

بررسی تأثیر استفاده از ماهواره بر رابطه بین میزان دین‌داری و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه ایلام

^۱ سیده مهدی ویسه

^۲ بلال پناهی

چکیده

امروزه با رواج و مسلط شدن تکنولوژی‌های نوین بر زندگی انسان، ماهواره و سایر رسانه‌های مشابه نیز بدون داشتن هیچ هدف پرورشی و سازنده، اغلب با برنامه‌های غیراخلاقی و غیرسودمند خود برای یکسان‌سازی افکار عمومی جهانیان و از بین بردن ویژگی‌های فرهنگی جوامع و تغییر آموزه‌های دینی مفید، مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. هدف اصلی این تحقیق، بررسی چگونگی تأثیر گذاری استفاده از ماهواره بر رابطه بین میزان دین‌داری با سبک زندگی دانشجویان دانشگاه ایلام است. تحقیق دارای یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی می‌باشد. روش تحقیق از نوع توصیفی بوده و از آزمون‌های همبستگی و رگرسیون برای انجام تحقیق و بررسی فرضیه‌ها استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه ایلام به تعداد ۶۰۰۰ نفر بودند که تعداد ۳۰۰ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج تحقیق نشان داد که استفاده از ماهواره رابطه بین میزان دین‌داری دانشجویان با سبک زندگی آنان را تعدیل می‌کند و به عبارت دیگر، استفاده از ماهواره نقش یک متغیر تعدیل‌گر قوی را بین رابطه میزان دین‌داری دانشجویان با سبک زندگی آنان ایفا می‌کند و رابطه این دو متغیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

پیشنهاد می‌گردد که خانواده‌ها و رسانه‌ها در تمامی ابعاد دین‌داری شامل شناخت و باور دینی، عواطف دینی و عمل به وظایف دینی هدایت‌گر و راهنمای جوانان باشند. چرایی تبلیغ سبک‌ها و مدهای ناهنجار از ماهواره و اهداف اصلی آنها اطلاع‌رسانی شده و الگوهای صحیح مقابل آنها به‌طور منطقی مطرح شوند.

کلیدواژه‌ها

سبک زندگی، دین‌داری، ماهواره، آزمون‌های همبستگی و رگرسیون، دانشجویان دانشگاه ایلام.

۱. مقدمه و بیان مسئله

قرن بیستم، قرن اختراع پدیده‌های شگفت‌انگیز بشری بوده است و بدون شک یکی از شگفت‌انگیزترین پدیده‌های این عصر نوظهور، صنعت سینما و به‌دنبال آن تلویزیون و ماهواره و اینترنت است. ما در عصر اطلاعات زندگی می‌کنیم و اطلاعات از عناصر مهم و ضروری برای هر جامعه‌ای به‌شمار می‌آید. هم‌چنین وجود ارتباطات قوی از نیازهای کسب اطلاعات است و ماهواره یکی از قوی‌ترین کانال‌های ارتباطی به‌شمار می‌رود. به‌طوری‌که ماهواره‌ها ما را از مشکلات مربوط به ارتباطات فیزیکی بی‌نیاز کرده و فراگیری بالایی دارند و از نظر اقتصادی نیز خیلی باصرفه هستند و از سرعت انتقال اطلاعات بالایی نیز برخوردارند (بیریوکف، ۱۳۷۲: ۷). ماهواره‌ها که به لحاظ تنوع در نوع ساختار و بهره‌گیری از تمامی ابزار تکنولوژیکی به‌عنوان پدیده‌ای قدرتمند در بافت اجتماعی نوین جهان مطرح شده‌اند، یکی از همان ویژگی‌های جهان مدرن هستند که به نظر می‌رسد بشر معاصر، لاجرم و ناخودآگاه مخاطب آن قرار خواهد گرفت (بستمن، ۱۳۷۳: ۴۲۰).

از طرف دیگر آگاهان مسایل اجتماعی و پژوهشگران بر عواقب نیک و بد استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای آگاه هستند و سعی دارند با اعمال قانون و مقررات لازم و هم‌چنین تنویر افکار عمومی، مردم را متوجه آن کنند اما ادراک و برداشت مردم از قوانین بازدارنده و اطلاع‌رسانی سازمان‌ها و مؤسسات زیربیط چیز دیگری است. از این‌رو، ضروری است با بررسی تأثیر استفاده از این فناوری راه‌کاری فراوری جامعه قرار دهیم تا آنچه اعمال می‌شود با آنچه که در عمل مشاهده می‌گردد هم‌سنخ باشند. در واقع اقتضای پیشرفت

کنونی و تکنولوژی حاکم بر جهان این است که افراد جامعه ما از یک سو اطلاعات سریعی را کسب کنند و از طرف دیگر از اطلاعات متنوعی که هر روزه بیشتر منافی امنیت و مصلحت جامعه هستند، در امان باشند (معماری ۱۳۸۳: ۱۷۰-۱۶۹).

بیروکف، استعاره روئیدن قارچ‌های سمی را به آنتن‌های ماهواره روی پشت بام‌ها به کار می‌گیرد که از نظر وی، نفوذ و جاذبه ماهواره هم‌اکنون چیزی بدیهی به‌شمار می‌رود و نقش آن در آموزش، هدایت و قالب‌سازی افکار عمومی جامعه، انکارناپذیر است. به همین دلیل، تلویزیون و ماهواره به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی نفوذ در افکار عمومی مورد استفاده قرار گرفته و توسط دولت‌ها یا بخش خصوصی در جهت اهداف مورد نظر به کار برده می‌شود. بنابراین اختراع ماهواره‌های مخابراتی، تأثیرگذاری تلویزیون را از مرزهای ملی عبور داده و به امر فراملی و جهانی تبدیل کرده است (بیروکف، ۱۳۷۲).

اهمیت و کارکرد ماهواره‌ها و آثار آن به‌حدی چشم‌گیر شده است که اکنون نظریه‌پردازان علوم سیاسی و اجتماعی به‌ویژه در جوامع دینی، ظهور و حضور پررنگ آن در سطح جهان و به موازات آن فقر دانش، آگاهی و درک کافی برای استفاده صحیح از آن را به‌عنوان بدیل و حتی خطری برای آرمان‌های عالی بشری نظیر دموکراسی، عدالت اجتماعی، آزادی مدنی و اخلاق‌مداری ارزیابی می‌کنند و از قدرت فراگیر و غیرقابل تحدید آن که قابلیت تخریب هر نوع اندیشه و ایده‌ای را دارا است، سخن به میان آورده و اظهار نگرانی می‌کنند. شبکه‌های ماهواره‌ای با مملو کردن فضا از انبوه تصاویر، دنیای مجازی شده را پی‌ریزی می‌کنند و با توجه به گستردگی و فراگیری قدرتی که در جذب و انحصار مخاطب دارند، ذهن، شخصیت، عقیده و تفکر مخاطب را شکل و جهت می‌بخشند. بنابراین در ارائه هر نوع تحلیل از کنش‌ها و سوگیری‌های عمومی افکار عمومی در سطح جهانی و بنا به موقعیت‌های خاص در حوزه‌های منطقه‌ای و بومی می‌بایست که نقش و کارکرد رسانه‌ها و به‌ویژه ماهواره‌ها مورد ارزیابی قرار گیرد (معماری، ۱۳۸۷: ۱۶۵). از طرف دیگر نشانه‌های فراوانی از وقوع تغییرات فرهنگی در جوامع و از جمله، جامعه ما خبر می‌دهد. نوع معماری، شیوه پوشش، ظهور مشاغل جدید، تنوع رسانه‌ها و افزایش جمعیت شهرنشین از جمله این نشانه‌هاست. در منظری جامعه‌شناختی، کاهش نظارت‌های اجتماعی چهره‌به‌چهره، تنوع خاستگاه‌های منطقه‌ای و قومیتی، کاهش وابستگی‌های انتسابی فرهنگی، خانوادگی و

مکانی، امکان‌های گسترده‌تر دسترسی به فرهنگ‌های متنوع، دل‌زدگی و بی‌قراری انسان کلان‌شهری و نیاز وی به نظام‌ها و سازوکارهای تسلی‌بخش و... از جمله عوامل گسترش تنوع فرهنگی و سبک زندگی در کلان‌شهر است (کرمی قهی و زادسر، ۱۳۹۲: ۸۶).

