

The comparison of lifestyle aspects and spiritual growth among students audience of satellite and television at Kohdasht universities in 2015

Foroozan Gharee¹, Rahim Hamidy pour^{2*}, Anahita khodabakhshi koolae³

1- Department of Counseling, branch of Arak, Islamic Azad University, Arak, Iran.

2- Department of Education, Farhangian University, Tehran, Iran.

3- Department of Counseling And psychology, Human Science Faculty, Khatam University, Tehran, Iran.

Abstract

Background and Objectives: The Satellite is in the position of emerging cultural evolution and it impacts on lifestyle and culture in various types. The aim of current study is to comparison of lifestyle aspects and spiritual growth among satellite and television audiences' students.

Materials and Methods: The sample of current research includes 52 viewers and 48 non-viewer of satellite. They were selected through available consecutive sampling in Kohdasht city from male and female student of Human Department of Azad, Payame Noor and Applied Science and Technology universities in 2014-2015. They respond to two research instruments such as; lifestyle Questionnaire (Lali et al. 2012), Spiritual assessment inventory (Hall & Edwards, 1996). The analysis of data was done through independent *t* test using SPSS 18 software.

Results: The results indicated that the spirituality' total score is significant difference in subscales of realistic acceptance, instability and disappointment ($p < 0.05$). In addition, there is no difference between two groups in total scores of lifestyle ($p < 0.05$).

Conclusion: Findings revealed that satellite programs could influence on spirituality in society. Therefore, it should implement an effective strategy to decrease the devastating effects of the satellite.

Keywords: Lifestyle, Spirituality Growth, Satellite Program, Students

مقارنة جوانب نمط الحياة و تطوّر المعنويّة في الطلّاب المخاطبين لبرامج الفضائيات و التلفزيون في جامعات كوهدشت سنة ١٣٩٤ هـ.ش

فروزان كرايي^١، رحيم حميدي بور^{٢*}، آناهيتا خدايخشي كولايي^٣

١- قسم المشاورة، فرع أراك، جامعة آزاد (الحرة) الإسلامية، أراك، إيران.

٢- قسم التعليم، جامعة فرهنگيان (المثقفين)، طهران، إيران.

٣- قسم المشاورة وعلم النفس، كليّة العلوم الإنسانية، جامعة خاتم، طهران، إيران.

الملخص

السابقة و الأهداف: إنّ الفضائيات محلّ التحوّل و التغيير في الثقافة و إنّها تؤثر في نمط الحياة و في الثقافة بأشكال مختلفة. الهدف من هذا البحث مقارنة المعنويّة و أساليب الحياة لمشاهدي الفضائيات و غير مشاهديها.

الموادّ و الأساليب: هذا البحث يشتمل على ١٠٠ شخص (٥٢ مشاهدًا للقمر الصناعي و ٤٨ غير مشاهديه) تمّ انتخابهم بطريقة أخذ العينات المتوفرة و غير العشوائية من بين الطلّاب و الطالبات لكليّات العلوم الإنسانية لجامعات الحرة الإسلامية (آزاد اسلامي) و بيام نور و علمي كاربردي في مدينة كوهدشت في السنة الدراسية ٩٤-١٣٩٣ هـ.ش. و في النهاية أجاب العينات لأسئلة أداتي البحث لاستمارة أنماط الحياة (لعلي، عابدي و كجاف، ١٣٩١) و استمارة قياس المعنويّة (هال و ادواردز، ١٩٩٦) كما قد تمّ تحليل المعطيات بالاستفادة من الامتحان المستقل T و البرمجية spss (الإصدار ١٨).

المكشوفات: قد أوضحت النتائج أنّ الدرجة الإجمالية لمقياس المعنويّة في الفئتين المشاهدين و غير المشاهدين الأقمار الصناعية ذات معنى للفرع الجانبي: الاستقبال الحقيقي و الفرع الجانبي: اليأس ($P < 0.05$). إضافة إلى هذا، لا توجد فروق دالة بين الفئتين في الدرجة الإجمالية لمقياس أنماط الحياة ($P > 0.05$).

النتيجة: قد أوضحت المكشوفات أنّ برامج الفضائيات بإمكانها أن تؤثر في معنويّة الأفراد، فلهذا السبب يجب أن تُستعمل الحلول الفعالة للحدّ من تأثير برنامجها الهامه كالتخفيض المعنويّة.

الألفاظ الرئيسية: نمط الحياة، تطوّر المعنويّة، برنامج القمر الصناعي، الطلّاب

مقایسه‌ی ابعاد سبک زندگی و رشد معنویت در دانشجویان مخاطب برنامه‌های ماهواره‌یی و تلویزیونی دانشگاه‌های کوهدشت در سال ۱۳۹۴

فروزان گرای^۱، رحیم حمیدی‌پور^{۲*}، آناهیتا خدابخشی کولایی^۳

۱- گروه مشاوره، واحد اراک، دانشگاه آزاداسلامی، اراک، ایران.

۲- گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

۳- گروه مشاوره و روان‌شناسی، دانشکده‌ی علوم انسانی، دانشگاه خاتم، تهران، ایران.

چکیده

سابقه و اهداف: ماهواره، جایگاه بروز تحول در فرهنگ است و به صورت‌های مختلف بر سبک زندگی و فرهنگ تأثیر می‌گذارد. هدف این پژوهش، مقایسه‌ی معنویت و سبک‌های زندگی افراد بیننده و غیر بیننده‌ی ماهواره است.

