

Investigating the Role of Ideological Programs of Vesal Satellite Network in Religion Conversion among the Citizens of Khuzestan

Alireza Dawodi

Corresponding Author, Ph.D. in Communication Sciences and Researcher in the field of Culture and Communication, Tehran, Iran. Alireza.Dawodi5956@gmail.com

Seyed Vahdi Aghili

Associate Professor of communication Sciences and Media studies, Islamic Azad university Tehran central branch, Tehran, Iran. aqili@srbiau.ir

Mohammadreza Rasouli

Associate Professor, Department of Media Management and Public Relations, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. moh.rasouli@yahoo.com

Abstract

This study aims at investigating the role of ideological programs of Vesal satellite network in religion conversion among the citizens of Khusestan and working out some scientific and practical strategies to control or reduce the effects of this phenomenon in this province. The statistical population of the study was selected through cluster sampling from the citizens of some cities of Khuzestan Province including Susangerd, Hamidyeh, Ahvaz, Shawar, and Shoosh and the snowflake sampling method was adopted for selecting 161citizens, as an accessible sample size, who had gained convert to Wahhabism. The results of the analysis showed that there was a significant inverse relation between the use of the ideological programs of Vesal Satellite Network and the preservation of Shi'i identity, that is, the more the time allocated to watching ideological programs of Vesal Sateelite Network, the less the adherence and attachment of the individuals to their Shi'i identity and the more tendency towards Wahhabism.

Keywords: *Khuzestan, Satellite, Vesal Network, Wahhabism*

بررسی نقش برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال در تغییر مذهب بین شهروندان خوزستانی^۱

علیرضا داودی

دکتری علوم ارتباطات و پژوهشگر حوزه فرهنگ و ارتباطات، تهران، ایران
Alireza.Dawodi5956@gmail.com

سیدوحید عقیلی

دانشیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران
aqili@srbiau.ir

محمدرضا رسولی

دانشیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران
moh.rasouli@yahoo.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال در تغییر مذهب بین شهروندان خوزستانی و دستیابی به راهبردها و راهکارهای علمی و عملی در جهت مهار یا کاهش اثرات این پدیده در خوزستان بوده است. جامعه‌آماری پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، شامل شهرهای سوسنگرد، حمیدیه، اهواز، شاور و شوش استان خوزستان می‌باشند و با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری گلوبه برفی تعداد ۱۶۱ نفر از افراد گرایش یافته به وهابیت از این جامعه آماری، به‌عنوان حجم نمونه قابل دسترسی^۲ انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته با مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت بوده که روایی آن با نظرات خبرگان تأیید شد و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۱ شد؛ که نشان‌دهنده‌ی پایایی مناسب ابزار است. سپس داده‌های آماری با استفاده از رگرسیون براساس مدل مفهومی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. از تجزیه و تحلیل یافته‌ها می‌توان بیان داشت که رابطه معکوس و معناداری بین میزان استفاده از برنامه‌های شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال با حفظ هویت مذهب شیعی در بین شهروندان خوزستانی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان استفاده از ماهواره‌ی مذکور، پایداری و تقید افراد به حفظ هویت مذهب شیعی، کاهش و گرایش به وهابیت زیادتر می‌شود.

واژه‌های کلیدی: خوزستان، ماهواره، شبکه‌ی وصال، وهابیت

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۰۴ تاریخ بازبینی: ۹۹/۱۲/۰۵ تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۲۹

فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی، سال ۱۰، شماره ۳۷، زمستان ۱۳۹۹، صص ۵-۳۱

۱. این یک مقاله دسترسی آزاد تحت مجوز/<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> است.

مقدمه

خوزستان دروازه‌ی ورود تشیع به ایران بوده و از طریق آن، مذهب تشیع در سایر نقاط کشور بسط و گسترش یافته است (مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۷۵). خوزستان از لحاظ ترکیب قومی و خرده‌فرهنگ‌ها، متکثرترین استان ایران است؛ بختیاری‌ها، عرب‌ها، فارس‌های بومی، لرها و ... قرارگرفتن استان در نواحی مرزی با سابقه‌ی خطرپذیری و تنش‌های سیاسی، قومی و مذهبی و وجود برخی زمینه‌های قومی، فرهنگی برای ایجاد اختلافات قومی و طایفه‌ای از طریق محرک‌های بیرونی می‌تواند یک خطر بالقوه تلقی شود (رفیعی، و غیره، ۱۳۹۶، ص. ۲۶). عرب‌های خوزستان مردمی متدین، میهمان‌پرست، شجاع و درستکارند. همه‌ی آنها پیرو دین مبین اسلام و مذهب جعفری اثنی‌عشری و محب اهل‌البیت علیهم‌السلام هستند (افشارسیستانی، ۱۳۷۳، ص. ۷۴۳). تاثیر ارزش‌ها و آداب و سنن مذهبی بر مردم عرب خوزستان مشهور است و شعائر اسلامی، همانند عزاداری ماه‌های محرم و صفر جایگاه ویژه‌ای در این استان دارد (اکوانی، ۱۳۸۷، ص. ۱۱۰)؛ به‌همین دلیل، مردم این استان هرساله به‌مناسبت شهادت سرور شهیدان حضرت امام حسین علیه‌السلام، مجالس روضه‌خوانی و عزاداری به روش سنتی برپا می‌کنند و مراسم ویژه شبیه‌خوانی (دایره) در روز عاشورا، اجرا می‌کنند؛ تا بدین وسیله قدرت و عظمت امام مظلوم را در برابر امویان ظالم و سفاک به نمایش بگذارند و جلوه‌ای از جنگ حق علیه باطل را به جهانیان نشان دهند (سیادت، ۱۳۷۴، ص. ۲۶۲). اعراب خوزستان شیعه‌مذهب هستند و این مهم‌ترین علت همبستگی آنها با مردم ایران در طول تاریخ بوده است، به همین دلیل کشورهای

عربی به ویژه عربستان سعودی، با ایجاد برخی شبهات در مورد عزاداری محرم و ... بر اختلافات مذهبی و قومی تاکید بسیاری می‌ورزند و به تبلیغ وهابیت در خوزستان اقدام کرده‌اند (جعفری ولدانی، ۱۳۹۰، ص. ۱۸). جریان وهابیت در راستای اهداف خود، در عرصه‌های مختلف رسانه‌ای همچون شبکه‌های ماهواره‌های دینی مثل وصال، صفا، المستقله، کلمه، وصال، نور و ... استفاده می‌کند (حسینی، ۱۳۹۵، ص. ۸۳-۸۴). حضور رسانه‌ای جریان وهابیت در استان خوزستان در مقایسه با سایر مناطق مرزی کشور، از رابطه معنادار و متفاوتی برخوردار است؛ چراکه اهالی این استان از دیرباز شیعه بوده و نه تنها جریان وهابیت در این استان جایگاهی نداشته بلکه اهل سنت رسمی نیز تا اوایل دهه‌ی هفتاد هجری شمسی در خوزستان، تنها شامل اجتماعات اهل سنت رسمی محدود و خانوادگی در مناطقی مانند اروندکنار در آبادان، خرمشهر و هندیجان بوده است. لازم به توضیح اینکه این قبیل افراد معمولاً به عنوان کارگر فصلی و به صورت موقت به خوزستان تردد داشته و هیچ‌گونه فعالیت یا تشکیلات سازمان‌یافته‌ای در خصوص تبلیغ علیه تشیع یا برنامه‌ریزی برای تغییر هویت فرهنگی و تغییر در مذهب اهالی خوزستان نداشته‌اند (هاشمی نژاد & همکاران، ۱۳۹۱).

