

نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان در سال 1389

محسن نیازی¹

دریافت: 1389/09/14 تأیید: 1390/03/29

چکیده

در این مقاله، نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در وضعیت و فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان مطالعه شده است. امروزه با رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات، برنامه‌های ماهواره‌ای با نفوذ پذیری و فروریزی فزاینده مرزها و گسترش برخوردهای فرهنگی موجبات تزلزل عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی به عنوان منبع هویت‌یابی سنتی جوامع را فراهم ساخته‌اند. با توجه به اهمیت خاص هویت در ابعاد فردی، اجتماعی، ملی و دینی آن به عنوان مؤلفه‌ی کلیدی فرهنگ و نقش وسایل ارتباط جمعی به ویژه ماهواره بر آن، در دهه‌های اخیر، نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلفی از سوی صاحب‌نظران علوم انسانی، ارتباطات و مطالعات فرهنگی در این زمینه رشد یافته است. این دیدگاه‌ها با ارایه رویکردهای خوش‌بینانه و بدبینانه و افراطی، تفریطی و بینابین، به تحلیل نقش و ابعاد اثرگذاری ماهواره بر هویت پرداخته‌اند. با توجه به مباحث نظری فوق، این مقاله با هدف شناسایی اثرات ماهواره بر هویت در سطوح و ابعاد فردی، اجتماعی، ملی و دینی آن تدوین یافته و به مطالعه رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و وضعیت هویت پاسخگویان پرداخته شده است.

این مطالعه از نوع پیمایش اجتماعی بوده و داده‌های تحقیق با استفاده از تکنیک پرسشنامه توأم با مصاحبه جمع‌آوری گردیده است. اعتبار و روایی مقیاس‌های تحقیق با توجه به نتایج از آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شهروندان شهر کاشان در سال 1389 می‌باشند که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران تعداد 456 نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیده‌اند. یافته‌های تحقیق رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و وضعیت هویت را مورد تأیید قرار داده است. فعالیت‌های آماری مربوطه که با توجه به رتبه‌ای بودن متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است رابطه معنادار بین میزان استفاده از ماهواره و هویت را نشان می‌دهد. نتایج آزمون فوق بیانگر همبستگی میزان

1. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم انسانی دانشگاه کاشان niazim@kashanu.ac.ir

استفاده از ماهواره با هویت اجتماعی ($r_s = -0/39$)، هویت ملی ($r_s = -0/69$) و هویت دینی ($r_s = -0/36$) می‌باشد. نوع رابطه منفی بوده و رابطه معکوس بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. بر این مبنای، با افزایش میزان استفاده از ماهواره شاهد کاهش میزان هویت اجتماعی، ملی و دینی خواهیم بود. همچنین، یافته‌های تحقیق رابطه معنی‌داری بین دو متغیر میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت فردی را نشان نمی‌دهد.

واژگان کلیدی: ماهواره، هویت فردی، هویت اجتماعی، هویت ملی، هویت دینی.

مقدمه

از دیرباز بشر در تلاش بوده است تا بر عنصر زمان و مکان به عنوان عوامل مانع ارتباط سریع مستقیم میان انسان‌ها فائق آید. از زمانی که پیام‌های انسانی توسط قاصدک‌ها و کبوتران نقل مکان داده می‌شد تا پیدایش وسائل نقلیه و ظهور تلگراف و بی‌سیم و سرانجام عصر امواج، مراحل تاریخی پیروز آمدن انسان بر موانع زمان و مکان در تاریخ رسانه‌های ارتباط جمعی را شاهد هستیم (طباطبایی، 1384: 128). امروزه رسانه‌های گروهی در درون خانه‌ها و حریم خصوصی و عمومی مردم آزادانه حضور داشته و اندیشه‌ها، فرهنگ‌ها، سنت‌ها، زبان‌ها، لهجه‌ها و حتی ذائقه‌ها را دچار دگرگونی و تغییر و تحول می‌کنند. به سبب این ظهور و حضور مستمر و گسترده رسانه‌ها در زندگی خصوصی و اجتماعی مردم و به دلیل کاربرد وسیع آنها، جهان امروز را دنیای ارتباطات می‌نامند. ماهواره، از جمله نمودهای این تکنولوژی است که با توجه به گستره وسیع پوششی و نداشتن محدودیت‌های رسانه‌های ماقبل خود به یکی از بحث برانگیزترین مسایل در حوزه‌های اجتماعی و ارتباطی بدل شده است.

در ارتباط با سیر تکوینی وسایل ارتباطی باید گفت وسایل ارتباطی از بدو پیدایش انسان‌ها وجود داشته‌اند، اما به طور کلی می‌توان در روند تکامل وسایل ارتباطی چند مرحله عمده را تشخیص داد. در مرحله ابزارهای ساده؛ انواع وسایل و نشانه‌ها به صورت کاملاً ساده به کار گرفته می‌شد و ارتباطات با ابزارهای طبیعی در فضایی واقعی اتفاق می‌افتاد. در مرحله دوم که رسانه‌های ترکیبی نام دارد، صنعت چاپ باعث تلفیق تصویر و خط شد و با اختراع «فتوگرافی»، «تلگراف» و «تلفن»، رسانه‌ها شکل ترکیبی بیشتری یافتند. در مرحله سوم، رسانه‌های پویا؛ علاوه بر ترکیب رسانه‌ها با یکدیگر، عنصر حرکت به مدد این ابزارها

آمد و باعث پویایی آنها شد. در ادامه این روند پرشتاب، عناصر مختلف دیگری چون: رنگ، نور، صدا، موسیقی و ... در هم آمیختند و تدریجاً به پویایی رسانه‌ها و افزایش انرژی آنها در پیام‌رسانی کمک کردند. در مرحله چهارم، ابر رسانه‌ها؛ رسانه‌های مختلف در سایه تکنولوژی الکترونیک و فرستنده‌ها، قدرت و توسعه چشمگیری یافتند و گام‌های بزرگتری در جهت توسعه ارتباطات برداشته شد. یکی از مهمترین گام‌های بشر در توسعه ارتباطات در سال 1860 م، پس از دستیابی بشر به فضا برداشته شد که با فرستادن «ماهواره» تسهیلات گسترده‌ای در جهت ارتباطات به وجود آمد. پیرو این تحول بزرگ، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی گسترش یافت و امروز شاهد هزاران شبکه رادیویی، تلویزیونی و اینترنتی هستیم (محسنیان‌راد، 162:1382).

رسانه‌های ارتباطی خواه برای آموزش برنامه‌ریزی شده باشند و خواه نشده باشند، آموزش دهنده‌اند، زیرا مردم همواره از آنها تأثیر می‌پذیرند و می‌آموزند (دادگران، 1388: 110). یکی از کارکردهای وسایل ارتباط جمعی کارکرد همگن‌سازی است. وسایل ارتباط جمعی، نزدیکی سلیقه‌ها و خواسته‌های یک جامعه را موجب می‌شوند. این روند را ژان کازنو با عنوان «توده‌سازی» یاد می‌کند. این اصطلاح بدین معناست که «با ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده فرهنگ‌ها و فرهنگ‌های خاص و مجزا، ناپدید می‌شوند و به نوعی تمامی ساکنان یک جامعه تشابه می‌پذیرند و در سبک زندگی، علایق و خواسته‌ها از الگوهای مشابهی که وسایل ارتباط جمعی به آنان می‌دهند، برخوردار می‌شوند (ساروخانی، 1386: 88).

از سوی دیگر، هویت در ابعاد فردی، اجتماعی، ملی و دینی در دهه‌های اخیر به عنوان یکی از مهمترین مؤلفه‌های کلیدی علوم انسانی و اجتماعی مورد توجه صاحب‌نظران و دانشمندان قرار گرفته است. فرهنگ انگلیسی آکسفورد، هویت را به معنی شخصیت یا وجود عینی افراد یا اشخاص آورده است (آکسفورد، 2001: 634). در منطق، در بررسی مفهوم هویت، پرسش از کیستی و چیستی فرد به میان می‌آید (مظفر، 1366: 89). در خصوص معنی و ریشه واژه هویت، نیکلسون معتقد است که هویت در اصل واژه‌ای عربی است و از مصدر جعلی «هو» که ضمیر مفرد غایب است، گرفته شده است (نیکلسون، 1374: 7). برخی دیگر معتقدند که کلمه هویت اصلاً عربی نیست، اما بعضی مترجمان از استعمال آن ناگزیر بوده‌اند (صلیبا، 1366: 677). الطایبی، هویت را به معنی «یکی بودن با ذات» یا «یکی بودن موصوف با صفات اصلی و جوهری مورد نظر» می‌داند (الطایبی، 1378: 33). اریکسون معتقد است «هویت» فرد را در فرایند معنا بخشی به خود و نیز پیدا کردن

جایگاه خود در جهان نامحدود، آنهم در میان گستره وسیعی از ممکنات، یاری می‌کند (شوارت، 2005: 3). جایگاه اصلی هویت به گونه‌ای است که «اگر اصل هویت از فکر بشر خارج شود، آنگاه بشر نسبت به هیچ چیز تصویری نخواهد داشت» (طباطبایی، بی‌تا: 117). هگل، معتقد است ذهن اجتماعی، خود جوهر مستقلی است و تنها یک ذهن وجود دارد، این ذهن مطلق دربرگیرنده همه چیز و الهی است، چنین ذهنی خود را در سیر تاریخ مطرح می‌کند و افراد تنها عوامل آن هستند (آپورت و جونز، 1371: 91). استوارت هال، با چشم‌اندازی هگلی، هویت را روندی در حال شدن می‌داند که به عنوان شناسنامه و نیز عاملی برای شناخته شدن محسوب می‌شود (هال، 1991: 36). هویت فرایند پاسخگویی آگاهانه هر فرد به یک دسته سؤالات در مورد خودش می‌باشد (باوند، 1377). «هویت مبین مجموعه خصایصی است که امکان تعریف صریح یک شیء یا یک شخص را فراهم می‌آورد» (شیخاوندی، 1380). برخی هویت را معناداری جامعه دانسته‌اند (رجایی، 1373). برخی دیگر از جامعه‌شناسان، هویت را به معنی هستی و وجود، چیزی که وسیله شناسایی فرد باشد تا او را از دیگران متمایز کند، تعریف می‌کنند (تاجیک، 1379). اریکسون معتقد است تلاش برای رسیدن به هویت، فرایندی دائمی است و حتی در بزرگسالی نیز ذهن ما را به خود مشغول می‌کند (حدی و محسنی، 1380: 138-140). جاکوبسن معتقد است هویت به معنای احساس تمایز، تداوم و استقلال فردی است که طی آن شخص دریابد همانی است که بوده و دیگران نیستند (جاکوبسن، 1998: 9).

