

دوفصلنامه علمی «دین و ارتباطات»، سال سی ام، شماره دوم (پیاپی ۶۴)، پاییز و زمستان ۱۴۰۲، مقاله پژوهشی، صص. ۴۷۳-۵۰۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۹

تبیین مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۱۳۹۷ سیمای جمهوری اسلامی ایران (شبکه‌های ۱-۲-۳)

علی محمد موحدی متین*

سیدمحمد دادگران**

محمد رضا رسولی***

چکیده

هدف از مطالعه حاضر تبیین مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۱۳۹۷ سیمای جمهوری اسلامی ایران است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه سبک زندگی و رسانه شامل اساتید دانشگاه، حوزه، مدیران و مسئولان رسانه ملی می‌باشد و در بخش کمی نیز جامعه آماری شامل کلیه مجموعه‌های پخش شده در ماه رمضان سال ۱۳۹۷ از شبکه‌های یک، دو و سه است. یافته‌های کیفی پژوهش مبین آن است که نوع پوشش، دین‌باوری، ارتباطات اخلاقی اسلامی، خویش‌داری، کمک به دیگران، توجه به ارزش‌های اقتصادی همراه با گذشت و کمک به دیگران، بخشش، صداقت، تعاون، آثار اعمال، توسل به ائمه، توکل به خدا، امید، خانواده، صلح‌رحم، تکریم ایتم، تقواگرایی، اعتدال و میانه‌روی، پابندی به ارزش‌های اخلاقی مؤلفه‌هایی از سبک زندگی دینی هستند که در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. یافته‌های کمی نیز نشان داد که لباس و پوشش، خوردن و آشامیدن، مسکن و امکانات زندگی و خواب و بیداری بالاترین درصد فراوانی را در میان مؤلفه‌های تعامل انسان با خود در سبک زندگی دینی دارا می‌باشند.

واژگان کلیدی: تلویزیون، رسانه ملی، سبک زندگی، مجموعه‌های تلویزیونی، ماه رمضان.

* دانشجوی دکترای رشته فرهنگ و ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

oufogh57@gmail.com

** استاد گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

mohammad_dadgaran@yahoo.com

*** دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

Moh.rasouli@iauctb.ac.ir

مقدمه

در عصر ارتباطات و فناوری، تلویزیون به منزله رسانه‌ای فراگیر در اجتماع، توانمندی گسترده‌ای دارد. این رسانه می‌تواند زمینه‌سازی مناسبی برای تقویت یا تضعیف ارزش‌های مخاطبان فراهم آورد. همچنین وسایل ارتباط جمعی، موجب نزدیکی سلیقه‌ها، خواست‌ها، انتظارات تمامی ساکنان یک جامعه شده و جوامع را از عصر محدوده‌های جدا خارج می‌گردانند. ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده‌فرهنگ‌ها و فرهنگ‌های خاص و مجزا را ناپدید کرده و به‌نوعی تشابه میان تمامی ساکنان یک جامعه به‌وجود می‌آورد، به‌طوری‌که مردم آن جامعه از سبک زندگی، علائق و خواسته‌هایی که رسانه‌های جمعی ارائه می‌دهند، پیروی می‌کنند (ساروخانی، ۱۳۸۵، ص. ۸۳). در ماه رمضان هر خانواده ایرانی پس از فراغت از کار روزانه پای تلویزیون می‌نشیند تا خستگی فکری و جسمانی را از تن به در کند. در میان برنامه‌های تلویزیون، مجموعه‌ها، به‌ویژه از نوع ایرانی آن مهم‌ترین برنامه تفریحی - سرگرمی است که بعضاً بینندگان زیادی را به‌خود جذب می‌کنند. بسیاری از خانواده‌ها هر شب بخشی از وقت خود را به دیدن مجموعه‌های تلویزیونی که غالباً تولیدهای داخلی هستند - می‌گذرانند و ماجرای داستانی شب گذشته را دنبال می‌کنند؛ اما این تمام ماجرا نیست، تلویزیون علاوه بر کارکرد تفریحی و سرگرمی که دارد به‌طور غیرمستقیم به آموزش نیز می‌پردازد بدون اینکه با مقاومت مخاطب مواجه شود؛ مثلاً موسیقی، مکالمه‌ها، لباس، حرکات‌ها، صحنه، چیدمان دکور، استفاده هنرمندانه از نمادها و... به انتقال ارزش‌ها و باورها و درنهایت می‌تواند به ترویج نوعی سبک زندگی منتهی شود.

در گذشته زندگی دینی به حوزه عملکرد فردی محدود می‌شد، اگر کسی آلوده به گناهان کبیره نمی‌شد و به واجبات دینی عمل می‌کرد و ترجیحاً به‌دستورهای مستحبی دین عمل می‌کرد وی را فردی متشروع و نوع زندگی او را مطابق با دین قلمداد می‌کردند؛ اما با ظهور انقلاب اسلامی و بازتعریف دین توسط رهبران و متفکران انقلاب، دین محصور در قبرستان‌ها، خانه‌ها و کنج مساجد نماند بلکه عرصه‌های فردی و خانوادگی را درنوردید و پا به عرصه‌های اجتماعی - سیاسی جامعه و حتی بین‌الملل گذاشت؛ اما این سبک زندگی (با همه اُفت و خیز آن) در دهه‌های اخیر مورد حمله گسترده بیگانگان قرار گرفته است. تأیید این مدعا، گسترش فضای مجازی (حقیقی)

مهندسی و مدیریت شده خارج از مرزها، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، تغییر ذائقه فکری، فرهنگی، تغذیه‌ای، دکوراسیون منازل، رواج موسیقی‌های پاپ و... است. نقطه مقابل این هجمه می‌تواند تأکید بر فرهنگ بومی خویش و تلاش برای به تصویر کشیدن جذابیت‌های آن باشد (طغیانی و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۳۸). در این راستا، اگر رسانه‌های عمومی جامعه اسلامی به‌عنوان یکی از گذرگاه‌های مهم تبلیغ و ترویج الگوهای رفتاری، قصد داشته باشند برای انسان امروز، الگویی از سبک زندگی دینی ترسیم کنند و آن را در سطحی فراگیر نهادینه سازند، باید بکوشند با تصرف حس زیبایی‌شناسی مخاطب، سازگاری آموزه‌های اصیل دینی و الگوهای رفتاری برآمده از این آموزه‌ها را با فطرت انسانی تبیین و آشکار کنند (رضوی‌زاده، ۱۳۸۵، ص. ۷۸).

سبک زندگی دینی به‌عنوان مهم‌ترین دستاورد یک حکومت دینی است و انتظار می‌رود بعد از استقرار نظام سیاسی مطلوب خود، به تشکیل و تثبیت این نوع نگاه به زندگی بپردازد. بدان معنا که یک نظام سیاسی مبتنی بر نگاه دینی موفق به ایجاد و نهادینه کردن نوعی از زندگی در جامعه باشد که برخاسته از متن دین از یک‌سو و امکان زیست در جهانی که آکنده از ایسم‌هایی که هر کدام مدعی نوعی از زندگی هستند، از دیگر سو باشد. شیوه‌ای از زندگی که مبانی خود را از متون دین استخراج کرده و توانایی تطبیق موضوع‌های روز با اصول خود (قدرت اجتهاد) را داشته باشد (شریفی، ۱۳۹۲، ص. ۳۵). تلویزیون این ظرفیت را دارد تا با تولید مجموعه‌های تلویزیونی که رنگ و بوی زندگی دینی دارند در برابر سبک‌های زندگی‌ای که تلاش در شکستن هنجارهای مستحکم این مرزوبوم دارند ایفای نقش و مسئولیت کند. معمولاً ماه‌های مبارک رمضان به‌خاطر ویژگی معنوی آن از یک‌سو و روزه‌داری مردم و آمادگی بیشتر آنان برای پذیرش آموزه‌های دینی، فرصت مناسبی برای به تصویر کشیدن سبک زندگی دینی در قالب‌های داستانی جذاب می‌باشد. با توجه به اهمیت اشاعه سبک زندگی دینی در میان اعضای جامعه از طریق تبلور آن در برنامه‌های رسانه ملی، پژوهش پیش رو تلاش دارد تا مؤلفه‌های سبک زندگی دینی را با مبنا قرار دادن کتاب مفاتیح‌الحیات آیت‌الله جوادی آملی در مجموعه‌های تلویزیونی خانوادگی ماه رمضان سال ۱۳۹۷ سیمای جمهوری اسلامی ایران بررسی نماید. در واقع پرسش اصلی پژوهش حاضر آن است که مؤلفه‌های سبک زندگی ارائه‌شده در مجموعه‌های تلویزیونی ماه

رمضان سال ۹۷ تا چه حد بر شاخص‌های مطرح شده در کتاب مفاتیح‌الحیات آیت‌الله جوادی آملی منطبق هستند؟

۱. پیشینه پژوهش

الف) گلی (۱۳۹۶) به بررسی مقایسه‌ای میزان تأثیر رادیو و تلویزیون بر سبک زندگی دینی در شهرهای مشهد و نیشابور پرداختند. بر اساس نتایج حاصل از آنالیز واریانس و تفاوت میانگین، تمایز فاحشی بین مردان و زنان از این جهت وجود ندارد؛ همچنین در افراد تحصیل‌کرده میزان اثرپذیری از رسانه در موضوع سبک زندگی دینی پایین‌تر از افراد با سطح تحصیلات پایین‌تر می‌باشد. در نهایت مقایسه‌ای میان میزان مؤثر بودن برنامه‌های رسانه ملی در کلان‌شهر مشهد و شهرستان نیشابور انجام گرفت که بیانگر آن است که در شهرستان نیشابور، مخاطب رسانه، اثرپذیری بالاتری نشان می‌دهد.