علی‌ای حال با امعان نظر به پیشینه مذهبی و فرهنگی شاخص مطرح شده برای اهالی این استان، موقعیت استراتژیک خوزستان، در تحلیل و بررسی علل پدیده‌ی نوظهور تغییر مذهب در بین شهروندان خوزستان، نظرات متفاوتی وجود دارد؛ گروهی فقر، محرومیت، احساس محرومیت و ...، گروهی تبعیض، احساس تبعیض و ...، گروهی ضعف در اجتماعی شدن، فقر فرهنگی و ...، برخی تحرکات و تبلیغات گروه‌های جدایی طلب و ضدانقلاب خارج از کشور و ... را دخیل می‌دانند و گروهی هم نقش کشورهای غربی - عربی نظیر انگلیس، آمریکا و عربستان را مطرح می‌کنند. یقیناً عنوان و ارائه‌ی هرگونه راهکار و راه‌حل، با هدف برون‌رفت از آنچه بخشی از اعتقادات شیعی مردم ولایتمدار خوزستان را با چالش مواجه ساخته، زمانی می‌تواند جنبه‌های عملی و عینی به خود بگیرد که مبتنی بر واکاوی علل و ریشه‌های واقعی انحرافات عقیدتی در گرایش به وهابیت، شکل یافته باشد، لذا با توجه به

اینکه تمامی برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال به عنوان عامل مداخله‌گر در تغییرات هویت مذهبی در بین شهروندان خوزستانی، از خارج از مرزهای کشور تولید، پخش، بازپخش و هدایت می‌شوند، نبود یک پژوهش مستقل علمی و منسجم در خصوص تغییر مذهب در خوزستان، به عنوان یک خلأ جدی محسوب شد. لذا هدف از انجام این پژوهش، بررسی نقش برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال در تغییر هویت مذهبی در خوزستان و دستیابی به راهبردها و راهکارهای علمی و عملی برای مهار یا کاهش اثرات این پدیده در خوزستان است. از این رو، سوال ذیل به عنوان سوال اصلی پژوهش، بیان می‌شود:

نقش برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال در تغییر مذهب بین شهروندان خوزستانی چیست؟

۱. مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

استان خوزستان در جنوب غربی ایران در جوار خلیج فارس و اروندرود (شط العرب) قرار دارد و مرکز استخراج نفت ایران است. از لحاظ تاریخی، قدیمی‌ترین منطقه‌ی فلات ایران محسوب می‌شود که پیشینه‌ی سکونت انسان در آن به ۲۷۰۰ سال پیش از میلاد مسیح و شکل‌گیری تمدن عیلام در هزاره‌ی سوم قبل از میلاد، باز می‌گردد (رفیعی، و غیره، ۱۳۹۶، ص. ۱۳). عرب‌ها از نژاد سام (سامی) و دو دسته هستند. اعراب بانه یا قدیم و اعراب باقیه که شامل قحطانی و عدنانی است؛ عرب‌های خوزستان عدنانی هستند. (سیادت، ۱۳۷۴، ص. ۱۰۳)

از آنجایی که ماهواره دارای تأثیرات دیگری از جمله جذب مخاطبان به برنامه‌های شبکه‌های خارجی با دادن قدرت انتخاب بیشتر به آنان به منظور انتخاب برنامه دلخواه خود، تغییر در فرهنگ اصیل و هویت مخاطبان و تأثیر در ارزش‌ها، باورها و رفتارهای مذهبی آنان، بی‌اعتماد کردن مردم نسبت به حکومت‌های داخلی برای افشای بسیاری از اخبار داخلی کشورها و جز آن بر افراد است (محکی، ۱۳۸۲، ص. ۴۴)، شبکه‌های ماهواره‌ای درصدد همراه کردن مردم با خود هستند و به همین سبب از تبلیغات ایجابی و سخنان و مناظره‌های مجاب‌کننده استفاده می‌کنند و برای همسو کردن مخاطبان با خود از هیچ تلاشی فروگذار نمی‌کنند. بسیاری از افرادی که به

تقلید و پیروی از این شبکه‌ها پرداخته‌اند، بهانه‌ای جز هم‌رنگ‌شدن با جماعت را ندارند (خوانین زاده، صفرزاده، & عسکرسمنانی، ۱۳۹۳، ص. ۱۴). لذا رسانه‌ها و مشخصاً در این تحقیق شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال با بهره‌گیری از تئوری‌های اثبات‌شده‌ای از جمله کاشت، اقناع، استفاده و رضامندی، معنا و برجسته‌سازی اقدام به هدایت و مدیریت افکار و عقاید مخاطبان خود می‌کند، اما با توجه به عنوان تحقیق، نظریه برجسته‌سازی در این تحقیق به عنوان چارچوب نظری استفاده شد.

شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال حق، فعالیت خود را با رویکرد وهابیت، با مدیریت شخصی به نام عبدالرحیم ملازاده از ایرانیان متواری و پناهنده به کویت، از بهمن ۱۳۸۹ از طریق ماهواره‌های هاتبرد و نایلست، آغاز کرده است. تلاش این شبکه‌ی ماهواره‌ای برای بسط و گسترش موضوع شبهه‌سازی و شبهه‌آفرینی در موضوعات گسترده ذیل مبانی مذهبی در میان اقشار مختلف جامعه است. ورود این شبهات به بطن اذهان جامعه و از طرفی بی‌پاسخ ماندن آنها در ذهن مخاطبین امری است که بی‌تردید منتج به انحراف از اصول اعتقادی در طولانی‌مدت و موجب جدایی و افتراق هرچه بیشتر گروه‌ها و خطوط فکری شیعه و سنی در جامعه‌ی اسلامی می‌شود. این شبکه با قراردادن خود در حیطه اهل سنت و چسباندن عنوان «تربیون اهل سنت فارسی‌زبان» به خود، در مرام‌نامه‌اش می‌آورد: «اهل سنت در شبکه‌ی وصال با توجه به عقیده‌ی پاک و مرام صادقانه‌ای که دارند، جز خدمت به جامعه‌ی بشری و عموم هموطنان و هم‌زبانانی که حرف‌شان را می‌فهمند، جز تقدیم و معرفی عقیده‌ی پاک و زلال خود که مبنی بر قرآن و سنت صحیح رسول‌الله صلی‌الله علیه و آله و سلم و عقل و فطرت سالم و برهان و استدلال محکم و صادقانه با فهم پیشگامان امت به شمول صحابه و اهل بیت (علیهم‌السلام) گرامی آن حضرت است هیچ طرح و برنامه‌ی دیگری ندارند». (منتظرقائم، ۱۳۹۴، ص. ۱۲۱) جالب توجه است؛ آنچه از آن به عنوان اهل سنت یاد می‌شود، چیزی غیر از عقاید پر از حقد و بغض و غضب وهابیت نیست، بی‌تردید با توجه به آنچه در این شبکه برای مسلمانان فارسی‌زبان روایت می‌شود، اهل سنت عزیز کشورمان کاملاً از این عقاید و تقیدات متعصبانه و کورکورانه مبری هستند (مجدآبادی

فراهانی، ۱۳۹۴، ص. ۱۷)؛ چراکه در بسیاری از نقاط کشور شیعه و سنی در معیت یکدیگر به شکلی مسالمت‌آمیز و با علاقه در حال سپری کردن لحظات هستند (شهاب، ۱۳۹۱، ص. ۱۱). به منظور شبهه‌سازی، شبکه‌های تازه‌تأسیس نظیر «وصال فارسی و کلمه» و دیگر شبکه‌های وهابی فعال در این حوزه، تمام تلاش خود را بر موضوع مذکور متمرکز کرده‌اند. البته آنچه در ظاهر شاهد آن هستیم، اظهار تقید مؤسسان این شبکه‌های فارسی‌زبان در خصوص این موضوع است که «هدف کلی از راه‌اندازی این شبکه‌ها، صرفاً تقدیم عقیده‌ی خود مبنی بر قرآن و سنت است»؛ اما در حقیقت آنچه در حال اجرا و انجام در این خصوص قابل مشاهده است، چیزی غیر از این است. (ریاحی، عزیزاده، اشتیاقی، & کاظمیان، ۱۳۹۳)

۱-۱. نظریه برجسته‌سازی

مک‌کامبز و شاو^۱، اولین مطالعات سیستماتیک را درباره‌ی فرضیه برجسته‌سازی در سال ۱۹۷۲ گزارش کردند. آنها این فرضیه را مطرح کردند که رسانه‌های جمعی اولویت‌هایی را تعیین می‌کنند و بر اهمیت نگرش‌ها نسبت به موضوعات اثر می‌گذارند. رسانه‌ها از این طریق به مردم دیکته می‌کنند که به چه موضوعاتی و چگونه بیندیشند. دو مفروضی که اساس و بنیان اکثر پژوهش‌ها در مورد نظریه برجسته‌سازی را تشکیل می‌دهند، بدین قرارند:

- رسانه‌ها واقعیت را منعکس نمی‌کنند، بلکه واقعیت را دستکاری کرده و به آن شکل تازه‌ای می‌دهند.