با توجه به موارد فوق و اهمیت نقش رسانه‌ها به ویژه ماهواره در سطوح مختلف فردی و اجتماعی و هویت‌های اجتماعی، ملی و دینی در این تحقیق، رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و وضعیت هویت در ابعاد مختلف آن تحلیل شده است. بر این مبنا، هدف اساسی این مطالعه، بررسی نقش ماهواره در هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان در جامعه آماری مورد مطالعه است. بر این مبنا، اثرات ماهواره در هر یک از ابعاد هویت مورد بررسی قرار گرفته است.

طرح مسأله

همزمان با رشد پرشتاب وسایل ارتباط جمعی در اواسط قرن بیستم، ضرورتی روزافزون برای آگاهی بیشتر در زمینه‌ی فرایندها و تأثیرات این وسایل پدید آمد. از زمان جنگ جهانی اول تا سال 1950 پژوهشگران ارتباطات جمعی و روان‌شناسان اجتماعی، پیام‌گیران

را غیرفعال و بی‌دفاع می‌پنداشتند. آنها معتقد بودند که می‌توان با روش‌های مختلف، از طریق وسایل ارتباط جمعی، پیام‌گیران را تحت تأثیر قرار داد و آنها را از پای درآورد (دادگران، 1388: 55). این اعتقاد به حدی بود که سرژ چاکوتین در کتاب معروف خود با عنوان "تبلیغات سیاسی وسیله‌ای برای تجاوز به خلق" تأثیر این وسایل را اینگونه ارزیابی کند: «با استفاده از وسایل ارتباطی می‌توان از طریق تکرار نمادها یا شعارها توده‌های وسیع انسانی را شرطی ساخت، عادت‌های تازه در آنها به وجود آورد و آنها را در جهت مطلوب به حرکت درآورد» (کازنو، 1364: 83-84). اینگونه نگرش را گاهاً «نظریه ارتباط گلوله‌ای» نیز می‌خوانند، که براساس آن پیام دهنده می‌تواند گلوله‌ی جادویی خود را به سمت بیننده یا شنونده شلیک کند. در مقابل این دیدگاه انفعالی، دیدگاه دیگری توسط ریموند بوئر و دیگران مطرح شد که براساس آن، گیرندگان پیام به هیچ وجه حالت انفعالی ندارند. در واقع گیرندگان پیام، آنچه خود از رسانه‌های گروهی می‌خواهند و با نیازها و نظرات آنها سازگار است، اخذ می‌کنند و به ندرت در اثر تحریک رسانه‌های گروهی تغییر عقیده می‌دهند (شرام، 1368: 222). علاوه بر دیدگاه‌های افراطی و تفریطی، رویکرد بینابین در این ارتباط ارایه گردیده است. این دیدگاه معتقد است باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی- فرهنگی به معنی عالی آن هستند و از این جهت اثرات چشمگیری بر جای می‌گذارند، اما این آثار نه آنچنان است که هیچ محدودیتی را نشانند (دیدگاه افراطی) یا آنکه چنان ناچیز است که هیچ اعتنایی را شایسته نباشند (دیدگاه تفریطی)، بلکه باید دید حدود تأثیر این وسایل چیست و در چه شرایطی این تأثیرات محدودیت می‌یابند و یا تقویت می‌شوند (ساروخانی، 1386: 86).

علاوه بر آن، امروزه، با شکل‌گیری جهان مجازی نقش و سهم انسان به طور مجازی بیشتر شده و در واقع، رسانه‌های الکترونیکی، جهانی وسیع برای انسان‌ها ساخته است. رسانه‌های الکترونیکی، موجب می‌شود تا محیط چند بعدی تحت وضعیت محلی و جهانی ظاهر شود. این رسانه‌ها، مباحث هر روزه را تغییر داده و منابع تجربه‌های خودسازی را در همه جوامع و برای همه افراد فراهم کرده‌اند (آزادارمکی، 1386: 72 به نقل از آپادورا، 1998: 3).

در جوامع سنتی، فرهنگ به خودی خود از عهده انجام کار ویژه هویت‌سازی برمی‌آمد، چراکه توانایی و قابلیت تفاوت‌آفرینی و معنابخشی بسیار بالایی داشت (کل‌محمدی، 1381: 239). فرهنگ در جامعه سنتی با محلی بسته پیوند داشت. در درون چنین فضایی نسبتاً بسته و نفوذناپذیر، فرهنگ‌های معین، معمولاً فارغ از دخالت و مزاحمت

فرهنگ‌ها و عناصر بیگانه، عناصر هویت بخش منسجم و تقریباً ثابتی ارائه می‌کرد. اعضای یک واحد اجتماعی معین کوچک همواره با عناصری هویت می‌یافتند که در طول چندین نسل ثابت مانده بودند و ازلی و ابدی تلقی می‌شدند. در این جامعه، سازوکارهای فرهنگ‌پذیری و هویت بخشی بسیار کارآمد بودند و تضاد و تعارضی بین عناصر هویت بخش مختلف قومی، دینی، ملی و جغرافیایی وجود نداشت (گل محمدی، 1381: 241 به نقل از پترسون، 1999: 78).

فرایند جهانی شدن به واسطه فن‌آوری‌های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی و جدایی مکان از فضا و زمان، این امکان را فراهم نمود که زندگی اجتماعی در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد و توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی و بنابراین گستره زندگی اجتماعی بسیار کاهش یابد. به بیان دیگر، فرایند جهانی شدن با متحول کردن فضا و زمان، در واقع زندگی اجتماعی را متحول می‌کند (گل محمدی، 1381: 241 - 242 به نقل از گیدنز، 1994: 4). بر این مبنا، از آثار شبکه‌های برون مرزی و ماهواره نفوذ بر مرزهای فرهنگی و اجتماعی است. این نفوذپذیری و فروریزی فزاینده مرزها، فضای امن و خلوت فرهنگ‌ها را نیز از بین می‌برد و در فضای بسیار فراخ زندگی اجتماعی، فرهنگ‌های مختلف به آسانی گسترش و جریان می‌یابند. در چنین شرایطی باورداشتن به برتری دنیایی خاص و دفاع از درستی مطلق آن در برابر فرهنگ‌های دیگر بسیار دشوار می‌شود. هنگامی که مهمترین منبع هویت‌یابی سنتی چنین متزلزل و نسبی شود، افراد وابسته به آن منبع دچار بحران هویت و معنا می‌شوند (گل محمدی، 1381: 246 - 247 به نقل از پترسون، 1999: 79). این بحران هویت و معنا در احساس تردید و ناامنی نمود می‌یابد. کنار هم قرار گرفتن فرهنگ‌های خاص درون فضای اجتماعی بسیار گسترده و پهناور و نسبی شدن حاصل از آن، دنیایی فارغ از اصول عام و مطلق پدید می‌آورد و بنیادهای هرگونه یقین و قطعیت معناساز و هویت بخش را متزلزل می‌کند. تحت تأثیر فرایند جهانی شدن، تردید و عدم قطعیت به همه حوزه‌های زندگی فرهنگی و حتی حوزه‌ی شناخت علمی رسوخ می‌کند و ترس و ناامنی فراگیری پدید می‌آورد (گل محمدی، 1381: 222 به نقل از لیون، 1999: 78).

با توجه به این که فرهنگ مهمترین و غنی‌ترین منبع هویت‌سازی است، بحران موقعی سر برمی‌آورد که این منابع دست خوش تغییر شوند. این منابع در دنیای معاصر، پرشتاب و در حال تغییر و دگرگونی است. ماهیت مکان و فضا در دنیای دیجیتالی کاملاً دگرگون شده است. امروزه دنیای واقعی با دنیای مجازی چنان درهم فرو رفته است که تفکیک آن دو

بسیار دشوار شده و فرهنگ‌ها به شدت در هم ادغام شده‌اند و خلوص مکانی - زمانی دیروز خود را از دست داده است. بنابراین طبیعی است که هویت در بند مکان - زمان و فرهنگ مکانمند و زمانمند در فضای جدید دچار بحران گردد» (علیخانی، 1383: 37-36). با توجه به گسترش روز افزون برنامه‌های ماهواره‌ای و افزایش بسیار مخاطبان آن، مطالعه پیامدهای اجتماعی و فرهنگی آن و نقش آن در تغییر هویت فردی و نیز هویت اجتماعی، ملی و دینی شهروندان حائز اهمیت خاصی است.

مباحث نظری

در این بخش، ابتدا رسانه‌های الکترونیکی و ماهواره مورد بحث قرار گرفته و پس از آن، موضوع هویت و ابعاد فردی، اجتماعی، ملی و دینی آن ارایه گردیده است. همچنین، مباحث مربوط به ارتباط دو مفهوم و نقش ماهواره در هویت توضیح داده شده است.

الف) رسانه‌های الکترونیکی و ماهواره

ایده اولیه استفاده از ماهواره برای ارتباط مخابراتی بین دو نقطه از کره زمین، اولین بار در سال 1945 توسط یک نویسنده بریتانیایی به نام "آرتور کلارک" مطرح شد. ماهواره یک سیستم بسیار پیشرفته است که توسط آن می‌توان صدا، تصویر و اطلاعات را در عرض چند دقیقه از هر نقطه جهان ارسال و دریافت نمود.

در ایران، از نیمه دوم سال 1370 شایعاتی دال بر امکان تماشای برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی خارجی در سطح جامعه به گوش می‌رسید. در سال 137، یکباره پشت بام‌های تهران و بعضی شهرهای بزرگ دیگر اشیاء عجیب و غریبی را که بی‌شباهت به سپرهای جنگی روزگاران گذشته نبود و دیش ماهواره‌ای نامیده می‌شد در خود جای داد (ارجمندی، 1380: 84). امروزه حدود 90 ماهواره در جهان فعالیت می‌کنند که این تعداد ماهواره امواج حدود 7000 شبکه تلویزیونی را ارسال می‌کنند. از بین این 90 ماهواره، امواج حدود 30 تا 35 ماهواره، امواج حدود 3000 شبکه را بر آسمان ایران می‌افشانند.

