگران و هویت بخشی به آنان نقش مؤثری ایفا نمایند.

پیامدهای اصلی و شگرف ماهواره‌ها را باید در ظهور نوع جدیدی از هویت جستجو کرد. بدین معنی در عصر رسانه‌ها، با تکیه بر شیوه جدید اطلاع رسانی، ذهنیات ناپایدار، چند لایه و پراکنده



خلق می‌گردد (دورینگ، ۱۳۷۸: ۶۸). «مارک پاستر» معتقد است که پایگاه داده‌ها<sup>۱</sup> در رسانه‌های الکترونیکی جدید، هویت افراد کاربر را می‌سازد. از نظر پاستر، این هویت سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می‌گیرد (دورینگ، ۱۳۷۸: ۱۲۸).

هویت دینی به مثابه‌ی شکلی از اشکال مختلف هویت اجتماعی از همین رهگذر تحت تاثیر فرایند‌های رسانه‌های مدرن قرار دارد. برخلاف آن چه که در جهان سنتی بر سر هویت یابی کنشگران رخ می‌داد، در دنیای مدرن هویت یابی افراد سیال و چندگانه شده است. در دنیای سنت‌ها، فرد تحت تاثیر محیط محدود پیرامون با گونه‌ی مشخصی از منابع هویتی در حوزه دین مواجه شده و این منابع در ساختن انسان‌های مذهبی و هویت دینی آنان نقش بسزایی داشته‌اند. در حالی که امروزه با تغییر اهمیت منابع هویت ساز از منابع محیط محدود پیرامونی به منابع بین‌المللی نظیر رسانه‌های صوتی و تصویری، فرد با شرایطی مواجه می‌شود که در آن مذاهب و فرقی متعددی در حال رقابت بوده و آشکارا برای جذب مؤمنین هر چه بیشتر، تبلیغات رسانه‌ای نیرومندی انجام می‌دهند. علاوه بر این فارغ از تبلیغات مذاهب و رقابت بین گروهی میان ادیان، سکولاریسم نیز یکی از رقبای اصلی ادیان و مذاهب حاضر محسوب می‌شود که می‌تواند بر میزان و نوع دینداری و هویت دینی افراد اثر گذارد. بنابراین با وجود شبکه‌های رسانه‌ای متعدد و برنامه‌های متنوع اثرگذار، می‌توان تغییرات مشخصی را در زمینه هویت‌یابی افراد پیش‌بینی نمود.

با توجه به مباحث پیش گفته، پرسش‌های زیر مطرح می‌گردند:

ماهواره (برنامه‌های تلویزیونی) به عنوان یکی از مظاهر جهانی شدن تا چه حد می‌تواند بر هویت دینی به عنوان سطحی از سطوح هویت جمعی اثر گذار باشد؟ در صورت وجود رابطه، جهت این رابطه مثبت است یا منفی؟ کدام برنامه‌ها (با چه محتوایی) به میزان بیشتری با هویت دینی رابطه

---

<sup>۱</sup> Data Base

دارند و جهت این رابطه را تعیین می‌کنند؟ چه برنامه‌هایی با چه محتوایی بیشتر مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرد؟

## ۱-۲- ضرورت و اهمیت مساله

امروزه انقلاب شگرف در فنون ارتباطی و اطلاعاتی و شکل‌گیری یک نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگانی دیجیتال، بنیاد مادی جامعه را چنان دگرگون ساخته که هیچ انزوا گزینی را بر نمی‌تابد. حتی دور افتاده‌ترین و سستی‌ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان‌ها و شبکه‌ها ناتوان هستند.

رهبران و دولتمردان کشور بارها بر نقش رسانه‌های خبری (از جمله ماهواره) به عنوان ابزاری مخرب در جهت تغییر ارزش‌های نظام یاد کرده‌اند. از نظر ایشان این برنامه‌ها به صورت سیستماتیک و برنامه‌ریزی شده و با صرف هزینه‌های کلان ... برای اغفال جوانان کشورهای اسلامی و جوامع جهان سوم طرح ریزی و اجرا می‌شوند (رنجبر، ۱۳۷۵: ۴۴).

طبق برآورد انجام شده در سال ۱۳۸۱، حدود ۱۵ میلیون ایرانی، دسترسی کنترل نشده‌ای به برنامه‌های ماهواره‌ای داشته‌اند و این روند از سال ۱۳۸۱ به بعد همچنان رو به افزایش بوده است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۳۳۹). در حال حاضر علاوه بر صدها شبکه‌ی تلویزیونی انگلیسی زبان و یا دیگر زبان‌های دنیا، بیش از ۴۰ شبکه فارسی زبان به پخش برنامه‌های سیاسی، خبر، فیلم، شو و غیره می‌پردازند. با توجه به حجم بالای این برنامه‌ها و منابع متعدد هویت ساز، می‌توان به روشنی شاهد تحول و دگرگونی در ارزش‌ها و تصورات دینی و هویتی مردم بود.

در سال‌های اخیر میان نظر دولتمردان کشور بر سر آزادی برنامه‌های ماهواره و یا ممنوعیت آن اختلاف نظر فراوانی پدید آمده است. موافقان استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای با تکیه بر اصل «جریان آزاد اطلاعات» بر برنامه‌های مفید و آموزنده شبکه‌های ماهواره‌ای تاکید داشته و آن را اجتناب ناپذیر

می‌دانند. در عین حال مخالفان استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای با تکیه بر «جریان نابرابر اطلاعات» آن را در خدمت استکبار دانسته و خواهان ممنوعیت آن هستند. با توجه به بروز چنین اختلاف نظرهایی، بررسی پیامدهایی احتمالی استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای ضروری می‌نماید.

تحقیق در آثار و پیامدهای اگر چه احتمالی، کمترین کاری است که برای آمادگی و اتخاذ هرگونه تمهیدی می‌توان انجام داد. تنها در پرتو چنین مطالعاتی است که می‌توان به ترسیم خط مشی کلان در برخورد با این فرایند پرداخت و حداکثر بهره‌برداری را از تکنولوژی جدید ارتباطی و اطلاعاتی در جهت توسعه کشور با توجه به ارزش‌های مذهبی نمود.

#### ۱-۳- اهداف تحقیق

هدف اصلی این پژوهش، فراهم نمودن پاسخ‌هایی معتبر برای پرسش‌های تحقیق است. پرسش اصلی پژوهش، حول محور میزان و نحوه استفاده از ماهواره و رابطه آن با هویت دینی افراد سامان یافته است. این هدف خود متضمن چند هدف جزئی زیر است:

- بررسی میزان ساعاتی که افراد از ماهواره استفاده می‌کنند.  
- تعیین نحوه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای؛ اینکه به چه شبکه‌هایی مراجعه می‌کنند و از ماهواره در چه جهتی بهره می‌برند؟

- شناسایی پر مخاطب ترین برنامه‌های ماهواره‌ای.  
- تعریف و مفهوم سازی از هویت، هویت جمعی و به تبع آن هویت دینی و بررسی ابعاد آن در میان جوانان تهرانی.

- تبیین رابطه‌ی میان میزان و نوع استفاده از ماهواره و هویت دینی.

## فصل دوم

پیشینه‌ی تجربی، مفاهیم و نظریه‌ها