- تمرکز رسانه‌ها بر تعداد خاصی از مسائل و موضوعات باعث می‌شود تا آن مسائل و موضوعات، نزد مخاطبان مهم جلوه کنند و در اولویت قرار گیرند.

فرضیه برجسته‌سازی، یکی از مفاهیم اصلی در نظریه ارتباطات بوده است. در واقع برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های جمعی می‌توانند بر عامه تاثیر بگذارند. برجسته‌سازی یعنی این اندیشه که رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوعاتی را که عامه در مورد آنها فکر می‌کنند، تعیین می‌کنند. بر همین اساس است که برناردکوهن در خصوص قدرت مطبوعات می‌گوید: ممکن

است بیشتر اوقات توقعی در گفتن اینکه مردم چگونه فکر می کنند، نباشد، اما به طور خیره کننده ای در گفتن اینکه خوانندگان راجع به چه فکر می کنند، موفقیت وجود دارد (سورین & تانکار، ۱۳۸۷، ص. ۳۲). نظریه برجسته سازی یا نظریه تعیین دستورکار، معتقد است که چیزی که برجسته شود، اهمیت پیدا می کند. رسانه ها با اهمیت دادن و برجسته کردن برخی اخبار و موضوعات، آن ها را در دستور کار جامعه قرار می دهند و با وزن دادن به آن ها، نیروهای جامعه را به آن مشغول می کنند (بهرامیان & یاقوتی، ۱۳۹۵، ص. ۱۹۷)

۲-۱. مطالعات پیشین

به دلیل نوظهور بودن این پدیده از یک سو و محدودیت های خاص تحقیق درخصوص این مساله، تاکنون تحقیقی با این مضامین مشاهده نشده و بررسی ها نشان می دهد که بیشتر تحقیقات صورت گرفته تاثیر شبکه های ماهواره ای بر هویت دینی افراد را مورد بررسی قرار داده اند، ولی داودی (۱۳۹۹)، در مقاله ای با عنوان « آسیب شناسی تغییر مذهب در استان خوزستان»، به ترتیب نقش عوامل فرهنگی (ضعف کارکردی رسانه ملی، ضعف کارکردی مراکز فرهنگی و ضعف کارکردی سیستم آموزشی)، عوامل اقتصادی (توسعه نامتوازن خوزستان، بیکاری و فقر)، عوامل اجتماعی (تبعیض، محرومیت و حاشیه نشینی) و عوامل سیاسی (حمایت مادی و معنوی کشورهای حوزه خلیج فارس به ویژه عربستان سعودی، رویکرد سیاسی دولت ها در ادوار گذشته) را در تغییر مذهب در خوزستان موثر، معرفی کرده است. (داودی، ۱۳۹۹) نواح و رضادوست (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «تاثیر برنامه های شبکه های ماهواره ای بر شاخص های فرهنگی در بین جوانان اهواز» نشان داده اند که با افزایش احساس محرومیت نسبی، هویت قومی در میان مردم عرب استان خوزستان تشدید شده و در پی آن، جنبه های هویت ملی آنان کاهش یافته است؛ بنابراین، یافته های این پژوهش نشان می دهد که بین هویت قومی و هویت ملی اعراب استان خوزستان رابطه معکوسی وجود دارد (نواح & رضادوست، ۱۳۹۴). افهمی و آقامحمدیان (۱۳۸۶) مقاله ای با عنوان «بررسی گرایش به ماهواره و تاثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد» انجام داده اند. یافته های پژوهش

نشان داد که سن، جنس، سطح تحصیلات، محل سکونت، نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و ارزیابی افراد از برنامه‌های تلویزیون داخلی در گرایش آنان به ماهواره تأثیرگذار بود؛ به گونه‌ای که کسانی که از ماهواره استفاده نمی‌کردند، بیشتر به باورها و رفتارهای دینی پایبند بوده‌اند (افهمی & آقا محمدیان، ۱۳۸۶، ص. ۶۳-۷۸).

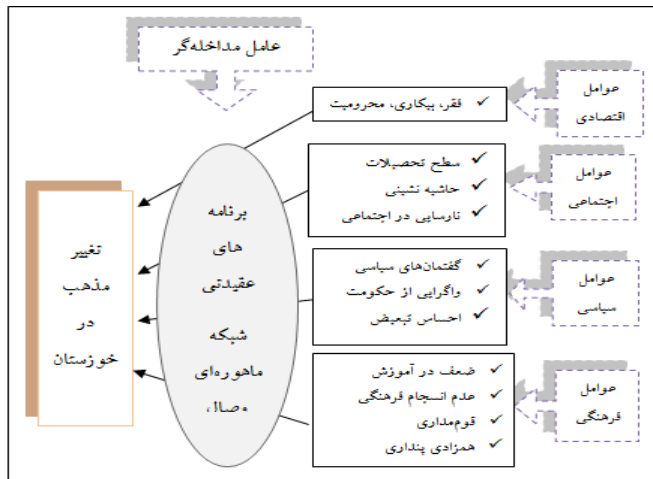
حسن خانی (۱۳۸۷)، در پژوهشی با عنوان «تعامل و تقابل رسانه و مذهب در خاورمیانه»، به این نتیجه دست یافته که مذهب پیام است و رسانه ناقل پیام و حامل آن به سوی مخاطب، رسانه در عرصه جهانی شدن نه تنها در نقش ابزار انتقال پیام ظاهر شده است، خود نیز به نوعی، بخشی از پیام تلقی می‌شود. رسانه می‌تواند بی‌رحمانه به جنگ با مذهب برود؛ سوءفهم و سوءتفسیر از آن را ترویج کند و پیروان آن مذهب را از آن جدا و با آن آیین بیگانه کند (حسن خانی، ۱۳۸۷). در پژوهش خارجی که توسط عرب^۱ با عنوان «بحران هویت: جهانی شدن و تاثیر آن بر هویت اجتماعی- فرهنگی و روان‌شناختی در بین پاکستانی‌ها» صورت گرفت، نشان داد که جهانی شدن با اتکا به فناوری‌های نوین ارتباطی، موجب بحران‌های هویتی، روان‌شناختی، مذهبی و فرهنگی متنوعی شده است (Arab, 2011) و استیگ هجاروار^۲ در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌ای شدن دین: نظریه‌پردازی در خصوص دین، رسانه و تغییر اجتماعی شدن»، به این نتیجه رسیده است که رابطه‌ی بین رسانه‌ای و عرفی شدن در سه سطح جامعه، سامان و فرد مطرح است که اینها تنها با بخش جزئی از این پژوهش همخوانی دارد. (Hjarvar, 2011)

در یک نگاه کلی می‌توان این‌چنین نتیجه گرفت که نتایج پژوهش‌های داخلی بیشتر بر جنبه‌های منفی رابطه بین دین و فناوری متمرکز است؛ به طور مثال نتایج تحقیقاتی مثل (قاسمی، عدلی پور، & کیانپور، ۱۳۹۱)، (سفیری & نعمت الهی، ۱۳۹۱)، (بختیاری & فرخی، ۱۳۹۱) (ایزدی & قاسمی، ۱۳۹۰)، (نیازی، ۱۳۹۰)، (احمدپور & قادرزاده، ۱۳۸۹) و (کلدی & فقیه، ۱۳۸۸)، حکایت از تأثیر منفی استفاده از فناوری‌های نوین مثل ماهواره، اینترنت و فضاهای مجازی بر هویت دینی