مواد و روش‌ها: نمونه‌ی پژوهش حاضر شامل ۱۰۰ نفر (۵۲ نفر بیننده و ۴۸ نفر غیر بیننده‌ی ماهواره) است، که به شیوه‌ی نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس، از میان همه‌ی دانشجویان دختر و پسر دانشکده‌های علوم انسانی دانشگاه‌های آزاد، پیام نور و علمی- کاربردی شهرستان کوهدشت، در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ انتخاب شدند. نمونه‌ها در نهایت، به پرسش‌های دو ابزار پژوهشی پرسش‌نامه‌ی سبک‌های زندگی (لعلی، عابدی و کجیاف، ۱۳۹۱) و پرسش‌نامه‌ی سنجش معنویت (هال و ادواردز، ۱۹۹۶) پاسخ دادند. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از آزمون t مستقل و نرم افزار spss (نسخه‌ی ۱۸) انجام شد.

یافته‌ها: نتیجه‌های پژوهش نشان داد، نمره‌ی کلی مقیاس معنویت در دو گروه افراد بیننده و غیر بیننده‌ی ماهواره، برای خرده‌مقیاس پذیرش واقعی و نیز برای خرده‌مقیاس ناامیدی، معنادار است ($P < 0/05$). علاوه‌براین، تفاوت معناداری بین دو گروه، در نمره‌ی کلی مقیاس سبک‌های زندگی، وجود ندارد ($P < 0/05$).

نتیجه‌گیری: یافته‌ها آشکار کرد که برنامه‌های ماهواره می‌تواند بر معنویت افراد جامعه تأثیرگذار باشد؛ ازاین‌رو، باید راهکارهای مؤثری برای کاهش تأثیر مخرب ماهواره، مانند کاهش معنویت، به‌کارگرفته شود.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، رشد معنویت، برنامه‌ی ماهواره، دانشجویان

مقدمه

تجاری و فرهنگی است (۳-۵). بی‌تردید، برخی شبکه‌های ماهواره‌یی که دارای ماهیت فرهنگ مادی و استثمار هستند، هویت انسان را از دریچه‌ی اقتصادی و مادی ارزیابی می‌کنند (۶). همچنین، کانال‌های تجاری نیز تأثیرهای فرهنگی و سیاسی به دنبال دارند؛ زیرا امپریالیسم اقتصادی برای نهادینه کردن مناسبت‌های سرمایه در کشورهای دیگر، ناگزیر از صدور فرهنگ یک‌سویه است (۷). موضوع تأثیر رسانه‌ها بر رفتار اجتماعی مخاطبان، از موضوع‌های مورد اختلاف پژوهشگران علم ارتباطات به شمار می‌رود (۸). در این حوزه، نظریه‌های بسیاری می‌توان طرح و بررسی کرد،

تکنولوژی در دنیای کنونی سبب ایجاد تغییرهایی گسترده و شگرف در تمام بُعدهای وجودی انسان‌ها شده، که این تغییرها، تأثیرهای متعدد و چشمگیری بر بُعدهای وجودی انسان‌ها داشته است (۱). پیدایش وسیله‌های ارتباط جمعی پیشرفته، از جمله پدیده‌های مهمی است که حیات فردی و اجتماعی انسان را تحت تأثیر قرار داده است (۲). این رسانه‌ها امروزه در کلیه‌ی رکن‌های جامعه اثر می‌گذارند و بیش‌ترین تأثیر فرهنگی را دارند. بی‌شک مهم‌ترین انگیزه و هدف از فرستادن ماهواره‌های ارتباطی، منافع اقتصادی، سیاسی،

جهانی شدن، گسترش ارتباط‌های رسانه‌یی و کم شدن فاصله‌ی مرکز و پیرامون در بُعد‌های اطلاعاتی، همواره در سبک زندگی قشرهای مختلف، تغییر و تحول به وجود می‌آید. برخلاف جامعه‌های سنتی، در جامعه‌ی معاصر، به دلیل اهمیت سبک زندگی و مسئولیت شخصی، قدرت انتخاب بیش‌تر شده است و سبک زندگی بازنمودی از جست‌وجوی هویت و انتخاب فردی است. مطالعه‌های سبک زندگی از این دید اهمیت دارد که شیوه‌های ارتباط و پیوند اجتماعی حاصل از فرایندهای فرهنگی مدرن را آشکار می‌سازد (۱۷).

در کنار تغییرهایی که در سبک زندگی به چشم می‌خورد، امروزه گرایش به معنویت، ازگرایش‌های تازه‌ی است که در عرصه‌های فرهنگی بیش از عرصه‌های دیگر دیده می‌شود (۱۸). معنویت، هسته مرکزی بُعد‌های وجودی انسان است؛ و ایجاد و پیشرفت احساس معنویت، ممکن است یکی از راه‌های مناسب سازگاری باشد (۱۹). مطالعه‌ها نشان می‌دهد که معنویت می‌تواند دربرگیرنده‌ی موضوع‌ها و مفاهیمی چون روح، دین، مذهب، احساس و عاطفه، مهرورزی، ایمان، عبادت، عدالت، عقاید و افکار، شعائر مذهبی، اخلاق، آزادی، هنر، از خودگذشتگی و ایثار باشد (۲۰). به گفته‌ی میلر^۷، معنویت زندگی انسان را کنترل می‌کند و در رابطه‌های افراد با خود، دیگران، طبیعت و خدای متعال، اثرگذار است و تجربه می‌شود. به عبارتی، هر فردی دارای بُعدی معنوی است که جنبه‌های مختلف زندگی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۲۱).