ب) هویت

در قرائت جامعه‌شناختی، نکته اساسی هویت این است که «هویت - من» پایدار با فرایند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. در روند کسب «هویت - من» انسان دارای آن دسته از مهارت‌هایی می‌شود که برای کنش مستقل در جامعه ضروری است (شفرز، 1384: 113). به نظر مید مجموعه ویژگی‌هایی که فرد برای خود برمی‌شمارد در تعامل با دیگران و در سطح

جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود» (ریتزر، 1377: 279). آنتونی گیدنز بازاندیشی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است صورت می‌گیرد، ویژگی دوران جدید و نتیجه‌ی گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، 1378: 268).

با توجه به گستردگی مفهوم هویت، دانشمندان علوم انسانی و اجتماعی ابعاد مختلفی را در ارتباط با هویت ارایه نموده‌اند.

1- هویت فردی: هویت عبارت از «احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی» است (گل محمدی، 1381: 222 به نقل از جاکوبسن، 1998: 9). هویت افراد در طی فرایند رشد شکل می‌گیرد. این هویت در متن اجتماع و فرهنگی رشد می‌کند که فرد در آن جامعه پذیر شده است (لک، 1384: 117). این هویت به معنی "چه کسی بودن"، از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن و معرفی شدن به چیزی یا جایی نشأت می‌گیرد. این احساس نیاز به تعلق، نیازی ذاتی و اساسی است که در هر فرد وجود دارد (مجته‌زاده، 1377). ویژگی مهم هویت، چند لایه بودن آن است؛ مانند منظومه شمسی که فرد به منزله مرکز منظومه و لایه‌های هویت چون مدارهای آن می‌باشند (بوطالبی، 1379: 194). برخورداری از هویتی منسجم سبب می‌شود تا فرد موضع واحدی را نسبت به وقایع و حوادث اطراف خود، با در دست داشتن معیارهای واحد، در پیش بگیرد (صنیع اجلال 1384: 103). هویت فردی در مجموع به نوعی آگاهی اطلاق می‌شود که هر فرد در فرایند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران درباره خود کسب می‌کند. این خود آگاهی به صورتی نسبتاً سازمان یافته به مثابه بخشی از نظام شخصیتی حایل و واسطه‌ی بین دنیای برونی و درونی فرد است و در هر حوزه یا میدان تعاملاتی، رابطه او را با خود و دیگران تنظیم و کنش‌هایش را تعدیل می‌کند (عبداللهی، 1374: 107).

2- هویت اجتماعی: از نظر کوهن (1985)، «هویت گروهی نوعاً در تعامل با دیگران و در عرض میان حدود و ثغور گروه ساخته می‌شود». در واقع، «هویت اجتماعی یک بازی است که در آن «رودرو بازی می‌شود» (جنکینز، 1381: 7 به نقل از بون، 1982: 26). "هویت اجتماعی به رابطه بین خود و دیگران یا گروه‌های اجتماعی دیگر اشاره دارد" (گیدنز، 1378). مقایسه میان خود با دیگران موجب می‌شود که به تفاوت‌های میان خود و آنها یا تفاوت‌های گروه اجتماعی خویش و گروه اجتماعی دیگری واقف شده و هویتی منحصر به فرد و متمایز برای خویشتن قایل گردیم (مرشدی‌زاده، 1379: 9).

کاستلز معتقد است «اصطلاح هویت در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد عبارت است از فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود» (کاستلز، 1380:22). هویت اجتماعی مهمترین ویژگی هر ملت، فرهنگ، تاریخ و سرزمین مشترک است. کاربرد هویت اصولاً هنگامی خود را نشان می‌دهد که منافع، موقعیت، آبرو و اعتبار و به طور کلی، جزیی از متعلقات و وابستگی‌های فرد، تهدید شده باشد (مهیمنی، 1379:306). کروکن و لوتانن (1992)، عقیده دارند که «احساس عزت نفس جمعی همگانی، عامل بسیار مهمی در نحوه شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی مردم هر کشور است» (بارت، 1381:16). براساس نظریه تاجفل¹، هویت اجتماعی افراد به وسیله‌ی گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌شود و این هویت تابعی که ویژگی‌های فرهنگی آن گروه است، مبتنی بر تفسیر درون گروه و برون گروه می‌باشد (اسمیت¹، 1993:77).

3- هویت دینی: هویت دینی به رابطه انسان با دین و نسبتی که با آن پیدا می‌کند، اطلاق می‌شود. سنگ بنای هویت دینی تعهد و پایبندی است (شرفی، 1380:95). هویت دینی نشان دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه‌ی دینی است. مهم‌ترین دستاوردهای هویت دینی پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادی، جهت بخشیدن به زندگی و وحدت اعتقادی و معنا بخشیدن به جهان است (شرفی، 1380:99-102). هویت دینی تقریباً مترادف با دینداری فردی است، اما در سطح دیگر، هویت دینی به عنوان جمعی نیز مطرح است و متضمن آن سطحی از دینداری است. در این معنا، هویت دینی به معنای تعلق و تعهد به جامعه دینی است. از سوی دیگر، مذهب علاوه بر اینکه از لحاظ کارکردی عامل مهمی در روابط اجتماعی به حساب می‌آید، موجب دلگرمی، نشاط و اشتیاق عمومی است، ضمن آنکه در بسیاری مواقع، مذهب در مفهوم جامعه‌شناختی، با تأکید بر بعد عینی و خارجی آن، با سایر مضامین ملی از جمله دولت، تاریخ و میراث فرهنگی درآمیخته است (حاجیان، 1379:203). مذهب از گذشته تاکنون عامل به وجود آورنده هویت مشخص برای معتقدان خود و تمایز میان آنها بوده که اعتقادی به آن نداشته‌اند. یعنی هویت انسان‌ها با مذهب و دین آنها شناخته می‌شود (شرفی، 1380:9).

4- هویت ملی: هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دایمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است (باوند، 1377). هویت ملی مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت نسبت به عوامل، عناصر و الگوهای

هویت‌بخش و یکپارچه کننده در سطح یک کشور به عنوان یک واحد سیاسی است (صنیع اجلال، 104:1384). از دیدگاه چلبی (31:1378) «احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به اجتماع ملی یا ملی به افراد هویت جمعی می‌بخشد». به عبارت دیگر، هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است. مهم‌ترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند، عبارت از: «سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات، مردم و دولت» می‌باشند (یوسفی، 17:1380). هویت ملی هر فرد هم به صورت بخشی از کل هویت‌اش در رابطه با جامعه‌ای که بدان تعلق دارد و یا احساس می‌کند که تعلق دارد، شکل می‌گیرد (رواسانی، 19:1385). در مجموع می‌توان گفت هویت ملی مجموعه‌ای از ارزش‌های متعالی است که یک ملت در جریان تاریخ هستی خود، در سرزمین مشخص به جا گذاشته‌اند. بنابراین هویت ملی، آیین تمام نمای چهره یک ملت است که از بودن، زیستن و ماندن آن در جغرافیای مشخص تاریخی بحث می‌کند (لک، 113:1385).

ج) ماهواره و هویت

با توجه به اهمیت نقش رسانه‌ها و به ویژه ماهواره، در دهه‌های اخیر رهیافت‌های نظری متعددی در مورد اثرات وسایل ارتباط جمعی و ماهواره بر هنجارهای اجتماعی و هویت آرایه گردیده است.

توسعه فنآوری ماهواره‌ای تلویزیون با فرو ریختن مرزهای بین‌المللی و رخنه نمودن در فضاهای دیگر کشورها، پنجره‌ای رو به جهانی شدن باز کرد که این امر ضمن اطلاع رسانی و آگاهی از وضعیت حقوقی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی دیگران از راه این رسانه، زمینه‌ساز فرآیند جهانی شدن شده است. همان‌گونه که مک لوهان پیش‌بینی کرد، تلویزیون با پیشرفت در حوزه ارتباطات ماهواره‌ای، اکنون این امکان را برای بینندگان فراهم آورده است که خود را چون مشارکت کنندگان در مسایل مهم جهانی مثل جنگ‌ها و درگیری‌هایی که در سایر نقاط جهان در حال وقوع هستند، ببینند و نسبت به آن واکنش نشان دهند (دانسی، 238:1387).

اکثر جامعه‌شناسان اعتقاد دارند که با ورود تلویزیون در جامعه، اکثر معادلات اجتماعی و معرفتی تغییرات عمده‌ای کرده است، برای نمونه دارندگان تلویزیون بیش از دیگران که از داشتن این فنآوری محروم بودند، احساس توانایی می‌کردند. زیرا از راه تلویزیون به

اطلاعاتی دست پیدا می‌کردند که قبلاً به آن دسترسی نداشتند. دانشمندان از این امر در جامعه به نام فرضیه "شکاف آگاهی" یاد می‌کنند (سورین و تانکارد، 1381:363). مک‌لوهان از تلویزیون به مثابه رسانه‌ای هوشمند یاد می‌کند و معتقد است تلویزیون پرستشگاه و امواج آن بشارت الکترونیکی می‌باشد. به نظر او، رسانه همان مروج آگاهی ژرف تازه‌ای است که تبدیل به نظم و ایمان در مخاطب می‌شود. او اعتقاد داشت که رسانه‌های جمعی به خصوص تلویزیون باعث شده که جهان تبدیل به دهکده الکترونیکی شود (دادگران، 1388:90).

مانوئل کاستلز به انقلاب فن‌آورانه‌ای که حول محور فن‌آوری‌های اطلاعات متمرکز است اشاره می‌کند که در سال‌های پایانی قرن بیستم، چشم‌انداز اجتماعی زندگی انسان را دگرگون ساخته و با سرعتی شتابان در کار شکل‌دهی مجدد بنیان مادی جامعه است (کاستلز، 1380:28). از نظر کاستلز «یکی از پیامدهای مهم گسترش فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ‌هاست. از این رو در اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است» (کاستلز، 1380:383-384). در این رابطه، جان فیدر از انقلابی یاد می‌کند که در زمینه اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه انسان‌های روی کره زمین را تحت‌تأثیر قرار و اثرات ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان‌ها برجای می‌گذارد (فیدر، 1380:4-5).