1. Arab

2. Stig Hjarvar

و دینداری ایرانیان دارد. لذا برخلاف پژوهش‌های داخلی، محصولات پژوهشی خارج، دال بر ظرفیت‌زایی فناوری برای عرصه دین و معنویت است نه فرصت‌زدایی. در پایان اذعان می‌دارد که هیچ‌کدام از تحقیقات فوق به بررسی نقش برنامه‌های عقیدتی شبکه ماهواره‌ای وصال در تغییر مذهب بین شهروندان خوزستانی نپرداخته است که این شکاف تحقیقاتی در پژوهش حاضر پوشش داده شده و به عنوان نوآوری پژوهش است. لذا به دلیل چندوجهی بودن پدیده‌های اجتماعی، منشأ بروز تغییرات هویت مذهبی در خوزستان، دارای صرفاً یک دسته از عوامل مشخص نیست، بلکه هم‌زمان علل و عوامل متعددی تأثیرگذارند. لیکن در این تحقیق با تأکید بر نقش تکنولوژی‌های ارتباطی نوین از جمله ماهواره به عنوان عامل اصلی مداخله‌گر، این جریان نوپدید مورد اکتاوی قرار گرفت که عمده‌ترین ریشه‌های تغییر مذهب در این استان، در قالب عوامل زمینه‌ای و بستر ساز چون عوامل فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال به عنوان عامل اصلی مداخله‌گر در قالب مدل مفهومی تحقیق به شرح ذیل، قابل بررسی است (داودی، ۱۳۹۹، ص. ۱۶۱-۱۶۳)؛ بر همین اساس مدل مفهومی ذیل منطبق با عوامل مطروحه به شرح ذیل ارائه می‌شود:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

براساس توضیحات و مدل مفهومی فوق، پژوهش حاضر به بررسی فرضیه‌های زیر می‌پردازد:

- بین انگیزه فرد استفاده‌کننده از برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال و احتمال تغییر مذهب در بین شهروندان خوزستان، رابطه وجود دارد.
- بین میزان رضایتمندی شهروندان خوزستانی وهابی شده از برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال، رابطه وجود دارد.
- بین مناطق محل سکونت شهروندان خوزستانی که استفاده‌کننده برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال هستند با تغییر مذهب، رابطه وجود دارد.
- بین میزان پایبندی به اصول شیعی در بین شهروندان خوزستانی وهابی شده با برنامه‌های عقیدتی شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال، رابطه وجود دارد.

۲. روش پژوهش

با هدف پاسخ‌گویی به سوال پژوهش، با توجه به پراکندگی واحدهای نمونه که متشکل از افراد تغییر مذهب داده، کمیاب و محدود بوده و واحدهای مورد مطالعه به راحتی قابل شناسایی نبوده‌اند، در ابتدا با بهره‌گیری از نمونه‌گیری خوشه‌ای از بین شهرهای غرب‌نشین استان خوزستان، شهر شوش و شاورور از شمال، شهرستان سوسنگرد و حمیدیه از سمت غرب و شهرستان اهواز و کارون از مرکز و شهرستان باوی و حومه از شرق استان، به عنوان جامعه آماری پژوهش تعیین شد، لذا با توجه به نوع پژوهش و جامعه آماری اشاره‌شده، برای کسب اطلاعات از این قبیل افراد، روش نمونه‌گیری گلوله‌ی برفی (نمونه‌گیری غیراحتمالی) مورد استفاده قرار گرفت، بدین صورت که بعد از تهیه و تایید سوالات پرسش‌نامه، با توجه به آشنایی قبلی محقق با محیط، اولین واحد نمونه‌گیری در هر منطقه شناسایی و بعد از آن، برای شناسایی و انتخاب واحدهای بعدی نمونه‌گیری، از افراد کمک گرفته شد، تا بدین ترتیب با ۱۶۱ نفر به عنوان واحدهای نمونه تحقیق قابل دسترسی، مصاحبه حضوری با هدف تکمیل پرسش‌نامه محقق‌ساخته براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت صورت گرفت که روایی سوالات توسط اساتید راهنما و مشاور (خبرگان) مورد بازبینی و تأیید قرار گرفت. پایایی ابزار با استفاده از آلفای

کروناخ، ۰/۷۱، محاسبه شد که نشان از مطلوب بودن ابزار است. لازم به توضیح اینکه به دلیل فرهنگ خاص منطقه، علی‌رغم شناسایی تعدادی محدود از بانوان تغییر مذهب داده، لیکن امکان مصاحبه و تکمیل پرسش‌نامه با ایشان میسر نشد. در زمان اجرای پرسش‌نامه‌ها به افراد نمونه، اطمینان داده شد که اطلاعات آنها محفوظ خواهد بود و فقط برای تحلیل داده‌ها از آنها استفاده خواهد شد. بعد از جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات وارد نرم‌افزار SPSS شدند و بعد از حذف اطلاعات ناقص، داده‌ها برای تحلیل آماری آماده شدند. داده‌های آماری با استفاده از رگرسیون براساس مدل مفهومی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند که مهم‌ترین نتایج آن در قسمت یافته‌ها اشاره خواهد شد.

۳. یافته‌های پژوهش

در این بخش، ابتدا به بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی حجم نمونه پژوهش، پرداخته خواهد شد، لذا جداول فراوانی‌های این بخش از پژوهش، براساس رده‌ی سنی، مدرک تحصیلی، نوع شغل و میزان درآمد در ذیل ارائه می‌شود:

۳-۱. یافته‌های جمعیت‌شناختی از حجم نمونه

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصدی رده سنی افراد تغییر مذهب داده در خوزستان

ردیف	سن	فراوانی	درصد
۱	بین ۱۵ سال تا ۱۸ سال	۱۶	۱۰٪
۲	بین ۱۹ سال تا ۲۴ سال	۵۸	۳۶٫۰۱٪
۳	بین ۲۵ سال تا ۳۴ سال	۵۲	۳۲٫۳٪
۴	بین ۳۵ سال تا ۴۴ سال	۳۲	۱۹٫۸٪
۵	بالای ۴۵ سال	۳	۱٫۸٪
	جمع	۱۶۱	۱۰۰٪

براساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۱، از جمعیت موصوف ۷۶٫۳۱٪ افراد در بازه سنی زیر ۳۵ سال، قرار داشتند، یعنی اینکه گرایش‌یافتگان به وهابیت در خوزستان در سن جوان و به پایین هستند.

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصدی میزان تحصیلات افراد تغییر مذهب داده در خوزستان

ردیف	میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
۱	بی‌سواد	۲۵	٪۱۵,۵۲
۲	سیکل	۶۳	٪۳۹,۱۳
۳	دیپلم	۴۹	٪۳۰,۴۳
۴	کاردانی	۲۰	٪۱۲,۴۲
۵	کارشناسی	۴	٪۲,۴۸
	جمع	۱۶۱	٪۱۰۰

یافته‌های ۲: براساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۲، حدود ۸۵,۰۸٪ از حجم نمونه دارای سطح تحصیلات دیپلم و زیردیپلم هستند، لذا به نظر می‌رسد جریان نوظهور وهابیت در خوزستان، در بین افرادی با سطح تحصیلات پایین‌تر یارگیری بیشتری را انجام داده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی و درصدی نوع شغل افراد تغییر مذهب داده در خوزستان

ردیف	نوع شغل	فراوانی	درصد
۱	بیکار	۹۲	٪۵۷,۱۴
۲	آزاد/خصوصی	۴۸	٪۲۹,۸۱
۳	دولتی/نیمه دولتی	۲	٪۱,۲۴
۴	دانش آموز/دانشجو	۸	٪۴,۹۶
۵	بازنشسته	۱۱	٪۶,۸۳
	جمع	۱۶۱	٪۱۰۰

براساس داده‌های جمع‌آوری شده از جدول ۳، مقدار ۵۷,۱۴٪ از افراد تغییر مذهب داده شده، بیکار هستند. لذا نظر به پتانسیل‌های بسیار زیاد اقتصادی در خوزستان، رسانه‌ها با برجسته‌سازی این ظرفیت‌ها در خوزستان، موضوعاتی همچون تبعیض و ... القا می‌کنند که در بخش‌های بعدی پژوهش به آن پرداخته خواهد شد.

