



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

زمان چاپ: ۱۴۰۰/۵/۲۲

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

بررسی پیامدهای مثبت و منفی ماهواره و اینترنت در زندگی کودکان و دگرگونی‌های اجتماعی ناشی از آن

حبیب‌الله جماعتی^۱، اکرم دیوجام^۲

۱- لیسانس جغرافیا، دانشگاه شهید بهشتی

۲- فوق‌دیپلم پرورشی، دانشگاه فرهنگیان شهید باهنر شیراز

jamaatij55@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی پیامدهای مثبت و منفی ماهواره و اینترنت در زندگی کودکان و دگرگونی‌های اجتماعی ناشی از آن انجام شد. به دنبال مدرنیته و ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به سبک زندگی بسیار کمرنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه، افراد با منابع شکل‌دهنده سبک زندگی مکرری روبه‌رو هستند و چگونگی سبک زندگی مردم شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است. سبک سنتی رعایت حجاب به تدریج در جامعه ایران در حال کمرنگ شدن بوده و نوعی نگرش مدرن به‌ویژه در میان قشرهای جوان، تحصیل کرده و جدید جای آن را می‌گیرد. امروزه با ورود ماهواره و اینترنت، ابزار قدرتمندی در اختیار محافل مختلف برای تأثیرگذاری در مسئله حجاب قرار گرفته است. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد مهم‌ترین سبک کنش اجتماعی مؤثر در رعایت حجاب، کنش ارزشی دینی بوده و سبک مؤثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است. این پژوهش به شیوه مروری انجام شده است. نتایج نشان داد سبک زندگی وابسته به انتخاب و انتخاب نیز وابسته به اطلاعات است. اطلاعات محصول فرآیند ارتباطات است. ارتباط می-تواند میان فردی و یا رسانه‌ای باشد. رسانه‌ها در زمینه اینکه فرد در حوزه‌های متفاوت چه گزینه‌هایی دارد و چه انتخاباتی می‌تواند داشته باشد، اطلاعات می‌دهند. سبک‌های زندگی نقش مهمی در خلق هویت فردی و جمعی دارد و قادرند الگوی انتخاب‌های رفتاری افراد در دنیای جدید را شکل دهند.

کلمات کلیدی: اینترنت، ماهواره، کودکان، دانش آموزان، حجاب



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

۱- مقدمه

تبدیل جوامع از سنتی به صنعتی، پیامدهای گوناگونی در بخش‌های مختلف جامعه، اعم از اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... به وجود آورده و حتی سبک زندگی جوامع را نیز دچار تغییر و تحول کرده است. امروزه نقش رسانه‌های جمعی، اعم از ماهواره و اینترنت و ... در تغییر رفتارها و سبک‌های زندگی بیش‌ازپیش به چشم می‌خورد. وسایل ارتباطی از جهت تغییراتی که در رفتار و کردار اجتماعی و تصمیمات گروهی ایجاد می‌کند، دارای اهمیت است. دگرگونی‌های اجتماعی ناشی از انقلاب‌های سیاسی، انقلاب صنعتی و شهرگرایی باعث شده که افراد سبک‌های زندگی متفاوتی را تجربه کنند (کوهی و همکاران، ۱۳۹۳). فرایند نوسازی و جهانی‌شدن از طریق فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، دگرگونی‌های عمیقی را در زندگی بشر به وجود آورده است. امروزه، کمتر جامعه‌ای را می‌توان یافت که از پیامدهای این فرایندها بی‌نصیب مانده باشد. تحولات ایجادشده، نه تنها زندگی مادی، بلکه ابعاد غیرمادی را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است. فاصله گرفتن انسان‌ها از منابع هویت‌ساز سنتی و روی آوردن به شیوه‌های جدید زندگی و تفکر، از جمله عواملی است که انسان‌ها را در تعریف کیستی خود، دچار شک و تردید می‌کند. درواقع، یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی جامعه اطلاعاتی تأثیر می‌پذیرد، سبک زندگی است.

سبک زندگی، امروزه به امری عادی و رایج تبدیل شده است: در دهه اخیر بدون سبک زندگی و هویت اجتماعی، یعنی بدون چارچوب‌های مشخصی که شباهت‌ها و تفاوت‌ها را آشکار می‌سازد، افراد یک جامعه امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار را میان خود نخواهند داشت؛ بنابراین می‌توان انتظار داشت، هرکس نوع خاصی از سبک زندگی داشته باشد. سبک زندگی را می‌توان متأثر از منابع مختلفی دانست که هر یک شیوه‌های متفاوتی از رفتار و سبک را ترویج می‌دهند؛ از جمله مهم‌ترین این منابع رسانه‌های جهانی است که بیشتر در قالب ماهواره و اینترنت قرار می‌گیرند.

نگاه‌های متفاوتی نسبت به فناوری اطلاعات و ارتباطات و اینترنت وجود دارد. آنچه مسلم است، هر پدیده‌ای به هنگام بروز، موجی از بسامدهای مثبت و منفی را با خود به همراه دارد که به‌عنوان مزایا و معایب آن پدیده یاد می‌شود. فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز از این امر مستثنا نیست و همان‌طور که دسترسی سریع به اطلاعات، ظرفیت نامحدود ذخیره‌سازی و انتقال اطلاعات، قابلیت دسترسی فرامرزی آن، قابلیت سریع و آسان دست‌کاری داده‌ها و اطلاعات را به‌عنوان شاخص‌ترین مزایای فناوری اطلاعات می‌شناسیم، همین خصوصیات مثبت می‌تواند به مسائل و مشکلات فراوانی از جمله اخلاقی و تغییر سبک زندگی بینجامد (Schul ts, ۲۰۰۶).

به دنبال مدرنیته و ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به سبک زندگی بسیار کم‌رنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه، افراد با منابع شکل‌دهنده سبک زندگی مکرری روبه‌رو هستند و چگونگی سبک زندگی مردم شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۲).

جهان مدرن متأخر به‌شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی، شالوده هویت فردی و سبک زندگی او را می‌سازد (گیندز، ۱۳۷۸). این امر اهمیت رسانه‌های ارتباطی از جمله اینترنت را در دنیای معاصر دوچندان می‌کند. اینترنت بسیار بیش از اینکه یک فناوری صرف ابزاری برای تصرف بهتر در قلمروی خارج از واقعیت زندگی باشد، فضایی است که موجب پیدایش سازوکارهایی می‌شود که به تشکیل انواع جدیدی از سوزه یاری می‌رساند.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

پاستر مورخ کانادایی، بر ویژگی تکوینی اینترنت که سازنده اشکال نوین فرهنگی و انواع جدید هویت شخصی و اجتماعی و سبک زندگی جدید است، تأکید می‌ورزد.