در ارتباط با کیفیت اثرات ماهواره، با توجه به نوع برنامه‌ها و شیوه استفاده از آنها، دیدگاه‌های مختلفی از سوی صاحب‌نظران و محققین رایج گردیده است. از یک سو، شبکه‌های توسعه یافته تکنولوژی‌های ارتباطی - اطلاعاتی با فراهم آوردن دسترسی‌های مؤثر، مناسب و مساوی به اطلاعات و مضامین مناسب با قابلیت دسترسی بالا، می‌توانند به مردم در نیل به استعدادهای خود، تسریع توسعه اقتصادی و اجتماعی، بالا بردن کیفیت زندگی و تسهیل فرایند تصمیم‌گیری مشارکتی کمک نمایند. نگاه خوشبینانه بر استفاده از فناوری‌های مزبور به عنوان نیروی محرک توسعه اقتصادی و افزایش تولید ناخالص ملی از طریق نوآوری‌های تکنولوژی و کاهش سطح فقر تأکید دارد. نگاه منفی به جامعه اطلاعاتی، معتقد است داشتن نگاه مصرفی و وارداتی به فناوری‌های جدید، تنها اضمحلال و از بین رفتن بنیان‌ها و هویت ملی را در پی دارد (کلانتری ندوشن، 1383:137).

نقش دوگانه رسانه‌ها تا دهه اخیر از طرف بسیاری از منتقدان اجتماعی و به طور خاص از طرف روشنفکران مکتب فرانکفورت، مورد مناقشه جدی قرار گرفته است. آدورنو و هورکهایمر، این وضعیت را تحت عنوان صنعت فرهنگ یاد کرده‌اند. از نظر آنها، رسانه‌های

جمعی که در اختیار سرمایه‌داری می‌باشند، امکان یکسان‌سازی فرهنگی و اجتماعی را پیدا کرده و به نقش آفرینی اندک انسانی کمک کرده‌اند (آزاد ارمکی، 1386:71). به اعتقاد مارکوزه، در عصر تکنولوژی و سلطه تکنولوژیک، ذات و جوهر واقعی انسان فراموش شده و جای آن را شیء‌گونگی و اصل و معیار بهره‌وری اقتصادی گرفته و مصرف چیزهای بی‌هوده آدمی را از تفکر درباره مسائل بنیادین زندگی بازداشته است (مارکوزه، 1359:202). تئودور آدورنو محتوای وسایل ارتباط جمعی را در جامعه صنعتی و مصرف‌گرای قرن حاضر تحت عنوان "صنایع فرهنگی" معرفی نموده و معتقد است در موقعیت کنونی، وسایل ارتباط جمعی کارکرد و رسالتشان را به عنوان نهادهای آموزش دهنده و آگاهی بخش رها کرده، به درج، نشر و پخش مطالبی با محتوای سرگرم کننده، هیجان انگیز و تخدیر کننده اذهان می‌پردازند که ارمغان آن از خود بیگانگی و بحران هویت برای انسان است (رشیدپور، 1348). یورگن هابرماس به ظهور فن‌آوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال و تأثیر آن در فرآیند جهانی شدن تأکید نموده است. وی معتقد است که «فرهنگ کالایی شده آمریکایی نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند، بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه‌دارترین سنت‌های محلی را سست بنیان کرده است» (هابرماس، 1384:102).

به اعتقاد این صاحب‌نظران، امروزه فرهنگ محصول تقاضاها و خواسته‌های اصلی نیست، بلکه حاصل خواسته‌های کاذب و غیرواقعی است. اصطلاح صنعت فرهنگ بیانگر استاندارد شدن و تحقق کاذب فردیت هویت‌های فرهنگی است (نوذری، 1384:310). علاوه بر صاحب‌نظران مکتب فرانکفورت، بسیاری از اندیشمندان و محققین علوم اجتماعی بر نقش تکنولوژی‌های جدید اطلاعاتی و به ویژه ماهواره بر هویت تأکید نموده‌اند. رابرتسون معتقد است در عصر کنونی با ظهور تکنولوژی‌های ارتباطات مخاطبان جهانی رسانه‌ها و نسل‌های کنونی در معرض انتشار و نمایش پیام‌های متنوع رسانه‌ای قرار دارند و پیام‌هایی را دریافت می‌کنند که می‌تواند سنت‌ها و الگوهای فرهنگی و اجتماعی و نسلی جوامع و همچنین روابط نسلی آنها را دست‌خوش چالش و دگرگونی کند (بیات، 1382:336). در این ارتباط، تحول، تغییر و سرعت گسترش و تبلیغ آن با تغییر در ارتباطات و اطلاعات، هویت‌ها را به شدت لرزان و دستخوش تغییر کرده است (قبادی، 1383:359-360). از نظر آنتونی گیدنز انقلاب در ارتباطات و گسترش فناوری‌های انتقال اطلاعات، پیوندی تنگاتنگ با جهانی شدن دارد (عباس‌زاده و عباسی، 1384:3-4). الوین تافلر (1375) معتقد است «تکنولوژی ماهواره‌ای و دیگر رسانه‌های جدید، فرهنگ‌های ملی را از

هم می‌باشند و این ارتباط متقاطع، به هر حال تهدیدی است برای هویت ملی که حکومت‌ها برای مقاصد شخصی خود، سعی در حفظ و انتشار آن دارند.»

دیوید رایزمن، بحران هویت را از ویژگی‌های دوران ظهور وسایل ارتباط جمعی دانسته و معتقد است این دوره در تاریخ انسان با عنوان دوره‌ای ثبت خواهد شد که در آن رسانه‌ها و گردانندگان آنها الگوهای حیات اجتماعی را می‌سازند (رابرتسون، 1383: 131). پاستر، در اثر خود با عنوان «عصر دوم رسانه‌ها» در این زمینه می‌گوید: «آنچه در نوآوری‌های فنی مربوط به عصر دوم رسانه‌ها یعنی عصر اینترنت، پست الکترونیکی و ماهواره مهم است، دگرگونی گسترده‌ی فرهنگ، هویت فرهنگی و روش جدید ساخته شدن هویت‌هاست (پاستر، 1378: 52). از دیدگاه وی با جهانی شدن رسانه‌ها یک فرایند ساده در افول هویت‌ها در حال به وقوع پیوستن است. دیدگاه جهانی‌سازی و رسانه‌های بدون مرز، نه تنها در غرب، بلکه در تمامی کشورها، خطر بحران هویت و تضعیف هنجارهای اجتماعی را به همراه دارد (ربانی، 1381: 125).

مک گایر، ورود ابزارهای رسانه‌ای را به ورود بیگانه تعبیر کرده و می‌گوید، به طور متوسط شش روز در هفته، بیگانه‌ای در خانه شما حضور دارد. بیگانه‌ای که آزادانه در همه جای خانه سر می‌زند و تأثیر می‌گذارد. رونالد اینگه‌هارت معتقد است اشاعه‌ی رسانه‌های جمعی منجر به تغییر ارزش‌ها شده است؛ به طوری که در عصر کنونی، جهانی شدن ارتباطات و رسانه‌ها بر شکاف ارزش‌های نسلی تأثیر گذاشته است (یوسفی، 1380: 42). از نظر مک کوئیل، استفاده از ماهواره این واقعیت را فراهم ساخته است که تجربه روابط بین فرهنگی با ارزان‌ترین هزینه عملی شده و استفاده از این شبکه در سطحی فزاینده تسهیل گردد، غافل از اینکه گسترش تمامی این ارتباطات شفاهی موجب افزایش تناقضات در روابط انسانی می‌گردد و جالب‌تر اینکه در این دنیای شفاف اطلاعات، به دلیل کاهش تعامل‌های رو در روی انسان‌ها، بسیار کمتر از گذشته قادر به درک نیازهای یکدیگر می‌شوند (مک کوئیل، 1382: 83).

چلبی به آثار دوگانه و متناقض گسترش ارتباطات جمعی اشاره نموده است. از یک سو، گسترش شبکه‌های اطلاع‌رسانی می‌توانند باعث تحکیم وحدت نمادی شوند و از سوی دیگر، همین رسانه‌ها به همراه ماهواره‌هایی که پخش برنامه‌های تلویزیونی کشورهای مختلف را بر عهده دارند، می‌توانند اسباب تضعیف وحدت نمادی جامعه را فراهم کنند (چلبی، 1375: 139). همچنین، سقازاده و کریم‌خانی (1381) بر نقش منفی ماهواره بر هویت تأکید نموده و معتقدند شبکه‌های ماهواره‌ای در قالب میان برنامه‌ها و آگهی‌ها،

مظاهر ضد اخلاقی را تبلیغ می‌کنند. از دیدگاه آزادارمکی بیننده و شنونده برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی و ماهواره‌ای بودن، به معنای تفاوت نگرش و رفتار با کسانی است که علاقه و یا امکانی برای استفاده از این رسانه ندارند (آزادارمکی، 96:1386).

در مجموع می‌توان گفت رسانه‌های الکترونیکی جدید، حامل پیام‌ها و فرهنگ خاصی هستند که با گسترش آن‌ها، آن پیامدها و فرهنگ‌ها نیز انتشار می‌یابد. رسانه‌های الکترونیکی جدید در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشراورزی به وجود می‌آورند، "هویت‌ها" را نیز در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با هویت‌های عصر اول رسانه‌ها با دوران مدرن است. در ایران نیز نفوذ سریع و گسترده وسایل الکترونیکی جدید باعث شده است تا تغییر هویت نزد جوانان ایرانی خیلی زود بوجود بیاید. رسانه‌های الکترونیکی جدید از نظر هویتی، وضعیت تازه‌ای ایجاد کرده‌اند که بسیاری از جوانان کاربر این وسایل در ایران هم اکنون مثل غربیان رفتار می‌کنند (شیخاوندی، 1384: 301).