با بررسی و انجام مطالعات وسیع درباره سبک زندگی گروه‌های مختلف اجتماعی جامعه، به‌ویژه جوانان و دانشجویان، می‌توان اطلاعات دقیق‌تری را در زمینه تغییر فرهنگی و عادات زندگی به‌دست آورد. دانشجویان به‌عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی مهم در عرصه تغییر فرهنگی و عادات زندگی محسوب می‌شوند و بنابراین با طی فرآیند هویت‌یابی و جامعه‌پذیری صحیح می‌توانند هدایت‌گر نسل آینده جامعه باشند. این در حالی است که عوامل متعددی بر هویت‌یابی و جامعه‌پذیری صحیح جوانان و دانشجویان مؤثرند که از جمله مهم‌ترین آنها تکنولوژی‌های نوین ارتباطاتی، شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. بر اساس همین، در این تحقیق تأثیرگذاری استفاده از ماهواره بر رابطه دین‌داری با سبک زندگی دانشجویان دانشگاه ایلام را مورد بررسی قرار می‌دهیم و سؤال اصلی تحقیق این است که آیا استفاده از ماهواره بر رابطه بین دین‌داری افراد و سبک زندگی آنان تأثیر دارد؟ و آیا استفاده از ماهواره رابطه بین این دو متغیر را تعدیل می‌کند؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. تبیین نقش و تأثیرگذاری ماهواره‌ها بر زندگی افراد و جوامع

رسانه‌ها و به‌ویژه ماهواره‌ها تأثیرگذاری زیادی در زندگی افراد و جوامع دارند که به‌طور کلی این تأثیرگذاری بر اساس تئوری‌ها و عبارات زیر بیشتر تشریح می‌گردد: پالایش نفس‌نمادین، تئوری حضور تسلی‌بخش، تئوری استفاده و رضامندی.

پالایش نفس‌نمادین

مفهوم تئوری پالایش نفس‌نمادین، برای نخستین بار توسط فشباخ و آثارش، روان‌شناس اجتماعی آمریکایی، مطرح شد که مدعی بود؛ نظاره خشونت بر صفحه تلویزیون، ممکن است پرخاشگری ذاتی را تسکین دهد و در نتیجه جانشینی می‌شود برای

خشونت‌ی که او ممکن است در زندگی واقعی اعمال کند. فشب‌باخ عقیده دارد که تماشای خشونت از طریق تلویزیون ممکن است به‌منزله سوپاپ اطمینانی برای بروز شقاوت و پرخاشگری معمارشده تماشاگر باشد. نئوبوگارت و بورونوبتلهایم به‌ترتیب جامعه‌شناس و روان‌شناس آمریکایی و برخی از مقام‌های تلویزیونی در آلمان، ژاپن و سایر کشورهای سرمایه‌داری از این تئوری جانبداری کرده‌اند. بتلهایم استاد بخش روان‌شناسی و روان‌پزشکی دانشگاه شیکاگو، پذیرفتن و به رسمیت‌شناختن خشونت را به‌عنوان «وجه هنجار رفتار بشر» خواستار است. هم‌چنین یکی از روان‌شناسان مشهور آمریکایی، ثابت کرده که تجسم خشونت و رفتار غیرانسانی از طریق تلویزیون و دیگر رسانه‌های همگانی، تحت شرایط مشخصی تمایلات پرخاشگرانه را بر می‌انگیزد (بیریوکف، ۱۳۷۲: ۲۰۱ - ۲۰۰). یکی از انواع توانایی‌های رسانه‌های گروهی، ارائه الگو و گواهی رفتاری است. کودکان و نوجوانانی وجود دارند که ادای بازیگران فیلم‌های تلویزیون را در می‌آورند. این کار تا موقعی که برای سرگرمی در زمینه لباس و موسیقی روز یا زمان باشد، عیبی نخواهد داشت ولی چنانچه نمونه‌هایی از خشونت را به‌نام رفتاری بی‌ضرر یا مورد تأیید ارائه کنند، بسیار مضر خواهد بود (میلر، ۱۳۶۸: ۲۲۴).

تئوری حضور تسلی‌بخش

الوین تافلر در کتاب موج سوم خود بیان می‌کند که در موج دوم، تعداد مجاری که از طریق آن فرد، تصاویر ادراکی خود را از واقعیت به‌دست می‌آورد، چندین برابر شد. افراد، دیگر تصورات خود را به‌تنهایی از طبیعت یا اطرافیان دریافت نمی‌داشت بلکه روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و بعدها تلویزیون نیز در این امر به وی کمک کردند. در گذشته کلیسا، دولت، خانواده و مدرسه از اتحاد و هماهنگی برخوردار بودند و یکدیگر را تقویت می‌کردند، اما اکنون رسانه‌های همگانی به‌صورت بلندگوی غول‌پیکری درآمده‌اند که از قدرت‌شان برای یکسان کردن تصاویری که از مناطق، اقوام، قبایل و زبان‌های گوناگون سرچشمه می‌گیرد، در بستر ذهنیت جامعه جریان می‌یابد، استفاده می‌شود. این تصاویر که به‌صورت متمرکز تولید می‌شوند، به وسیله رسانه‌های همگانی به داخل ذهن توده‌ای، تزریق می‌شوند و به همسان کردن رفتار که مورد نیاز نظام تولید صنعتی است، کمک

می‌کند. امروزه موج سوم با شدت تمام در حال دگرگون کردن همه این‌ها است. تغییر سریع جامعه، درون ما را هم به سرعت تغییر می‌دهد، اطلاعات تازه به ما می‌رسد و ما مجبوریم بایگانی ادراکی خود را دائماً با سرعت بیشتری اصلاح کنیم. تصاویر قبلی ما از واقعیت باید جای خود را به تصویر تازه بدهند، زیرا اگر این کار اجرا نشود، اعمال ما از واقعیت فاصله می‌گیرد و روز به روز توانایی خود را برای پاسخ‌دادن به مسائل روزمره بیشتری از دست می‌دهیم (تافلر، ۱۳۷۲: ۲۱۷). رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب باعث جهت‌گیری افراد می‌گردند و به‌نوعی قادرند یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد کنند. به‌دلیل ارائه پیام از طریق رسانه‌ها، افراد عقیده فردی خود را در مقابل عقیده اجتماعی می‌بینند و در بسیاری موارد در جهت پیام رسانه‌ها تغییر عقیده می‌دهند (اعزازی، ۱۳۷۳: ۲۰).