جدول ۴. فراوانی افراد تغییر مذهب داده در خوزستان برحسب میزان درآمد ماهانه

ردیف	میزان درآمد ماهانه (تومان)	فراوانی	درصد
۱	زیر ۵۰۰ هزار تومان	۳۷	٪۲۳,۲۷
۲	بین ۵۰۰ تا یک میلیون تومان	۵۹	٪۳۷,۷
۳	بین یک میلیون تا دو میلیون	۴۶	٪۲۹
۴	بالای دو میلیون تومان	۱۹	٪۱۲
	جمع	۱۶۱	٪۱۰۰

براساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۴، حدود ۶۱ درصد افراد، دارای درآمد ماهانه‌ای زیر یک میلیون تومان و حدود ۲۹ درصد، ماهانه بین یک تا دو میلیون تومان و تنها ۱۲ درصد، بالای دو میلیون تومان درآمد دارند.

۳-۲. یافته‌های حاصل از تکمیل پرسش‌نامه توسط حجم نمونه

در این بخش از پژوهش، بر اساس مصاحبه حضوری، اقدام به تکمیل پرسش‌نامه از افراد تغییر مذهب داده که نتایج آن بر اساس سوالات طراحی شده و پاسخ مصاحبه‌شوندگان بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت به شرح ذیل است:

جدول ۵. جدول توزیع درصدی راه‌های کسب اطلاعات مذهبی افراد تغییر مذهب داده

سوالات	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
اطلاعات مذهبی‌ام را از طریق ماهواره‌ی وصال، کسب می‌کنم؟	۴۳٫۱۴٪	۲۶٫۴۱٪	۱۷٫۶٪	۷٫۵۵٪	۷٫۵۵٪
اطلاعات مذهبی‌ام را از طریق صداوسیماي خوزستان، کسب می‌کنم؟	۵٫۰۳٪	۱۵٫۱٪	۳۰٫۲٪	۳۳٫۰۷٪	۱۹٫۵٪
اطلاعات مذهبی‌ام را از طریق صداوسیماي ملی، کسب می‌کنم؟	۳٫۷۷٪	۱۵٫۱٪	۲۵٫۱۶٪	۳۴٫۶٪	۲۲٪
اطلاعات مذهبی‌ام را از طریق شبکه‌های اجتماعی، کسب می‌کنم؟	۲۵٫۱۶٪	۲۳٫۹٪	۲۲٪	۱۷٫۶۱٪	۱۳٫۶٪

بر اساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۵، افراد تغییر مذهب داده در خوزستان به مقدار ۶۸٫۵۵ درصد، زیاد و خیلی زیاد و مقدار ۴۹٫۰۶ درصد زیاد و خیلی زیاد اطلاعات مذهبی خود را به ترتیب از طریق شبکه ماهواره‌ای وصال و شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند. افراد مذکور به مقدار ۵۱٫۵۷ درصد، کم و خیلی کم و مقدار ۵۶٫۶ درصد، کم و خیلی کم اطلاعات مذهبی روزانه خود را به ترتیب از طریق شبکه صدا و سیماي خوزستان و صدا و سیماي ملی دریافت می‌کنند.

جدول ۶. توزیع درصدی مقایسه رضامندی افراد تغییر مذهب داده از سهولت در دسترسی و کیفیت

برنامه‌های مذهبی از طریق رسانه ملی با شبکه ماهواره‌ای وصال

سوالات	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
رضایت از برنامه‌های مذهبی صدا و سیماي سراسری، چگونه است؟	۹٫۴۳٪	۱۲٪	۲۶٫۴۲٪	۲۷٪	۲۵٫۱۶٪
رضایت از برنامه‌های مذهبی صدا و سیماي خوزستان، چگونه است؟	۳٫۱۴٪	۸٫۸٪	۲۵٫۱۶٪	۳۹٫۶۲٪	۲۳٫۶۴٪
رضایت از برنامه‌های مذهبی ماهواره‌ای وصال چگونه است؟	۲۶٫۴۱٪	۳۲٫۷٪	۲۵٫۱۶٪	۱۴٫۴۶٪	۳٫۷۷٪
نارضایتی از هزینه تهیه گیرنده دیجیتال داخلی؟	۲۵٫۱۶٪	۳۴٪	۳۳٫۲۷٪	۱۳٫۲٪	۵٫۶۶٪
نارضایتی از هزینه تهیه گیرنده‌های ماهواره‌ای؟	۱۵٫۷۳٪	۲۴٪	۳۲٫۷٪	۲۰٫۱۲٪	۷٫۵۵٪
سهولت دسترسی به برنامه‌های صدا و سیماي خوزستان، چگونه است؟	۱۶٫۳۵٪	۱۵٫۷۲٪	۱۳٫۸۳٪	۳۱٫۴۴٪	۲۳٫۹٪
سهولت دسترسی به برنامه‌های صدا و سیماي سراسری، چگونه است؟	۱۳٫۲٪	۱۸٫۳۴٪	۱۸٫۸۷٪	۲۶٫۴۱٪	۲۴٫۵۳٪
سهولت دسترسی به برنامه‌های ماهواره‌ای وصال چگونه است؟	۲۴٫۵۳٪	۲۵٫۲۲٪	۲۰٫۷۵٪	۱۴٫۴۶٪	۷٫۵۵٪

براساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۶، افراد مقدار ۵۹,۱۱ درصد، به صورت زیاد و خیلی زیاد، مقدار ۵۲,۱۶ درصد، به صورت کم و خیلی کم و مقدار ۶۲,۲۶ درصد، به صورت کم و خیلی کم، به ترتیب از پخش برنامه‌های مذهبی از طریق شبکه ماهواره‌ای وصال، شبکه صدا و سیما سراسری و صدا و سیما خوزستان اعلام رضایت کردند. افراد مذکور مقدار ۵۹,۱۶ درصد، به صورت زیاد و خیلی زیاد، مقدار ۵۸,۴۸ درصد، به صورت زیاد و خیلی زیاد و مقدار ۶۲,۲۶ درصد، به صورت کم و خیلی کم، به ترتیب از بالا بودن هزینه دسترسی به برنامه‌های مذهبی از طریق شبکه ماهواره‌ای وصال، شبکه صدا و سیما سراسری و صدا و سیما خوزستان اعلام رضایت کردند.

جدول ۷. توزیع درصدی نحوه استفاده از برنامه‌های عقیدتی شبکه ماهواره‌ای وصال

سوالات	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
معمولاً به همراه برخی از اعضای خانواده، برنامه‌های شبکه وصال، تماشا می‌کنم؟	۲۳,۹٪	۲۷٪	۲۰,۷۵٪	۱۸,۸۷٪	۱۰,۷٪
معمولاً به همراه دوستان یا همکاران، برنامه‌های مذهبی شبکه وصال، تماشا می‌کنم؟	۲۶,۴۱٪	۲۹,۵۶٪	۱۷,۶۱٪	۱۵,۷۲٪	۱۲,۵۸٪
به صورت روزانه برنامه‌های عقیدتی شبکه ماهواره‌ای وصال را تماشا می‌کنم؟	۲۲,۶۴٪	۳۹٪	۱۸,۲۴٪	۱۶,۳۵٪	۵,۰۳٪
به تماشای برنامه‌های عقیدتی شبکه ماهواره‌ای وصال، علاقه‌مندم؟	۲۳,۹٪	۳۷,۷۳٪	۱۷,۶۱٪	۱۲,۵۸٪	۹,۴۳٪
درباره برنامه‌های مذهبی شبکه وصال با همکاران و دوستان خود گفتگو می‌کنم؟	۲۳,۹٪	۳۴,۶٪	۱۸,۸۷٪	۱۴,۴۷٪	۹,۴۳٪
برای دریافت برنامه‌های مذهبی شبکه ماهواره‌ای وصال کنجکاوم؟	۲۴,۵۳٪	۳۰,۸۲٪	۱۸,۲۴٪	۱۵,۷۲٪	۱۲٪
نقش شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال در نحوه پوشش شما، چگونه است؟	۲۷٪	۳۳,۰۷٪	۲۳,۲۷٪	۱۳,۰۲٪	۵,۶۶٪
مباحث میزگردها و مصاحبه‌های عقیدتی شبکه وصال را می‌پسندم؟	۲۷,۶۷٪	۳۷,۷۳٪	۱۵,۱٪	۱۲٪	۸,۱۸٪