جامعه ایران نیز چندی است که علاوه بر گسترش فراگیر رسانه‌های همگانی (تلویزیون، رادیو و مطبوعات) ارتباطات برون‌مرزی را از طریق ماهواره و اینترنت تجربه می‌کند. این فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، با دارا بودن توأمان ویژگی‌های رسانه‌های سرد و گرم، امکان هم‌زمان ارتباط دیداری، شنیداری، گفتاری و نوشتاری را به کاربران می‌دهند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی با برخورداری از قابلیت ارتباط دوسویه، امکان برقراری ارتباط آزاد، ایمن و گمنام با افراد مختلف از هر قشر، نژاد، قومیت، ملیت و مذهب را برای کاربران فراهم می‌کنند و همین امر زمینه‌ساز شکل‌گیری جهان جدیدی به موازات جهان واقعی می‌شود که از آن به «جهان مجازی» یاد می‌کنند. کاربران و مخاطبان بر اساس اولویت‌های خویش، وارد جهان مجازی می‌شوند و رفتار و تعامل خود را در آن شکل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به دلیل کم‌رنگ بودن کارکردهای اقتصادی و تجاری آن‌ها، فضایی بیشتر بارنگ و بوی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دارند. کاربران ایرانی به‌ویژه جوانان به دلیل موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و گسترش تعامل با دیگرانی که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار اندک یا پرهزینه است، به فضای مجازی روی می‌آورند و در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت و کم‌رنگ بودن گسترده مشارکت اجتماعی در دنیای واقعی و نیز به‌منظور دستیابی و تأمین نیازهای مغفول مانده در دنیای واقعی و همچنین کسب تجربه‌های جدید و فرصت‌های بیشتر، زیستن در این فضا را به‌طور نیمه فعال یا فعال تجربه می‌کنند؛ این تجارب، بسته به میزان عمق و وسعتشان موجب بازاندیشی در هویت جوان ایرانی و متزلزل شدن جدی فرا روایت‌های موجود در اذهان آنان می‌شود و دستیابی به هویتی مدرن و بازاندیشانه را باوجود شرایط حاکم بر زندگی آنان، برایشان فراهم می‌آورد.

در برخی موارد نیز با کشیده شدن دنباله و تبعات زیستن و تعامل در این فضا به دنیای واقعی هرروزه جوانان، سبک زندگی آنان به‌طور ملموس و در سطحی انضمامی تغییر می‌کند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵).

هرچند سبک زندگی، توجه متفکران و جامعه‌شناسان کشورهای توسعه‌یافته و غربی را به خود مشغول کرده است، اما در مجموع و به‌خصوص در کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه، تحقیقات در مورد سبک زندگی، همسو با تحولات و توسعه جوامع از لحاظ صنعت، فناوری، تکنولوژی و ... رشد نکرده است و خلأهای بسیاری در این زمینه وجود دارد. در نتیجه، در این مقاله چگونگی تأثیر فناوری‌های نوین از جمله اینترنت و ماهواره روی چگونگی تغییر جنبه‌های مختلف سبک زندگی مردم مانند فرهنگ، دین، حجاب و ... و چالش‌های این فناوری‌های مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

۲ - سبک زندگی

سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که در دهه حاضر جایگاه بسیار ممتازی را در تحقیقات علوم انسانی و مخصوصاً علوم اجتماعی به خود اختصاص داده است. واقعیت این است که سبک‌های زندگی افراد از تعدد و تنوع فراوانی برخوردار است. خود موضوع سبک زندگی به صورت‌های مستقیم و غیرمستقیم از ابتدای طرح نظریات کلاسیک، از جمله نظریات کنت، دورکیم، وبر و ... تاکنون مطرح بوده است؛ بنابراین موضوع یاد شده با قدمت فراوان در تاریخ همیشه متأثر از عواملی بوده است و مخصوصاً در عصر حاضر که هر لحظه پدیده‌های اجتماعی جدیدی به منطقه ظهور می‌رسند، عوامل تأثیرگذار بر آن کثیرند (کوهی و همکاران، ۱۳۹۳).

سبک زندگی در خلال دهه هشتاد میلادی در جامعه‌شناسی و بیشتر از آن در نظریه‌های اجتماعی یک مفهوم مهم مطرح شده است و بسیاری از اندیشمندان علوم اجتماعی از جمله (گیدنز، چنی ...) و در این زمینه عقاید خود را بیان نموده‌اند.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

گیدنز ابراز می‌کند که سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردهایی تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد، چون نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌کند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران متجسم می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۰).

فردی که در جوامع مدرنتر زندگی می‌کند بیشتر هویت فردی را در سبک زندگی اش متجلی می‌سازد و بدین ترتیب سبک زندگی به گونه‌ای ملازم مدرنیته است و چون متضمن انتخاب است، مفهومی است که در فرهنگ سنتی بی‌معناست. چون در زندگی گذشته انسان‌ها، عملاً گزینشی در کار نبود. سنت یا عادات و رسوم گذشته، برنامه‌ای از پیش تعیین شده را عرضه می‌کردند که در اجرای آن نوعی جبر پنهان وجود داشت؛ اما در دنیای جدید انتخاب‌های متنوع و گوناگونی پیش روی فرد قرار می‌گیرد (خوشنویس، ۱۳۸۹). در گذشته فرد در «دوران سنت راهبر» رایزمن قرار داشت و مجبور به اطاعت محض از آداب و رسوم آبا و اجداد خود بود و کمتر می‌توانست در آن بدعت و نوآوری کند و شاید نیازی به این تغییر نمی‌دید. ولی ما با گذشت زمان با طی «دوران دگر راهبر»، وارد «دوران درون راهبر» شدیم. در این مقطع، این دگری است که مسیر و روش زندگی را به فرد آموزش می‌دهد و یا به نوعی به وی تزریق می‌کند. این دگری یا بهتر بگوییم، وسایل ارتباط جمعی سعی دارد همواره مخاطب خود را به مسائل و موضوعات خاص و مدنظر خود آگاه سازد. در این برهه هرروز چه بخواهیم و چه نخواهیم شاهد تغییرات در زندگیمان هستیم.

اکنون دنیا در جامعه اطلاعاتی به سر می‌برد و با پیشرفت‌های فناوریانه، دنیا به صورت دهکده‌ای کوچک تبدیل شده است که در آن واحد، تمام مردم دنیا از یکدیگر اطلاع و آگاهی دارند و این رابطه‌ها به گونه‌ای است که حتی سبک و سیاق زندگی‌شان را تحت الشعاع قرار داده است و همه از یک یا چند روش مشخص و یکسان پیروی می‌کنند.