از سویی معنویت، ریشه در آگاهی دارد و بخشی از ساختار (سرشت) بیولوژیکی انسان است (۲۲). از سوی دیگر، اسلام، یکی از بنیان‌های سازنده‌ی سبک زندگی انسان است. مفهوم سبک زندگی اسلامی با مفهوم سبک زندگی که آدلر بیان می‌کند، شباهت‌هایی دارد. بعضی از این شباهت‌ها، شامل توجه به ارزش‌ها، کل‌نگری، غایت‌گرایی، جهت‌یابی فردی و خود خلاق است (۲۳). سبک زندگی اسلامی با تمام زندگی افراد و بُعد‌های آن مرتبط است. برای نمونه، در آیه‌ی ۳۴ از سوره‌ی فصلت قرآن کریم آمده است «ذَفَعُ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»؛ و در آیه‌ی ۲۲ سوره‌ی رعد نیز آمده «يَذَرُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ»، که هر دو به حُسن خلق اشاره دارد. در آیه‌ی ۲۵ سوره‌ی انسان نیز خداوند متعال می‌فرماید: «وَإِذَا كُرِ اسْمُ رَبِّكَ بُكْرَةً وَأَصِيلًا»، که اشاره دارد به یاد خداوند که آرامش‌دهنده‌ی قلب‌ها است (۲۴). در همین جهت، تأثیر رسانه‌های جمعی در توسعه‌ی سبک زندگی ایرانی، در تحقیق‌های پیشین نشان داده شده است (۲۵). علی‌خواه در تحقیقی نشان

اما یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها، نظریه‌ی کاشت^۱ است که گرینر^۲ آن را در دهه‌ی ۱۹۶۰ میلادی طرح کرده است. او معتقد است معنا را رسانه‌ها تولید می‌کنند و مخاطبان با پذیرش چنین معناهایی به یکدیگر نزدیک می‌شوند (۹). کانون تمرکز این نظریه بررسی تأثیری است که تصویرسازی تلویزیون از واقعیت، بر فهم مخاطبان از واقعیت، می‌گذارد (۱۰). این نظریه نشان‌دهنده‌ی تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی است که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می‌کنند (۱۱) و البته تلویزیون و در معنای خاص آن، برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌یی، از چنین ویژگی مهمی برخوردارند.

نظریه‌ی دیگری که در این حوزه بررسی‌شدنی است، نظریه‌ی الگوبرداری^۳ است. مطابق این نظریه، رسانه‌هایی همچون سینما و تلویزیون، مردم را مطابق الگوهایی که برنامه‌های تولیدی آن‌ها عرضه می‌کنند، به عمل وامی‌دارند. شکل پیشرفته‌تری از این نظریه را نیز فردی به نام بندورا^۴ طرح کرده است، که به نظریه‌ی «یادگیری اجتماعی»^۵ معروف است. این نظریه نیز توضیح می‌دهد که تماشای رفتار دیگران در رسانه‌های تصویری، چگونه موجب اکتساب آن رفتارها می‌شود (۱۲). علاوه بر این، در نظریه‌ی انتظارات اجتماعی نیز بر اثرگذاری تلویزیون و برنامه‌های تلویزیونی بر مخاطبان و نقش این رسانه در فرهنگ‌سازی و تولید هنجارهای فرهنگی، در سطح گسترده‌تری تأکید شده است. براساس این نظریه، رسانه‌ها، مخاطبان، به ویژه مخاطبان جوان، را با بخشی از انتظارات اجتماعی آشنا می‌کنند (۱۳) که ممکن است تا پیش از این آشنایی، نسبت به آن‌ها آگاهی نداشته باشند.

یکی از بُعد‌های فرهنگی و اجتماعی در هر جامعه‌یی، سبک زندگی^۶ است (۱۴). سازمان بهداشت جهانی، سبک زندگی را الگوهای مشخص و تعریف‌پذیر رفتاری می‌داند که از تعامل بین ویژگی‌های شخص، رابطه‌های اجتماعی، شرایط محیطی و موقعیت‌های اجتماعی-اقتصادی حاصل می‌شود (۱۵). اولین بار آلفرد آدلر^۶ (۱۹۲۲) اصطلاح «سبک زندگی» را مطرح کرد (۱۵). او سبک زندگی را بیش از هر چیز خلاقیتی می‌داند که حاصل کنارآمدن فرد با محدودیت‌ها، مانع‌ها و تضادها و بحران‌هایی است که در مسیر پیشرفت او به سوی آرمانش، ظاهر می‌شوند (۱۶). با توجه به فرایندهای

¹ Cultivation Theory

² Modeling Theory

³ Bandura

⁴ Social Learning Theory

⁵ Life Style

⁶ Alfred Adler

شد و سعی بر این بود که آزمون در جوّی مناسب صورت گیرد.

پرسش‌نامه‌ی سبک‌های زندگی^۱ (LSQ): این پرسش‌نامه‌ی خودگزارشی را، که سبک‌های زندگی را می‌سنجد، لعلی و همکاران تدوین کرده‌اند، که دارای ۷۰ پرسش با ۱۰ زیرمقیاس است؛ زیرمقیاس‌های این پرسش‌نامه عبارت است از: سلامت جسمانی؛ ورزش و تندرستی؛ کنترل وزن و تغذیه؛ پیشگیری از بیماری‌ها؛ سلامت روان‌شناختی؛ سلامت معنوی؛ سلامت محیطی؛ سلامت اجتماعی؛ اجتناب از مصرف داروها، مواد مخدر و الکل؛ و پیشگیری از حوادث. درجه‌بندی هر یک از پرسش‌های این پرسش‌نامه در طیف لیکرت است که به‌صورت همیشه (۳)، معمولاً (۲)، گاهی اوقات (۱) و هرگز (۰) نمره‌گذاری می‌شود. کمینه نمره‌ی اکتسابی این پرسش‌نامه، ۷۰؛ و بیشینه نمره‌ی آن، ۲۱۰ است (۲۹). مطالعه‌های انجام شده حاکی از بالا بودن اعتبار و پایایی این پرسش‌نامه است و ضریب آلفای کرونباخ آن برای کل پرسش‌نامه، ۰/۹۴ گزارش شده است (۲۹).