ب) فتحی و جعفری (۱۳۹۶) به مطالعه رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد واحد اردبیل مبادرت نمودند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین نوع رسانه و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد، به گونه‌ای که تغییرهای سبک زندگی در دانشجویانی که غالباً از ماهواره استفاده می‌کنند بیشتر و در بین دانشجویانی که غالباً از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر است. به عبارت دیگر مصرف ماهواره بیشترین تغییر را در سبک زندگی دانشجویان ایجاد کرده است.

پ) مهرانیان و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی ارتباط بین میزان مصرف رسانه (تعاملی و غیرتعاملی) و رابطه آن با سبک زندگی، سازگاری اجتماعی و هویت اجتماعی کارکنان اداره‌های دولتی شهر همدان پرداختند. با توجه به یافته‌ها، بین میزان مصرف رسانه‌ای (تعاملی و غیرتعاملی) با سبک زندگی، هویت اجتماعی و سازگاری اجتماعی کارکنان ادارات دولتی شهر همدان رابطه وجود دارد. بین سبک زندگی با مصرف رسانه‌ای (تعاملی و غیرتعاملی) کارکنان ادارات دولتی شهر همدان رابطه معناداری وجود ندارد.

ت) اکبری و لطفی خاچکی (۱۳۹۷) به تحلیل نشانه‌شناختی آگهی‌های بازرگانی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران از منظر سبک زندگی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین ارزش‌های فرهنگی و نشانه‌های معنایی نهفته در این تبلیغات شامل تلقی کالا به مثابه یک آرزو، مصرف کالا به مثابه رخداد یک معجزه، منزلت‌بخشی به کالا،

اثرگذاری غیرواقعی کالا و برساختن نقش‌های جنسیتی هستند.

ث) شعبانی و همکاران (۱۳۹۸) به تبیین مؤلفه امید در سبک زندگی دینی و نقش رسانه دیداری تلویزیون در گسترش امیدآفرینی دینی پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش، بیانگر وجود مشکلات فراوان در مسیر تحقق تعامل مطروحه و فاصله بین وضع موجود با وضع مطلوب است که رفع و حل آن نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، خلاقیت و نوآوری، بازمهندسی جدول پخش (کنداکتور)، به‌کارگیری مدیران رسانه‌ای آشنا با دین‌شناسی، بومی‌سازی رسانه نوین، تغییر در نگرش، تولید پیام از محتوا و... است.

ج) حسن‌زاده (۱۳۹۹) به مطالعه امیدبخش‌ترین آیات قرآن و نقش و تأثیر آن در سبک زندگی اسلامی پرداخت. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بر اساس آموزه‌های دینی امیدواری نقش اصلی و اساسی در زندگی انسان دارد و سبک زندگی یک فرد مسلمان باید بر پایه امید بنانهاده شود.

چ) عرب‌کنگان (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر سبک زندگی قرآنی در تمدن‌سازی نوین اسلامی از منظر آیات و روایات مبادرت نمود. در این پژوهش، محقق با بررسی تأثیر شاخص‌های سبک زندگی قرآنی بر مؤلفه‌های تمدن‌سازی بدین نتیجه رسیده است که سبک زندگی قرآنی، مقدمه‌ای برای تشکیل تمدن نوین اسلامی و بخش حقیقی و رکن اصلی تمدن اسلامی می‌باشد و درواقع، تمدن‌سازی نوین اسلامی از رهگذر اتخاذ سبک زندگی قرآنی، در ساحت زندگی فردی و اجتماعی میسر است.

ح) ترابی (۱۳۹۹) به مطالعه سبک زندگی اسلامی و رضایت از زندگی در زنان شاغل و خانه‌دار پرداخت. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میانگین رتبه ابعاد سبک زندگی اسلامی زنان شاغل به جز در سه مورد (مالی - تفکر و علم - و امنیت) از زنان خانه‌دار بیشتر است، یعنی در ابعاد (اجتماعی - باورها - عبادی و اخلاقی و خانواده و سلامت و زمان‌شناسی) زنان شاغل نمره بالاتری دارند. همچنین مشخص شد که در مقوله رضایت از زندگی تفاوت آماری معناداری میان زنان شاغل و خانه‌دار وجود ندارد.

خ) حسینیان و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تقابل فرهنگی و دینی محتوای برنامه‌های غذایی ماهواره‌ای با اصول سبک زندگی تغذیه‌ای ایرانی - اسلامی مبادرت نمودند. در این مطالعه برنامه «بفرمایید شام» شبکه «من و تو» به‌عنوان نمونه بررسی شد. یافته‌ها نشان داد محتوای ارائه‌شده در برنامه‌های غذایی ماهواره‌ای در تقابل و مغایرت با اصول

سبک زندگی ایرانی - اسلامی است. از موارد یافت‌شده می‌توان به «حذف، مخالفت یا بی‌اعتنایی به مفاهیم مذهبی»، «تغذیه ناسالم»، «سرو غیرایرانی غذا»، «اسراف»، «تجمل‌گرایی»، «لذت‌گرایی» و «فرهنگ فردگرایی» اشاره داشت.

۲. چهارچوب نظری پژوهش

۲-۱. سبک زندگی

در ادبیات جامعه‌شناسی، از مفهوم «سبک زندگی» دو برداشت و دوگونه مفهوم‌سازی متفاوت به عمل آمده است. در فرمول‌بندی نخست که سابقه آن به دهه ۱۹۲۰ بازمی‌گردد - سبک زندگی، معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به‌عنوان شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است. در فرمول‌بندی دوم، سبک زندگی نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرهای فرهنگی نوسازی و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد. اهمیت و رواج فزاینده سبک زندگی در علوم اجتماعی، ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند (گیدنز^۱، ۱۹۹۴، به نقل از ابازری و چاوشیان، ۱۳۸۱).

در سالیان اخیر بدون سبک زندگی، یعنی بدون چهارچوب‌های مشخصی که شباهت‌ها و تفاوت‌ها را آشکار می‌سازد، افراد یک جامعه امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار میان خود را نخواهند داشت. کلیدی‌ترین ویژگی این جامعه را باید در افزایش درجه انتخاب در مصرف کالا و خدمات به حساب آورد. در چنین جامعه‌ای، مصرف‌کننده به‌عنوان یک موجود اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که با مصرف کالا در فرایند تعامل اجتماعی قرار می‌گیرد. در چنین مسیری، جامعه طبقاتی به جامعه توده‌ای تبدیل می‌شود؛ جامعه‌ای که در آن خود، به کالایی^۲ تبدیل شده و فرد با کالاها هم‌نوا و منطبق می‌شود. نظریه‌های اجتماعی در رویکردهای اخیر، بیشتر به روش‌هایی توجه

1. Giddens
2. Commodity Self

دارد که از رهگذر آنها زبان مخصوص صور و سبک‌های منزلت به تصویب می‌رسد؛ زیرا در حال حاضر به تبعیت از ماکس وبر^۳، تمایزی سنتی بین طبقه و منزلت وجود دارد که بیانگر توجه به تفاوت‌های اجتماعی ناشی از روش‌های مصرف به جای روش‌های تولید است (کرایب^۴، ۱۳۹۵، ص. ۲۲۶).

۲-۲. سبک زندگی دینی

سبک زندگی از دیدگاه اسلام، به مجموعه‌ای از موضوع‌های مورد قبول اسلام در عرصه زندگی اشاره دارد که بر اساس آن، معیار رفتار ما باید مبتنی بر اسلام و آموزه‌های اسلامی باشد. خدامحوری و حاکمیت ارزش‌های اسلامی در زندگی از مهم‌ترین معیارهای سبک زندگی مورد تأیید اسلام است؛ در واقع، در این سبک زندگی، زندگی فردی و اجتماعی افراد باید مبتنی بر اسلام و رهنمودهای قرآنی باشد. اسلام با احکام جاودانه خود، سبکی آرمانی و درعین حال، واقع‌گرایانه را پیشنهاد نموده است که مبتنی بر نگرشی متعالی به هستی و انسان است و آدمی را موجودی مسئول و مختار می‌داند که سرنوشت او به دست خودش رقم می‌خورد. در این سبک زندگی، غایت آموزه‌های دینی رهایی از سبک زندگی غیراسلامی و رسیدن به حیات طیبه می‌باشد که ایمان و عمل صالح، ملاک و معیار اساسی سبک زندگی اسلامی و دستیابی به حیات طیبه است. در این سبک از زندگی، انسان به‌طور طبیعی مدلی را که بیشترین هماهنگی را برای دستیابی به قرب الهی داراست، در زندگی فردی و اجتماعی خود مطلوب می‌داند و تقرب به خدا و لقاءالله را هدف نهایی خود می‌بیند؛ از این‌رو، همه شئون زندگی خود را از نماز و عبادت تا کسب و کار، تحصیل، تفریح، معاشرت، بهداشت، خوراک، معماری، هنر، سخن گفتن، تولید، مصرف، آراستگی ظاهری و امثال آن را در مسیر این هدف قرار می‌دهد (افشانی و دیگران، ۱۳۹۳، ص. ۸۴).