تئوری استفاده و رضامندی

از میان نظریه‌ها، رویکرد استفاده و رضامندی به‌طور خاص به نیازها و توقعات مخاطبان پرداخته است. ویندال السون در این مورد می‌نویسد: نظریه رضامندی مورد انتظار و رضامندی کسب شده، ارائه روشی برای ارزیابی راه‌های ارتباطی است. پژوهشگران در نظریه استفاده و رضامندی دریافته‌اند که همبستگی به‌طور نسبی قوی میان رضامندی مورد انتظار و کسب شده وجود دارد. سنجش مغایرت این دو در مورد یک مجرای خاص، ارائه‌دهنده دیدگاه‌های زیر است: هرچه شکاف میان این دو کمتر باشد، احتمال دارد مجرا با محتوا از طرف مخاطبان بیشتر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد، برخلاف آن، مغایرت بیشتر حاکی از آن است که مردم احساس می‌کنند به‌طور نسبی گمراه شده‌اند. در سال ۱۹۷۹ نیز لی بکر، پژوهشگر آمریکایی، پنج جنبه از رضامندی مخاطبان را مورد تحلیل قرار می‌دهد که عبارتند از: ۱- نظارت ۲- هدایت ۳- هیجان ۴- سودمندی ارتباطی ۵- پرهیز از رسانه. بکر چنین فرض می‌کند که این موارد در بردارنده فهرستی بی‌پایان از ابعاد مختلف رضامندی‌ها است و جنبه نظارت - هدایت، نشان‌دهنده میزانی است که افراد برای کسب اطلاعات مربوط به تصمیم‌گیری و آگاهی از رویدادهای جاری، رسانه‌های جمعی را مورد استفاده قرار می‌دهند. جنبه سودمندی ارتباطی/هیجان، میزان آسودگی فرد را از امور روزمره،

گفت و گو درباره محتوای ارائه شده در رسانه‌ها و جذب محتوا در زندگی روزمره را در مورد ارزیابی قرار می‌دهد. جنبه پرهیز از رسانه، نشان‌دهنده عدم تمایل به استفاده از رسانه‌های جمعی است، مانند گوش نکردن به سخنرانی یک نامزد انتخاباتی؛ زیرا خود از پیش تصمیم خود را گرفته است. بی‌تردید برآورده شدن انتظارات و نیازهای اطلاعاتی مخاطبان، منجر به استفاده مستمر از رسانه‌ها و ایجاد وابستگی بین آنها خواهد شد (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۱۵۰).

۲-۲. ابعاد سبک زندگی

سبک زندگی با انتخابی شدن زندگی روزمره معنا می‌یابد، بدین ترتیب که برخلاف جوامع سنتی، در جامعه معاصر به واسطه اهمیت یافتن خود و مسئولیت شخصی و ظهور جامعه مصرفی در زندگی، قدرت انتخاب نیز بیشتر شده است. سبک‌های زندگی بازنمودی از جستجوی هویت و انتخاب فردی است. بر پایه همین واقعیت است که مفهوم سبک زندگی، راهی برای تعریف ایستارها، ارزش‌ها و هم‌چنین نشان‌گر ثروت و موقعیت اجتماعی افراد است (کرمی قهی و زادسر، ۱۳۹۲: ۸۶).

بورديو^۱ سبک زندگی را مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتاری و سلیقه‌های افراد می‌داند. هم‌چنین در تحقیق حاضر از شاخص‌های مطرح شده توسط بورديو استفاده شده است که مطابق با نظر وی سبک زندگی را می‌توان در سه بُعد مدیریت بدن، هنجارهای مصرف و روابط بین‌شخصی ملاحظه کرد (بورديو، ۱۳۸۰). منظور از مدیریت بدن، نظارت و مراقبت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن توسط افراد است که شامل شاخص‌های کلی آرایش بدن، آرایش صورت، جراحی‌های زیبایی و لاغری و تناسب اندام است که برای عملیاتی کردن این بُعد استفاده می‌شوند (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۸۷). در این تحقیق از سه گویه برای سنجش این مفهوم استفاده گردید. منظور از بُعد روابط بین‌شخصی، نحوه سازمان‌دادن به روابط خود با دیگران؛ هم در خانواده و هم در اجتماع بیرون از خانواده است. در مؤلفه اول، روابط شخصی افراد در

1. Bourdieu

خانواده در رابطه با همکاری پدر و یا همسر در کارهای خانه بررسی شد و در مؤلفه دوم، روابط فرد با محیط و اطرافیان مورد سنجش قرار گرفته است. در این تحقیق از دو گویه برای سنجش این مفهوم استفاده گردید. منظور از بعد هنجارهای مصرف، معیارهایی است که فرد بر مبنای آنها، در زمینه مصرف کالاها، زمان و مکان آنها، دست به انتخاب می‌زند. اگر انتخاب‌های مصرفی فرد بر اساس مجموعه واحدی از ارزش‌ها صورت پذیرد، به‌طور طبیعی می‌توان انتظار داشت که نوعی انسجام و سازگاری بین این انتخاب‌ها وجود داشته است. برای عملیاتی کردن این مفهوم، از شاخص‌های انتخاب پوشاک و اولویت هزینه‌های غیر ضروری (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۸۷ به نقل از کرمی قهی و زادسر، ۱۳۹۲: ۸۶) استفاده شده است. در این تحقیق از سه گویه برای سنجش این مفهوم استفاده گردید.

۲-۳. ابعاد دین‌داری

به دلیل پیشینه و جایگاه دین و مذهب از یک سو و پیچیدگی و فراگیر بودن آن از سوی دیگر، در تاریخ علم بشری، دیدگاه‌های فلسفی، جامعه‌شناختی و روان‌شناختی موافق و مخالف هم به وجود آمده است. این نظریه‌ها و تعدد آن تأییدی بر این موضوع است که انسان هیچ‌گاه نتوانسته از جهت‌گیری در این موضوع مهم دست بردارد (خدایاری فرد، ۱۳۸۸). دین به اندازه‌ای غنی، فراگیر و پیچیده است که جنبه‌های متفاوت آن برای دیدگاه‌ها و نگرش‌های مختلف به گونه‌ای متفاوت جلوه می‌کند. اما مسئله با اهمیت، این است که هیچ دوره‌ای از تاریخ بشر، خالی از اعتقادهای دینی نبوده است. اینکه حتی یک انسان بی‌اعتقاد به دین در شرایط نامطمئن و بحران روحی در زندگی به صورت ناهشیار به خدا و نیروهای مابعدالطبیعه می‌اندیشد و از او استمداد می‌طلبد، پدیده شناخته‌شده‌ای است (خدایپناهی و خوانین‌زاده، ۱۳۷۹: ۱۱۲). دین مجموعه‌ای از باورها، رفتارها، احساسات و نگرش‌های جدی است (آرین، ۱۳۷۸: ۴۸). جواد آملی (۱۳۸۱) دین را مجموعه‌ای از عقاید، اخلاق، قوانین و مقرراتی می‌داند که برای اداره امور جامعه و انسان و پرورش انسان‌ها می‌باشد. دین، عبارت است از باورها و عباداتی که ناظر به موجودات مقدس متعالی و الگوهای اجتماعی مرتبط با آنهاست (روبرتسون، ۱۹۷۰).

از دیدگاه فلسفی، فرد زمانی دین‌دار تلقی می‌شود که با سؤال‌ها و مسائل وجودی و

ماورای طبیعی از جمله منشأ و مقصد به وجود آمدن هستی مواجه شود و برای آنها پاسخی مناسب بیابد. از دیدگاه جامعه‌شناختی، دین به‌عنوان یک نهاد اجتماعی معرفی شده است که کارکردهای اساسی مانند انضباط، انسجام، حیات‌بخشی و خوشبختی‌آفرین دارد که فقدان آن بقای جامعه را مخدوش می‌سازد. مؤلفه‌های دین‌داری فرد مسلمان در سه بُعد مقیاس: التزام دینی، باور دینی و عواطف دینی خلاصه شده است (خدایاری‌فرد، ۱۳۸۸: ۴۲).