بر اساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۷، مقدار ۶۱,۶۴ درصد افراد تغییر مذهب داده به صورت زیاد و خیلی زیاد ضمن علاقه‌مندی به برنامه‌های عقیدتی شبکه ماهواره‌ای وصال، با ۵۴,۹۶ درصد زیاد و خیلی زیاد به صورت روزانه، به تماشای برنامه‌های مذکور می‌پردازند؛ به همین جهت، تاثیرگذاری برنامه‌های

مذکور بر پوشش این گونه افراد به مقدار ۵۹,۰۷ درصدی، به صورت زیاد و خیلی زیاد است. میزان تماشای برنامه‌های عقیدتی شبکه ماهواره‌ای وصال به همراه دوستان یا همکاران با ۵۵,۹۷ درصد به صورت زیاد و خیلی زیاد و گفتگو با دوستان یا همکاران در خصوص برنامه‌های مذکور با ۵۷,۹۶ درصد به صورت زیاد و خیلی زیاد است. (اگرچه همراهی خانواده‌ها در تماشای این برنامه‌ها به میزان یادشده در نوبه خود نیز قابل توجه است).

جدول ۸. توزیع درصدی کارکرد نهادهای مذهبی و فرهنگی در مناطق هدف

سوالات	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
در نزدیکی محل سکونت ما، مسجد / کانون فرهنگی وجود دارد؟	۱۱,۳۲٪	۱۵,۱٪	۲۰,۲٪	۲۹٪	۲۵,۷۸٪
مسجد / کانون فرهنگی محل سکونت ما فعال است؟	۵,۰۳٪	۸,۱۸٪	۱۵,۱٪	۴۰,۹٪	۳۲,۰۷٪
با فعالیت‌های مذهبی مسجد/ کانون فرهنگی محل سکونت آشنایی دارم؟	۵,۰۳٪	۹,۴۳٪	۲۷٪	۴۲,۷۶٪	۱۷٪
از فعالیت‌های مسجد کانون فرهنگی محل سکونت رضایت دارم؟	۷٪	۱۱,۳۲٪	۲۹,۵۶٪	۳۲,۷٪	۲۰,۷۵٪
روحانیون فعال در مسجد محل حضور دارند؟	۸,۱۸٪	۱۵,۲۲٪	۱۲,۵۸٪	۴۴,۶۵٪	۲۰,۱۲٪
در نماز جماعت و برنامه‌های فرهنگی مسجد شرکت دارم؟	۴,۴٪	۶,۹۲٪	۱۸,۲۳٪	۴۱,۵٪	۳۰,۱۹٪
با روحانیون مسجد محل ارتباط خوبی دارم؟	۵,۶۶٪	۴,۴٪	۱۹,۵٪	۳۷,۷۳٪	۳۲,۷٪
روحانیون در مدارس محل ما حضور و فعالیت دارند؟	۴,۴٪	۴,۴٪	۱۸,۲۴٪	۳۷,۷۳٪	۳۶,۴۸٪
کیفیت مدارس و تعداد مدارس در محل ما مناسب است؟	۷,۵۵٪	۱۳,۸۴٪	۲۳,۹٪	۳۲,۰۷٪	۳۳,۹٪
کتابخانه / مجتمع فرهنگی در محل ما وجود دارد؟	۵,۶۶٪	۹,۴۳٪	۲۰,۷۵٪	۳۰,۸۲٪	۳۴,۶٪
کتابخانه / مجتمع فرهنگی محل ما، فعال است؟	۱۱,۲۸٪	۱۵,۲۲٪	۱۷٪	۳۰,۱۹٪	۲۷٪
کتابخانه/ مجتمع فرهنگی محل ما، مورد استقبال جوانان قرار می‌گیرد؟	۱۶,۳۵٪	۳۵,۲۲٪	۱۸,۸۷٪	۲۰,۷۵٪	۱۰,۰۶٪

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۸، مقدار ۵۴,۷۸ درصد افراد به صورت کم و خیلی کم، وجود مسجد یا کانون فرهنگی و مقدار ۶۵,۴۲ درصد افراد به صورت کم و خیلی کم، از وجود کتابخانه یا مجتمع فرهنگی در نزدیکی محل سکونت خود را اعلام کردند. مقدار ۷۲,۹۷ درصد افراد به صورت کم و خیلی کم، از فعالیت مسجد یا کانون فرهنگی و مقدار ۵۷,۱۹ درصد افراد به صورت کم و خیلی کم، از فعالیت کتابخانه یا مجتمع فرهنگی در نزدیکی محل سکونت خود اعلام رضایتمندی کردند. مقدار ۶۴,۷۷ درصد افراد به صورت کم و خیلی کم، حضور فعالانه روحانیون در مساجد محل سکونت خود و مقدار ۷۴,۲۱ درصد افراد به صورت کم و خیلی کم، حضور فعالانه روحانیون در مدارس محل سکونت خود را اعلام کردند.

جدول ۹. توزیع درصدی نقش و کارکردهای عوامل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در خوزستان

سوالات	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
در رسیدگی به مسائل مردم، احساس تبعیض می‌کنم؟	۲۵٫۷۸٪	۳۳٫۷٪	۲۰٫۷۵٪	۱۵٫۱٪	۷٪
به نظر من در رسیدگی به مسائل مردم، تبعیض وجود دارد؟	۲۳٫۲۷٪	۳۶٪	۲۳٫۹٪	۱۲٫۵۸٪	۵٫۶۶٪
به نظر من در خوزستان احساس محرومیت وجود دارد؟	۲۵٫۱۶٪	۳۶٪	۱۸٫۸۷٪	۱۰٫۷٪	۱۰٫۷٪
به نظر من در خوزستان، محرومیت وجود دارد؟	۲۵٫۷۸٪	۳۷٫۱٪	۲۵٫۱۶٪	۸٫۱۷٪	۵٫۰۳٪
به نظر من سطح آگاهی‌های افراد، نوع عملکرد حوزه‌های علمیه و مدارس در تغییر مذهب در خوزستان موثر هستند؟	۲۲٪	۴۶٪	۱۹٫۵٪	۹٫۴۳٪	۴٫۴٪
به نظر من عوامل اقتصادی و اجتماعی (بیکاری، حاشیه‌نشینی، فقر و...) در تغییر مذهب در خوزستان موثر هستند؟	۲۷٪	۳۸٫۳۶٪	۲۵٫۱۶٪	۶٫۳٪	۴٫۴٪
به نظر من میزان توسعه خوزستان با میزان درآمدهای آن، تناسب دارد؟	۳٫۱۴٪	۱۵٫۷۲٪	۱۸٫۲۴٪	۴۳٫۴٪	۲۰٫۷۵٪
از سطح تحصیلات خود راضی هستم؟	۵٫۰۳۱٪	۱۲٫۵۸٪	۱۸٫۸۷٪	۳۷٫۷۳٪	۲۷٪
از میزان درآمد خود راضی هستم؟	۲٫۵۵٪	۳٫۷۷٪	۷٫۵۴٪	۵۳٫۴۶٪	۳۴٪

بر اساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۹، مقدار ۵۸٫۴۸ درصد پاسخگویان به صورت زیاد و خیلی زیاد به وجود احساس تبعیض، مقدار ۵۹٫۲۷ درصد پاسخگویان به صورت زیاد و خیلی زیاد به وجود تبعیض، مقدار ۶۱٫۱۶ درصد پاسخگویان به صورت زیاد و خیلی زیاد به وجود احساس محرومیت، مقدار ۶۲٫۸۸ درصد پاسخگویان به صورت زیاد و خیلی زیاد به وجود محرومیت در بین اقوام خوزستانی، اعلام نظر داشتند. مقدار ۶۴٫۷۳ درصد پاسخگویان به صورت کم و خیلی کم از سطح تحصیلات خود و مقدار ۸۷٫۴۶ درصد پاسخگویان به صورت کم و خیلی کم از سطح میزان درآمد خود، اعلام ناراضی‌تبی داشتند.