ابزار دیگر این پژوهش، پرسش‌نامه‌ی سنجش معنویت^۲ بوده است. این پرسش‌نامه یک ابزار خودگزارشی است که آن را هال و ادواردز^۳ در سال ۲۰۰۲ برای ارزیابی دو بُعد رشد معنویت، یعنی «آگاهی از وجود خداوند» و «کیفیت رابطه با خداوند»، طراحی کرده‌اند (۳۰). این پرسش‌نامه دارای ۴۷ پرسش با شش زیرمقیاس آگاهی، ناامیدی، پذیرش واقعی، بزرگنمایی، بی‌ثباتی و مدیریت برداشت است. درجه‌بندی هر یک از پرسش‌های آن در طیف لیکرت پنج درجه‌ای به‌صورت کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱) نمره‌گذاری می‌شود (۳۱). نمره‌ی هر زیرمقیاس، میانگین پرسش‌های پاسخ داده شده است و اگر پاسخ‌دهنده به بیش از نیمی از پرسش‌های یک زیرمقیاس پاسخ ندهد، نمی‌توان مقیاس را نمره‌گذاری کرد. مطالعه‌های انجام شده حاکی از بالا بودن اعتبار و پایایی این پرسش‌نامه است و ضریب آلفای کرونباخ آن برای زیرمقیاس پذیرش آگاهی، ۰/۹۵؛ زیرمقیاس ناامیدی، ۰/۹۰؛ زیرمقیاس پذیرش واقعی، ۰/۸۳؛ زیرمقیاس بزرگنمایی، ۰/۷۳؛ زیرمقیاس بی‌ثباتی، ۰/۸۴؛ و زیرمقیاس مدیریت برداشت، ۰/۷۷ گزارش شده است (۳۰).

در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش‌های آمار توصیفی (توزیع فراوانی، شاخص‌های گرایش به مرکز و

می‌دهد که بیش‌تر تماشاگران برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی، دارای سبک زندگی عوامانه‌ی هستند؛ و بیش‌تر کسانی که در تماشای برنامه‌های ماهواره‌ی، «بسیار بیننده» تعریف شده‌اند، سبک زندگیشان میان‌مایه است (۲۶). همچنین در تحقیق دیگری نشان داده شده است که تماشای شبکه‌های ماهواره‌ی فارسی زبان، در سبک زندگی دانشجویان تأثیر مستقیم دارد و هرچه ساعت تماشای ماهواره بیش‌تر باشد، دانشجویان بیش‌تر تحت تأثیر سبک‌های زندگی تبلیغ شده در شبکه‌های ماهواره‌ی قرار می‌گیرند (۲۷).

نشان دادن شیوه‌های نوین سبک زندگی اسلامی-ایرانی (متناسب با شرایط زمانی) و بازپیرایی سبک‌های فراموش شده، کاری بس دشوار و حساس است که به یقین بی‌پشتوانه‌ی علمی و بازبینی پیشینه‌ی تحقیقی موفق نخواهد بود. همچنین رشد تفاوت‌های فردی، از ویژگی‌های دنیای مدرن امروز است؛ از این‌رو برآوردن نیازها، خواسته‌ها و تمایل‌های جامعه‌ی مدرن امروز نمی‌تواند ساده باشد. البته رسانه‌های جمعی، هم در تلطیف این نیازها و هم در کاستن از افتراق‌ها، نقش سازنده‌ی بازی می‌کنند (۲۸)؛ بنابراین، این پژوهش با هدف مقایسه‌ی بُعدهای سبک زندگی و رشد معنویت در دانشجویان مخاطب برنامه‌های ماهواره‌ی و تلویزیونی دانشگاه‌های کوه‌دشت، در سال ۱۳۹۴ انجام شده است.

مواد و روش‌ها

این پژوهش توصیفی، از نوع علی-مقایسه‌ی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل همه‌ی دانشجویان مشغول به تحصیل در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ دانشکده‌های علوم انسانی دانشگاه‌های آزاد، پیام نور و علمی-کاربردی شهرستان کوه‌دشت (به تعداد ۲۳۸ نفر) بوده است ($N=238$). از این تعداد، با روش نمونه‌گیری غیرتصادفی و در دسترس، نمونه‌ی به حجم ۱۰۰ نفر انتخاب شد، که از این میان، ۵۲ نفر، بیننده‌ی برنامه‌های ماهواره‌ی؛ و ۴۸ نفر، بیننده‌ی برنامه‌های تلویزیونی بودند ($n=52$). حجم و شمار نمونه براساس فرمول کوکران، ۱۴۸ بود که به سبب تکمیل نکردن پرسش‌نامه‌ها، ۴۸ نفر از تحقیق کنار گذاشته شدند.

گرفتن رضایت آگاهانه، اشاره نکردن به نام افراد، محرمانه بودن اطلاعات و برخورداری از حق کناره‌گیری از پژوهش در هر زمان، از جمله ملاحظه‌های اخلاقی لحاظ شده در این مطالعه بوده است. پژوهشگر اجرای پرسش‌نامه‌ها را عهده‌دار بود و به همه‌ی نمونه‌های پژوهش توضیح‌های یکسانی داده

¹ Life style questionnaire

² Spiritual assessment inventory

³ Hall & Edwards

۲۲	۲۲	۱۸-۲۰
۴۱	۴۱	۲۱-۲۳
۲۶	۲۶	۲۴-۲۶
۶	۶	۲۷-۲۹
۵	۵	۳۰-۳۲

(سن به سال)

براین اساس، تقریباً نیمی (۴۹ درصد) از دانشجویان شرکت-کننده در پژوهش، زن بوده‌اند و نیمی دیگر (۵۱ درصد)، مرد، که تقریباً ۵۳ درصد از آن‌ها در مقطع کاردانی و ۴۷ درصد در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند. این گروه نمونه در دو گروه افراد غیربیننده‌ی ماهواره (۴۸ درصد) و بیننده‌ی ماهواره (۵۲ درصد) قرار گرفتند؛ لازم به ذکر است که سعی شده است این گروه‌ها به نسبت مساوی انتخاب شود.