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به مباحث ارائه شده در طرح مسأله و مباحث نظری، فرضیه‌های تحقیق شامل موارد ذیل می‌باشد:

- 1- بین میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت فردی شهروندان رابطه وجود دارد.
- 2- بین میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت اجتماعی شهروندان رابطه وجود دارد.
- 3- بین میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت ملی شهروندان رابطه وجود دارد.
- 4- بین میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت دینی شهروندان رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

این مطالعه از نوع پیمایش اجتماعی بوده و اطلاعات تحقیق با استفاده از تکنیک پرسشنامه توأم با مصاحبه جمع‌آوری گردیده است. در این پژوهش، برای سنجش هر یک از متغیرهای اصلی پژوهش از گویه‌های مربوطه در قالب طیف لیکرت استفاده گردیده است. در این ارتباط، برای سنجش هویت ملی از 9 گویه (آزادارمکی و غفاری، 94:1383)، هویت دینی از 18 گویه (همان، 102 و 103)، هویت اجتماعی از 5 گویه (نیازی، 16:1384) و برای سنجش هویت فردی از 10 گویه (بورک، 837:1991) استفاده گردیده است. اعتبار و روایی

گویه‌های طیف در آزمون مقدماتی و نهایی مورد تأیید قرار گرفته است. پس از جمع آوری داده‌های تحقیق، با استفاده از برنامه کامپیوتری SPSS و فعالیت‌های آماری مربوطه، تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق صورت گرفته است.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری پژوهش شامل جمعیت فعال شهر کاشان در سال 1389 (بر مبنای سرشماری سال 1385) می‌باشد. با بهره‌گیری از فرمول نمونه‌گیری کوکران تعداد 456 نفر به عنوان حجم نمونه تعیین و با استفاده از روش سهمیه‌ای تصادفی افراد مورد مطالعه انتخاب گردیده‌اند. روش تعیین حجم نمونه در فرمول زیر ارایه گردیده است:

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} \quad \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.045)^2} = 455$$

$$n = \frac{1}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} (455)$$

ارایه یافته‌ها و تجزیه و تحلیل

الف) توصیف داده‌ها

در این بخش داده‌های تحقیق در سه بخش مشخصات فردی، میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت ارایه و توصیف گردیده است.

1- مشخصات فردی پاسخگویان

یافته‌های تحقیق در ارتباط با مشخصات فردی پاسخگویان بیانگر این امر است که از مجموع 456 پاسخگو، 37/7 درصد از آنان زن و 62/3 درصد آنان مرد می‌باشند. 55/7 درصد از پاسخگویان در گروه سنی 15-30 سال، 36/8 درصد 31-50 سال و 6/6 درصد نیز بالای 50 سال می‌باشند. همچنین، 48/2 درصد پاسخگویان مجرد و 51/8 درصد متأهل می‌باشند. شغل 18/9 درصد کارمند و فرهنگی، 22/8 درصد محصل و دانشجو، 18/9 درصد خانه‌دار، 24/1 درصد آزاد، 3/9 درصد دکتر و مهندس و 3/9 درصد از پاسخگویان کارگر ساختمانی و کشاورز می‌باشد. همچنین، 7/5 درصد از آنان نیز بیکار و یا بازنشسته بوده‌اند. علاوه بر آن، سطح تحصیلات 20/6 درصد از پاسخگویان کمتر از دیپلم، 46/5 درصد دیپلم و 32/9 درصد نیز بالای دیپلم می‌باشد.

2- میزان استفاده از ماهواره

در این تحقیق، میزان استفاده از ماهواره به عنوان متغیر مستقل تحقیق، با استفاده از سه شاخص استفاده از ماهواره، تعداد سال‌های استفاده از ماهواره و تعداد ساعات استفاده از ماهواره در شبانه‌روز بررسی گردیده است. در جدول زیر، یافته‌های تحقیق در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های میزان استفاده از ماهواره ارایه شده است.

جدول شماره (1): توزیع فراوانی مطلق و نسبی پاسخ‌های پاسخگویان به شاخص‌های استفاده از ماهواره

درصد	فراوانی	موارد	
46/9	214	خیر	استفاده از ماهواره
53/1	242	بلی	
9/2	42	عدم استفاده	تعداد سال‌های استفاده از ماهواره
35/6	164	کمتر از 2 سال	
8/3	38	2-8 سال	
46/9	212	9-12 سال	
15/8	72	عدم استفاده	تعداد ساعات استفاده از ماهواره در شبانه‌روز
26/3	120	1-2 ساعت	
11	50	3-5 ساعت	
46/9	214	6 ساعت و بیشتر	
-	456	جمع	

یافته‌های پژوهش حاکی از این امر است که 53/1 درصد از پاسخگویان از ماهواره استفاده می‌کنند و 46/9 درصد از آنان از ماهواره استفاده ننموده‌اند. در ارتباط با تعداد سال‌های استفاده از ماهواره، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد 9/2 درصد از پاسخگویان کمتر از 2 سال، 35/6 درصد بین 2-8 سال و 8/3 درصد بین 9-12 سال از ماهواره استفاده می‌کنند. همچنین، 46/9 درصد از آنان هیچ‌گونه استفاده‌ای از ماهواره نداشته‌اند. علاوه بر آن، یافته‌های تحقیق در ارتباط با تعداد ساعات استفاده از ماهواره در هر روز بیانگر این امر است که 15/8 درصد از پاسخگویان به مدت 1 تا 2 ساعت در شبانه‌روز از ماهواره استفاده می‌کنند، 26/3 درصد 3-5 ساعت، 11 درصد 6 ساعت به بالا در هر شبانه‌روز از برنامه‌های ماهواره استفاده می‌کنند.

با توجه به سه شاخص فوق، میزان استفاده پاسخگویان از برنامه‌های ماهواره به دست آمده است. در جدول شماره 2 توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر مبنای میزان استفاده

از ماهواره ارایه گردیده است.

جدول شماره (2): توزیع فراوانی مطلق و نسبی میزان استفاده پاسخگویان از ماهواره

مورد	فراوانی	درصد
اصلاً یا کم	214	46/9
متوسط	188	41/7
زیاد	54	11/4
جمع	456	100

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد 46/9 درصد از پاسخگویان تاکنون از برنامه‌های ماهواره استفاده ننموده و یا در حد بسیار کم استفاده نموده‌اند. همچنین، 41/7 درصد در حد متوسط و 11/4 درصد در حد زیاد از برنامه‌های ماهواره استفاده می‌نمایند.

3- هویت

در این بخش، یافته‌های تحقیق در ارتباط با هر یک از ابعاد هویت ملی، هویت اجتماعی، هویت دینی و هویت شخصی پاسخگویان ارایه گردیده است.

3-1) هویت ملی

در این تحقیق برای سنجش هویت ملی پاسخگویان با استفاده از پژوهش آزاد ارمکی و غفاری (94:1383)، از 9 گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. در جدول زیر توزیع درصدی پاسخ‌های پاسخگویان نسبت به هر یک از گویه‌های طیف هویت ملی ارایه گردیده است.

جدول شماره (3): توزیع درصدی پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های طیف هویت ملی

گویه‌ها	موافق	تاحدودی	مخالف	جمع
اگر امنیت کشورم به خطر بیافتد حاضرم از آن دفاع کنم.	40/8	41/2	18/0	100
من افتخار می‌کنم که ایرانی هستم.	35/1	39/5	25/4	100
گاهی اوقات از اینکه ایرانی هستم احساس حقارت می‌کنم.	31/6	47/4	21/1	100
آرزو می‌کنم در یک کشور اروپایی به دنیا آمده بودم.	38/3	40/8	21/1	100
زبان فارسی رمز هویت ایرانیان است.	48/2	42/5	9/2	100
هنر نزد ایرانیان است و بس.	39/5	40/8	19/7	100
شاهنامه فردوسی حافظه ملی و سند هویت ما ایرانیان است.	51/8	33/3	14/9	100
هر ایرانی به داشتن بزرگانی مثل حافظ و مولوی افتخار می‌کند.	61/8	27/2	11/0	100

اعتبار و روایی گویه‌های طیف با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ($a=0/78$) مورد تأیید قرار گرفته است. کرانه پایین نمرات طیف 8، کرانه بالای نمرات 25 و دامنه تغییر نمرات در جامعه آماری مورد بررسی 17 بوده است. با تقسیم دامنه تغییر بر عدد سه با فواصل برابر، جدول توزیع فراوانی و درصدی زیر به دست آمده است.

جدول شماره (4): توزیع فراوانی مطلق و نسبی میزان هویت ملی پاسخگویان

درصد	فراوانی مطلق	هویت ملی
28/5	130	بالا
57/9	264	متوسط
13/6	62	پایین
100	456	جمع

براساس یافته‌های جدول شماره 4 میزان هویت ملی در بین 28/5 درصد از پاسخگویان در سطح بالا، 57/9 درصد در سطح متوسط و 13/6 درصد در سطح پایین می‌باشد.

2-3) هویت اجتماعی

در این تحقیق برای سنجش هویت اجتماعی پاسخگویان با استفاده از پژوهش نیازی (16:1384) از 5 گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. در جدول زیر، پاسخ‌های پاسخگویان به هر یک از گویه‌های طیف هویت اجتماعی نشان داده شده است.

جدول شماره (5): توزیع درصدی پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های طیف هویت اجتماعی

جمع	مخالف	تاحدودی	موافق	گویه‌ها
100	22/8	46/9	30/3	از شنیدن سرود ملی احساس خوشایندی دارم.
100	23/2	43/0	33/8	موسیقی اصیل ایرانی را به موسیقی‌های دیگر ترجیح می‌دهم.
100	30/3	48/2	21/5	به فرهنگ و رسوم جامعه علاقه دارم.
100	15/4	53/5	31/1	هرکاری از دستم برآید برای کشورم انجام می‌دهم.
100	20/6	28/9	50/4	پیروزی در مسابقات بین‌المللی باعث افتخار من است.

اعتبار و روایی گویه‌های طیف با توجه به نتایج آزمون آلفای کرونباخ ($a=0/760$) مورد تأیید قرار گرفته است. کرانه پایین نمرات 5، کرانه بالای آن 15 و دامنه تغییر نمرات در جامعه آماری مورد مطالعه 10 می‌باشد. با تقسیم جامعه آماری به عدد سه با فواصل برابر، جدول توزیع فراوانی زیر به دست آمده است.