جدول ۱۰. توزیع درصدی نظرات افراد تغییر مذهب داده در خصوص اعمال و اعتقادات شیعیان

سوالات	بسیار زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	بسیار کم
به نظر من در بین شیعیان خرافات وجود دارد؟	۲۵٫۱۶٪	۴۲٫۷۷٪	۱۵٫۱٪	۱۱٫۳۲٪	۶٫۳٪
علاقه‌مند به قرأت یا شرکت در مراسم زیارت عاشورا هستم؟	۸٫۸٪	۱۰٫۷٪	۱۸٫۸۷٪	۳۰٫۸۲٪	۳۲٫۰۷٪
به پوشیدن لباس مشکی در ایام محرم و صفر اعتقاد دارم؟	۱۱٫۳۲٪	۱۰٫۰۶٪	۲۱٫۴٪	۳۳٫۳۳٪	۲۵٫۷۸٪
به توسل و زیارت امام‌زادگان، اعتقاد دارم؟	۷٫۵۵٪	۸٫۸٪	۱۶٫۳۲٪	۴۴٫۶۵٪	۲۳٫۲۷٪
به مذاهب چهارگانه اهل سنت (حنبلی، شافعی و ...) اعتقاد دارم؟	۷٫۵۵٪	۸٫۷۷٪	۲۱٫۳۹٪	۴۲٫۷۶٪	۲۳٫۲۷٪
بازگشت به سلفیت را قبول دارم؟	۳۳٫۳۳٪	۳۷٫۱٪	۱۳٫۲٪	۱۰٫۰۶٪	۷٪
به شبیه‌سازی خود با مجریان و مهمانان شبکه وصال حق تمایل دارم؟	۲۲٪	۴۲٫۷۷٪	۱۸٫۸۷٪	۱۰٫۷٪	۷٫۵۵٪

بر اساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۱۰، مقدار ۷۰,۴۳ درصد پاسخگویان به صورت زیاد و خیلی زیاد به بازگشت به سلفیت و مقدار ۶۶,۰۳ درصد پاسخگویان به صورت کم و خیلی کم به مذاهب چهارگانه اهل سنت (حنبلی، شافعی و ...) اعتقاد داشتند. مقدار ۶۷,۹۲ درصد پاسخگویان به صورت کم و خیلی کم به توسل و زیارت امامزادگان و مقدار ۶۲,۸۹ درصد پاسخگویان به صورت کم و خیلی کم علاقه‌مندی خود را به قرائت و شرکت در مراسم زیارت عاشورا، اعلام داشتند. مقدار ۶۷,۸۷ درصد پاسخگویان به صورت زیاد و خیلی زیاد به وجود خرافه‌پرستی در بین شیعیان، اعلام نظر داشتند.

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش که به تعیین نقش شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال، عوامل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می‌پردازد، از رگرسیون استفاده شد تا مشخص شود که چه رابطه‌ای بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود دارد. برای این کار، ابتدا پیش فرضیه‌های رگرسیون شامل نرمال بودن داده‌ها، همگنی شیب‌ها، استقلال داده‌ها و همگنی واریانس‌ها مورد بررسی قرار گرفت که همگی نشان از این داشت که می‌توان از رگرسیون برای بررسی تاثیر متغیرهای بر هم استفاده کرد. همچنین برای بررسی روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده که نتایج این آزمون در جدول ذیل آمده است:

جدول ۱۱. همبستگی بین عوامل موثر در تغییر مذهب در بین شهروندان خوزستانی

متغیرها	تعداد	ضرب همبستگی	ضرب تعیین	سطح معنی‌داری
برنامه‌های شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال و تغییر مذهب در خوزستان	۱۶۱	۰/۷۱۲	۰/۳۹۲	۰/۰۰۱
عوامل فرهنگی و تغییر مذهب در خوزستان	۱۶۱	۰/۶۴۳	۰/۳۶۱	۰/۰۰۱
عوامل اقتصادی و تغییر مذهب در خوزستان	۱۶۱	۰/۵۹۸	۰/۳۴۶	۰/۰۰۱
عوامل اجتماعی و تغییر مذهب در خوزستان	۱۶۱	۰/۵۵۶	۰/۳۰۱	۰/۰۰۱
عوامل سیاسی و تغییر مذهب در خوزستان	۱۶۱	۰/۵۲۱	۰/۲۶۹	۰/۰۰۱

بر اساس یافته‌های به دست آمده از جدول ۱۱، بیش از ۳۹٪ تغییرات مذهبی در خوزستان به نقش برنامه‌های شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال برمی‌گردد و بعد از آن هم نقش عوامل فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به ترتیب بیشترین تاثیر را با ۳۶٪، ۳۴٪، ۳۰٪ و ۲۷٪ در تغییرات هویت مذهب در خوزستان دارند. همچنین

نتایج بررسی‌ها نشان داد که بر اساس آماره دوربین واتسون و آماره F، مدل از کفایت لازم برخوردار بوده و می‌توان برای تحلیل داده‌ها از رگرسیون استفاده کرد.

جدول ۱۲. رابطه رگرسیونی بین متغیرهای مدل مفهومی

نتیجه	رابطه رگرسیونی
ماهواره وصال بر تغییر مذهب در خوزستان تأثیر دارد.	ماهواره وصال $(0.947)+1.8$ =تغییر مذهب
عوامل فرهنگی بر تغییر مذهب در خوزستان تأثیر دارد.	عوامل فرهنگی $(0.603)+3.2$ =تغییر مذهب
عوامل اقتصادی بر تغییر مذهب در خوزستان تأثیر دارد.	عوامل اقتصادی $(0.653)+4.7$ =تغییر مذهب
عوامل اجتماعی بر تغییر مذهب در خوزستان تأثیر دارد.	عوامل اجتماعی $(0.925)+5.7$ =تغییر مذهب
عوامل سیاسی بر تغییر مذهب در خوزستان تأثیر دارد.	عوامل سیاسی $(0.854)+4.7$ =تغییر مذهب

بر اساس جدول ۱۳، شاخص‌های خنی دو، نسبت خنی دو بر درجه آزادی، ریشه میانگین خطای برآورد، نیکویی برازش، برازندگی تعدیل یافته، برازندگی نرم شده و برازندگی نرم نشده استفاده شده است:

جدول ۱۳. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی

شاخص‌های برازش		نام شاخص
حد مجاز	مقدار	
کمتر از ۳	۱/۶۳	خنی دو بر درجه آزادی
کمتر از ۰/۱	۰/۰۶	ریشه میانگین خطای برآورد ^۱
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۷	نیکویی برازش ^۲
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۸	برازندگی تعدیل یافته ^۳
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۴	برازندگی نرم شده ^۴
بالاتر از ۰/۹	۰/۹۳	برازندگی نرم نشده ^۵

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

روند رو به تزاید قدرت نفوذ و یارگیری جریان نوظهور وهابیت از بین اهالی خوزستان که دروازه‌ی ورود تشیع به کشور است، از تهدیدات جدی فرهنگی است

1. Root Mean Square Error Approximation
2. Goodness of Fit Index
3. Comparative Fit Index
4. Normed Fit Index
5. Non Normed Fit Index