شاخص‌های پراکندگی) و استنباطی (آزمون t مستقل)، با استفاده از نرم‌افزار spss (نسخه‌ی ۱۸) استفاده شده است.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده در پژوهش، در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های دموگرافیک شرکت‌کنندگان در پژوهش

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۴۹
	مرد	۵۱
تحصیلات	کاردانی	۵۳
	کارشناسی	۴۷

جدول ۲. یافته‌های آزمون t برای مقایسه‌ی نمره‌های معنویت و خرده‌آزمون‌های آن در دو گروه افراد بیننده‌ی تلویزیون و ماهواره

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	معناداری
معنویت	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۱۹۶/۱۲	۱۷/۳۲	* ۰/۰۴۰
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۱۸۸/۷۴	۱۸/۰۹	
آگاهی	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۴/۰۱	۰/۶۴	* ۰/۰۸۷
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۴/۲۱	۰/۵۳	
پذیرش واقعی	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۴/۱۱	۰/۶۱	* ۰/۰۳۵
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۳/۷۲	۱/۱۵	
ناامیدی	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۲/۴۶	۱/۰۱	* ۰/۰۱۰
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۲/۹۸	۰/۹۷	
بزرگنمایی	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۳/۰۰	۰/۶۱	* ۰/۰۷۴
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۳/۲۳	۰/۶۴	
بی‌ثباتی	افراد بیننده‌ی ماهواره	۵۲	۳/۱۲	۰/۷۶	* ۰/۰۲۲
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۴۸	۳/۶۴	۰/۶۸	
مدیریت برداشت	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۳/۸۰	۰/۷۹	* ۰/۸۳۶
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۳/۸۳	۰/۷۱	

بنابراین، مقایسه‌ی میانگین‌های دو گروه نشان داد که میانگین‌ها در نمره‌های کلی معنویت و پذیرش واقعی در افراد غیربیننده‌ی ماهواره، بالاتر از افراد تماشاکننده‌ی آن بوده است و نیز نمره‌ی ناامیدی و بی‌ثباتی در افراد غیربیننده‌ی ماهواره، پایین‌تر از افراد تماشاکننده‌ی آن بوده است.

براساس نتیجه‌های جدول شماره ۲، تفاوت مقیاس معنویت در خرده‌مقیاس‌های کلی معنویت ($P=0/04$ ، $t=2/084$)، خرده‌مقیاس پذیرش واقعی ($P=0/35$ ، $t=2/145$)، خرده‌مقیاس ناامیدی ($P=0/01$ ، $t=-2/636$) و خرده‌مقیاس بی‌ثباتی ($P=0/022$ ، $t=-2/334$)، در دو گروه افراد بیننده‌ی ماهواره و بیننده‌ی تلویزیون، در سطح ۰/۰۵، معنادار بود.

جدول ۳. نتیجه‌های آزمون t برای مقایسه‌ی نمره‌های سبک‌زندگی و خرده‌آزمون‌های آن در میان افراد بیننده‌ی تلویزیون و ماهواره

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	معناداری
سبک‌های زندگی	افراد بیننده‌ی ماهواره	۴۸	۳۳۴/۹۴	۴۵/۲۰	* ۰/۰۹۳
	افراد بیننده‌ی تلویزیون	۵۲	۳۱۹/۴۲	۴۶/۲۸	

۰/۹۱۳	۰/۵۹	۴/۵۶	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	سلامت جسمانی
	۰/۶۷	۴/۵۴	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۱۹۱	۱/۳۱	۴/۲۹	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	ورزش و تندرستی
	۱/۲۶	۳/۹۵	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۰۱۲	۰/۹۷	۴/۴۴	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	کنترل وزن و تغذیه
	۰/۹۸	۳/۹۴	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۱۰۱	۰/۸۲	۴/۹۵	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	پیشگیری از بیماری‌ها
	۰/۶۸	۴/۷۰	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۲۰۷	۰/۸۵	۴/۶۳	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	سلامت روان‌شناختی
	۱/۱۲	۴/۳۸	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۹۳۳	۰/۹۴	۴/۸۴	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	سلامت اجتماعی
	۰/۸۶	۴/۸۲	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۲۳۷	۱/۱۹	۵/۳۲	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	اجتناب از داروها و مواد مخدر
	۱/۲۲	۵/۰۳	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۰۸۶	۰/۸۴	۵/۱۴	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	پیشگیری از حوادث
	۱/۰۰	۴/۸۱	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	
۰/۲۵۱	۰/۸۹	۴/۷۹	۴۸	افراد بیننده‌ی ماهواره	سلامت محیطی
	۱/۲۲	۵/۰۳	۵۲	افراد بیننده‌ی تلویزیون	

متعددی، رابطه‌ی بین برنامه‌های ماهواره‌یی و هویت دینی جوانان بررسی شده و بدین نتیجه دست یافته‌اند که بین دو متغیر، رابطه‌ی معنادار وجود دارد، که گویای آن است که شبکه‌های ماهواره‌یی در هویت دینی جوانان تأثیر منفی دارد (۳۳، ۳۴). همچنین، نتیجه‌های پژوهش‌های مارمور^۱ و همکاران (۳۵) نشان داد که افزایش معنویت در افراد جامعه، از طریق انتقال پیام در تبلیغات امکان‌پذیر است و محتوای برنامه‌های رسانه‌های داخلی موجب تقویت میزان پایبندی به سبک زندگی دین‌باورانه شده؛ اما رسانه‌های جهانی با معرفی سبک‌های زندگی ناپایدار و غالباً سکولار (غیردینی) موجب تضعیف میزان پایبندی به سبک زندگی دین‌باورانه می‌شوند (۳۶).