مؤلفه‌شناسی و باور دینی

شناخت به‌معنای دانش اصول دین یعنی یقین به خدا، آخرت، پیامبران و آگاهی از فروع دین است. باور به‌معنای پذیرش، اقرار و تصدیق قلبی به اصول و شرایع دین است. باورها، اغلب محوری‌ترین بعد دین‌داری محسوب می‌شوند و مذهبی‌بودن او را تعیین می‌کنند. شناخت در این تعریف شامل شناخت حصولی و حضوری هر دو است؛ شناخت حصولی علاوه بر درک انسان از وجود و صفات خداوند، ارسال رسل و وجود جهان پس از مرگ به‌عنوان اصول دین اسلام، شامل دانش نسبت به احکام و آنچه بر پیامبر نازل شده، است (خدایاری‌فرد، ۱۳۸۸: ۴۶).

مؤلفه‌عواطف دینی

عواطف دینی، شامل کلیه احساسات و عواطف مثبت و منفی است؛ عواطف مثبت در راستای شناخت و پذیرش قلبی نسبت به پروردگار یکتا، انبیا و اولیا، مؤمنان و تمامی دینداران، احکام دین، جهان هستی، و جهان پس از مرگ در فرد دیندار به وجود می‌آید و عواطف منفی تحت تاثیر محبت به خدا و دین خدا، نسبت به دشمنان دین الهی و پیامبران و اولیای آن مطرح می‌شود. به‌طور کلی عواطف به بعد عاطفی دین‌داری اشاره دارد و بُعد بغض در جهت تقرب به خدا را شامل می‌شود. ارتباط عاطفی با خداوند، خود، دیگران و جهان هستی، بیان‌کننده ابعاد برنامه‌های تربیتی اسلام در راستای دین‌داری است (همان).

مؤلفه‌التزام و عمل به وظایف دینی

التزام به وظایف دینی، یعنی فرد دیندار در پی به وجود آمدن معرفت و احساس عاطفی

نسبت به پروردگار، انبیا و اولیای دین، انجام تکالیف و احکام دینی را در حیطه شخصی، اجتماعی و اقتصادی بر خود بایسته بداند و به آنها عمل کند (همان). این مؤلفه از دو مؤلفه عمده عبادات و اخلاق تشکیل شده است.

از جمله مهم‌ترین تحقیقات انجام شده در زمینه موضوع تحقیق عبارتند از: تحقیق کرمی‌قهی و زادسر (۱۳۹۲) که در تحقیق خود با عنوان سنجش رابطه دین‌داری و سبک زندگی (مطالعه موردی زنان ۲۰ ساله و بیشتر ساکن شهر تهران) به این نتیجه رسیدند که از میان متغیرهای مستقل تحقیق - مانند دین‌داری و سن - که وجود رابطه آنها با متغیر وابسته در حد ضعیف تأیید شد، همبستگی خوبی میان دین‌داری و سبک زندگی وجود داشت. هم‌چنین فرضیه‌های رابطه میان سبک زندگی زنان، مدیریت بدن، هنجارهای مصرف در این تحقیق اثبات شده است. مهم‌ترین دستاورد پژوهش مذکور به ارتباط میان دین‌داری و سبک زندگی افراد مربوط می‌شود. مطابق با نتایج پژوهش مذکور، با کم‌رنگ شدن اقتدار نهادهای سنتی دینی و رواج انتخاب‌گری فردی در حوزه دین و ترکیبی شدن اصول فکری و عقیدتی، سخن‌گویان دین، دیگر تنها عامل اثرگذار بر واکنش افراد نسبت به مسائل مختلف اجتماعی، تصمیم‌گیری‌ها و نظرات نیستند.

حاجی‌زاده میمندی و همکارانش (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان بررسی رابطه بین دین‌داری و رضایت از زندگی در بین زنان سالمند شهر یزد به این نتیجه رسیدند که میزان رضایت از زندگی در بین زنان سالمند شهر یزد، در حد متوسطی است و میزان دین‌داری در بین آنها در حد بالایی قرار دارد. به ترتیب ابعاد پیامدی، اعتقادی، عاطفی و مناسکی بیشترین وزن را در شکل‌دهی به دین‌داری در نزد زنان سالمند شهر یزد دارند و هم‌چنین دین‌داری به‌طور کلی با رضایت از زندگی رابطه مثبت معناداری را نشان داده است. دیگر اینکه ابعاد عاطفی و مناسکی بیشترین ارتباط را با رضایت از زندگی دارند، ولی ابعاد پیامدی و اعتقادی رابطه معناداری با متغیر رضایت از زندگی ندارند.

اکبری (۲۰۱۳) در تحقیق خود با عنوان بررسی رابطه بین میزان دین‌داری با میزان سرمایه اجتماعی دانشجویان نشان داد که دین‌داری افراد با سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری دارد و پیشنهاد می‌کند که از ظرفیت‌های ایجادشده توسط دین‌داری و باورهای دینی افراد در زمینه ارتقاء و بهره‌برداری از سرمایه اجتماعی استفاده شود.

۳. روش پژوهش

این مطالعه سعی دارد تا رابطه بین دین‌داری با سبک زندگی را بین دانشجویانی که از ماهواره استفاده می‌کنند و دانشجویانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند را بررسی کند. این تحقیق به روش تحقیق توصیفی - تحلیلی انجام شد، بدین طریق که برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز پیشینه تحقیق و مبانی نظری از روش کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شد. و برای بررسی رابطه متغیرهای تحقیق در روش میدانی از یک پرسش‌نامه محقق‌ساخته در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای استفاده شد که برای سبک زندگی از شاخص‌های بوردیو و برای دین‌داری از شاخص‌های خدایاری فرد استفاده شد و این پرسش‌نامه شامل ۳۲ سؤال بود. این پرسش‌نامه ۲۴ سؤال برای دین‌داری (به ترتیب شامل ۸ سؤال اول برای سنجش بعد باور دینی، ۸ سؤال بعدی برای سنجش بعد التزام و عمل به وظایف دینی و ۸ سؤال بعدی برای سنجش بُعد عواطف دینی) و هم‌چنین ۸ سؤال برای سبک زندگی (به ترتیب شامل ۳ سؤال اول برای سنجش مدیریت بدن، ۲ سؤال بعدی برای سنجش بعد روابط بین شخصی و ۳ سؤال بعدی برای سنجش بُعد هنجارهای مصرف؛ را در بر می‌گرفت.

جامعه آماری این تحقیق، دانشجویان دانشگاه ایلام می‌باشند که تعداد ۳۰۰ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده اطلاعات جمع‌آوری گردید. برای بررسی پایایی تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شد که آلفای کرونباخ برای سبک زندگی ۰.۸۷ و برای دین‌داری ۰.۸۹ به دست آمد و برای بررسی روایی پرسش‌نامه، از روایی ظاهری استفاده شده است. محدوده زمانی انجام تحقیق بهار و تابستان سال ۱۳۹۴ بوده است.

بر اساس مبانی نظری بحث شده، فرضیات زیر برای انجام این تحقیق ارائه شد:

فرضیه اصلی: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان و سبک زندگی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

فرضیه فرعی اول: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان با مدیریت بدن آنان را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی دوم: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان با بعد روابط بین شخصی آنان را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی سوم: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان با بعد هنجارهای مصرف آنان را تعدیل می‌کند.