هرکسی تلاش می‌کند آزادانه یک مسیر که با عقاید و سلاقی و سایر اخلاقیاتش نزدیک است را از این کانال‌های اطلاعاتی انتخاب کند و آن را در زندگی خود به عنوان (سبک زندگی) پیاده سازد. با این حال شخصی که خود را متعهد به یک شیوه زندگی معین می‌داند، انتخاب‌های دیگر را لزوماً خارج از موازین و معیارهای خویش می‌بیند و از همین عنصر «انتخاب و آزادی» است که فرد در پی ترجیحات و علایق خویش، شیوه‌ای را آگاهانه برمی‌گزیند.

سبک زندگی شامل آن‌گونه رفتارهایی که مردم حق انتخاب به دلیلی برای آن‌ها ندارند، نمی‌شود. بر همین دلیل است که هر قدر با دنیای توسعه یافته تری مواجه می‌شویم اهمیت سبک زندگی در جامعه افزایش می‌یابد.

نتایج و یافته‌های پژوهش‌های خارجی در ارتباط با موضوع سبک زندگی نشان می‌دهد که ارزش‌ها بر سبک زندگی و سبک زندگی بر رفتار مؤثر است (Brunso and Grunert, 2004). همچنین لی و ونگ (۲۰۰۷) نشان دادند که ارتباط معنیداری بین متغیرهایی نظیر سن، تحصیلات، جنس، پایگاه و سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی با سبک زندگی وجود دارد.

۱-۲- تعاریفی بر سبک زندگی

سبک زندگی رفتاری است در زندگی روزمره که هر فرد را از دیگری متمایز می‌کند. به سخن دیگر، سبک زندگی به فعالیت‌های روزانه مربوط بوده و عادت‌های پوشیدن، خوردن، پیروی از مد و محیط و توجه برای روبرو شدن با دیگران اطلاق می‌شود. عادات، رفتارها و ارزش‌ها که بنیادهای سبک زندگی را تشکیل می‌دهند، سازنده‌ی هویت شخصی افراد هستند (رضوی زاده، ۱۳۸۶).

محمد فاضلی (۱۳۸۲) در کتاب مصرف و سبک زندگی تعاریف مربوط به سبک زندگی را به دو گروه عمده تقسیم می‌کند. ۱. مجموعه تعاریفی که سبک زندگی را از جنس رفتار می‌دانند و ارزش‌ها و نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی را از دایره این مفهوم بیرون می‌گذارند. از منظر این دسته تعاریف، برای پژوهشگر شناخت سبک زندگی از جهت متمایز ساختن برخی رفتارها



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

با ویژگی‌های خاص مهم است نه منشأ شکل‌گیری آن. می‌توان به تعریف لیزر در سال ۱۹۶۳ اشاره کرد که سبک زندگی را بر اساس الگوی خرید کالا تعریف می‌کند. به نظر وی سبک زندگی نشان‌دهنده شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی و نشان‌دهنده شیوه‌های است که مصرف‌کننده در آن خرید می‌کند و به شیوه‌های که کالای خریداری شده مصرف می‌شود، بازتاب‌دهنده سبک زندگی مصرف‌کننده در جامعه است. در همین راستا نیز دیوید چینی (۱۳۷۸) سبک زندگی را سازمان اجتماعی مصرف می‌نامد. به اعتقاد وی سبک زندگی راه الگومند مصرف، درک یا ارج نهادن به محصولات فرهنگ مادی است. ۲. دسته دوم تعاریف سبک زندگی، تعاریفی هستند که بیشتر جنبه روان‌شناختی دارند و در تعریف این مفهوم جمع رفتار و ذهنیت را در نظر می‌گیرند. این دسته تعاریف ابتدا در مطالعات بازاریابی و بازاریاب‌پژوهی ظهور یافته و سپس گسترش پیدا کردند. در این تعریف، رفتار مصرف‌کننده عبارت است از فعالیت‌های ذهنی، عاطفی و فیزیکی که مردم به هنگام انتخاب کردن، خریدن و مصرف کردن محصولات و خدمات برای برآوردن نیازهای خود انجام می‌دهند. بدین ترتیب چنین مطالعاتی سبک زندگی را مقوله‌ای رفتاری (شامل فعالیت‌ها) و ذهنی (شامل علائق) دانسته و گروه‌بندی سبک زندگی را نیز بر همین مبنا صورت می‌دهند.

۲-۲- ویژگی‌های سبک زندگی

خصیصه گروهی و سبک زندگی: این سؤال مهم است که سبک زندگی ویژه فرد یا گروه است؟ به دلیل الزام ناشی از کلمه سبک که دلالت به وجه گروهی و فردی دارد، نمی‌توانیم میان یک از این دو انتخاب کنیم؛ اما در مفهوم ارزش جامعه‌شناختی باید وجه گروهی آن را مدنظر گرفت. سبک زندگی به معنای مجموعه رفتاری دارای سبک است که اصلی محوری بر آن حاکم باشد و بتوان این مجموعه را خصیصه گروه دانست.

فقط ذکر این توضیح لازم است که این گروه موجودیتی نیست که اعضای آن با تعامل دائم داشته باشند و بیشتر از آن منظر گروه است که تعداد قابل توجهی از افراد را در برمی‌گیرد. این گروه واحد آماری تعریف شود و اگر سبک زندگی سبب شود که افراد گروه به تعامل پایدار با یکدیگر باهم بپردازند، برخی از خصایص خرده‌فرهنگ در آن بروز خواهد کرد (خوشنویس، ۱۳۸۹) تنوع و سبک زندگی: آیا لازم است که سبک‌های زندگی در جامعه قابل تشخیص و متمایزکننده باشند؟ بورديو سبک‌های زندگی طبقه متوسط را حائز چنین خصیصه‌ای میدانست. تشخیص سبک زندگی در نظر مردم و محقق جداگانه تحلیل می‌شود. در سبک زندگی باید به دنبال تنوع و دگرگونی بود و اگرچه سبک زندگی بر مبنای ذائقه‌ها و ارزش‌های شخصی شکل می‌گیرد، اما می‌توان انتظار داشت که الگوهای قابل تشخیصی داشته باشند که با ویژگی‌های اجتماعی فرهنگی همخوان باشند. اگر این الگوها با جنبه‌های دیگری از زیست جهان افراد و گروه‌ها سازگار باشند می‌توانند به درک این زیست جهان‌ها کمک‌کننده و آن‌ها را به مفاهیم اجتماعی بدل می‌کند.