۳-۲. نظام‌واره فکری آیت‌الله جوادی آملی درباره سبک زندگی

فرایند سبک زندگی دینی و راهبردهای دینی و نیز مؤلفه‌های سبک زندگی دینی با توجه به رویکرد آیت‌الله جوادی در سه ساحت جهان‌دانی، جهان‌انداری و جهان‌آرایی

3. Max weber
4. Craib

شکل می‌گیرد. ایشان با توجه به بنیان‌های معرفتی اسلام، شناخت جهان و قوانین حاکم بر آن را زمینه‌ساز شناخت خداوند برای مدیریت جامعه انسانی، در تمامی سطوح آن دانسته، جهان‌داری و شناخت مدیریت جهانی را مقدمه‌ای برای پیراستگی و آراستگی جهان بیرون و درنهایت جهان بیرون می‌شمارند. درحقیقت همه این مراحل، اعم از جهان‌دانی، جهان‌آرایی، مقدمه‌ای است برای هنرمندی انسان در عرصه قوس صعود و باریابی او به بارگاه ربوبی. ایشان اصول مدیریت انسان را در حوزه سبک زندگی در ضمن پانزده اصل و در مقدمه کتاب مفاتیح‌الحیات آورده‌اند و به‌طور فهرست‌وار به اهم مسائل آن می‌پردازند (جوادی آملی، ۱۳۹۱، صص. ۶۱-۶۱):

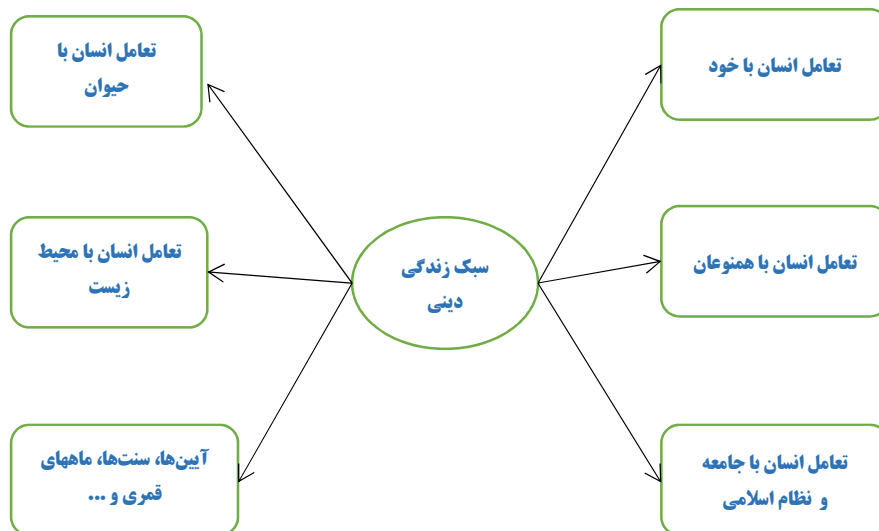
اصل یکم: تمدن جامعه انسانی در آئینه تدین او ظهور دارد و هورا هرگونه برانزندی او در گرو استقرار در مقطع چهارم از اسفار چهارگانه سالکان الهی است. چهارمین میدان مهاجرت از اسفار اربعه، سفر از خلق به سوی خلق با حق است. چنین مسافری همواره با حق همراه بوده و از منظر حق، جهان جماد و نبات و حیوان و انسان و فرشته را می‌نگرد و در قلمرو هر یک حکم مناسب دارد. جامعه حق مدار، هیچ موجودی را بدون روح حاکم بر آن یعنی حقیقت که ظهور حق مطلق است بررسی نمی‌کند و هنگام تدوین قانون، اجرای قانون و تطبیق عملکرد مجریان برابر قانون مدون یعنی قضا و داوری، قالب هر چیزی را با قلب تپنده آن یعنی حقیقت یاد شده ملاحظه می‌کند. آیت‌الله جوادی آملی در اصل دوم خود به این نکته اشاره دارد که سبک زندگی دینی بر مدار حق جریان دارد و منظور ایشان از نگارش چنین کتابی، توجه به مقوله حق‌مداری در همه شئون زندگی انسان مؤمن است. آیت‌الله جوادی در اصل سوم به این مسئله توجه دارند که انسان متدین بر اساس حق، مدار اسفار اربعه را طی می‌کند؛ از این رو در عرصه حضور در حضرت ناسوت و پرداختن به مواد محسوس در نظام زندگی قبل از مرگ، همه شئون زندگی خویش را بر اساس حق چیده است. بر اساس اصلاً چهارم، مسافران سفر چهارم در عرصه حضرت ناسوت در همه شئون خود (ره‌نوشه، راحله، صراط، همراه، راهنما، مقصد و مقصود) از حق بهره می‌برند؛ از این رو در تشخیص حق از باطل، صدق از کذب و الهام از اوهام درست عمل خواهند کرد و سبک زندگی‌شان رنگ و بوی دینی پیدا خواهد کرد. در اصول پنجم تا هفتم، ایشان به این مطلب اشاره می‌کند که کسی حق دارد برای اشیاء قانون وضع کند که جای حقیقی آنها را در نظام احسن بداند. در اصل هشتم، آیت‌الله جوادی با اشاره به اینکه دین با بیان کلیات

مورد نیاز انسان برای زندگی از گفتار و کردار و عقاید، مبانی جامع هستی‌شناسی و معرفت‌شناختی برای درک بهتر حیات را به انسان داده تا در ضمن آن، اصول کلی هرکسی در هر عصری و در هر سرزمینی سبک، سیره و شیوه زندگی خود را برگزیند؛ درحالی‌که هیچ‌کدام از آنها از زیر چتر دین خارج نشده باشند. در اصل نهم نیز با بیان اینکه راز ماندگاری اسلام در داشتن منابع غنی است، به تشویق دین به استنباط احکام شرعی از این منابع اشاره داشته، از دو طریق اجتهاد مرسوم و غیرمرسوم از منابع دینی یاد می‌کند که مکمل یکدیگرند. اصل دهم را می‌توان عرصه شخصی‌ترین تجربه سبک زیستن برای انسان در مقام هیوط به عرصه ناسوت دانست. انسان‌ها در این سفر، هر کدام حظی خاص را درک کرده، از قدرت ایمان خود بهره‌مند می‌شوند و چه‌بسا همه آنچه به یک نفر دادند را به دیگری ندهند؛ چونان که سلمان و اباذر هر دو در مقام «منا أهل البیت» وقوف داشتند؛ اما هر یک درجاتی از ایمان را طی کرده بودند. در اصل یازدهم به ضرورت توجه به حکمت نظری و عملی پرداخته و بود و نبود را که در حوزه جهان‌دانی است با بایدها و نبایدها در حوزه جهان‌داری تلفیق می‌نماید. اصل دوازدهم به بعضی از گزاره‌های هستی‌شناسی انسان مؤمن اشاره کرده، به این نکته توجه می‌دهد که خدا جهان را مسخر انسان قرار داد تا او جهان را با کمک علم اداره کند. این اصول هستی‌شناسانه به‌صورت غیرمستقیم بر سبک زندگی فرد مؤمن تأثیر دارد. اصل سیزدهم نگاه اساسی و ممیز هستی‌شناسی دینی بر هستی‌شناسی مادی است، همه دنیا و کائنات از حظ زندگی بهره‌مندند و دارای نطق مخصوص به خویش نیز می‌باشند و این تنها انسان نیست که زنده است و از حق حیات بهره دارد. طبق اصل چهاردهم، سبک زندگی معنوی بر خلاف سبک زندگی مادی بر قناعت و تولید بنا شده است و مصرف‌زدگی هیچ نشانه شخصیتی برای انسان در حیات خدامحور نخواهد بود. در این سبک از حیات، انسان از وابستگی فکری، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی می‌پرهیزد و سطح ظاهری زندگی خود را نیز از تعلقات دنیا و وابستگی به غرب و شرق دور نگره می‌دارد. اصل پانزدهم به معنای مختار بودن ما در سبک زندگی اشاره دارد. سبک زندگی در تعریف مختارانه به نگرش‌ها و ارزش‌ها و رفتارهای برخاسته از آنها اشاره دارد. ایشان در این اصل به جهان‌دانی، جهان‌داری و جهان‌آرایی اشاره فرموده، پیوستگی شکل زیستن را با نظام هماهنگ عالم، در نظر دارد.