۴. تحلیل و یافته‌های پژوهش

از مجموع ۳۰۰ نفر افراد نمونه تحقیق، ۱۳۳ نفر مرد یعنی حدود ۴۴ درصد؛ و ۱۶۷ نفر خانم یعنی حدود ۵۶ درصد بودند. در زمینه متغیر تحصیلات، ۲۰۴ نفر دانشجوی سطح لیسانس؛ ۹۲ نفر دانشجوی سطح فوق لیسانس و ۴ نفر دانشجوی سطح دکترا بودند. از نظر متغیر تأهل نیز ۴۵ نفر متأهل یعنی حدود ۱۵ درصد؛ و ۲۵۵ نفر یعنی حدود ۸۵ درصد مجرد بوده‌اند.

برای بررسی فرضیات و رابطه بین متغیرهای اصلی و فرعی از آزمون‌های رگرسیون و همبستگی استفاده شد که خلاصه نتایج آن‌ها در این قسمت مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است که برای آزمون فرضیه‌ها درباره تأثیر متغیر تعدی‌گر، یعنی استفاده از ماهواره از کارکرد split در spss استفاده شده است، به طوری که متغیر تعدیل‌گر از طریق دستور کُدگذاری به دو بخش استفاده از ماهواره و عدم استفاده از ماهواره جدا شده و سپس در هر دو حالت بین متغیر مستقل و وابسته همبستگی گرفته شده و همبستگی‌های به دست آمده در دو حالت مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

فرضیه اصلی: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان و سبک زندگی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

متغیرها	آماره آزمون و معناداری	عدم استفاده از ماهواره	استفاده از ماهواره	نتیجه فرضیه
رابطه دین‌داری دانشجویان با سبک زندگی	همبستگی استاندارد	-/۴۴۶	۰/۲۹۹	تأیید فرضیه
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

در فرضیه اصلی تحقیق، تأثیرپذیری رابطه بین دین‌داری دانشجویان با سبک زندگی آنان از متغیر «استفاده از ماهواره» مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون و بررسی فرضیه،

نشان داد که دانشجویانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند بین دین‌داری و تغییر سبک زندگی آنان رابطه منفی و معناداری وجود دارد ($r = -/۴۴۶$ و $P\text{-value} = ۰/۰۰۰$)؛ یعنی اینکه عدم استفاده خانواده این دانشجویان از ماهواره باعث گردیده تمایل آنان به برنامه‌های غیراسلامی و ایرانی به‌طور قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته به گونه‌ای که با افزایش دین‌داری دانشجویان این نتایج رفتاری به‌دست آمد: جراحی‌های زیبایی، کمتر مورد توجه آنان قرار گرفته؛ برنامه‌ها و فعالیت‌های لاغری و تناسب اندام از نظر ظاهری کمتر مورد توجه قرار گرفته؛ آرایش ظاهری از نظر آنان اهمیت خودش را از دست داده؛ مواظب روابط شخصی با اطرافیان؛ دوستان و سایر افراد خانواده هستند؛ درانتخاب پوشاک، کمتر از تبلیغات ماهواره استفاده می‌کنند؛ از برنامه‌های غیراسلامی و محصولات ماهواره کمتر استفاده می‌کنند؛ هزینه‌های کمتری را برای کالاهای لوکس و مد اختصاص می‌دهند. مهم‌تر اینکه این افراد، تمایل به حفظ ارزش‌های دینی در حد قابل ملاحظه‌ای را دارا می‌باشند.

از طرف دیگر در صورت استفاده زیاد دانشجویان از ماهواره، بین دین‌داری و تغییر سبک زندگی آنان رابطه مثبت و معناداری حاصل می‌شود ($r = ۰/۲۹۹$ و $P\text{-value} = ۰/۰۰۰$). بنابراین با استفاده زیاد دانشجویان از ماهواره، باورهای دینی تحت الشعاع تبلیغات ماهواره قرار گرفته و در نتیجه اثر بازدارندگی آموزه‌های دینی تضعیف می‌گردد و تمایل افراد برای پُر کردن اوقات و خلوت خود به سمت برنامه‌ها و فعالیت‌های ساختگی و دروغین تغییر پیدا می‌کنند؛ به‌طوری که افراد به راحتی به فکر تغییر ظاهر و قیافه خود می‌افتند و رغبت دانشجویان به سمت جراحی‌های زیبایی بیشتر می‌شود؛ به جای برنامه‌های سازنده و مفید، برنامه‌ها و فعالیت‌های لاغری و تناسب اندام از نظر ظاهری بیشتر در اولویت افراد قرار می‌گیرد؛ آرایش ظاهری اهمیت زیادی پیدا کرده به‌طوری که افراد معیارهای ارزیابی خود را از معیارهای واقعی و معنوی به معیارهای ارزیابی ظاهری تغییر می‌دهند و در قضاوت درباره افراد نیز با همین معیارهای ارزیابی ظاهری عمل می‌کنند؛ دانشجویان کمتر مواظب روابط شخصی با اطرافیان؛ دوستان و سایر افراد خانواده هستند؛ در انتخاب پوشاک نیز به جای استفاده از معیارها و ارزش‌های دینی، از تبلیغات ماهواره بیشتر استفاده می‌کنند؛ به‌عنوان یک رسانه از برنامه‌های ماهواره بیشتر استفاده می‌کنند؛ در اولویت‌بندی هزینه‌ها نیز

به جای کالاهای ضروری و اساسی، اولویت هزینه‌ها بیشتر برای کالاهای لوکس اختصاص می‌یابد. مهم‌تر اینکه برنامه‌های ماهواره‌ای توأم با فراهم کردن زمینه مفاسد اخلاقی و اجتماعی در جامعه است و بیشتر از آنکه برای نسل امروز و به‌طور کلی مردم مفید باشد خطرناک و مضر است. امروزه جوانان، زمان زیادی از شبانه‌روز را به تماشای برنامه‌های "ماهواره" اختصاص می‌دهند و همین امر، عاملی در سستی نظام اکثر خانواده‌های ایرانی شده است. به دلیل تسلط افراد منحرف بر این شبکه‌ها و تبلیغات شیطنی و زهرآگین آنها برای کشورهای جهان سوم، یک نوع شیخون فرهنگی بر این جوامع صورت گرفته است که اگر حد و مرزی برای استفاده از این امکانات وجود نداشته باشد، عوارض نامطلوب آن، بنیان فکری جوانان و به‌ویژه دانشجویان این آینده‌سازان مملکت ویران خواهد کرد. حداقل نتیجه استفاده از این رسانه، عواقبی چون خودفراموشی، خدافراموشی، افسردگی، آلودگی روح، انزوا و گوشه‌نشینی، ترویج هوس‌خواهی و تنوع‌طلبی، تأثیر منفی بر روابط بین افراد، اختلاف خانوادگی و شکستن حریم‌های خانواده، بدحجابی، ترویج خشونت و در نهایت تربیت انسان‌های مطیع و فرمانبردار در راستای اهداف نظام سلطه خواهد بود.

به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از ماهواره رابطه بین میزان دین‌داری دانشجویان با سبک زندگی آنان را تعدیل می‌کند و به عبارت دیگر استفاده از ماهواره، نقش یک متغیر تعدیل‌گر قوی را بین رابطه میزان دین‌داری دانشجویان با سبک زندگی آنان ایفا می‌کند و رابطه این دو متغیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

فرضیه فرعی اول: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان با مدیریت بدن آنان را تعدیل می‌کند.