محققان می‌توانند برخی سبک‌های زندگی را از بقیه متمایز ساخته و گروهی را که چنین خصیصه‌ای دارند، شاخص سازند ولی این بدان معنا نیست که در سطح جامعه نیز گروهی که چنین سبکی دارد تشخیص پذیر و برای بقیه قابل‌شناسایی باشند. غالباً لازمه رسیدن به تشخیص آن است که گروهی به معنای اعضای که اهداف مشترک و تعامل پایدار دارند، شکل بگیرد. از آنجاکه شکل‌گیری چنین گروهی را پیش‌شرط تشکیل سبک زندگی نمی‌دانیم، تشخیص را هم نمی‌توان ویژگی سبک زندگی دانست.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

انسجام و سبک زندگی: از دشوارترین مباحث درباره سبک زندگی، مباحثه بر سر انسجام آن است. ویل که مفصل‌ترین بحث را در این باره ارائه کرده، معتقد است سبک زندگی به حول مجموعه‌ای منسجم اخلاقی یا زیبایی‌شناختی با مجموعه‌ای از نیروهای ناشی از سن، درآمد، جنسیت یا حتی جغرافیا انسجام می‌یابند، یا اساساً سبک‌های زندگی نامنسجم هستند. لذا انسجام را جزئی از تعریف یا ویژگی سبک زندگی نمی‌داند. مجموعه رفتاری که یک زندگی خوانده می‌شود، حول محور اصلی انسجام‌یافته است. یافتن این محور انسجام به عهده محقق است و بخشی از قدرت تبیینی این مفهوم به یافتن چنین انسجامی بستگی دارد. بخشی از قدرت تبیینی نظریه بورديو ناشی از آن است که وی نشان داد. سبک زندگی گروهی از جامعه بر حول محور عمل طبقاتی مبتنی بر منش منسجم شده است. در بررسی ارتباط میان انواع سبک زندگی نیز عنصر تبیین‌کننده، الزامات ناشی از اصل انسجام بخش طیف رفتاری هر عرصه است. انتخاب کردن و سبک زندگی: بدون شک می‌توان گفت که شرط تحقق سبک زندگی انتخاب است. از آنجاکه در دنیای امروز فرهنگ مصرف طیف وسیعی از انتخاب‌ها را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد و انتخاب نشانگر ارزش‌ها، نگرش‌ها و ذائقه‌هایی است که مفهوم مصرف به هویت اجتماعی مربوط می‌شود. ذوق و قریحه فرد و انتخاب‌های ذوقی او جزو مسئولیت‌های اوست که از رهگذر آن مورد قضاوت دیگران قرار می‌گیرد؛ بنابراین ذوق و قریحه با حس هویت در هم می‌آمیزد.

۳ - تأثیر ماهواره و اینترنت روی فرهنگ مردم

توسعه ابزارهای ارتباطی، گسترش ارتباطات ماهواره‌ای و افزایش شبکه‌های رایانه‌ای در دهه‌های اخیر، نوعی همگرایی ارتباطی در میان مردم جهان پدید آورده و موجب نزدیک‌تر شدن آن‌ها از لحاظ اخلاقی و فرهنگی شده است. نظریه دهکده جهانی مک لوهان نیز بر این اعتقاد است که اشاعه یک فرهنگ توده‌ای مشترک، جهان را به سوی هماهنگی به پیش می‌برد (خیری، ۱۳۸۹). جهانی شدن در حوزه مسائل فرهنگی غالباً شیوه زندگی انسان‌ها در تمام جوامع در نتیجه صدور کالاها، ایده‌های غربی و مدرن به سوی یکسان شدن یا همسان‌سازی فرهنگی پیش می‌رود. با توجه به اینکه رسانه‌های تا حدودی تحت تأثیر آمریکا و غرب هستند و آن‌ها نیز بنا به منافع خود به دنبال القای فرهنگ خود به سایر جوامع هستند، دور از انتظار نخواهد بود که نتیجه‌گیری کنیم که جهانی شدن، غربی شدن نیز هست یا حداقل به نفع غربی‌هاست، زیرا به بخشی از اهداف خود مبنی بر اشاعه فرهنگ به سایر جوامع موفق خواهند شد؛ بنابراین جهانی شدن می‌تواند سبک زندگی و فرهنگ سایر کشورها را نیز تحت‌الشعاع قرار دهد که البته یک قانون نیست و می‌توان با برنامه‌ریزی دقیق، سبک زندگی فرهنگی را حتی در این شرایط حفظ کرد (پک، ۱۳۸۲).

آنتونی اسمیت شروع وابستگی فرهنگی را با پیدایش سینمای ناطق در دهه ۱۹۲۰ در ارتباط می‌داند. نفوذ آمریکا بر سینما و فیلم‌های طویل و دارا بودن وسایل و تجهیزات پیشرفته رادیو و تلویزیون، ماهواره و اینترنت، همچنین آموزش نویسندگان و تهیه‌کنندگان کشورهای دیگر توسط آمریکا و غرب، صدور بیش از نیمی از کتاب‌های انتشار یافته در انگلیس، به خارج از کشور و ... همگی از وابستگی فرهنگی کشورهای توسعه‌نیافته و جهان سوم به جوامع توسعه‌یافته غرب و آمریکا حکایت دارد. به نظر جیمز پتراس، آمریکا صدور کالاهای فرهنگی را سودآورترین صنعت خود قرار داده است و هدفش تسخیر بازارها برای کالاهای فرهنگی خود و برقراری سلطه از طریق شکل دادن به افکار عمومی و بیگانه کردن مردم با پیوندهای اجتماعی و ... است (توکلی، ۱۳۸۱).



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ ISSN

اینگلهارت در بررسی آثار رسانه‌های جهانی بر فرهنگ‌های ملی، اثرگذاری رسانه‌های جهانی بر فرهنگ ملی را انقلاب خاموش می‌نامد. به نظر وی، تغییر در ارزش‌ها و ایده‌ها، به‌ویژه اگر سریع باشد، می‌تواند گسست‌های جدی در مبانی هویتی جامعه ایجاد کند و گروه‌های اجتماعی را به تقابل بکشاند (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸).