می‌توان گفت که ظهور رسانه‌های اجتماعی متعدد سبب به وجود آمدن واقعیت‌های نمادین در فضای رسانه‌یی شده است. گرنبر بیان می‌کند که تماشای شبکه‌های ماهواره‌یی تلویزیون در طولانی مدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی، اعتقادات و باورهای بینندگان می‌شود، که این تأثیرها می‌تواند به نسبت تفاوت‌های فردی (جنسیت، سن و غیره)، متفاوت باشد (۳۶). در همین جهت، ژان بودریار^۲ اذعان می‌دارد متن زندگی اجتماعی را رسانه‌های جمعی می‌نگارند؛ آن‌ها با انتقال و انتشار ارزش‌ها و هنجارهای جدید، ارزش‌های

افزون بر این، در خرده‌مقیاس سبک زندگی (جدول شماره‌ی ۳)، کنترل وزن و تغذیه ($P = 0/012$, $t = 2/569$) در دو گروه افراد بیننده و غیربیننده‌ی ماهواره، در سطح ۰/۰۵ معنادار است. مقایسه‌ی میانگین دو گروه نشان داد که میانگین این نمره در افراد غیربیننده‌ی ماهواره، بالاتر از افراد تماشاکننده‌ی آن بوده است. بنابراین، افراد غیربیننده‌ی ماهواره، کنترل بیشتری بر وزن و تغذیه خود داشته‌اند. در دیگر خرده-مقیاس‌های این آزمون، تفاوت معناداری بین دو گروه افراد بیننده و غیربیننده‌ی ماهواره مشاهده نشد.

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق برای بررسی تفاوت بُعدهای سبک زندگی و رشد معنویت در دانشجویان مخاطب برنامه‌های ماهواره‌یی و تلویزیونی دانشگاه‌های کوه‌دشت در سال ۱۳۹۴ انجام شده است. بنابر یافته‌های به دست آمده، افراد غیربیننده‌ی ماهواره، از معنویت و پذیرش واقعی بیش‌تر و ناامیدی و بی‌ثباتی کم-تری برخوردارند. این یافته‌ی مطالعه‌ی حاضر، با نتیجه‌ی مطالعه‌ی سیدی و بیرقی (۲۷) همسو است؛ زیرا آنان نیز در پژوهش خود نشان داده‌اند که یکی از بُعدهای تهدیدپذیر در برابر برنامه‌های ماهواره‌یی، انحطاط معنوی است؛ و نیز زندگی لبریز از فناوری، یکپارچگی و انسجام معنوی را در افراد تهدید می‌کند. این یافته‌ها همچنین با نتیجه‌ی تحقیق‌های پیشین، همسو است (۳۲-۳۴)، بدین ترتیب که در پژوهش‌های

¹ Marmor

² Jean Baudrillard

بحرانی و همکاران نیز نشان داده‌اند که تأثیر رسانه‌ها بر دختران، به مراتب قوی‌تر از پسران است (۳۲)؛ بدین معنا که سبک زندگی جدید برای پسران به امری عمومی تبدیل شده است، در حالی که سبک زندگی جدید میان دختران چندان عمومی نیست، چون آنان در فضای بسته‌تری زندگی می‌کنند. از آنجا که شرکت‌کنندگان تحقیق حاضر از هر دو جنس دختر و پسر بوده‌اند، این‌گونه به نظر می‌رسد که این حضور هر دو جنس در تحقیق، در نتیجه‌ی پژوهش نیز اثر گذاشته است.

با توجه به یافته‌های تحقیق کنونی، می‌توان گفت تماشای ماهواره می‌تواند با کم‌رنگ کردن معنویت در جامعه، موجب رواج ناامیدی و بی‌ثباتی در جامعه شود. در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که کم‌رنگ شدن معنویت در جامعه، با گذشت زمان موجب از بین رفتن یا تضعیف شدن هرچه بیش‌تر سبک زندگی ایرانی و اسلامی، که پیوندی عمیق با اعتقادات، ارزش‌ها و باورهای مردم ایران دارد، خواهد شد. روشن است که درباره‌ی نتیجه‌های این پژوهش می‌باید از تعمیم گسترده خودداری کرد و محدودیت‌های آن را در نظر گرفت، چرا که نمونه، محدود به شهر کوه‌دشت است؛ افزون بر این، در نظر نگرفتن متغیرهای مزاحم، مانند وضعیت روانی شرکت‌کنندگان و خودگزارشی بودن پرسش‌نامه‌ها نیز از محدودیت‌های این پژوهش بوده است. بنابراین با توجه به نتیجه‌های به دست آمده، باید به دنبال راه‌کارهایی بود تا تأثیرهای مخرب ماهواره بر سبک زندگی و معنویت را به کم‌ترین حد رساند. پیشنهاد می‌شود علاوه بر متغیرهای مورد سنجش در پژوهش حاضر، دیگر متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی نیز در دو گروه افراد تماشاکننده‌ی برنامه‌های ماهواره و تلویزیون مورد بررسی قرار گیرد.

قدردانی

این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی مشاوره است که نویسنده‌ی اول، از آن در سال ۱۳۹۴ در دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک دفاع کرده است. پژوهشگران از همکاری تمامی مسئولان و دانشجویان در انجام این پژوهش کمال قدردانی و تشکر دارند.