متغیرها	آماره آزمون و معناداری	عدم استفاده از ماهواره	استفاده از ماهواره	نتیجه فرضیه
رابطه دین‌داری دانشجویان با مدیریت بدن	همبستگی استاندارد	-/۴۹۴	۰/۱۸۱	تأیید فرضیه
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۱۵	

در این فرضیه، تأثیرپذیری رابطه بین دین‌داری دانشجویان با مدیریت بدن آنان از متغیر «استفاده از ماهواره» مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون و بررسی فرضیه، نشان داد که دانشجویانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند، بین دین‌داری و تغییر مدیریت بدن آنان رابطه منفی و معناداری وجود دارد ($r = -/۴۹۴$ و $P\text{-value} = ۰/۰۰۰$). بدین ترتیب که با افزایش دین‌داری، دانشجویان کمتر به فکر تغییرات در بدن خود می‌افتند و ویژگی‌های ظاهری خود را قبول داشته و متناسب می‌دانند. بنابراین جراحی‌های زیبایی را به‌عنوان رواج مد نگریده و کمتر مورد توجه آنان قرار می‌گیرد؛ هم‌چنین برنامه‌ها و فعالیت‌های لاغری و تناسب اندام از نظر ظاهری کمتر مورد توجه آنان قرار گرفته و اقدام به آرایش ظاهری بی‌مورد و یا بیش از اندازه نمی‌کنند و لذا آرایش ظاهری از نظر آنان مفهومی نداشته و حتی از نظر اغلب آنان به‌عنوان ترویج عادات غلط و رفتارهای بی‌مفهوم غربی نگریده می‌شود. این دانشجویان، علاوه بر جنبه‌های بدنی و ظاهری، به‌طور عموم از انسجام شخصیتی و تعامل بالایی در ارتباط با دوستان و سایرین برخوردارند.

از طرف دیگر در صورت استفاده زیاد دانشجویان از ماهواره، بین دین‌داری و تغییر مدیریت بدن آنان رابطه مثبت و معناداری حاصل می‌شود ($r = ۰/۱۸۱$ و $P\text{-value} = ۰/۰۱۵$). بنابراین رغبت دانشجویان به سمت جراحی‌های زیبایی بیشتر می‌شود؛ به‌طوری که حتی در مواردی انجام چنین کارهایی را ضروری و لازم دانسته و توجه‌های زیادی را برای آن مطرح می‌سازند؛ توسط به انواع داروهای لاغری، برنامه‌ها و فعالیت‌های تأیید نشده لاغری و تناسب اندام از نظر ظاهری بیشتر در اولویت آنان قرار می‌گیرد؛ افراد، زمان و هزینه زیادی را برای آرایش ظاهری تبلیغ شده اختصاص می‌دهند. به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از ماهواره رابطه بین میزان دین‌داری دانشجویان با مدیریت بدن آنان را تعدیل می‌کند و به عبارت دیگر «استفاده از ماهواره» نقش یک متغیر تعدیل‌گر را بین رابطه میزان دین‌داری دانشجویان با مدیریت بدن آنان ایفا می‌کند و رابطه این دو متغیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

فرضیه فرعی دوم: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان با بعد روابط بین شخصی آنان را تعدیل می‌کند.

متغیرها	آماره آزمون و معناداری	عدم استفاده از ماهواره	استفاده از ماهواره	نتیجه فرضیه
رابطه دین‌داری دانشجویان با روابط بین شخصی	همبستگی استاندارد	-/۰۵۲	۰/۴۱۶	تأیید فرضیه
	سطح معناداری	۰/۵۶۹	۰/۰۰۰	

در این فرضیه، تأثیر پذیری رابطه بین دین‌داری دانشجویان با روابط بین شخصی آنان از متغیر استفاده از ماهواره مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون و بررسی فرضیه نشان داد که دانشجویانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند، بین دین‌داری و تغییر روابط بین شخصی آنان رابطه منفی و معناداری وجود دارد ($r = -/۰۵۲$ و $P\text{-value} = ۰/۵۶۹$). بدین ترتیب که با افزایش دین‌داری، دانشجویان کمتر به فکر تغییرات در روابط بین شخصی خود می‌افتند؛ آنها مواظب روابط شخصی خود با اطرافیان و دوستان هستند و اجازه نمی‌دهند که محرم و نامحرم در هم آمیزد و هم چنین اجازه نمی‌دهند که روابط از اصول شرعی و اعتقادی تجاوز کند و در مقابل روابطی که اصول را زیر پا می‌گذارند از خود واکنش نشان می‌دهند. از طرف دیگر دانشجویانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند، مواظب روابط خود با سایر افراد خانواده نیز هستند به صورتی که احترام به والدین و بزرگترها مطابق با آموزه‌های دینی پا برجا بوده و صمیمیت اعضای خانواده هیچ‌وقت باعث رخ دادن رفتارهای ناهنجار و خارج از اعتقاد و عرف نخواهد گردید.

از طرف دیگر در صورت استفاده زیاد دانشجویان از ماهواره، بین دین‌داری و تغییر روابط بین شخصی آنان رابطه مثبت و معناداری حاصل می‌شود ($r = ۰/۴۱۶$ و $P\text{-value} = ۰/۰۰۰$). به گونه‌ای که آنها در اثر تأثیرپذیری و الگوگیری از برنامه‌های تبلیغاتی و رفتارهای ناهنجار که هیچ تناسبی با الگوهای و هنجارهای ارتباطی فرهنگ و جامعه ما ندارند، به تدریج رفتارهای ناهنجار را به عنوان رفتارهای جوامع مدرن جایگزین رفتارهای خود می‌سازند. بنابراین مواظب تغییر روابط شخصی خود با اطرافیان و دوستان نبوده و

کم‌کم رفتارهای ناهنجار را عادی و مدرن تلقی می‌کنند و حتی رعایت ارتباطات مطابق عرف و شرع را به باد تمسخر و انتقاد می‌گیرند و بدین ترتیب اجازه می‌دهند که روابط آنها به راحتی و بدون هیچ استرسی از اصول شرعی و اعتقادات تجاوز کند و در مقابل چنین رفتارهای ناهنجار و روابطی که اصول را زیر پا می‌گذارند، هیچ واکنشی از خود نشان نمی‌دهند. هم‌چنین در مجموعه روابط درون خانوادگی نیز دانشجویانی که از ماهواره استفاده می‌کنند، مواظب روابط خود با سایر افراد خانواده نیستند به صورتی که احترام به والدین و بزرگترها در چنین خانواده‌هایی کم‌رنگ‌تر شده و الگوهای ارتباطی اغلب بر مبنای فرهنگ جوامع غربی حاکم می‌گردد. در چنین شرایطی رفتارهای مطابق با آموزه‌های دینی به عنوان رفتارهایی سنتی و منسوخ شده نگریسته می‌شود و رفتارهای ناهنجار و خارج از اعتقاد و عرف در بین اعضای خانواده اتفاق خواهد افتاد.

بر اساس این، می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از ماهواره، رابطه بین میزان دین‌داری دانشجویان با روابط بین شخصی آنان را تعدیل می‌کند و به عبارت دیگر استفاده از ماهواره نقش یک متغیر تعدیل‌گر را در بین رابطه میزان دین‌داری دانشجویان با روابط بین شخصی آنان ایفا می‌کند و رابطه این دو متغیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فرضیه فرعی سوم: استفاده از ماهواره رابطه دین‌داری دانشجویان با بعد هنجارهای مصرف آنان را تعدیل می‌کند.