۴- تأثیر ماهواره و اینترنت روی سبک زندگی دینی

سبک زندگی دینی، مجموعه‌ای از رفتارهای منبعث از دین و بر مبنای دین است که به‌صورت عملی در رفتارهای زندگی روزمره نمود پیدا می‌کند. سبک زندگی دینی، امروزه توسط فناوری‌های نوین مورد تهدید قرار گرفته است. امروزه مردم حتی اگر در یک محیط دینی زندگی کنند، نمی‌توان انتظار داشت که از تأثیر رسانه‌ها و اینترنت دور باشند. ماهواره و اینترنت امروزه به همه‌جا رخنه کرده‌اند و تأثیرگذاری آن را نمی‌توان کتمان کرد. البته، به میزان تأثیرگذاری نیز تفاوت‌هایی را در سبک زندگی مردمان می‌توان مشاهده کرد. تفاوت و فاصله را نیز در جوامع امروز میان دو نسل می‌توان مشاهده کرد که مشکلات بسیاری اعم از عدم پایبندی به آداب و رسوم، سنن، فرهنگ، دین و ... به وجود آورده است. از دیدگاه جامعه‌شناسان و روان‌شناسان تفاوت بین ارزش‌های جوانان و بزرگسالان در زمینه‌های مختلف به چشم می‌خورد. نسل گذشته پایبند آداب و رسوم و باورهای دینی و مذهبی و ملی خود است، ولی نسل جدید تحت تأثیر ارزش‌های نه‌چندان پایدار، ولی جذاب قرار می‌گیرند. ناتوانی در کمک به شناخت و درونی کردن ارزش‌های پایدار معنوی به‌جای ارزش‌های مادی، آسیب‌های قابل‌توجهی به جامعه وارد می‌سازد. امروزه توسعه ارتباطات و گسترش رسانه‌های جمعی و نفوذ کشورهای توسعه‌یافته غربی در جوامع، موجب ترویج سبک زندگی غربی و مبتنی بر مصرف‌گرایی می‌گردد؛ بنابراین، می‌توان گفت که رسانه‌های نوین یکی از عواملی هستند که در تقویت و تضعیف سبک زندگی دینی تأثیر بسزایی دارند.

نتایج تحقیقات پژوهشگران نشان می‌دهد که گرچه رسانه‌های داخلی ارتباط معنی‌دار و مثبتی با میزان پایبندی به سبک زندگی دینی دارند، اما تأثیر رسانه‌های جهانی از جمله ماهواره و اینترنت بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی که نشان‌دهنده همبستگی معکوس و معنی‌دار بین آن دو است، بیش از تأثیر رسانه‌های داخلی است (کوهی و همکاران، ۱۳۹۳).

۵- تأثیر ماهواره و اینترنت بر روابط نامشروع در بین جوانان

آنچه در کشور ما به‌عنوان رابطه نامشروع شناخته می‌شود، در کشورهای غیرمسلمان رفتاری عادی در تعاملات و برخوردهای روزمره تلقی می‌شود. افرادی که از برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی استفاده می‌کنند به علت مشاهده مکرر این نوع رفتارها و عدم مشاهده مجازات آنان از سوی جامعه، امکان دارد که آن را به‌عنوان رفتاری پذیرفتنی بدانند. نتایج حاصل از این پژوهش‌های انجام‌شده نشان داده است که استفاده از ماهواره در نگرش به روابط نامشروع مؤثر است. افرادی که از برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی استفاده کرده‌اند، به میزان بیشتری با روابط نامشروع موافق هستند. این افراد بیشتر از افراد فاقد ماهواره با عادی شدن ارتباط صمیمی دو جنس و شوخی و خوش‌ویش بین آنان موافق بوده‌اند. این ارتباط را سبب افزایش اعتمادبه‌نفس دانسته‌اند. آنان بیشتر با این نکته موافق بوده‌اند که روابط نامشروع سبب بهتر و موفق‌تر شدن و شادتر شدن زندگی افراد می‌شوند. از نظر افراد استفاده‌کننده از ماهواره، یک دوست صمیمی و نزدیک از جنس مخالف بهتر از یک دوست از جنس موافق می‌تواند به فرد کمک‌هایی اعم از مالی، مشاوره‌ای و امثال آن بکند. افراد استفاده‌کننده از ماهواره بیشتر از افراد غیر استفاده‌کننده به علت محدودیت‌های جامعه درباره رابطه با جنس مخالف، احساس عقب افتادن و احساس کمبود می‌کردند و خواهان این امر بوده‌اند که کسی درباره این نوع رابطه مداخله نکند و



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

معتقد بوده‌اند که می‌باید به افراد اجازه داده شود تا خود درباره این مسئله تصمیم‌گیری کنند. بالطبع چنین نگرشی در صورت ادامه یافتن منجر به مقاومت و ایستادگی در مورد قوانین مربوط به روابط بین دو جنس خواهد شد و این قوانین اقبال و استقبال عمومی خود را از دست خواهند داد (دیو بند و همکاران، ۱۳۹۲).

افراد استفاده‌کننده از ماهواره به علت تماشای این نوع روابط در جوامع غربی، بیشتر از افراد فاقد ماهواره‌های خارجی خواهان این امر هستند که روابط بین دو جنس از الگوی این نوع روابط در کشورهای غربی و اروپایی پیروی کند. البته می‌باید این نکته را خاطر نشان ساخت که تأثیرات ماهواره فقط محدود به روابط غیر جسمانی از روابط نامشروع نیست، بلکه افرادی که از ماهواره استفاده کرده‌اند بیشتر از افراد غیر استفاده‌کننده با عادی شدن رفتارهایی چون دست دادن، بوسیدن، در آغوش کشیدن و مانند آن، بین دو جنس موافق بوده‌اند؛ بنابراین داشتن آنتن ماهواره خارجی در منزل، صرف‌نظر از میزان و نوع استفاده از آن، در نگرش به روابط نامشروع تفاوت ایجاد کرده است (دیو بند و همکاران، ۱۳۹۲).

۶- استفاده از اینترنت و ماهواره و تأثیر آن در پذیرش حجاب توسط زنان و دختران

با ورود کشورهای غربی به جوامع مسلمان، تغییرات مادی و فرهنگی زیادی در آن‌ها رخ داده و چالش‌های فرهنگی میان آن‌ها آغاز شد. یکی از اصلی‌ترین این چالش‌ها، مسئله حجاب زن بود. حجاب برای بیشتر مستشرقان، مسئله‌ای عمده به شمار می‌رفت و به همین سبب اکثر آن‌ها در برابرش موضعی سخت اتخاذ نمودند. آن‌ها حجاب را نوعی ظلم و ستم بر زنان قلمداد می‌کردند و خود را در مرحله و موقعیتی فراتر و برتر از فرهنگ جوامع مسلمان می‌دیدند (Hoodfar, ۲۰۰۱).