جدول شماره (6): توزیع فراوانی مطلق و نسبی میزان هویت اجتماعی پاسخگویان

درصد	فراوانی مطلق	هویت اجتماعی
39/0	178	بالا
39/9	182	متوسط
21/1	96	پایین
100	456	جمع

براساس یافته‌های پژوهش، میزان هویت اجتماعی 39 درصد از پاسخگویان در حد بالا، 39/9 درصد در حد متوسط و 21/1 درصد در حد پایین می‌باشد.

3-3) هویت دینی

در این پژوهش برای سنجش هویت دینی پاسخگویان از 18 گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شده است (آزادارمکی و غفاری، 103:1383 و 102). در جدول زیر توزیع درصدی پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های طیف هویت دینی ارائه گردیده است.

جدول شماره (7): توزیع درصدی پاسخ پاسخگویان به گویه‌های طیف هویت دینی

جمع	مخالف	تاحدودی	موافق	گویه‌ها
100	5/7	28/5	65/8	زندگی پس از مرگ وجود دارد.
100	1/3	10/5	88/2	خداوند ناظر بر همه اعمال ماست.
100	11/8	29/8	58/3	هرکس نتیجه همه اعمال خود را در آخرت می‌بیند.
100	29/4	50/9	19/7	من علاقه‌ای به رفتن به اماکن مذهبی را ندارم.
100	18/4	53/9	27/6	من به حقیقت دین اسلام آگاهی دارم.
100	17/1	38/2	44/7	چون والدینم به من گفته‌اند اسلام خوب است آن را پذیرفته‌ام و در واقع شناخت زیادی از آن ندارم.
100	17/5	66/2	16/2	بارها در مورد عقاید دینی خود فکر کرده‌ام و اکنون باور دینی روشنی دارم.
100	28/9	37/3	33/3	هر وقت به مشکلی برمی‌خورم سعی می‌کنم قرآن بخوانم.
100	15/8	44/3	39/9	یکی از معیارهای من برای انتخاب همسر پایبندی به دین و فرائض دینی است.
100	4/8	48/2	46/9	من در برنامه روزمره زندگی‌ام بخشی را برای راز و نیاز به خدا اختصاص می‌دهم.
100	27/6	41/7	30/7	با بد حجایی باید به شدت برخورد کرد.
100	4/4	18/9	76/8	با ظهور حضرت مهدی جهان پر از عدل و داد می‌شود.
100	43/9	34/2	21/9	اگر امر به معروف و نهی از منکر رها شود فساد جامعه را می‌گیرد.
100	28/9	47/8	23/2	شرکت در مراسم مذهبی جمعی به انسان آرامش می‌دهد.

اعتبار و روایی گویه‌های طیف با توجه به نتایج ضریب آلفای کرونباخ ($a=0/820$) مورد تأیید قرار گرفته است. کرانه پایین نمرات 23، کرانه بالا 44 و دامنه تغییر 21 می‌باشد. با ترکیب نمرات شاخص‌های فوق و تقسیم آن به فواصل برابر، میزان هویت دینی پاسخگویان به دست آمده است.

جدول شماره (8): توزیع فراوانی مطلق و درصدی پاسخگویان بر مبنای میزان هویت دینی

درصد	فراوانی مطلق	هویت دینی
34/6	158	بالا
49/6	226	متوسط
15/8	72	پایین
100	456	جمع

یافته‌های جدول فوق بیانگر این امر است که میزان هویت دینی 36/6 درصد از پاسخگویان در سطح بالا، 49/6 درصد در حد متوسط و 15/8 درصد در حد پایین می‌باشد.

4-3) هویت فردی

در این پژوهش برای سنجش هویت فردی پاسخگویان از 10 گویه (بورک، 1999: 837) در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. در جدول زیر توزیع درصدی پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های طیف هویت فردی ارائه گردیده است.

جدول شماره (9): توزیع فراوانی درصدی پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های طیف هویت فردی

جمع	مخالف	تاحدودی	موافق	گویه‌ها
100	32/9	56/1	11/0	در تعیین اهداف بلندمدت دچار مشکل هستم.
100	46/9	34/6	18/4	در انتخاب شغل تردید دارم.
100	41/2	37/7	21/1	الگوی مناسبی برای دوستی و رفاقت ندارم.
100	26/8	61/0	12/3	رفتارهای من همیشه مناسب نیست.
100	13/6	63/6	22/8	در شناخت و معرفت دینی اشکال دارم.
100	3/1	42/1	54/8	به ارزش‌های اخلاقی توجه خاصی دارم.
100	2/6	34/2	63/2	به عهد و تعهدی که به دیگران می‌بندم بسیار وفا دارم.
100	32/9	41/2	25/9	معمولاً در تنظیم وقت‌های روزانه دچار اختلال می‌شوم.
100	44/7	43/4	11/8	الگوی مشخصی برای تشکیل خانواده ندارم.
100	65/8	27/6	6/6	فکر می‌کنم آدم زیاد به درد بخوری نیستم.

اعتبار و روایی گویه‌های طیف با توجه به نتایج ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/790$) مورد تأیید قرار گرفته است. کرانه پایین نمرات 13، کرانه بالا 28 و دامنه تغییر در جامعه آماری 15 می‌باشد. با ترکیب نمرات شاخص‌های فوق و تقسیم آن بر عدد 3 با فواصل برابر، میزان هویت فردی پاسخگویان به دست آمده است.

جدول شماره (10): توزیع فراوانی مطلق و نسبی میزان هویت فردی پاسخگویان

درصد	فراوانی مطلق	هویت فردی
20/2	92	بالا
72/4	330	متوسط
7/5	34	پایین
100	456	جمع

یافته‌های جدول شماره 10 بیانگر این امر است که میزان هویت 20/2 درصد از پاسخگویان در سطح بالا، 72/4 درصد در سطح متوسط و 7/5 درصد در سطح پایین می‌باشد.

ب) تجزیه و تحلیل

در این بخش، رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و هر یک از ابعاد چهارگانه هویت مورد بررسی قرار گرفته است. در جدول زیر رابطه متغیرهای فوق نشان داده شده است.

جدول شماره (11): رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و هر یک از ابعاد چهارگانه هویت

هویت فردی (درصد)				میزان استفاده از ماهواره
جمع	بالا	متوسط	پایین	
100	27/3	45/5	27/3	اصلاً
100	7/1	59/5	33/3	کم
100	5/7	84/0	10/4	متوسط
100	7/4	77/8	14/8	زیاد
100	7/5	72/4	20/2	جمع
$r_s = 0/114$		$Sig = 0/85$		آماره
هویت اجتماعی (درصد)				میزان استفاده از ماهواره
جمع	بالا	متوسط	پایین	
100	72/7	27/3	0	اصلاً

100	22/6	40/5	36/9	کم
100	18/9	46/2	34/9	متوسط
100	3/7	18/5	77/8	زیاد
100	21/1	39/9	39/0	جمع
$r = -0/39$		$Sig = 0/00$		r_s
هویت ملی (درصد)				
جمع	بالا	متوسط	پایین	میزان استفاده از ماهواره
100	100	0	0	اصلاً
100	22/6	73/8	3/6	کم
100	9	64/2	34/9	متوسط
100	0	7/4	92/6	زیاد
100	13/6	57/9	28/5	جمع
$r_s = -0/69$		$Sig = 0/00$		r_s
هویت دینی (درصد)				
جمع	بالا	متوسط	پایین	میزان استفاده از ماهواره
100	54/5	45/5	0	اصلاً
100	15/5	54/8	29/8	کم
100	14/2	51/9	34/0	متوسط
100	7/4	25/9	66/7	زیاد
100	15/8	49/6	34/7	جمع
$r_s = -0/36$		$Sig = 0/03$		r_s

یافته‌های پژوهش در ارتباط با رابطه میزان استفاده از ماهواره و هویت فردی پاسخگویان بیانگر میزان هویت در سطح نسبتاً بالا به میزان 27/3 درصد در بین افرادی است که اصلاً از ماهواره استفاده ننموده‌اند. این میزان در بین افرادی که در میزان‌های مختلف از ماهواره استفاده نموده‌اند به شدت کاهش یافته و به 5/7 و 7/4 درصد رسیده است. همچنین، میزان هویت اجتماعی در سطح بالا در بین افرادی که از ماهواره استفاده ننموده‌اند در بالاترین حد خود یعنی 72/7 درصد بوده است. با استفاده از ماهواره، میزان هویت اجتماعی پاسخگویان کاهش یافته است، به گونه‌ای که میزان هویت اجتماعی در بین افرادی که در حد کم و متوسط از ماهواره استفاده نموده‌اند به میزان 22/6 و 18/9 درصد کاهش یافته است. همچنین، شاهد کاهش شدید میزان هویت اجتماعی در بین افرادی که در حد زیاد از ماهواره استفاده نموده‌اند یعنی 3/7 درصد می‌باشیم. متقابلاً، میزان هویت در حد پایین در بین افراد با میزان استفاده زیاد از ماهواره به میزان 77/8 درصد بوده است که

این میزان در بین گروه با استفاده کم از ماهواره به میزان 36/9 درصد کاهش یافته است. نتایج فعالیت آماری مربوطه که با توجه به رتبه‌ای بودن متغیرهای مورد بررسی از آزمون اسپیرمن براون استفاده گردیده است ($r_s = -0/39$) بیانگر وجود رابطه معنی‌دار در سطح اطمینان 99 درصد بین دو متغیر میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت اجتماعی در جامعه‌ی آماری مورد بررسی می‌باشد. منفی بودن ضریب همبستگی به دست آمده، رابطه معکوس دو متغیر فوق را نشان می‌دهد. بدین ترتیب با افزایش میزان استفاده از ماهواره، شاهد کاهش میزان هویت اجتماعی در جامعه آماری مورد مطالعه می‌باشیم.