۲-۴. تبیین مؤلفه‌های سبک زندگی بر اساس کتاب مفاتیح‌الحیات آیت‌الله جوادی آملی

در پژوهش حاضر، برای تبیین مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۱۳۹۷ سیمای جمهوری اسلامی ایران، کتاب مفاتیح‌الحیات اثر آیت‌الله جوادی آملی مدنظر قرار گرفته است. فرایند سبک زندگی دینی و راهبردهای دینی و نیز مؤلفه‌های سبک زندگی دینی با توجه به رویکرد آیت‌الله جوادی آملی در سه ساحت جهان‌دانی، جهان‌داری و جهان‌آرایی شکل می‌گیرد. ایشان با توجه به بنیان‌های معرفتی اسلام، شناخت جهان و قوانین حاکم بر آن را زمینه‌ساز شناخت او برای مدیریت جامعه انسانی، در تمامی سطوح آن دانسته، جهان‌داری و شناخت مدیریت جهانی را مقدمه‌ای برای پیراستگی و آراستگی جهان درون و درنهایت جهان بیرون می‌شمارند. درحقیقت همه این مراحل، اعم از جهان‌دانی، جهان‌داری و جهان‌آرایی، مقدمه‌ای است برای هنرمندی انسان در عرصه قوس صعود و باریابی او به درگاه ربوبی. ایشان اصول مدیریت انسان را در حوزه سبک زندگی در ضمن پانزده اصل و در مقدمه کتاب مفاتیح‌الحیات آورده‌اند و به‌طور فهرست‌وار به اهم مسائل آن می‌پردازند. مفاتیح‌الحیات، کتابی حدیثی درباره سبک زندگی اسلامی، اثر جمعی از نویسندگان حوزه علمیه قم با نظارت آیت‌الله عبدالله جوادی آملی است. محققان برای تألیف این اثر، با بررسی بیش از شش هزار روایت، کوشیده‌اند احادیث را به‌صورت کاربردی برای استفاده عموم مردم و برای معنابخشی به زندگی انسانی و تصویر سبک زندگی اسلامی در ابعاد مختلف اخلاقی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در این کتاب بگنجانند. مفاتیح‌الحیات ۵ بخش و یک خاتمه دارد؛ بخش اول، تعامل انسان با خود است. برخی فصل‌های این بخش: تفکر، یادگیری، حفظ تن، نظافت، خوردن، لباس، آراستگی، مسکن، مسافرت، خواب، تفریح ورزش و... است. بر اساس بخش اول این کتاب تعامل انسان با خود مورد توجه قرار گرفته است. در این بخش به آبادانی زمین توسط انسان اشاره شده است. همچنین به اهمیت تفکر و تدبیر در بیان امامان شیعه پرداخته شده است؛ برای نمونه عبادت واقعی، تفکر در کار خداوند دانسته شده است. در ادامه به بحث اجتناب از تکلف و دشواری اشاره شده است که بر اساس آن روایاتی نقل می‌شود که متکلفان مورد بی‌مهری پیامبر اسلام قرار می‌گیرند و به‌سختی نکوهش می‌شوند. بخش دوم، تعامل انسان با هموعان است که شامل فصل‌های خویشاوندان، مسلمانان، بیگانگان، مستضعفان، دشمنان، شهروندان و... است. بخش سوم،

تعامل مردم و نظام اسلامی است که شامل: نظام سیاسی، نظام اجتماعی، شهرداری، امور اقتصادی و... است. بخش چهارم، تعامل انسان با حیوان است که شامل نگهداری حیوان، بهره‌گیری از حیوان، حقوق حیوان و... است. بخش پنجم، تعامل انسان با محیط زیست است که شامل محیط زیست، خاک، درختکاری، فضای سبز، باد و باران، دریاها، راه‌ها، مواد سوختی، گردشگری و... است. بخش ششم نیز شامل کارها در روزهای ماه قمری، سنت‌ها و... است. این بخش از کتاب حاوی مباحثی چون آیین نوروز، یلدا و چهارشنبه سوری است. همچنین در این خاتمه مباحثی در مورد استخاره و تفاعل عنوان شده است؛ بنابراین با توجه به مباحث مطرح شده در کتاب مفاتیح‌الحیات، تعامل انسان با خود، هم‌نوعان، مردم و نظام اسلامی حیوانات و خلقت زیست‌محیطی و آیین‌ها؛ سنت‌ها، ماه‌های قمری و... شش محور اصلی سبک زندگی دینی هستند که در پژوهش پیش‌رو به‌عنوان مؤلفه‌های سبک زندگی دینی مورد مطالعه قرار گرفتند که در قالب نمودار شماره ۱ ارائه شده است:



نمودار (۱): مدل تبیین نظری پژوهش

منبع: (طراحی توسط نویسنده)

۳. اهداف پژوهش

۳-۱. هدف اصلی

تبیین مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ در سیمای جمهوری اسلامی ایران.

۳-۲. اهداف فرعی بخش کیفی

- ۱- شناسایی مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی؛
- ۲- شناخت نحوه تبعیت الگوهای برنامه‌سازی تلویزیون از سبک زندگی دینی؛
- ۳- شناسایی نقش پژوهش و پشتوانه تحقیقاتی در انعکاس سبک زندگی دینی در سریال‌های خانوادگی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی؛
- ۴- شناخت نحوه اثرگذاری تعامل و گفتگوی بین مدیران و برنامه‌سازان درخصوص نحوه انعکاس مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان بر جذابیت و کیفیت این مجموعه‌ها.

۳-۳. اهداف فرعی بخش کمی

- ۱- تبیین نحوه بازنمایی تعامل انسان با خود در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷؛
- ۲- تبیین نحوه بازنمایی تعامل انسان با هم‌نوعان در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷؛
- ۳- تبیین نحوه بازنمایی تعامل انسان با جامعه و نظام اسلامی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان ۹۷؛
- ۴- تبیین نحوه بازنمایی تعامل انسان با حیوانات در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان ۹۷؛
- ۵- تبیین نحوه بازنمایی تعامل انسان با محیط زیست در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان ۹۷؛
- ۶- تبیین نحوه بازنمایی آیین‌ها، سنت‌ها، ماه‌های قمری و... در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان ۹۷.

۴. روش پژوهش

با توجه به اینکه که پژوهش حاضر به دنبال تبیین مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۱۳۹۷ سیمای جمهوری اسلامی ایران است؛ لذا روش تحقیق شامل ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی به ترتیب مشتمل بر تحلیل مضمون^۵ و تحلیل محتوای کمی^۶ است. از آنجایی که این پژوهش در یک سازمان واقعی، عینی و زنده صورت گرفته است و از نتایج آن می‌توان به‌طور علمی استفاده کرد، از حیث هدف، یک پژوهش کاربردی نیز به‌شمار می‌آید.

در این پژوهش، با توجه به موضوع و به‌منظور دستیابی به پاسخ‌های عمیق از روش پژوهش ترکیبی استفاده شده است که مشتمل بر روش‌های کیفی بر اساس روش تحلیل مضمون و کمی مبتنی بر تحلیل محتوا است. در این راستا، به‌منظور شناسایی مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی، نحوه تبعیت الگوهای برنامه‌سازی تلویزیون، نقش پژوهش و پشتوانه تحقیقاتی در انعکاس سبک زندگی دینی و همچنین شناسایی نحوه اثرگذاری تعامل و گفتگوی بین مدیران و برنامه‌سازان در خصوص نحوه انعکاس مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان بر جذابیت و کیفیت این مجموعه‌ها در این زمینه ابتدا با استفاده از روش کیفی مبتنی بر مصاحبه با کارشناسان، عوامل اثرگذار جمع‌آوری و سپس در قالب رویکرد کمی مبتنی بر روش تحلیل محتوا، نحوه بازنمایی مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان شناسایی و در نهایت یافته‌های کیفی و کمی تحلیل و بررسی شده‌اند.

۴-۱. جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری این پژوهش در بخش کیفی شامل صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه سبک زندگی و رسانه شامل اساتید دانشگاه، حوزه، مدیران و مسئولان رسانه ملی است که در نهایت پس از مصاحبه با ۱۷ نفر اشباع نظری حاصل شده است. علاوه بر این، جامعه آماری مربوط به بخش کمی شامل کلیه مجموعه‌های تلویزیونی

5. Thematic Analysis

6. Quantitative Content Analysis

پخش شده در ماه رمضان سال ۱۳۹۷ از شبکه‌های یک، دو و سه تحت عناوین سر دلبران، بچه مهندس و رهایم نکن می‌باشد که تعداد آن برابر با ۹۰ قسمت است. در این بخش، کلیه مجموعه‌های تلویزیونی پخش شده در ماه رمضان از شبکه‌های یک تا سه (۹۰ قسمت) بررسی و تحلیل شده‌اند.

۲-۴. ابزار جمع‌آوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر در بخش کیفی و در راستای بهره‌گیری از نظرها و دیدگاه‌های اساتید و کارشناسان از مصاحبه عمیق استفاده شده است. علاوه بر این، در بخش کمی از روش تحلیل محتوای مجموعه‌های تلویزیونی استفاده شده است که در این راستا از پرسش‌نامه معکوس شامل مقولات و زیرمقوله‌ها به منظور اندازه‌گیری مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۱۳۹۷ سیمای جمهوری اسلامی ایران استفاده شده است.