واتسون در مطالعه‌ای نظری، موضوع حجاب و ارتباط آن با جهانی‌شدن را بررسی کرده است. وی گرایش به حجاب را واکنش‌های فردی زنان به فرایندهای جهانی می‌داند. واتسون با توجه به نظریات ارائه‌شده از سوی زنان، حجاب را مسئله‌ای سیاسی و فردی می‌داند و گرایش به آن را نوعی فمینیسم معکوس و اعتراض علیه مصرف‌گرایی و غرب‌گرایی تلقی می‌کند (واتسون، ۱۳۸۲).

رسانه‌ها از جمله ماهواره و اینترنت با پخش برنامه‌هایی که در آن‌ها، به گونه مستقیم یا غیرمستقیم، حجاب را به مثابه امری سنتی و متعلق به دوران اسارت زن می‌شمارد، بر آزادی هر چه بیشتر زنان تأکید کرده و داشتن حجاب دلخواه، متنوع و متفاوت را نشان‌دهنده سبک زندگی متفاوت زنان به شمار می‌آورند.

سبک سنتی رعایت حجاب به تدریج در جامعه ایران در حال کمرنگ شدن بوده و نوعی نگرش مدرن به‌ویژه در میان قشرهای جوان، تحصیل‌کرده و جدید جای آن را می‌گیرد. امروزه با ورود ماهواره و اینترنت، ابزار قدرتمندی در اختیار محافل مختلف برای تأثیرگذاری در مسئله حجاب قرار گرفته است. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد مهم‌ترین سبک کنش اجتماعی مؤثر در رعایت حجاب، کنش ارزشی دینی بوده و سبک مؤثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است. همچنین نتایج نشان می‌دهند که مصرف ماهواره و اینترنت در سبک کنش ارزشی (دینی و سکولار) مؤثرند؛ بدین ترتیب که با افزایش ساعات مصرف باهدف تفریح و سرگرمی، کنش دینی نسبت به حجاب، کاهش و کنش ارزشی سکولار نسبت به آن افزایش می‌یابد (رستگار خالد و همکاران، ۱۳۹۱).

برخی از زنان کشورهای مسلمان به علت پیروی از سبک‌های جدید زندگی، اغلب به سبک‌های سنتی و دینی کشورشان گرایشی ندارند. درواقع این زنان، سبک متفاوت زندگی خویش را برای دیگران به نمایش می‌گذارند. بنابراین امروزه برخلاف گذشته، داشتن یا نداشتن حجاب و نوع و میزان آن برای بانوان، سبک متفاوت زندگی آن‌ها را نشان می‌دهد.

۷. برخی دیگر از تأثیرات ماهواره و اینترنت روی سبک زندگی مردم

مرتون و لازارسفلد از تأثیر بر ذوق و سلیقه افراد (که به نوعی بر سبک زندگی نیز مؤثرند) به عنوان کارکرد رسانه نام می برد. رسانه های جمعی باعث نزول فرهنگ و هنر جامعه می شوند. رسانه های از طریق ارائه هنجارهای خاص اجتماعی به صورت مثبت به افراد تلقین می کنند که رفتارهای ارائه شده در رسانه ها، رفتار مناسب اجتماعی است. به این ترتیب رسانه، با ارائه رفتار مناسب اجتماعی باعث ایجاد همنوایی در افراد می گردد (کوهی و همکاران، ۱۳۹۳). هابرماس محتوای اطلاعات رسانه ها را بزرگداشت سبک زندگی جدید دانسته و هدف تسلیم مخاطبان به آموزش اجباری ملایم در مصرف مداوم را تعقیب می کند (خیری، ۱۳۸۹). شیلر به نقش رسانه در اشاعه فرهنگ سرمایه داری، از جمله مصرف گرایی اشاره دارد. تعداد زیادی از فرا آورده های تخیلی رسانه های جمعی، تنها در شرایط بازار، قابل تولید بوده و در خدمت سرمایه داری است. در نتیجه مصرف گرایی و مصرف با جهانی شدن ارتباطات بر سبک های زندگی تأثیر گذاشته است.

برخی دیگر از تأثیرات اینترنت و شبکه های ماهواره ای روی سبک زندگی و رفتار مردم شامل: ترغیب به داشتن روابط جسورانه جنسی، متقاعد کردن زنان به رسیدگی بیشتر به جسم و ظاهر خود برای جلب توجه مردان، برجسته کردن جذابیت لذت بیشتر بردن از جنس مخالف، زیر سؤال بردن ازدواج و ایجاد تردید درباره اهمیت و ارزش آن، تئوری پردازی، طرح سؤال و ایجاد شبهه و تردید مکرر درباره دیدگاه های افرادی که به بی بندوباری رو نیورده اند یا به زندگی مشترک خود پایبندند و در مقابل، ارائه دیدگاه ها و پاسخ به سؤال های شبهه افکنانه برای اقناع مخاطب در خصوص اینکه زمانه تغییر کرده است و افراد نباید پایبند به زندگی های سنتی باشند. نمایش مکرر مشروب خواری، آموزش غیرمستقیم راه های برقراری ارتباط با جنس مخالف و نیز شگرد ها و مشکلات و مسائل مربوط به دوستی با جنس مخالف، نمایش روابط خارج از چهارچوب های اخلاقی، عدم وفاداری زنان و مردان متأهل به همسران خود و ارائه راه های خیانت به همسر از نکات و مضامین برجسته و عمده در شبکه های ماهواره ای است (نوابی نژاد، ۱۳۸۸).