در بررسی رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت ملی، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند میزان هویت پایین در بین افرادی که در حد زیاد از ماهواره استفاده نموده‌اند به میزان 92/6 درصد بوده است. این میزان در بین افراد با استفاده متوسط و کم از ماهواره به ترتیب به 34/9 و 3/6 درصد کاهش یافته است. متقابلاً، میزان بالای هویت ملی در بین افرادی که اصلاً از ماهواره استفاده ننموده‌اند به میزان 100 درصد بوده است. با استفاده از ماهواره در سطوح مختلف شاهد کاهش میزان هویت ملی نزد پاسخگویان می‌باشیم. نتایج فعالیت آماری مربوطه با استفاده از آزمون اسپیرمن ($r_s = -0/695$) وجود رابطه معنی‌دار در سطح اطمینان 99 درصد بین دو متغیر فوق را نشان می‌دهد. نوع رابطه منفی بوده و بیانگر رابطه معکوس دو متغیر فوق می‌باشد. همچنین، یافته‌های پژوهش در ارتباط با رابطه بین میزان استفاده از ماهواره و میزان هویت دینی پاسخگویان بیانگر این امر است که میزان هویت دینی در سطح پایین در بین افرادی که بالاترین میزان استفاده از ماهواره را داشته‌اند در بالاترین حد خود یعنی 66/7 درصد بوده است. با کاهش میزان استفاده از ماهواره، شاهد کاهش میزان هویت دینی در سطح پایین می‌باشیم. متقابلاً، با مشاهده میزان هویت دینی در سطح بالا و مقایسه آن در بین افراد با سطوح مختلف میزان استفاده از ماهواره، بالاترین میزان هویت دینی در حد بالا در بین افرادی که اصلاً از ماهواره استفاده نمی‌کنند (به میزان 54/5 درصد) ملاحظه گردیده است. این میزان در بین افراد با میزان استفاده کم، متوسط و زیاد از ماهواره، به ترتیب به 15/5، 14/2 و 7/4 درصد کاهش یافته است. نتایج فعالیت آماری مربوطه با استفاده از آزمون اسپیرمن ($r_s = -0/366$) وجود رابطه معنی‌دار در سطح اطمینان 95 درصد بین دو متغیر فوق را نشان می‌دهد. همچنین، منفی بودن نوع رابطه، بیانگر رابطه معکوس بین دو متغیر فوق می‌باشد.

یافته‌های این پژوهش مبنی بر نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای بر فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی با مباحث صاحب‌نظران در این زمینه قرابت و همخوانی دارد.

ژان کازنو به نقش توده سازی وسایل ارتباط جمعی و امحای خرده فرهنگ‌ها تأکید نموده است (ساروخانی، 1386). پترسون به اثرات ماهواره در ایجاد تزلزل در فرهنگ به عنوان منبع هویت بخشی و ایجاد بحران فرهنگ اشاره نموده است (پترسون، 1999). گیدنز، اثرات ماهواره را در فرایند جهانی شدن با ایجاد تحول در فضا و زمان و زندگی اجتماعی مورد بررسی قرار داده است (گیدنز، 1994). همچنان که، این امر در دیدگاه لیون (1999) تحت عنوان تزلزل در پایه‌های باور و ایمان و عدم قطعیت در همه حوزه‌های زندگی اجتماعی بیان گردیده است. جاکوبسن معتقد است وسایل ارتباطی از طریق تکرار نمادها یا رفتارها توده‌های وسیع انسانی را شرطی ساخته و عادت‌های تازه در آنها شکل می‌دهند (کازنو، 1364). سورین و تانکارد (1381) با طرح فرضیه شکاف آگاهی، به تغییر اساسی معادلات اجتماعی و فرهنگی در بین افرادی که دسترسی به اطلاعات داشته و یا ندارند، اشاره نموده است. مک لوهان با طرح ایده دهکده جهانی، رسانه‌های الکترونیکی را موجب آگاهی ژرف تازه‌ای تلقی می‌کند که تبدیل به نظم و ایمان در مخاطب می‌گردد (دادگران، 1388). از دیدگاه کاستلز (1380)، دگرگونی فناورانه و یا شاهراه اطلاعاتی، ماهیت ارتباطات را دستخوش دگرگونی بنیادین ساخته و به تبع آن، دگرگونی‌های بنیادی در فرهنگ شکل می‌گیرد و در واقع، فرهنگ نوینی ظهور می‌یابد. جان فیدر (1380) بر اثرات ماندگار ماهواره بر شخصیت و هویت انسان‌ها تأکید نموده است. رابرتسون معتقد است تکنولوژی ارتباطات، سنت‌ها و الگوهای فرهنگی و اجتماعی و نسلی جوامع و روابط نسلی آنها را دستخوش چالش و دگرگونی ساخته است (بیات، 1382). یورگن هابرماس (1384) ظهور فناوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال را موجب کم رنگ نمودن تفاوت‌ها و سست نمودن بنیان سنت‌های محلی قلمداد نموده است.

علاوه بر آن، الوین تافلر (1375) با تأکید بر نقش دوگانه ماهواره، تکنولوژی ماهواره‌ای را به عنوان تهدیدی برای فرهنگ و هویت ملی تلقی می‌نماید. دیوید رایزمن به نقش ظهور وسایل ارتباط جمعی نوین در شکل‌دهی الگوهای حیات جمعی پرداخته و بحران هویت را از ویژگی‌های این دوران بیان نموده است. پاستر (1378) به نقش ماهواره در دگرگونی گسترده فرهنگ و هویت فرهنگی تأکید نموده است. رونالد اینگلهارت معتقد است اشاعه رسانه‌های جمعی منجر به تغییر ارزش‌ها و شکاف ارزش‌های نسلی می‌گردد (بوسفی، 1380). مک کوئیل (1382)، افزایش تناقضات در روابط انسانی را از کارکردهای ماهواره تلقی نموده است.

علاوه بر آن، نتایج پژوهش با یافته‌های پژوهشی محققین در این مورد قرابت دارد. نتایج تحقیق لئونارد دوب در آفریقا، نقش وسایل ارتباط جمعی در تغییر و تحول فرهنگ را نشان داده

است (شرایب، 1355). نتایج تحقیق گریبیر به تأثیر تماشای تلویزیون بر باورها و کاشت نگرش-های صاحبان برنامه‌های تلویزیونی تأکید دارد.

همانگونه که گریبیر بیان داشته است تماشای زیاد تلویزیون به عنوان «کاشت» نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهانی که برنامه‌های تلویزیونی را به تصویر می‌کشند هماهنگ است (سمیت، 1369). یافته‌های پژوهش چیت‌ساز قومی (1385) با عنوان "جامعه ایرانی، هویت دینی و چالش‌های آن" نشان می‌دهد عواملی مانند رسانه‌های جمعی (فیلم، ماهواره و اینترنت) از جمله عواملی هستند که تأثیر منفی بر هویت دینی دارند. در پژوهشی دیگر، نشان داده شده است کسانی که ارتباط ذهنی و عاطفی با غرب دارند، در مقایسه با دیگران گرایش ضعیف‌تری به هویت ملی دارند (بانی، 1381:181). در تحقیق توکلی نیک (1380) و رحیمی (1380)، دانش‌آموزان، جذاب بودن فرهنگ غرب و تبلیغات بیش از حد آن را از عوامل اصلی گرایش به فرهنگ غرب قلمداد نموده‌اند.

پژوهش محمد رضایی و همکاران (1387) که با هدف شناخت مقایسه‌ای نقش و جایگاه تلویزیون ایران و کشورهای بیگانه در پر کردن اوقات فراغت جوانان در استان گلستان صورت گرفته است، به نقش تلویزیون‌های بیگانه در هویت جوانان پرداخته است (خوشفر، 1387). در تحقیقی دیگر در سال 1386 که توسط لاریجانی و ملکی تبار با موضوع بررسی راهبردی-امنیتی تأثیرات ماهواره بر باورهای جوانان انجام شده است، وضعیت باورهای دینی و عقیدتی و پایبندی به ارزش‌های دینی و نیز ملی‌گرایی دو گروه از جوانان بیننده برنامه‌های ماهواره و آنهایی که بیننده برنامه‌های ماهواره نمی‌باشند، مطالعه شده است. جمعیت نمونه در این مطالعه 1022 نفر از جوانان شهر تهران می‌باشد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد میزان باورهای دینی، پایبندی به ارزش-های دینی و ملی‌گرایی کسانی که برنامه‌های ماهواره را تماشا می‌کنند متفاوت از کسانی است که بیننده برنامه‌های ماهواره‌ای نیستند.

در پژوهش رمضانی (1388) تحت عنوان "مقایسه نوع هویت دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی استفاده‌کننده از ماهواره و شبکه‌های خارجی تلویزیون و گروه غیر استفاده‌کننده"، دانش‌آموزان مراکز پیش‌دانشگاهی شهر ایلام مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این پژوهش بر این نکته تأکید شده است که برنامه‌های ماهواره‌ای عادی، الگوهای فرهنگی ویژه‌ای است که می‌تواند بر هویت شخصی، ملی و مذهبی شهروندان مؤثر باشد. بر اساس نتایج این تحقیق، استفاده از ماهواره، هویت ملی نوجوانان را کاهش داده و احساس عدم تعلق به هویت ملی را افزایش می‌دهد. علاوه بر آن، استفاده از ماهواره و شبکه‌های خارجی تلویزیون بر هویت مذهبی نوجوانان تأثیر دارد.

منابع

- آزادارمکی، تقی. (1383). هویت‌سازی و بحران هویت در ایران، در: علیخانی، علی‌اکبر (1383)، هویت در ایران، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی، اجتماعی.
- آزادارمکی، تقی. (1386). فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن، تهران، انتشارات تمدن ایرانی.
- آزادارمکی، تقی و غفاری، غلامرضا. (1383). جامعه‌شناسی نسلی در ایران، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- آلپورت، گوردن دبلیو، جونز، ادوارد دی‌ای. (1371). روانشناسی اجتماعی از آغاز تاکنون (ترجمه م. ت. منشی طوسی)، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.
- ابوطالبی، ابوتراب. (1377). بیگانگی اجتماعی: بررسی تعلقات ارزشی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان‌های شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- احدی، حسن و محسنی، نیک‌چهر. (1382). روانشناسی رشد، تهران، نشر بنیاد.
- ارجمندی، غلامرضا. (1380). سه مقاله درباره ارتباطات و رسانه‌های جمعی، تهران، دانشگاه پیام نور.
- اسمیت، آنتونی. (1369). ژئوپلیتیک اطلاعات (ترجمه ف. شیروانی)، تهران، نشر خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران.
- اشرفی، الف. (1380). بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب، بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای غربی (رپ و هووی‌متال) در تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- الطایبی، علی. (1378). بحران هویت قومی در ایران، تهران، نشر شادگان.
- بارت، مارتین. (1381). شکل‌گیری هویت ملی در کودکی و نوجوانی (ترجمه م. شهابی)، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره 2.
- باوند، کیوس. (1377). تاریخ تطبیقی باستانی ایران تا خاتمه شاهنشاهی داریوش سوم، تهران، انتشارات گوتنبرگ.
- پاستر، مارک. (1378). عصر دوم رسانه‌ها (ترجمه غ. صالحیار)، تهران، مؤسسه ایران.
- تاجیک، محمدرضا. (1379). روشنفکر ایرانی و معماری هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره 5.
- تافلر، الوین. (1375). جابه‌جایی در قدرت (ترجمه ش. خوارزمی)، تهران، نشر علم.
- توکلی‌نیک، خدیجه. (1380). بررسی نگرش دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تهران در مورد تهاّم فرهنگی و شیوه‌های مقابله با آن، تهران، شورای تحقیقات آموزش و پرورش تهران.