۳-۴. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در پژوهش حاضر، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، از روش تحلیل مضمون^۷ استفاده شده است. تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای موجود درون داده‌ها است. این روش در حداقل، خود داده‌ها را سازمان‌دهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند؛ اما می‌تواند از این فراتر رفته و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را تفسیر کند (Stemler, 2015). علاوه بر این، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کمی از نرم‌افزار آماری SPSS 25 و آزمون خی‌دو^۸ یک‌متغیره استفاده شده است. دلیل استفاده از آزمون خی‌دو این بوده است که سنجش سنجش متغیرها اسمی بوده و به منظور بررسی وجود تفاوت معنادار بین مؤلفه‌های آنها، آزمون خی‌دو یک روش آماری مناسب به شمار می‌آید (Demler & et al, 2015).

7. Thematic Analysis
8. Chi-Square

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. یافته‌های کیفی

در این بخش مصاحبه‌های انجام‌شده با صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه سبک زندگی و رسانه شامل اساتید دانشگاه، حوزه، مدیران و مسئولان رسانه ملی، با استفاده از روش تحلیل مضمون تحلیل شده است. پس از رسیدن به کفایت نظری، محقق با گردآوری مضامین سازمان‌دهنده در جریان پژوهش و فراوانی مضامین پایه مرتبط با هر کدام از این مضامین سازمان‌دهنده، اقدام به حذف مضامین نزدیک به هم یا کم‌اهمیت‌تر (از منظر کم‌بودن میزان فراوانی) نموده تا شبکه مضامین فراگیر پژوهش حاصل شود که در جدول شماره ۱ ارائه شده است. علاوه‌براین، پس از مرور جدول شماره ۱ مضامین سازمان‌دهنده‌ای که از منظر محقق به لحاظ محتوایی و درونمایه به هم شبیه هستند، در قالب یک مضمون فراگیر مطرح شده است تا جدول شبکه مضامین فراگیر پژوهش ترسیم گردد که توسط جدول شماره ۲ ارائه شده است:

جدول (۱): شبکه مضامین سازمان‌دهنده ظهوریافته

در جریان پژوهش و فراوانی مضامین پایه مرتبط

ردیف	عنوان مضمون سازمان‌دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۱	نوع پوشش	۲
۲	دین‌باوری	۲
۳	ارتباطات اخلاقی اسلامی	۴
۴	خویشترداری	۱
۵	کمک به دیگران	۲
۶	توجه به ارزش‌های اقتصادی همراه با گذشت و کمک به دیگران	۵
۷	بخشش	۲
۸	صداقت	۲
۹	تعاون	۱
۱۰	آثار اعمال	۳

ردیف	عنوان مضمون سازمان‌دهنده	مضامین پایه مربوط
۱۱	توسل به ائمه	۲
۱۲	توکل به خدا	۳
۱۳	امید	۱
۱۴	بیگانه و متضاد بودن سبک زندگی معرفی شده در مجموعه‌های تلویزیونی	۲
۱۵	خانواده	۲
۱۶	صله‌رحم	۲
۱۷	تکریم ایتم	۱
۱۸	نگاه سطحی به مقوله سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان	۷
۱۹	تقواگرایی	۱
۲۰	اعتدال و میانه‌روی	۱
۲۱	پابندی به ارزش‌های اخلاقی	۲
۲۲	زمینه‌سازی آسیب به اعتماد و برخی سوءبرداشت‌ها با بهره‌گیری از برخی افراد مشهور (سلبریتی‌ها) که پارادوکس رفتاری آنها در آنتن رسانه ملی با عملکرد اجتماعی محسوس است.	۲
۲۳	یک‌سویه و کلیشه‌ای بودن الگوهای سبک زندگی در مجموعه‌های تلویزیونی	۷
۲۴	استفاده از دیدگاه‌های نظری جامعه‌شناسان، دین‌شناسان و محققان حوزه	۲۱
۲۵	وجود فاصله با نیاز مخاطبان به دلیل عدم برخورداری از پشتوانه پژوهشی	۷
۲۶	تحول‌آفرین بودن در صورت وجود یک تعامل اثربخش بین مدیران و برنامه‌سازان	۷
۲۷	لزوم تأثیرپذیری از نیاز مخاطبان و اتکا به ارزش‌های دینی و ملی در اداره رسانه و تولید آثار	۲
۲۸	تلفیق جذابیت‌های هنری و تحت‌تأثیر قرار دادن اندیشه‌ها و محتوای آثار	۱
۲۹	پرهیز از تحریف و کجروی در بیان مطالب و محتوای مجموعه‌ها	۳
۳۰	توجه صرف به جنبه سرگرمی و عدم توجه به مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی	۳

ردیف	عنوان مضمون سازمان‌دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۳۱	نیاز به بررسی علمی به منظور اندازه‌گیری میزان انعکاس سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان	۳
۳۲	نیاز به تعادل در توجه به سبک زندگی دینی و ایرانی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان	۸
۳۳	توجه کمتر به سبک زندگی دینی در سریال‌های خانوادگی ماه رمضان در طی سالیان اخیر	۴
۳۴	عملکرد قوی در کارگردانی	۱
۳۵	شخصیت‌پردازی مناسب	۱
۳۶	برانگیختن حس هم‌ذات‌پنداری	۱
۳۷	پرداختن به مشکلات عینی و ملموس مردم و جامعه	۲
۳۸	ارائه نگاهی متفاوت به مبانی دینی و رسالت نظام اسلامی	۲
۳۹	بیان راهکارها و آموزه‌های دینی در مواجهه با معضل‌های اجتماعی	۲
۴۰	صحنه‌پردازی‌های مناسب با معماری ایرانی اسلامی	۱
۴۱	فیلمنامه‌نویسی قوی و اثرگذار	۲
۴۲	تناسب محتوای فیلم با ماه مبارک رمضان	۱
۴۳	توجه به زبان و ادبیات فارسی در سریال‌ها	۱

منبع: (نویسنده)

جدول (۲): جدول شبکه مضامین فراگیر پژوهش

ردیف	عنوان مضمون فراگیر	شماره عناوین سازمان‌دهنده زیرمجموعه
۱	نوع پوشش، دین‌باوری، ارتباطات اخلاقی اسلامی، خویشتن‌داری، کمک به دیگران، توجه به ارزش‌های اقتصادی همراه با گذشت و کمک به دیگران، بخشش، صداقت، تعاون، آثار اعمال، توسل به ائمه، توکل به خدا، امید، خانواده، صلح‌رحم، تکریم ایتم، تقواگرایی، اعتدال و میانه‌روی، پایبندی به ارزش‌های اخلاقی	۱۳-۱ و ۱۵-۱۷

شماره عناوین سازمان‌دهنده زیر مجموعه	عنوان مضمون فراگیر	ردیف
۱۴، ۱۸، ۲۲، ۲۳، ۳۰	بیگانه و متضاد بودن سبک زندگی معرفی شده در مجموعه‌های تلویزیونی، نگاه سطحی به مقوله سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان، زمینه‌سازی آسیب به اعتماد و برخی سوءبرداشت‌ها با بهره‌گیری از برخی افراد مشهور (سلبریتی‌ها) که پارادوکس رفتاری آنها در آنتن رسانه ملی با عملکرد اجتماعی محسوس است، یک‌سویه و کلیشه‌ای بودن الگوهای سبک زندگی در مجموعه‌های تلویزیونی، توجه صرف به جنبه سرگرمی و عدم توجه به مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی	۲
۲۴، ۲۵، ۳۱	استفاده از دیدگاه‌های نظری جامعه‌شناسان، دین‌شناسان و محققان حوزه، وجود فاصله با نیاز مخاطبان به دلیل عدم برخورداری از پشتوانه پژوهشی، نیاز به بررسی علمی به منظور اندازه‌گیری میزان انعکاس سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان،	۳
۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۲، ۳۳، ۴۲	تحول‌آفرین بودن در صورت وجود یک تعامل اثربخش بین مدیران و برنامه‌سازان، لزوم تأثیرپذیری از نیاز مخاطبان و اتکا به ارزش‌های دینی و ملی در اداره رسانه و تولید آثار، تلفیق جذابیت‌های هنری و تحت‌تأثیر قرار دادن اندیشه‌ها و محتوای آثار، پرهیز از تحریف و کجروی در بیان مطالب و محتوای مجموعه‌ها، نیاز به تعادل در توجه به سبک زندگی دینی و ایرانی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان، توجه کمتر به سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان در طی سالیان اخیر، عملکرد قوی در کارگردانی، شخصیت‌پردازی مناسب، برانگیختن حس هم‌ذات‌پنداری، پرداختن به مشکلات عینی و ملموس مردم و جامعه، ارائه نگاهی متفاوت به مبانی دینی و رسالت نظام اسلامی، بیان راهکارها و آموزه‌های دینی در مواجهه با معضلات اجتماعی، صحنه‌پردازی‌های مناسب با معماری ایرانی اسلامی، فیلمنامه‌نویسی قوی و اثرگذار و تناسب محتوای فیلم با ماه مبارک رمضان، توجه به زبان و ادبیات فارسی	۴

منبع: (نویسنده)

۵-۱-۱. پاسخ به سؤال‌های کیفی پژوهش

سؤال اول: چه مؤلفه‌هایی از سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی مورد توجه قرار می‌گیرد؟

سؤال اول درخصوص مؤلفه‌هایی از سبک زندگی دینی است که در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی مورد توجه قرار می‌گیرد. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، نوع پوشش، دین‌باوری، ارتباطات اخلاقی اسلامی، خویشن‌داری، کمک به دیگران، توجه به ارزش‌های اقتصادی همراه با گذشت و کمک به دیگران، بخشش، صداقت، تعاون، آثار اعمال، توسل به ائمه، توکل به خدا، امید، خانواده، صلح‌رحم، تکریم ایتام، تقواگرایی، اعتدال و میانه‌روی، پایبندی به ارزش‌های اخلاقی مؤلفه‌هایی از سبک زندگی دینی هستند که در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند.