ماهواره و اینترنت با تأثیر بر سبک زندگی و الگوی بومی خانواده ها سبب سوء معاشرت، خشونت، سستی مبانی خانواده، سخت شدن تربیت فرزندان و انحرافات در اخلاق و فرهنگ جنسی نهاد خانواده شده اند. در واقع ماهواره و اینترنت با قبضه کردن اوقات مردم به نوعی امپریالیسم فرهنگی دامن زده اند که یکی از افراد هدف آن ها نهاد مهم و تأثیرگذار خانواده است. این مهم همراه با نوعی نفوذ اجتماعی است که از طریق آن، کشوری اساس تصورات، ارزش ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و نیز روش های زندگی خود را به کشورهای دیگر تحمیل می کند. با توجه به ویژگی آنلاین بودن عصر ارتباطات و دسترسی روزافزون و نامحدود کودکان به برنامه های ماهواره ای و اینترنت، این نگرانی جدی وجود دارد که آنان الگوهای نامناسب با مختصات فرهنگی، اقتصادی، خانوادگی و ملی خویش برگزینند و از پیشینه و هویت تاریخی خود جدا گردند. ماهواره ها از طریق اثرگذاری بر ارتباط منفی بین والدین و فرزندان منشأ تحولات بزرگی در تربیت فرزندان می شوند. رسانه ها و از آن جمله ماهواره ها امکانات و گزینه های فراوانی در اختیار افراد می گذارند و افراد را به طور دائم با محرکه ای جدید و انواع گوناگون رفتار آشنا می کنند (علیوردی نیا، ۱۳۸۰). از نظر کمی حاوی مقادیر فراوانی اعمال تند و خشن اند. خشونت و امور جنسی اهمیتی خاص در محتوای آن ها دارد؛ این امر موجب آن شده است تا مرزهای بایدها و نبایدهای اخلاقی و در پی آن، جرائم و افعال آزادانه و مختارانه حقوق شهروندان بر هم بریزد. در این زمینه باید از پیدایی نوعی بی حسی بیم داشت و از بی تفاوت شدن افراد در برابر فجایع جنسی هراسان گردید و این هر دو نتایجی کمتر از ترغیب به تقلید صحنه ها ندارد (دیو بند و همکاران، ۱۳۹۲).

متأسفانه، مخاطبان به دلیل ضعف فرهنگی دینی، اعتقادی و اخلاقی و سواد اندک رسانه ای با قرار گرفتن دائم در معرض سریال هایی که مضمون اصلی آن ها خیانت و روابط غیراخلاقی و نامشروع است، به تدریج در خصوص این موضوعات و مضامین،



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

دچار تغییر نگرش شده و نوعی حساسیت‌زدایی در این زمینه صورت می‌گیرد و در درازمدت به کمرنگ شدن اخلاق و ارزش‌های مذهبی، گسترش فساد و درنهایت ازهم‌پاشیدگی خانواده‌ها می‌انجامد (نوابی نژاد، ۱۳۸۸).

۸ - نتیجه‌گیری و پیشنهادها

سبک زندگی مجموعه‌ای از انتخاب‌های رفتاری است. در جوامعی که فرصت انتخاب وجود ندارد مانند اجتماعات سنتی، سبک زندگی از گذشته تعیین شده است. سبک زندگی از آنجایی که مربوط به جامعه مدرن است فرصت انتخاب می‌دهد. سبک زندگی عینیت و تبلور هویت افراد است، آنچه ما در اندیشه خود می‌پرورانیم که چگونه باشیم و چگونه زندگی کنیم؛ بنابراین سبک زندگی شامل عرصه‌های متفاوت می‌شود. در بعد اشتغال سبک کاری فرد بخشی از سبک زندگی اوست، در بعد اجتماعی چگونگی برقراری ارتباط با دیگران بخشی از زندگی فرد است؛ ولی امروز به مجموعه‌ای از رفتارهای افراد اطلاق می‌شود و به‌واسطه ارتباط تنگاتنگ سبک زندگی با ارزش‌ها و نگرش‌ها حیطه بررسی شامل حال آرزوها، نگرش‌ها و آرزوها هم شده است.

سبک زندگی وابسته به انتخاب و انتخاب نیز وابسته به اطلاعات است. اطلاعات محصول فرآیند ارتباطات است. ارتباط می‌تواند میان فردی و یا رسانه‌ای باشد. رسانه‌ها در زمینه اینکه فرد در حوزه‌های متفاوت چه گزینه‌هایی دارد و چه انتخاباتی می‌تواند داشته باشد، اطلاعات می‌دهند. سبک‌های زندگی نقش مهمی در خلق هویت فردی و جمعی دارد و قادرند الگوی انتخاب‌های رفتاری افراد در دنیای جدید را شکل دهند.

رابطه رسانه‌ها و سبک زندگی یک سیکل بسته‌ای است که استفاده از رسانه‌ها به‌عنوان سبک مصرف رسانه‌ای خود بخشی از مجموعه‌ای کلانی است که به‌عنوان سبک زندگی می‌شناسیم هرکدام از ما دارای سبک خاصی هستیم. مصرف فرهنگی یکی از شاخص‌های عمده‌ای است که در بسیاری از تحقیقات مربوط به سبک زندگی موردبررسی قرار گرفته است و منظور از محصولات فرهنگی رادیوتلوویزیون ماهواره، ویدئو و ... انواع رسانه است. حوزه فرهنگی بسیار فراتر از رسانه است.

با توجه به این که روزبه‌روز بر رسانه‌های جهانی، به‌ویژه ماهواره و اینترنت افزوده می‌شود، بیم آن می‌رود که این رسانه‌ها در بطن زندگی کشورهای درحال توسعه، نظیر ایران وارد شده و از درون نوع نگرش‌ها و گرایش‌ها نسبت به زندگی و به‌طور کلی سبک زندگی آن‌ها را دگرگون سازد. چیزی که عملاً در جامعه شهری در خصوص سبک زندگی دیده می‌شود، گواه بر این مدعا است.

یکی از عوامل تأثیرگذار بر سبک زندگی، جهانی‌شدن است که نتیجه گسترش رسانه‌های جمعی از جمله ماهواره و اینترنت است؛ بنابراین نقش رسانه‌های جمعی در این میان یک نقش محوری است. با پیشرفت رسانه‌های جمعی مانند ماهواره و اینترنت، مردم جوامع گوناگون به فرهنگ جوامع دیگر دسترسی پیدا می‌کنند. علاوه بر آن، می‌توان گفت که کنترل انسان‌ها نیز امروزه توسط رسانه‌های صورت می‌گیرد، در نتیجه رسانه‌ها دارای کارکردهای مثبت و منفی هستند. امروز رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای با بهره‌گیری از تمامی مفاهیم و اصول روان‌شناسی یادگیری و ظرافت‌های رسانه‌ای به‌سرعت، درحال توسعه ایجاد نوعی از فرهنگ و تغییرات فرهنگی در بین خانواده‌های ما حتی در دورافتاده‌ترین نقاط کشورند.