References

- Jafari A, Sadri j, Fathiaghdam G. Relationship between religiosity, mental health, and family effectiveness and its comparison between male and female students. *Journal of Counseling Research & Developments*. 2008;6(22):107-15. (Full Text in Persian)

کنونی فرد و جامعه را مورد تهدید و چالش قرار می‌دهند (۳۶). در نتیجه، زمانی که فرد با منسوخ شدن باورها و ارزش‌های خود مواجه می‌شود، دچار ناامیدی خواهد شد.

همچنین یافته‌ها نشان داد که در پرسش‌نامه‌ی سبک‌های زندگی، تفاوت معنادار بین دو گروه افراد غیربیننده‌ی ماهواره و تماشاکنندگان ماهواره وجود ندارد؛ و از میان زیرمقیاس‌ها، فقط کنترل وزن و تغذیه، در افراد غیربیننده‌ی ماهواره بالاتر از افراد تماشاکننده‌ی ماهواره است. بنابراین، افراد غیربیننده‌ی ماهواره کنترل بیش‌تری بر وزن و تغذیه‌ی خود دارند. این یافته‌ها با نتیجه‌ی پژوهش‌های پیشینی که در این زمینه انجام شده، همسو است (۳۷). نلیسون نیز در تحقیق خود نشان داده که رابطه‌ی مثبتی بین تماشای تلویزیون و انتخاب رژیم غذایی وجود دارد (۳۸). در همین باره، مطالعه‌های بسیاری نشان داده است که مواجهه‌ی مستمر با فیزیک‌آرمانی القا شده‌ی رسانه‌ها، بر تصویر بدنی ادراک شده‌ی مخاطبان تأثیر منفی دارد (۳۹-۴۲). البته باید یادآور شد که در نمره‌ی کلی پرسش‌نامه‌ی سبک‌های زندگی و همه‌ی زیرمقیاس‌های آن، میانگین نمره‌های افراد غیربیننده‌ی ماهواره، بالاتر از میانگین نمره‌های افراد تماشاکننده بوده، اما این تفاوت معنادار نبوده است. این در حالی است که نتیجه‌های پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی، از جمله ماهواره، بر سبک زندگی افراد تأثیرگذار است (۳۶، ۴۳، ۴۴). اما یافته‌های این پژوهش همسو با تحقیقی است که آدمی را موجودی انتخابگر و پردازش‌کننده‌ی اطلاعات و برخوردار از عقل سلیم می‌داند (۴۵)؛ از همین‌رو به باور گرنبر؛ دامنه‌ی تأثیر رسانه‌ها بر انسان محدود است. همچنین گرنبر با اضافه کردن دو مفهوم «متداول‌سازی»^۱ و «تشدید»^۲ به نظریه‌ی کاشت، به این واقعیت اشاره می‌کند که تماشای بیش از حد ماهواره، نتیجه‌ی متفاوت برای گروه‌های اجتماعی مختلف دارد (۴۶). براین اساس، متداول‌سازی زمانی اتفاق می‌افتد که تماشای بیش از حد منجر به تقارن دیدگاه‌ها در جامعه می‌شود؛ و تشدید زمانی روی می‌دهد که افراد، مخاطبان برنامه‌های زندگی واقعیشان هستند؛ بنابراین در این حالت اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیش‌تر می‌شود. گرنبر با افزودن این دو مفهوم به نظریه‌ی کاشت، نتیجه گرفت که رسانه‌های جمعی، از جمله ماهواره، با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرند، به نحوی که تماشای آن‌ها بر بعضی از گروه‌های فرعی اثر قوی خواهد گذاشت و در بعضی دیگر، تأثیری نخواهد داشت (۴۷).