سؤال دوم: الگوهای برنامه‌سازی تلویزیون تا چه اندازه از سبک زندگی دینی پیروی می‌نمایند؟

سؤال دوم در مورد میزان پیروی کردن الگوهای برنامه‌سازی تلویزیون از سبک زندگی دینی بوده است. نتایج به‌دست آمده از پژوهش حاضر بیانگر آن است که دلایلی همچون بیگانه و متضاد بودن سبک زندگی معرفی شده در مجموعه‌های تلویزیونی، نگاه سطحی به مقوله سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان، زمینه‌سازی آسیب به اعتماد و برخی سوءبرداشت‌ها با بهره‌گیری از برخی افراد مشهور که پارادوکس رفتاری آنها در آنتن رسانه ملی با عملکرد اجتماعی محسوس است، یک‌سویه و کلیشه‌ای بودن الگوهای سبک زندگی در مجموعه‌های تلویزیونی و توجه صرف به جنبه سرگرمی و عدم توجه به مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی الگوهای برنامه‌سازی تلویزیون چندان از سبک زندگی دینی پیروی نمی‌کنند و غالباً سبک زندگی غربی در سریال‌های تلویزیونی متبلور است.

سؤال سوم: پژوهش و پشتوانه تحقیقاتی چه نقشی در انعکاس سبک زندگی دینی

در سریال‌های خانوادگی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی ایفا می‌نمایند؟

سؤال سوم درخصوص نقش و کارکرد پژوهش و پشتوانه تحقیقاتی در انعکاس سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی بوده

است. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که استفاده از دیدگاه‌های نظری جامعه‌شناسان، دین‌شناسان و محققان حوزه، کم‌کردن فاصله با نیاز مخاطبان با اتکا پشتوانه پژوهشی، بررسی علمی به منظور اندازه‌گیری میزان انعکاس سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان می‌تواند زمینه‌های افزایش جذابیت و کیفیت مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سیمای جمهوری اسلامی را فراهم نماید.

سؤال چهارم: تعامل و گفتگوی بین مدیران و برنامه‌سازان در خصوص نحوه انعکاس مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان چگونه می‌تواند بر جذابیت و کیفیت این سریال‌ها اثرگذار باشد؟

سؤال چهارم در زمینه نقش تعامل و گفتگوی بین مدیران و برنامه‌سازان در خصوص نحوه انعکاس مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان در جذابیت و کیفیت این مجموعه‌ها بوده است. نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر بیانگر آن است که شناسایی نیاز مخاطبان و اتکا به ارزش‌های دینی و ملی در اداره رسانه و تولید آثار، تلفیق جذابیت‌های هنری و تحت‌تأثیر قرار دادن اندیشه‌ها و محتوای آثار، پرهیز از تحریف و کجروی در بیان مطالب و محتوای مجموعه‌ها و دستیابی به تعادل در توجه به سبک زندگی دینی و ایرانی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان، عملکرد قوی در کارگردانی، شخصیت‌پردازی مناسب، برانگیختن حس هم‌ذات‌پنداری، پرداختن به مشکلات عینی و ملموس مردم و جامعه، ارائه نگاهی متفاوت به مبانی دینی و رسالت نظام اسلامی، بیان راهکارها و آموزه‌های دینی در مواجهه با معضل‌های اجتماعی، صحنه‌پردازی‌های مناسب با معماری ایرانی اسلامی، فیلمنامه‌نویسی قوی و اثرگذار، تناسب محتوای فیلم با ماه مبارک رمضان و توجه به زبان و ادبیات فارسی از جمله مؤلفه‌هایی هستند که در صورت تعامل سازنده بین مدیران و برنامه‌سازان حاصل خواهند شد که می‌توانند بر جذابیت و کیفیت مجموعه‌ها اثرگذار باشند.

۲-۵. یافته‌های کمتی پژوهش

۲-۵-۱. بررسی سؤال‌ها

سؤال اول: کدام یک از مؤلفه‌های تعامل انسان با خود در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؟

با توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره‌های دو برابر ۵۱,۲۲۶ با سطح معناداری ۰,۰۰۰ است که نشان‌دهنده آن است که برخی از مؤلفه‌های تعامل انسان با خود در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که لباس و پوشش، خوردن و آشامیدن، مسکن و امکانات زندگی و خواب و بیداری به ترتیب با ۱۵,۷ درصد، ۱۳,۷ درصد، ۱۱,۷ درصد و ۱۱,۷ درصد بالاترین میزان را در بین مؤلفه‌های تعامل انسان با خود دارا می‌باشند.

جدول (۳): آزمون خی دو جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با خود در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

سطح معناداری	مقدار آماره
۰,۰۰۰	۵۱,۲۲۶

منبع: (نویسنده)

جدول (۴): جدول توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با خود در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

شاخص	فراوانی مورد مشاهده	فراوانی مورد انتظار	باقیمانده
اهمیت تفکر و تدبیر	19	20.7	-1.7
یادگیری و دانش‌اندوزی	15	20.7	-5.7
کار و تلاش	17	20.7	-3.7
حفظ تن و حرمت اضرار به نفس	12	20.7	-8.7
نظافت و بهداشت	10	20.7	-10.7
خوردن و آشامیدن	34	20.7	13.3
لباس و پوشش	39	20.7	18.3
زینت و آراستگی	21	20.7	.3
مسکن و امکانات زندگی	29	20.7	8.3
مسافرت	11	20.7	-9.7
خواب و بیداری	29	20.7	8.3
تفریح‌های سالم و ورزش	12	20.7	-8.7
کل	248		

منبع: (نویسنده)

سؤال دوم: کدام یک از مؤلفه‌های تعامل انسان با همنوعان در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؟ توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره‌های دو برابر ۳۰۴,۶۱۷ با سطح معناداری ۰,۰۰۰ است که نشان‌دهنده آن است که برخی از مؤلفه‌های تعامل انسان با همنوعان در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که خویشاوندان، مسلمانان و مستضعفان به ترتیب با ۴۳,۵ درصد، ۲۲,۲ درصد و ۱۹,۴ درصد بالاترین میزان پوشش را در مجموعه‌ها به خود اختصاص داده‌اند.

جدول (۵): نتایج آزمون خی دو جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با همنوعان در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

سطح معناداری	مقدار آماره
۰,۰۰۰	۳۰۴,۶۱۷

منبع: (نویسنده)

جدول (۶): جدول توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با همنوعان در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

شاخص	فراوانی مورد مشاهده	فراوانی مورد انتظار	باقیمانده
خویشاوندان	184	70.5	113.5
مسلمانان	94	70.5	23.5
بیگانگان	18	70.5	-52.5
مستضعفان	82	70.5	11.5
دشمنان	6	70.5	-64.5
شهروندان	39	70.5	-31.5
کل	423		

منبع: (نویسنده)

سؤال سوم: کدام یک از مؤلفه‌های تعامل انسان با جامعه و نظام اسلامی در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؟

با توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره‌خیز دو برابر ۴۸,۴۲۹ با سطح معناداری ۰,۰۰۰ است که بیانگر آن است که برخی از مؤلفه‌های تعامل انسان با جامعه و نظام اسلامی در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که مؤلفه‌های نظام اجتماعی و نظام سیاسی به ترتیب با ۳۴,۶ و ۳۲,۲ درصد مربوط به بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

جدول (۷): نتایج آزمون‌های دو جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با جامعه و نظام اسلامی در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

سطح معناداری	مقدار آماره
۰,۰۰۰	۴۸,۴۲۹

منبع: (نویسنده)

جدول (۸): جدول توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با جامعه و نظام اسلامی در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

شاخص	فراوانی مورد مشاهده	فراوانی مورد انتظار	باقیمانده
نظام سیاسی	93	70	23
نظام اجتماعی	97	70	27
شهرسازی و شهرداری	24	70	-46
امور اقتصادی	66	70	-4
کل	280		

منبع: (نویسنده)

سؤال چهارم: کدام یک از مؤلفه‌های تعامل انسان با حیوانات در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؟ با توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره‌خیز دو برابر ۱,۰۰۰ با سطح معناداری ۰,۶۰۷

است که نشان‌دهنده آن است که تفاوت معناداری بین مؤلفه‌های تعامل انسان با حیوانات در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ وجود ندارد. در مجموع با توجه به مقادیر فراوانی مربوط به مؤلفه تعامل انسان با حیوانات، درمی‌یابیم که در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان چندان به موضوع تعامل انسان با حیوانات توجه نشده است.