- جنکینز، ریچارد. (1381). *هویت اجتماعی* (ترجمه ت. یاراحمدی). تهران، نشر و پژوهش شیرازه.
- چلبی، مسعود. (1375). *جامعه شناسی نظم*، تهران، نشر نی.
- چلبی، مسعود. (1378). *میزگرد وفاق اجتماعی (2)*، فصلنامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره 1.
- چیت‌ساز قومی، محمدجواد. (1385). *جامعه ایرانی، هویت دینی و چالش‌های آن*، در: منصورنژاد، محمد (1385) *دین و هویت*، تهران، مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- حاجیان، ابراهیم. (1379). *تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه*، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره 5.
- خوشفر، غلامرضا. (1387). *تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر اخلاق اجتماعی نوجوانان*، دانشکده علوم انسانی و اقتصادی دانشگاه مازندران.
- دادگران، محمد. (1388). *مبانی ارتباطات جمعی*، تهران، انتشارات فیروزه.
- دانسی، مارسل. (1387). *نشانه‌شناسی رسانه‌ها* (ترجمه گ. میرانی و ب. دوران)، تهران، نشر آنیسه‌نما.
- رابرتسون، جفری. (1383). *جنایت علیه بشریت*، مشهد، دانشگاه علوم اسلامی رضوی.
- ربانی، جعفر. (1381). *هویت ملی*، تهران، انتشارات انجمن اولیاء و مربیان.
- رجائی، فرهنگ. (1373). *هویت و بحران هویت ایرانی*، مجله جامعه سالم، شماره 24.
- رحیمی، عزیزالله. (1380). *بررسی مظاهر و پیامدهای تهاجم فرهنگی در آموزش و پرورش*، مشهد، جهاد دانشگاهی.
- رشیدپور، ابراهیم. (1348). *نقش رسانه‌ها در تحولات اجتماعی*، مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.
- رضانی، رحمت. (1388). *مقایسه نوع هویت دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی استفاده‌کننده از ماهواره و شبکه‌های تلویزیونی خارجی و گروه غیراستفاده‌کننده در شهر ایلام*، ایلام.
- رواسانی، شاپور. (1385). *زمینه‌های اجتماعی هویت ملی*، تهران، مرکز بازشناسایی اسلام و ایران (انتشارات باز)، چاپ دوم.
- ریتزر، جورج. (1377). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دنیای معاصر* (ترجمه م. ثلاثی)، تهران، انتشارات علمی.
- ساروخانی، باقر. (1386). *جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران، انتشارات اطلاعات.
- سقزاده، محمد و کریم‌خانی، حمزه. (1381). *هجوم خاموش، ماهنامه دیدار آشنا*، شماره 6.

- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (1381). *نظریه‌های ارتباطات* (ترجمه ع. دهقان)، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- شرام، ویلبر (1368)، *روانشناسی و ارتباط* (ترجمه م. ر. طالبی‌نژاد)، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
- شرایبر، ژان لوئی. (1355). *نیروی پیام* (ترجمه س. حبیبی)، نشر رادیو و تلویزیون ملی ایران.
- شرفی، محمدرضا. (1381). *جوان و بحران هویت*، تهران، انتشارات سروش.
- شفرز، برنهارد. (1384). *مبانی جامعه‌شناسی جوانان* (ترجمه ک. راسخ)، تهران، نشر نی.
- شیخاوندی، داور (1380). *ناسیونالیسم و هویت ایرانی*، تهران، مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- شیخاوندی، داور (1384)، *تأخیر در تکوین هویت ایرانی در جریان تجدد، نامه انجمن جامعه‌شناسی*، شماره 6.
- صلیبا، جمیل. (1366). *فرهنگ فلسفی* (ترجمه م. صانعی دره بیدی)، تهران، نشر حکمت.
- صنیع اجلال، مریم. (1384). *درآمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی*، تهران، مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- طباطبایی، صادق. (1384). *طلوع ماهواره و افول فرهنگ* (چه باید کرد)، تهران، نشر اطلاعات.
- طباطبایی، محمدحسین. (بی تا). *اصول فلسفه و روش رئالیسم*، مقدمه و پاورقی استاد شهید مطهری، تهران، شرکت افست، سهامی عام.
- عباس‌زاده، اکبر و عباسی، مهدی. (1384). *هویت ملی و جهانی شدن؛ ویژه‌نامه همایش هویت ملی و جهانی شدن*، تهران، مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- عبداللهی، محمد. (1374). *بحران هویت و هویت جمعی دینامیسم و مکانیسم تحول آن در ایران*، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- علیخانی، علی اکبر. (1383). *هویت در ایران*، تهران، پژوهشکده علوم انسانی اجتماعی.
- فیدر، جان. (1380). *جامعه‌اطلاعاتی*، (ترجمه ع. رادباوه و ع. گیلوردی)، چاپ اول، نشر کتابدار.
- قبادی، خسرو. (1383). *عوامل بحران‌ساز هویت ملی در ایران*، در: علیخانی، علی اکبر (1383)، *هویت در ایران*، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- کازنو، ژان. (1364). *قدرت تلویزیون* (ترجمه ع. اسدی)، تهران، انتشارات امیرکبیر.

- کلانتری ندوشن، مریم. (1383). خلاصه مقالات نخستین هم‌اندیشی هویت ایرانی مفاهیم، مؤلفه‌ها و راهبردها، تهران، مرکز تحقیقات زبان و ادبیات فارسی دانشگاه تربیت مدرس.
- کاستلز، مانوئل. (1380). جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، جلد دوم: قدرت هویت، (ترجمه ح. چاوشیان)، تهران، انتشارات طرح نو.
- گل محمدی، احمد. (1381). جهانی شدن فرهنگ، هویت، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (1378). تجدد و تشخیص (ترجمه ن. موفقیان)، تهران، نشر نی.
- لاریجانی، علی و ملکی تبار، مجید. (1386). بررسی راهبردی - امنیتی تأثیرات ماهواره بر باورهای جوانان، مطالعات دفاعی استراتژیک، شماره 29.
- لک، منوچهر. (1384). بازتاب کارکرد هویت‌بخش زبان فارسی در شعر؛ مطالعه موردی سبک خراسانی و عراقی، در: گودرزی، حسین (1384)، گفتارهایی درباره زبان و هویت، تهران، مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- لک، منوچهر. (1385). رویکردی به گونه‌شناسی شعر ملی در عصر مشروطه، در: گودرزی، حسین. (1385). گفتارهایی درباره انقلاب مشروطه و هویت ملی، تهران، انتشارات تمدن ایرانی.
- مارکوزه، هربرت. (1359). انسان تک‌ساحتی (ترجمه م. مؤیدی)، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- مجتهدزاده، پیروز. (1377). هویت ایرانی در آستانه سده بیست و یکم، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال دوازدهم، شماره 129-130.
- محسنی، منوچهر. (1380). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، تهران، نشر دیدار.
- محسنیان‌راد، مهدی. (1382). ارتباط‌شناسی، تهران، سروش، جلد پنجم.
- مرشدی‌زاده، علی. (1379). نگرش نخبگان آذری نسبت به هویت ملی و منطقه‌ای، پایان‌نامه دکتری علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
- مظفر، محمدرضا. (1366). منطق (ترجمه م. صانعی دره‌بیدی)، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- مک‌کوئیل، دنیس. (1382). درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی (ترجمه پ. اجلالی)، تهران، مرکز مطالعات رسانه، چاپ اول.
- مهیمنی، محمدعلی. (1379). گفتگوی تمدن‌ها، تهران، نشر ثالث.
- نوذری، حسینعلی. (1384). نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسانی، تهران، نشر آگه.

- نیازی، محسن. (1384). *مبانی جامعه‌شناسی*، تهران، نشر اندیشه نوین.
- نیکلسون، رینولد. (1374). *تصوف انسانی و رابطه انسان و خدا*، ترجمه محمدرضا شفیعی کدکنی، تهران، نشر سخن.
- هابرماس، یورگن. (1384). *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی* (ترجمه ج. محمدی)، چاپ اول، نشر دیدار.
- یوسفی، علی. (1380). روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره 8، سال دوم.
- Appadurai, Arjun. (1998: first edition 1995). *Modernity at large: cultural Dimensions of Globalisation of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Boon, J. A. (1982). *Other Tribes, Other Scribes: Symbolic Anthropology in the Comparative Study of Cultures, Histories, Religions and Texts*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Cohen, A. P. (1985). *The Symbolic Construction of Community*, London, Tavistock.
- Giddens, A. (1994). *Beyond left and Right*, Cambridge: Polity Press.
- Hal, S. (1991). *The Local and the Global*, in A. King, *Culture, Globalization and the world-system*, New York, State University of New York at Binghamton.
- Jacobson, J. (1998). *Islam in Transition*. London: Rutledge.
- Lyon, D. (1999). *Post modernity*. Open University Press.
- Marshal, G. (1998). *Oxford Dictionary of Sociology*: London: Oxford University Press.
- *Oxford Advanced Learners Dictionary* (2001).
- Peterson, R., D. Wunder and H. Mueller. (1999). *Social Problems*. New Jersey. Prentice- Hall.
- Schwartz, Seth J. (2005). a New Identity for Identity Research: Recommendation for Expanding and Refocusing the Identity Literature, *Journal of Adolescent Research* (20), Sage Publication.
- Smith, Peter B & Bond Michel, H. (1993). *Social Psychology across Centuries*, London: Oxford University Press.