زمانی که رسانه‌های نوین نظیر اینترنت و ماهواره پرمخاطب‌ترین رسانه‌ها در جامعه محسوب می‌شوند، مسلماً در جامعه پذیر کردن اعضای جامعه متناسب با فرهنگ و خواسته خود نیز موفقیت‌هایی را کسب کرده است. لذا می‌توان گفت که رسانه‌ها ارتباطی و اطلاعاتی نوعی بازنگری منش نمادین زندگی اجتماعی و شیوه‌های ارتباطی نوین را در بین مردم به همراه دارد که ممکن است با فرهنگ و سبک زندگی ملی همخوانی نداشته باشد.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

به نظر می‌رسد مقابله با حملات جبران‌ناپذیر فرهنگی و دینی و سایر جنبه‌های سبک زندگی مردم متأثر از فناوری‌های نوین، قطعاً مستلزم یک مدیریت سیستماتیک، خلاق و ارزشی فرهنگی خواهد بود. به‌علاوه، با توجه به افزایش اقبال و توجه مردم به شبکه‌های اینترنت و برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی و با توجه به تأثیری که برنامه‌های داخلی ممکن است در کاهش اثرپذیری این نوع برنامه‌ها داشته باشند، به نظر می‌رسد که سیاست‌گذاران برنامه‌های تلویزیونی می‌باید توجهی ویژه به ساخت و ارائه برنامه‌های موردپسند مخاطبان و در نتیجه جذب هر چه بیشتر آنان داشته باشند و موقعیت خود را در عرصه فرهنگ‌سازی حفظ و حتی آن را افزایش دهند و به این وسیله نقش مؤثری در کاهش تغییر سبک زندگی ملی مردم داشته باشند. در زمینه عملکرد رسانه‌ها پیشنهاد می‌شود که رسانه‌ها بیش‌ازپیش به تربیت هنرمندان و هنرپیشگان متعهد به مبانی اعتقادی و فرهنگی بپردازند تا حفظ ارزش‌های دینی نه به‌عنوان تحمیل قانونی، بلکه به‌عنوان باورهای قلبی و تمایلاتی خودجوش متجلی شود.

همچنین به نظر می‌رسد تدوین لایحه‌ای در جهت حمایت از نهاد خانواده در برابر پخش برنامه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اینترنتی که در آن مبانی و اصول بومی و مذهبی این نهاد مقدس در قبال برنامه‌های مخرب ماهواره‌ای و اینترنتی به‌صورت کاربردی و واقع‌گرایانه حمایت کند، خالی از فایده نباشد.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۲۹۸۰-۷۷۸۶ISSN

منابع

۱. پک، جانیس؛ (۱۳۸۲). «تحلیل روان شناسانه از دین در جهان رسانه‌ای شده، باز اندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ»، مسعود آریایی نیا، تهران: سروش.
۲. توکلی خمینی، نیره؛ (۱۳۸۱). «جامعه شناسی صنعتی»، بی جا: انتشارات پیام نور.
۳. خوشنویس، ناهید؛ (۱۳۸۹). «رسانه و سبک زندگی»، ماهنامه علمی / تخصصی انجمن روابط عمومی ایران، شماره ۷۳، ۳۲-۱.
۴. خیری، حسن؛ (۱۳۸۹). «دین، رسانه، ارتباطات اجتماعی پیش در آمدی بر نظریه ارتباطات اسلامی»، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی معاونت پژوهشی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
۵. چینی، دیوید؛ (۱۳۷۸). «سبک زندگی»، ترجمه: علی رضا چاوو، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی.
۶. دیو بند، فائزه؛ مسعودنیا، ابراهیم؛ جسمانی، سمیه؛ (۱۳۹۲). «تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع»، دو فصلنامه مطالعات پلیس زن، سال هفتم، شماره ۱۹، ۵۵-۴۲.
۷. ذکایی، محمد سعید؛ خطیبی، فخره؛ (۱۳۸۵). «اینترنت و تغییرات هویتی»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲ (۷).
۸. ربانی، علی و همکاران؛ (۱۳۸۸). «رسانه‌های جمعی و هویت ملی، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال شانزدهم، شماره ۲، ۶۵-۹۳.
۹. ربانی، علی و همکاران؛ (۱۳۸۸). «رسانه‌های جمعی و هویت ملی، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال شانزدهم، شماره ۲، ۶۵-۹۳.
۱۰. رستگار خالد، امیر؛ محمدی، میثم؛ نقی پور ایوکی، سحر؛ (۱۳۹۱). «کنشهای اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره»، فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، سال چهاردهم، شماره ۵۶، ۷۶-۱.
۱۱. رضوی زاده، سید نورالدین؛ (۱۳۸۶). «رسانه‌ها و سبک زندگی»، ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۳۰۰ صفحه.
۱۲. عدلی پور، صمد؛ یزدخواستی، بهجت؛ خاکسار، فائزه؛ (۱۳۹۲). «شبکه اجتماعی فیس بوک و شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیستم، شماره ۳ (پیاپی ۷۵)، ۱۰۱-۱۲۸.
۱۳. علیوردی نیا، اکبر؛ (۱۳۸۴). «اینترنت و سوء مصرف مواد (مخدر)»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱ (۳-۱۵).
۱۴. فاضلی، محمد؛ (۱۳۸۲). «مصرف و سبک زندگی»، انتشارات صبح صادق.
۱۵. کوهی، کمال؛ عباس زاده، محمد؛ خواجه بی شک، علی؛ (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی در بین شهروندان ۶۵-۱۵ ساله شهر تبریز»، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال سوم، شماره پیاپی، شماره اول، ۷۹-۹۴.
۱۶. گیندز، آنتونی؛ (۱۳۷۸). «تجدد و تشخص. جامعه و هویت شخصی در عصر جدید»، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
۱۷. گیندز، آنتونی؛ (۱۳۸۰). «سیاست، جامعه شناسی و نظریه اجتماعی»، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
۱۸. نوابی نژاد، شکوه؛ (۱۳۸۸). «آسیبها و الگوهای مطلوب خانواده»، کتاب اندیشه‌های راهبردی، زن و خانواده. جلد اول، دبیرخانه نشست اندیشه‌های راهبردی. ۱۰۴۴-۱۰۵۹.
۱۹. واتسون، هلن؛ (۱۳۸۲). «زنان و حجاب»، ترجمه مرتضی بحرانی، فصلنامه کتاب زنان، شماره ۲۰.



23. Brunso, K; Grunert, G; (2004) "Closing the Gap between Values and Behavior a Means End Theory of Life Style", Journal of Business Research, 57 pp 665-670.
24. Hoodfar, Homa; (2001) "The veil in their minds and on our heads: the persistence of colonial images of Muslim women", in women, gender, religion: a reader, by Elizabeth A.
25. Castelli with Rosamond C. Rodman, New York, Palgrave Publishing.
26. Li, G; Weng, Q; (2007) "Measuring the Quality of Life in City of Indianapolis by Integration of Remote Sensing and Census Data International", Journal of Remote Sensing, 28(2). 249-267.
27. Schults, R.A; (2006) "Contemporary issues in ethics and information technology", Hershey: IRM.