متغیرها	آماره آزمون و معناداری	عدم استفاده از ماهواره	استفاده از ماهواره	نتیجه فرضیه
رابطه دین‌داری دانشجویان	همبستگی استاندارد	-/۶۰۱	۰/۳۰۳	تأیید فرضیه
با هنجارهای مصرف	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

در این فرضیه تأثیرپذیری رابطه بین دین‌داری دانشجویان با هنجارهای مصرف آنان از متغیر استفاده از ماهواره مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون و بررسی فرضیه نشان داد که دانشجویانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند، بین دین‌داری و تغییر هنجارهای مصرف آنان رابطه منفی و معناداری وجود دارد ($r = -/۶۰۱$ و $P\text{-value} = ۰/۰۰۰$). بدین ترتیب که با

افزایش دین‌داری، دانشجویان کمتر از تبلیغات ماهواره استفاده می‌کنند؛ به عبارتی دیگر برای انتخاب پوشاک خود به دنبال مدهای جدید و ناهنجار تبلیغ شده در ماهواره نیستند و بیشتر از مدهای لباس متناسب با عرف جامعه و ارزش‌های اعتقادی خود استفاده می‌کنند؛ هم‌چنین افرادی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند، در استفاده از رسانه‌ها و پُرکردن اوقات فراغت و سرگرمی خود، بیشتر از شبکه‌های تلویزیون داخلی، روزنامه‌ها و سایر برنامه‌های تفریحی مثل سفر و ورزش و یا برنامه‌های اسلامی دید و بازدیدهای خانوادگی در چارچوب مسایل شرعی و اسلامی بهره می‌گیرند و هم‌چنین در اولویت‌بندی هزینه‌ها نیز این افراد، هزینه‌های خود را بیشتر برای کالاهای ضروری اختصاص می‌دهند و مدگرایی و اختصاص هزینه برای کالاهای لوکس سهم زیادی در زندگی آنان ندارد.

از طرف دیگر در صورت استفاده زیاد افراد از ماهواره، بین دین‌داری و تغییر هنجارهای مصرف آنان رابطه مثبت و معناداری حاصل می‌شود ($r=0/303$ و $P=0/015$ value=). بنابراین در صورت استفاده زیاد افراد از ماهواره، تبلیغات ماهواره، به اساسی‌ترین معیار برای انتخاب پوشاک افراد تبدیل می‌شود و در انتخاب پوشاک، معیار ارزش‌های دینی مثل حجاب و معیارهای عرفی جای خود را به معیارهای تبلیغاتی ماهواره می‌دهد؛ به عبارتی دیگر، افراد به دنبال جدیدترین مدهای تبلیغ شده خواهند بود و به تدریج مدهای لباس متناسب با عرف جامعه و ارزش‌های اعتقادی افراد طرد شده و به‌طور غیر مستقیم تولیدات و کالاهای کشور خود نیز مورد بی‌توجهی قرار گرفته و کالاهای کشورهای دیگر که همان مدهای جدید و ناهنجار تبلیغ شده هستند، مورد رغبت قرار می‌گیرند که این عامل خود تقویت اقتصاد کشورهای غربی و تضعیف اقتصاد کشورهای در حال توسعه را به همراه خواهد داشت.

هم‌چنین افرادی که از ماهواره استفاده می‌کنند، شبکه‌های بی‌شمار ماهواره‌ای، فرصت برنامه‌ریزی صحیح را از آنها می‌گیرد طوری که در پُرکردن اوقات فراغت و سرگرمی شبکه‌های بی‌شمار ماهواره‌ای، اصلی‌ترین گزینه - و حتی در برخی شرایط به تنهاترین گزینه - افراد تبدیل می‌گردد. بنابراین با توجه به اینکه اغلب این شبکه‌ها با اهداف سیاسی و ضدفرهنگی و حتی با دروغ‌پردازی فعالیت می‌کنند، باعث سردرگمی بیشتر افراد شده، دوگانگی ارزش‌ها و اعتقادات را در پی داشته و حتی افراد را نسبت به اعتقادات خود و

انجام کارهای مفید در جامعه خود دلسرد می‌سازند و برنامه‌های تفریحی مفید نیز از برنامه‌های افراد حذف شده و یا با برنامه‌های ناهنجار جایگزین می‌شوند. هم‌چنین با استفاده زیاد افراد از ماهواره در اولویت‌بندی هزینه‌های آنها نیز تغییراتی رخ می‌دهد؛ این افراد، هزینه‌های خود را بیشتر برای کالاهای غیر ضروری و لوکس اختصاص می‌دهند و مدگرایی و اختصاص هزینه برای کالاهای لوکس سهم زیادی در زندگی آنان بدست می‌آورد.

بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از ماهواره رابطه بین میزان دین‌داری دانشجویان با هنجارهای مصرف آنان را تعدیل می‌کند و به عبارت دیگر «استفاده از ماهواره» نقش یک متغیر تعدیل‌گر را در بین رابطه میزان دین‌داری دانشجویان با هنجارهای مصرف آنان ایفا می‌کند و رابطه این دو متغیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

نتیجه‌گیری

مطالعات و بررسی‌ها نشان می‌دهند که مسلط شدن تکنولوژی بر زندگی افراد باعث شده است که رشد اعتقادی با رشد تکنولوژی و فناوری‌های نوین به صورت هماهنگ رخ ندهد و همین امر موجب به وجود آمدن مشکلات بسیاری برای انسان‌ها شده است؛ چرا که اگر هماهنگی میان آنها وجود داشت، امروزه شاهد چنین مشکلات دشواری نمی‌بودیم. نکته بسیار مهم این است که رشد اعتقادی در سایه آموزش و تربیت ایجاد می‌شود و شناسایی روش‌های مؤثر آموزشی و تربیتی می‌تواند اثرات قابل توجهی در این زمینه داشته باشد و هم‌چنین ارزیابی میزان تحقق غایت‌های پرورشی فقط با داشتن ابزاری معتبر امکان‌پذیر است. این در حالی است که ماهواره و سایر رسانه‌های مشابه، بدون داشتن غایت پرورشی برای یکسان‌سازی افکار عمومی جهانیان مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. در این شرایط کشورهایایی که به حفظ فرهنگ ملی خود می‌اندیشند، وظیفه‌ای دشوار در پیش رو دارند. برای مقابله با این توطئه، باید با تمام قوا و هوشیاری و با استفاده از سرمایه‌های مادی و انسانی دست به کار شوند و با آگاه‌سازی جامعه از اهداف تبلیغاتی غرب، به مصونیت جامعه و پاسداری از هویت ملی خود کمک کنند. دانشجویان دانشگاه‌های ما باید آگاه شوند که هدف شبکه‌های ماهواره‌ای، تغییر الگوی نگرشی و رفتاری خانواده‌ها بوده و این

برنامه‌ها قصد دارند نوع تفکر و بینش سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را تغییر داده و مصرف‌گرایی را میان آنان نهادینه کنند و نیز باید درک کنند که این نوع شبکه‌ها ابتدا مغز مخاطبان خود را تسخیر و در ادامه آنچه خود دوست دارند را به آن‌ها القا می‌کنند. شبکه‌های ماهواره‌ای به دنبال کانالیزه کردن جریان‌های فرهنگی هستند؛ به این معنی که تمام جویبارهای کوچک فرهنگی به رودخانه اصلی که جهان‌بینی آن‌هاست، منتقل شوند. آن‌ها قصد دارند زبان، گفتار و بینش‌های خرده فرهنگ‌ها را تغییر دهند و به سوی فرهنگ غرب ببرند. زمانی که اعضای خانواده ساعت‌ها به مشاهده برنامه‌های ماهواره از جمله سریال‌های خانوادگی می‌پردازند، رعایت بسیاری از ارزش‌ها از جمله حریم میان زن و مرد برای آن‌ها کم‌رنگ می‌شود. لذا به نظر می‌رسد آگاه‌سازی دانشجویان و خانواده‌ها با مضرات و استفاده از ماهواره کار باارزشی تلقی می‌شود.