جدول (۹): نتایج آزمون خی دو جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با حیوانات در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

مقدار آماره	سطح معناداری
۱,۰۰۰	۰,۶۰۷

منبع: (نویسنده)

جدول (۱۰): جدول توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با حیوانات در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

شاخص	فراوانی مورد مشاهده	فراوانی مورد انتظار	باقیمانده
نگهداری از حیوان	2	2.0	0.0
بهره‌گیری از حیوان	3	2.0	1.0
حقوق حیوان	1	2.0	-1.0
کل	6		

منبع: (نویسنده)

سؤال پنجم: کدام یک از مؤلفه‌های تعامل انسان با محیط زیست در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؟ با توجه به نتایج به‌دست آمده، میزان آماره خی‌دو برابر ۶۱,۸۸۲ با سطح معناداری ۰,۰۰۰ است که نشان‌دهنده آن است که برخی از مؤلفه‌های تعامل انسان با محیط زیست در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که از مجموع شاخص‌های مؤلفه تعامل انسان با محیط زیست، شاخص‌های

محیط زیست، فضای سبز و مراتع، باد و باران به ترتیب با ۳۶٫۸ درصد، ۲۵٫۰ درصد و ۱۶٫۲ درصد بالاترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول (۱۱): نتایج آزمون خی دو جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با محیط زیست در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

مقدار آماره	سطح معناداری
۶۱٫۸۸۲	۰٫۰۰۰

جدول (۱۲): جدول توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های تعامل انسان با محیط زیست در سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

شاخص	فراوانی مورد مشاهده	فراوانی مورد انتظار	باقیمانده
محیط زیست	25	8.5	16.5
آب و هوا و خاک حاصلخیز	1	8.5	-7.5
درختکاری و جنگل‌ها	7	8.5	-1.5
فضای سبز و مراتع	17	8.5	8.5
باد و باران	11	8.5	2.5
نهرها و دریاها	1	8.5	-7.5
راه‌ها و جاده‌ها	0	8.5	-5.5
مواد سوختی	3	8.5	-5.5
گردشگری و دیدار شگفتی‌های تاریخی و طبیعی	3	8.5	16.5
کل	68		

سؤال ششم: کدام یک از آیین‌ها، سنت‌ها، ماه‌های قمری و... در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند؟

با توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره خی دو برابر ۲۰٫۴۸۰ با سطح معناداری ۰٫۰۰۰ است که نشان‌دهنده آن است که برخی آیین‌ها؛ سنت‌ها، ماه‌های قمری و... در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷ بیشتر پوشش داده شده‌اند. همچنین با

توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که سنت‌ها و آیین‌ها با ۷۰٫۱ درصد بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

جدول (۱۳): نتایج آزمون‌های دو جهت بررسی میزان توجه به آیین‌ها، سنت‌ها، ماه‌های قمری و... در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

مقدار آماره	سطح معناداری
۲۰٫۴۸۰	۰٫۰۰۰

منبع: (نویسنده)

جدول (۱۴): جدول توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی میزان توجه به آیین‌ها، سنت‌ها، ماه‌های قمری و... در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان سال ۹۷

شاخص	فراوانی	درصد مورد انتظار	باقیمانده
روزهای ماه قمری	38	63.5	-25.5
سنت‌ها و آیین‌ها	89	63.5	25.5
کل	127		

منبع: (نویسنده)

بحث و نتیجه‌گیری

سبک زندگی دینی، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد است. این معنا در کتاب مفاتیح‌الحیات آیت‌الله جوادی این‌گونه آمده است که جهان‌دانی، جهان‌داری و جهان‌آرایی، همان نگرش‌های انسان مؤمن به جهان هستی است. نگرش حق‌مدارانه در حیات دینی، همراه ارزش‌های عدل‌محورانه است. مفهوم عدل به‌معنای آن است که انسان هرچیزی را در جای خود قرار دهد؛ اما حقیقت عدل درنهایت خفا و پوشیدگی است؛ زیرا کسی می‌تواند هرچیزی را در جای خود قرار دهد که جای اشیای جهان و منزلت اشخاص و جایگاه نژاد، اقوام، قبایل، زنان، کودکان، مردان و... را کاملاً بداند. کسی از چنین اطلاع کامل و جامعی برخوردار است که آنها را آفریده باشد و او فقط خدای یکتا و یگانه است و کسی از آگاهی خدا باخبر است که از قداست نبوت، روحانیت رسالت و شرافت وحی نبوی و ولوی بهره برده باشد و کسی از رهنمود و حیانی انسان کامل معصوم یعنی پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) و امام معصوم (علیه‌السلام) آگاه است که عقل برهانی را به‌وسیله آثار آن ذوات قدسی شکوفا کرده

باشد: «لِیُثِرُوا لَهُمْ دَفَائِنُ الْعُقُولِ» و نقل معتبر را از آنان فراگرفته باشد و فن شریف مدیریت را که هنر مخصوص خداداد است در صحابت این دو بال توانمند معرفتی قرار دهد تا از هم‌آوایی آنها عناصر اصلی مثلث جهان‌دانی، جهان‌داری و جهان‌آرایی سامان یابند. نتیجه آنکه با توجه به رویکردهای هستی‌شناختی ارائه شده در دین و نیز بایدها و نبایدهای منبعث از سیره پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) و اهل بیت (علیهم‌السلام)، می‌توان چنین نتیجه گرفت که اساساً الگویی با انسجام درونی و بیرونی، قابل احصاء از حریم دین (اسلام) با عنوان سبک زندگی دینی (اسلام) ممکن خواهد بود.

هدف این پژوهش، مطالعه نحوه بازتاب بازتاب سبک زندگی دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان بوده است. در این راستا سه مجموعه پُربیننده سر دلبران، بچه مهندس و رهایم کن که در ماه مبارک رمضان از سیمای جمهوری اسلامی پخش شده‌اند بررسی شده‌اند. بر اساس ارزیابی انجام شده، مجموعه بچه مهندس از بالاترین میزان توجه به مؤلفه‌های سبک زندگی برخوردار بوده و مجموعه‌های سر دلبران و رهایم نکن در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند.

از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان به توجه مجموعه‌های تلویزیونی ماه مبارک رمضان به پوشش و لباس اشاره نمود. در این راستا می‌توان گفت که لباس که از ضرورت‌های زندگی است و اسلام به این امر مهم اهمیت زیادی داده است و برای رنگ، نوع جنس و حتی شکل آن توصیه‌های زیبایی دارد. در خصوص آرایش ناخن و مو، روغن مالیدن، استعمال عطر و خضاب کردن برای زنان و مردان مسلمان نکات قابل تأملی را بیان نموده است؛ اما نتیجه‌ای که از همه این فرامین در مورد پوشش ظاهری و مدل آرایش به دست می‌آید این است که: پوشش یکی از شئون انسانی است و این شأن انسان به خصوصیات متفاوت فردی، اجتماعی وی مربوط می‌شود و می‌توان گفت که لباس پرچم وجود آدمی است که از اعتقادات، فرهنگ و آداب و رسوم وی سخن می‌گوید و اسلام نمی‌خواهد مسلمانان خود را به شکل کفار بیارایند و از سویی در نظر دارد، پوشش و آرایش امت مسلمان متمایز از دشمنان خدا و رسولش باشد.

علاوه بر این، نتایج به دست آمده از این مطالعه نشان می‌دهد که در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان به ارتباط با خویشاوندان توجه شده است. این نتیجه را می‌توان از منظر تأکید اسلام بر صلح‌رحم تحلیل کرد. در این راستا می‌توان گفت که اسلام نسبت

به صلهرحم، کمک، حمایت و محبت نسبت به خویشاوندان اهمیت فوق‌العاده‌ای قائل شده است و قطع‌رحم و بریدن رابطه از خویشان و بستگان را به شدت نهی کرده است. درخصوص چرایی اهمیت صلهرحم در اسلام می‌توان گفت که اسلام نسبت به نگهداری و حفظ پیوند خویشاوندی این همه پافشاری کرده، این است که همیشه برای اصلاح، تقویت، پیشرفت، تکامل و عظمت بخشیدن به یک اجتماع بزرگ، چه از نظر اقتصادی یا نظامی و چه از نظر جنبه‌های معنوی و اخلاقی، باید از واحدهای کوچک آن شروع کرد، با پیشرفت و تقویت تمام واحدهای کوچک، اجتماع عظیم، خودبه‌خود اصلاح خواهد شد. همچنین، یافته‌های پژوهش مبین آن است که هرچند در مجموع، در مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان بر مؤلفه‌های تعامل انسان با محیط زیست چندان تأکید نشده است با این حال در مجموعه‌های مذکور تا حدودی به فضای سبز و مراتع توجه شده است. در تحلیل نتیجه به دست آمده می‌توان گفت که محیط زیست طبیعی تأثیر شگرفی بر روح و روان آدمی دارد. محیط پاک و آراسته و خرم، زندگی را شاداب و معطر می‌سازد. شنیدن آواز روح‌بخش پرندگان، ترنم لطیف جویباران، آهنگ دلربای چشمه‌ساران، صفای سبز سبزه‌زاران، نسیم لطیف کوهستان، رقص دلنشین درختان و زیبایی شهر و دیار، همه‌وهمه تأثیر اعجاب‌انگیزی بر زندگی و حیات انسان دارند. هرکسی از تماشای چنین منظره‌های زیبایی احساس آرامش و نشاط کرده و امنیت و آسایش را در حیات خویش لمس می‌کند. برعکس، آسیب رساندن به محیط زیست و نابودی طبیعت باعث وارد آمدن صدمه‌ها و زیان‌های جبران‌ناپذیری به بشریت می‌شود. قرآن کریم درباره اثر طبیعت می‌فرماید: «سرزمین پاکیزه، گیاهش به فرمان پروردگار می‌روید؛ اما سرزمین‌های بدطینت [و شوره‌زار]، جز گیاه ناچیز و بی‌ارزش، از آن نمی‌روید» (اعراف / آیه ۵۸). از این آیه مبارک استفاده می‌شود همان‌طور که طبیعت و سرزمین پاک در رشد و پرورش بهینه گیاهان مؤثر است، در رشد و تکامل انسان نیز مؤثر می‌باشد، و همان‌گونه که از زمین‌های شوره‌زار جز گیاهان بی‌ارزش نمی‌روید، محیط آلوده نیز تأثیر منفی و اثرات زیانباری بر تربیت انسان دارد.