¹ Mainstreaming

² Resonance

19. Omidvari S. Spiritual health; concepts and challenges. *Specialized Quarterly of Quranic Interdisciplinary Researches*. 2008;1(1):5-17. (Full Text in Persian)
20. Oman D. Defining religion and spirituality. *Handbook of the psychology of religion and spirituality*. 2013:23-47.
21. Miller L, Bansal R, Wickramaratne P, Hao X, Tenke CE, Weissman MM, et al. Neuroanatomical correlates of religiosity and spirituality: a study in adults at high and low familial risk for depression. *JAMA psychiatry*. 2014;71(2):128-35.
22. KhoramiMarkani A, Yagmaei F, KhodayariFard M, AlaviMajd H. Developing and measuring psychometrics of oncology nurses' spiritual wellbeing scale. *Journal of Nursing and Midwifery Urimia University of Medical Sciences*. 2012;10(1):113-23. (Full Text in Persian)
23. Nikoukar GH, Kheiri AR, Taban M, Saydi F. Influence of Islamic life style on academic success. *Journal of Islamic Management*. 2014;22(1):197-211. (Full Text in Persian)
24. Afshani AR, Rasulinejad SP, Kavyani M, Samiei HR. The Investigation into the Relationship between Islamic Life Style and Social Health among People of Yazd City. *Biquarterly journal of Studies in Islam & Psychology*. 2014;8(14):55-83. (Full Text in Persian)
25. Seyyedi F, Beiraqi MR. A comparative study of social relationships in religious and modern lifestyles with emphasis on Iranian community. *Quarterly Pazhuhesh-Dini*. 2013;25:33-64. (Full Text in Persian)
26. Alikhah F, Rostami E. Media consumption and lifestyle. *Quarterly journal of specialized social*. 2011;7(28):1-19. (Full Text in Persian)
27. Larsen SB, Olsen A, Lynch J, Christensen J, Overvad K, Tjønneland A, et al. Socioeconomic position and lifestyle in relation to breast cancer incidence among postmenopausal women: a prospective cohort study, Denmark, 1993–2006. *Cancer epidemiology*. 2011;35(5):438-41.
28. Kamali M. Multiple modernities and mass communications in Muslim countries. *Journal of Global Media and Communication*. 2012;8(3):243-68. (Full Text in Persian)
29. Lali M, Abedi A, Kajbaf MB. Construction and Validation of the Lifestyle Questionnaire (LSQ). *Psychological Research*. 2012;15(1):64-80. (Full Text in Persian)
30. Hall TW, Edwards KJ. The initial development and factor analysis of the Spiritual Assessment Inventory. *Journal of Psychology and Theology*. 1996.
31. Hall TW, Edwards KJ. The Spiritual Assessment Inventory: A theistic model and measure
2. Baran SJ. Introduction to mass communication: Media literacy and culture 2009.
3. Poster M. Global media and culture. *New Literary History*. 2008;39(3):685-703.
4. Kaya R, Çakmur B. Politics and the mass media in Turkey. *Turkish Studies*. 2010;11(4):521-37.
5. Boyd-Barrett JO, Xie S. Al-Jazeera, Phoenix Satellite Television and the Return of the State: Case studies in market liberalization, public sphere and media imperialism. *International Journal of Communication*. 2008;2:17.
6. Nixon B. Dialectical Method and the Critical Political Economy of Culture. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*. 2012;10(2):439-56.
7. Marchionatti R. The economists and the primitive societies: a critique of economic imperialism. *The Journal of Socio-Economics*. 2012;41(5):529-40.
8. Korda H, Itani Z. Harnessing social media for health promotion and behavior change. *Health promotion practice*. 2013;14(1):15-23.
9. Thompson JB. The media and modernity: A social theory of the media: Stanford University Press; 1995.
10. Wimmer R.D, J.R D. Mass Media Research. 3 ed. Tehran: Soroush; 2013.
11. Gunter B. Media research methods. 1 ed. Tehran: Sima Research General Department; 2001.
12. Lowery SA, DeFleur ML. Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. 1 ed. Tehran: Danzheh; 2012.
13. Defleur ML. Understanding Mass Communication. 1 ed. Qom: Faculty of Broadcasting; 2012.
14. Giddens A. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age: Stanford University Press; 1991.
15. Toghyani M. The Relationship of Islamic Life Style with Dysfunctional Attitudes in University Students. *Journal of Knowledge and research in applied psychology*. 2014;14(4):35-43. (Full Text in Persian)
16. Feist J, Feist GJ, Roberts TA. Theories personality. 8 ed. Tehran: Ravan; 2015.
17. Pourmeidani S, Noori A, Shafti A. Relationship Between Life Style and Marital Satisfaction. *J Family Res*. 2014;10,331-4. (Full Text in Persian)
18. Abdel-Halim RE, AlKattan KM. Introducing medical humanities in the medical curriculum in Saudi Arabia: A pedagogical experiment. *Urology annals*. 2012;4(2):73.

- for assessing spiritual development. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 2002;41(2):341-57.
32. Bahrani S, Soroush M, Hosseini M. The Comparison of media relations of gender, identity and life style among the youth in Shiraz. *National Studies*. 2012;12(3):103-20. (Full Text in Persian)
 33. Safari K, Nematollahi Z. Instruments of Globalization and Religious Identity Studying the Relationship. *Quartly of Social Studies and Research in Iran*. 2012;1(1):39-70. (Full Text in Persian)
 34. JavadiYeganeh MR, Azizi J, Ansari MR. International Mass Media and Religious Identity among the Youth of Shiraz. *Journal of Sociology of social institutions*. 2014;1(1):83-102. (Full Text in Persian)
 35. Marmor-Lavie G, Stout PA, Lee W-N. Spirituality in advertising: A new theoretical approach. *Journal of Media and Religion*. 2009;8(1):1-23.
 36. Koohi K, Abbaszadeh M, KhajehBishak A. The effect of domestic and foreign media on the adherence to religious life style among 15-65 year-old citizens Tabriz. *Journal of Strategic Studies security and social order*. 2014;3(1):79-94. (Full Text in Persian)
 37. Dutta MJ. Health information processing from television: The role of health orientation. *Health communication*. 2007;21(1):1-9.
 38. Nelissen S, Beullens K, Lemal M, Van den Bulck J. Media use, cancer knowledge and lifestyle choices: a cross-sectional analysis. *The European Journal of Public Health*. 2015;ckv018.
 39. Featherstone M. Body, image and affect in consumer culture. *Body & Society*. 2010;16(1):193-221.
 40. Hausenblas HA, Campbell A, Menzel JE, Doughty J, Levine M, Thompson JK. Media effects of experimental presentation of the ideal physique on eating disorder symptoms: A meta-analysis of laboratory studies. *Clinical Psychology Review*. 2013;33(1):168-81.
 41. Kinnally W, Van Vonderen KE. Body Image and the Role of Television Clarifying and Modelling the Effect of Television on Body Dissatisfaction. *Journal of Creative Communications*. 2014;9(3):215-33.
 42. Prendergast G, West DC, Yan LK, editors. *Eating Disorders—The Role of Advertising and Editorial*. Proceedings of the 2002 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference; 2015: Springer.
 43. Rahmanzadeh A, Tahmasebi Z. The effect of watching satellite TV on the lifestyle of female students. *Journal of Media Studies*. 2014;6(14):1-16. (Full Text in Persian)
 44. Fathi S, Mokhtarpor M. The evaluation of modern visual media's role and effect on life style (case of study: Islamic Azad University, Science and Research branch students. *Journal of Iranian Social Development Studies* 2014;6(2):101-18. (Full Text in Persian)
 45. Katz R, West GL, Barker TB. Patent and Trademark Office. Washington, DC: U.S; 2000.
 46. Jamieson PE, Romer D. Violence in popular US prime time TV dramas and the cultivation of fear: A time series analysis. *Media and Communication*. 2014;2(2):31.
 47. Gerbner G. Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*. 1998;1(3-4):175-94.