تحقیق حاضر نیز رابطه دین‌داری را با سبک زندگی و با در نظر گرفتن «استفاده از ماهواره» به عنوان متغیر تعدیل‌گر مورد بررسی قرار داد و نتایج این تحقیق درباره رابطه دین‌داری با سبک زندگی با نتایج تحقیقات قبلی انجام گرفته و دیدگاه‌های مطرح‌شده در این زمینه سازگار است.

با توجه به نتایج این تحقیق و تحقیقات مشابه، اهمیت دین، باورها و نهادهای دینی بر انسان و زندگی فردی و اجتماعی او آشکار است. بنابراین می‌توان دریافت که دین به شکل‌های گوناگون در هر فرهنگی وجود دارد و به‌طور معمول نقش محوری را در زندگی افراد و جوامع بازی می‌کند ولی نکته‌ای که در این تحقیق لازم به ذکر است این است که تأثیر مثبت دین‌داری بر زندگی افراد و جوامع به‌واسطه عواملی تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ به عبارتی دیگر تأثیرگذاری دین‌داری تعدیل و یا خنثی می‌گردد که یکی از مهم‌ترین این عوامل انواع شبکه‌های تبلیغاتی ماهواره‌ای هستند که اغلب هم برنامه‌های آنها ناسازگار با آموزه‌های دینی و اخلاقی بوده و به دنبال اهداف ویژه تجاری خود یا ضد فرهنگی هستند و با توجه به اینکه اغلب مخاطبان آنها، جوانان و افراد در سنین پایین هستند، در نتیجه تأثیرگذاری آنها بر باورهای دینی افراد نیز خیلی زیاد است.

بنابراین پیشنهاد می‌گردد که در حوزه دین‌داری، خانواده‌ها در تمامی ابعاد دین‌داری، هدایت‌گر و راهنمای فرزندان و جوانان باشند؛ آن‌گونه که هم در بخش شناخت و باور

دینی و هم در بخش عواطف دینی و هم در بخش التزام و عمل به وظایف دینی کوشش داشته باشند. و فقط به یک بخش اکتفا نکنند که متأسفانه اغلب فقط به بخش عمل به وظایف دینی در این زمینه تأکید می‌شود. رسانه‌های مهمی مانند تلویزیون نیز باید برنامه‌های خود را برای تمامی ابعاد دین‌داری تهیه و تدارک ببینند که هم بُعد شناخت و هم عواطف دینی و هم عمل به وظایف دینی را در بر گیرند. در زمینه سبک زندگی نیز باید سبک‌ها و مدهای ناهنجار شناسایی شده و چرایی تبلیغ و اهداف اصلی آنها اطلاع‌رسانی شده و الگوهای صحیح، مقابل آنها به‌طور منطقی ارائه شوند. عوارض و پیامدهای رواج فعالیت‌های نامفهومی مثل جراحی‌های زیبایی بدون منطق و بیش از حد، مورد بررسی و اطلاع‌رسانی محافل علمی و فرهنگی و خانواده‌ها قرار گیرند. در این زمینه توسل به منطق آموزه‌های دینی در زمینه تناسب اندام‌های بدن انسان مطابق با خلقت خداوند راه‌گشا خواهد بود. هم‌چنین موانع قانونی و اخلاقی بازدارنده‌ای در زمینه جلوگیری از رواج بیش از حد فعالیت‌هایی مثل جراحی‌های زیبایی برقرار شود. آسیب‌های شبکه‌های ماهواره‌ای همواره برای خانواده‌ها یادآوری شده و موانع مستحکمی در مقابل استفاده و رواج شبکه‌های ماهواره‌ای طراحی گردد. ارتباطات بین شخصی صحیح بین افراد بر مبنای آموزه‌های دینی در ارتباط با دوستان و اعضای خانواده از طریق رسانه‌های عمومی به‌طور مداوم اطلاع‌رسانی گردد. هم‌چنین پیشنهاد می‌گردد که آسیب‌های فردی و اجتماعی توجه به مدگرایی و صرف هزینه برای کالاهای تجملاتی مورد توجه قرار گیرد و به جای آن فواید صرف هزینه برای امورات خیریه و عام‌المنفعه مورد ترغیب و ترویج قرار گیرند.

کتابنامه

۱. آراین، خدیجه (۱۳۷۸)، بررسی رابطه دین‌داری و روان‌درستی ایرانیان مقیم کانادا، پایان‌نامه دکتری روان‌شناسی، تهران: دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. اعزازی، شهلا (۱۳۷۳)، خانواده و تلویزیون، پایان‌نامه کارشناسی، مرند.
۳. بوردیو، پیر (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه: مرتضی مردی‌ها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
۴. بیروکف، ن.س (۱۳۷۲)، تلویزیون و دکترین‌های آن در غرب، ترجمه: محمد حفاظی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۵. پستمن، نیل (۱۳۹۰) تکنوپولی؛ ترجمه: صادق طباطبائی، تهران: مؤسسه اطلاعات.
۶. تافلر، الوین (۱۳۶۳)، موج سوم، ترجمه: شهین دخت خوارزمی، چاپ دوم، تهران: نشر نو.
۷. چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، سبک زندگی و هویت اجتماعی، پایان‌نامه دکتری، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۸. جوادی‌آملی، عبدالله (۱۳۸۱)، تفسیر موضوعی قرآن کریم (صورت و سیرت انسان در قرآن)، قم: اسراء.
۹. خداپناهی، محمدکریم و سریزدی خوانین‌زاده (۱۳۷۹)، «بررسی نقش ساخت شخصیت در جهت‌گیری مذهبی دانشجویان»، در: مجله روانشناسی، ش ۱۴.
۱۰. خدایاری‌فرد، محمد (۱۳۸۸)، طرح پژوهشی آماده‌سازی مقیاس دین‌داری و ارزیابی سطوح دین‌داری اقشار مختلف جامعه ایران (مراکز استان‌ها)، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، تهران: دانشگاه تهران.
۱۱. طباطبائی، صادق (۱۳۷۵)، طلوع ماهواره و افول فرهنگ، چه باید کرد، تهران: مؤسسه اطلاعات.

۱۲. کرمی قهی، محمد تقی و زینب زادسر (۱۳۹۲)، «سنجش بررسی رابطه دین‌داری و سبک زندگی (مطالعه موردی زنان ۲۰ ساله و بیشتر ساکن شهر تهران)»، در: زن در فرهنگ و هنر، دوره ۵، ش ۱.
۱۳. معماری، محمد (۱۳۸۳)، «تلویزیون خطری برای دموکراسی»، در: نشریه گزارش، ش ۱۶۱.
۱۴. مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷)، برای درک رسانه، تهران: سازمان انتشارات اشراقی.
۱۵. میلر، جرج (۱۳۶۸)، روان‌شناسی و ارتباط، ترجمه: محمدرضا طالبی نژاد، تهران: نشر دانشگاهی.

16. Robertson, R (1970), *The sociological Interpretation of Religion*, Oxford: Basil black.