در مجموع، بر اساس یافته‌های آماری حاصل از تجزیه و تحلیل کیفی و کمی می‌توان گفت که رسانه‌ها بر شیوه رفتاری، نحوه سلوک و سلیقه‌های عمومی در جامعه و هنجارهای مردم اثر می‌گذارند. مخاطبان، فعالانه محتوای رسانه‌ها را پردازش می‌کنند و

این پردازش تحت تأثیر انگیزه‌های فرد است. علاوه‌براین عواملی چون نگرش‌ها، هنجارها و روابط خانوادگی و اجتماعی فرد ممکن است بر چگونگی پردازش محتوای رسانه‌ها اثر بگذارد. به این ترتیب می‌بینیم که رسانه‌ها تا حدود زیادی در شکل‌گیری نظام فکری و نظری افراد مؤثر است و در نهایت این نظام فکری است که پایه‌های سبک زندگی را مشخص می‌کند. از سوی دیگر، رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه‌های تصویری به‌طور مداوم در حال آموزش سبک زندگی هستند؛ اینکه مردم چگونه اوقات فراغتشان را سپری کنند، چیدمان منزلشان چگونه باشد، قرارهای گفت‌وگو را در کجا برگزار کنند و یا سفر را کجا و با چه کسانی بروند. نوع روابط، نوع پوشش، گفتگوی میان افراد، چیدمان منزل، آرایش ظاهری افراد، توجه به خط قرمزها بدون بررسی کارشناسانه پیرامون محتوای آنها و آثار زیان‌بار آن بر مخاطبان، زندگی در خانه‌های تجملی، تفریحات و سرگرمی‌های آنجنانی، رستوران‌های مجلل و بسیاری موارد دیگر که به مردم نوع زندگی خاص با سبک و شیوه‌ای متفاوت از فرهنگ ملی ما را القا می‌کند؛ بنابراین، مجموعه‌های تلویزیونی می‌توانند واقعیت‌های خاصی تولید کنند که با حقیقت، هیچ نسبتی نداشته باشد و یا واقعیاتی را بسازند که برخاسته از حقیقت و نظام معنایی مطابق با حقیقت دینی و آسمانی است. مجموعه‌های تلویزیونی ماه رمضان رسانه ملی این قابلیت را دارا هستند که نگرش‌های حق‌محورانه و ارزش‌های عدالت‌طلبانه را با بهره‌گیری از سیره ائمه (علیهم‌السلام) و اولیای دین به‌گونه‌ای شایسته بازتاب دهند. تلاش برای ساخت مجموعه‌هایی بر این اساس حتی ممکن است به پدید آمدن «سبک دینی» در عرصه رسانه نیز بینجامد. به‌بیانی دیگر، سبک زندگی دینی از رفتارهای دینی و ایمانی در همه حوزه‌های ارتباطی انسان با خدا، خود، هم‌نوعان و طبیعت برمی‌خیزد که می‌توان آنها را در اثری رسانه‌ای با مشخصات رسانه دینی به تصویر کشید.

کتابنامه

قرآن کریم

اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، (۲۰)، ۳-۲۷.

افشانی، سیدعلیرضا؛ رسولی‌نژاد، سیدپویا؛ کاویانی، محمد و سمیعی، حمیدرضا (۱۳۹۳). بررسی رابطه سبک زندگی اسلامی با سلامت اجتماعی مردم شهر یزد. *دوفصلنامه مطالعات اسلام و روان‌شناسی*، ۸(۱۴).

اکبری، کمال و لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۹۷). تحلیل نشانه‌شناختی آگهی‌های بازرگانی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران از منظر سبک زندگی. *فصلنامه رادیو تلویزیون*، ۱۲(۲۷).

ترابی، فرشته (۱۳۹۹). *سبک زندگی اسلامی و رضایت از زندگی در زنان شاغل و خانه‌دار*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته علوم انسانی، دانشگاه الزهرا (سلام‌الله‌علیها)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، تهران، ایران.

جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۱). *مفاتیح الحیاه*، بی‌جا: نشر اسراء.

حسن‌زاده، نیلوفر (۱۳۹۹). *امیدبخش‌ترین آیات قرآن و نقش و تأثیر آن در سبک زندگی اسلامی*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، دانشکده علوم قرآنی مراغه، مراغه، ایران.

حسینیان، غزاله؛ بنی‌هاشمی، سیدمحسن و سبجانی، عبدالرضا (۱۴۰۰). تقابل فرهنگی و دینی محتوای برنامه‌های غذایی ماهواره‌ای با اصول سبک زندگی تغذیه‌ای ایرانی - اسلامی. *دو فصلنامه دین و ارتباطات*، ۲۸(۵۹).

رضوی‌زاده، نورالدین (۱۳۸۵). بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی. *فصلنامه علوم اجتماعی*، (۳۱).

ساروخانی، باقر (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی ارتباطات: اصول و مبانی*. تهران: اطلاعات.

شریفی، احمدحسین (۱۳۹۲). *همیشه بهار: اخلاق و سبک زندگی اسلامی*. قم: معارف. شعبانی، محمدجواد؛ مهربان صادق‌نیا و میرتبار، سیدمرتضی (۱۳۹۸). تبیین مؤلفه امید در سبک زندگی دینی و نقش رسانه دپداری تلویزیون در گسترش امیدآفرینی دینی.

پژوهش‌نامه سبک زندگی، ۵(۱).

طباخی ممقانی، جواد (۱۳۹۶). رسانه، سبک زندگی و ترجیحات سیاسی شهروندان در تهران. کنفرانس سالانه پژوهش در علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، تهران. طغیانی، مجتبی؛ کجباف، محمدباقر و بهرام‌پور، مهدی (۱۳۹۲). رابطه سبک زندگی اسلامی با نگرش‌های ناکارآمد در دانشجویان. دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، ۱۴(۴)، ۳۶-۴۴.

عبیدی، فاطمه (۱۳۹۱). بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی بر سبک زندگی. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

عرب‌کنگان، الهه (۱۳۹۹). تأثیر سبک زندگی قرآنی در تمدن‌سازی نوین اسلامی از منظر آیات و روایات. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، دانشکده علوم قرآنی زاهدان، زاهدان، ایران. فتحی، حبیب‌الله و جعفری، علی. (۱۳۹۶). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی). مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۹)، ۲۲۱-۲۵۵.

کرایب، یان (۱۳۹۵). نظریه اجتماعی کلاسیک: مقدمه‌ای بر اندیشه مارکس، وبر، دورکیم، زیمل. ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: آگه. کرایب، یان (۱۳۹۵). نظریه اجتماعی کلاسیک: مقدمه‌ای بر اندیشه مارکس وبر؛ دورکیم و زیمل، ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: نشر آگه.

گلی، عطیه (۱۳۹۶). بررسی مقایسه‌ای میزان تأثیر رادیو و تلویزیون بر سبک زندگی دینی در شهرهای مشهد و نیشابور. چهارمین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه، تهران. گیدنز، آنتونی (۱۳۹۳). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

مهرانیان، سمیه؛ جدیدیان، احمدعلی و ذوقی پایدار، محمدرضا (۱۳۹۶). میزان مصرف رسانه (تعاملی و غیرتعاملی) و رابطه‌ی آن با سبک زندگی، سازگاری اجتماعی و هویت اجتماعی کارکنان ادارات دولتی شهر همدان. کنفرانس ملی رویکردهای نوین علوم انسانی در قرن ۲۱، رشت.

- Demler, O. V.; Paynter, N. P. & Cook, N. R. (2015). Tests of calibration and goodness-of-fit in the survival setting. *Statistics in medicine*, 34(10), 1659-1680.
- Stemler, S. E. (2015). Content analysis. Emerging trends in the social and behavioral sciences: An Interdisciplinary, Searchable and Linkable Resource, 1-14.