چراکه جریان ضدانقلاب در همان سال‌های بعد از جنگ به این نتیجه رسیدند که صدام رفتنی است و یک آلت‌رناتیو نیاز دارند، که آن‌هم جزء کشورهای عربستان و امارات نمی‌توانست باشد، لذا با این کشورها که مذاکره کردند به ایشان اعلام شد که ما حاضر نیستیم به جریان شیعی ضدانقلاب کمک کنیم، شما بیاید تغییر مذهب بدهید تا به شما کمک کنیم. (هاشمی نژاد & همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۲۲) باتوجه به محدودیت‌های خاص این پژوهش و دشواری‌های زیاد برای دسترسی به حجم نمونه، لیکن با تلاش محققان ۱۶۱ نفر به عنوان حجم نمونه قابل دسترسی شناسایی و مورد مصاحبه و تکمیل پرسش‌نامه قرار گرفتند که حسب نتایج حاصله از پرسش‌نامه‌ها، از مهم‌ترین آسیب‌ها و تهدیدات شبکه‌ی ماهواره‌ای وصال و رشد تغییر مذهب بین شهروندان خوزستانی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- امکان بهره‌برداری و سوءاستفاده‌ی جریانات و گروه‌های رادیکال قومی از گرایش یافتگان به وهابیت.
 - امکان بهره‌برداری و سوءاستفاده‌ی جریانات و گروهک‌های ضدانقلاب خارج‌نشین از گرایش یافتگان به وهابیت.
 - امکان بهره‌برداری و سوءاستفاده‌ی جریانات و گروه‌های تکفیری و تروریستی از گرایش یافتگان به وهابیت.
 - احتمال تشدید رشد مهاجرت نخبگان و متخصصان از استان، به دلیل ظهور فعالانه این قبیل افراد در سطح استان.
 - ارتباط دادن ضعف‌های مدیریتی به ضعف مذهب شیعه.
- در پایان با توجه به گسترش روزافزون فناوری و ارتباطات و نقش آنها در رشد و تاثیرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای، راهبردهای زیر به عنوان راهبردهای پیشنهادی ارائه می‌شود:

۳-۳. راهبردهای فرهنگ‌محور

۳-۳-۱. راهبردهای ایجابی:

■ اجرای طرح‌های پژوهشی و پیمایشی مستمر و روندشناسانه برای اطلاع از

انگاره‌ها، افکار و شبهات این شبکه.

■ استقرار خانه عالم در روستاهای شهرستان که بیشتر با خطر تغییر مذهب مواجهند.

■ تاسیس کتابخانه عمومی با دارا بودن منابع پاسخگویی به شبهات در مناطق یادشده.

■ راه‌اندازی ستادهای آموزشی و تخصصی پاسخگویی به شبهات و مسائل دینی در مدارس راهنمایی و دبیرستان‌های مناطق آلوده.

■ ارتقای کیفی و کمی برنامه‌های بخش عربی شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی استانی با هدف جذب مخاطب بیشتر استان و معرفی صحیح گفتمان شیعی.

■ بهره‌گیری از ظرفیت بالای شبکه‌های اجتماعی بر بستر اینترنت و تلفن همراه با هدف پاسخگویی غیرحضورى به شبهات وهابیت.

۳-۲. راهبردهای سلبی:

- پیشگیری از تبلیغ سلفی‌گری و گرایش به وهابیت.
- پیشگیری از انتشار و توزیع محصولات فرهنگی و عقیدتی مسئله‌دار.
- نظارت بر ورود و توزیع کتاب‌های فرقه‌ی وهابیت.
- محدودسازی و مقابله با مروجان و مبلغان وهابیت در استان خوزستان.
- مقابله با تکنیک‌ها و ابزارهای تبلیغی شبکه‌های ماهواره‌ای وهابی.

۳-۴. راهبردهای پیشنهادی اقتصادمحور:

- توسعه و ایجاد مراکز خدمات عمومی و عمرانی در مناطق محروم.
- تامین نیازمندی‌های مادی و معنوی مبلغان، خطیبان، محققان و اساتید متخصص و متجرب حوزوی و دانشگاهی به‌منظور ارائه‌ی مطلوب و بهینه‌ی مطالبات عقیدتی و مذهبی مردم، به‌ویژه نسل جوان در مناطق یادشده.
- فراهم کردن شغل مناسب و تلاش برای کاهش نرخ بیکاری در مناطق یادشده.
- برنامه‌ریزی و اتخاذ تصمیمات مؤثر در حوزه اقتصادی و خدماتی استان، با هدف خدمت به مردم محروم توصیه می‌شود.

منابع و ماخذ

- احمدپور، مریم؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، دوفصلنامه جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره پنجم، صص ۷۵-۹۹.
- افشارسیستانی، ایرج (۱۳۷۳)، خوزستان و تمدن دیرینه آن، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاداسلامی.
- افهمی، بنفشه؛ آقا محمدیان، حمید رضا (۱۳۸۶). بررسی عوامل موثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد، فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۶۳-۷۸.
- اکوانی، سید حمدالله (۱۳۸۷)، گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان، مطالعات ملی، شماره ۳۶، صص ۹۳-۱۲۶.
- ایزدی، مهشید؛ قاسمی، کبری (۱۳۹۰)، تأثیر استفاده از شبکه اطلاعات جهانی بر هویت دینی و ملی دانش‌آموزان، اطلاع‌رسانی و کتابداری، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۳۸، صص ۱۱۴-۱۲۱.
- بختیاری، حسن؛ فرخی، حسن (۱۳۹۱)، بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، سال بیستم، شماره ۱۵، صص ۷۲-۵۵.
- بهرامیان، امید؛ یاقوتی، هدی (۱۳۹۵)، رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و پایبندی به هویت فرهنگی در زنان شهر تهران، مطالعات زنان، سال چهاردهم، شماره ۱، صص ۲۱۶-۱۸۹.
- پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی سید علی خامنه‌ای (۱۳۷۵)، مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی.
- جعفری ولدانی، اصغر (۱۳۹۰)، تحریف هویت ایرانی خوزستان، مطالعات ملی، شماره ۴۷، صص ۳-۲۴.
- حسن‌خانی، محمد (۱۳۸۷)، تعامل و تقابل رسانه و مذهب در خاورمیانه با تأکید ایران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، صص ۲۱۵-۲۳۱.
- حسینی، سیدجواد (۱۳۹۵)، آماری از آماج حملات وهابیت علیه تشیع، مبلغان، شماره ۲۱۰، صص ۸۳-۹۱.

خوانین زاده، محمدحسن؛ صفرزاده، علیرضا؛ عسکرسمنانی، پریسا (۱۳۹۳)، گونه‌شناسی تهاجم ماهواره از منظر قرآن و حدیث، پژوهشنامه معارف قرآنی، سال پنجم، شماره ۶، صص ۷ - ۳۰.

داودی، علیرضا (۱۳۹۹)، آسیب‌شناسی تغییر مذهب در استان خوزستان، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال بیست و سوم، شماره دوم، صص ۱۸۰-۱۵۵.

رفیعی، نسترن؛ فتاحی، سجاد؛ دکامین، مجید؛ رفسنجانی‌نژاد، سیما؛ تقی‌زادگان، معصومه؛ جلیلی، محدثه؛ قنوتی، نسرین؛ خوشدلی، فاطمه (۱۳۹۶)، مسأله‌شناسی راهبردی توسعه در استان خوزستان، مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.

ریاحی، محمداسماعیل؛ علیزاده، توحید؛ اشتیاقی، معصومه؛ کاظمیان، مهرداد (۱۳۹۳)، تلویزیون و هویت دینی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران)، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ششم ۲۵، شماره ۵۴، صص ۳۳۳ - ۴۸.

سفیری، خدیجه؛ نعمت‌الهی، زهراء (۱۳۹۱)، جهانی‌شدن و هویت دینی با تأکید بر تفاوت جنسیتی، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، شماره ۳، صص ۳۹ - ۶۶.
سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۷۸)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

سیادت، موسی (۱۳۷۴)، تاریخ و جغرافیای عرب خوزستان، تهران: نشرآزبان.
شهاب، فوزیه (۱۳۹۱)، گونه‌شناسی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال اول، شماره ۱، صص ۹ - ۴۱.

قاسمی، وحید؛ عدلی پور، صمد؛ کیانپور، مسعود (۱۳۹۱)، تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و دین و ارتباطات تأثیر آن بر هویت دینی جوانان: مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان، دین و ارتباطات، سال نوزدهم، شماره ۴۲، صص ۵ - ۳۶.

کلدی، علیرضا، فقیه، خسرو (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی بر هویت پسران جوان شهر بوکان (ماهواره و اینترنت)، مجله جامعه‌شناسی معاصر، سال دوم، شماره اول، صص ۱ - ۱۵.

مجدآبادی فراهانی، زهره (۱۳۹۴)، هویت اخلاقی: شناسایی و سنجش روایی رگه‌های اخلاقی، روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسی ایرانی، دوره یازدهم، شماره ۴۴، صص ۳۶۷ - ۳۷۸.

محکی، علی‌اصغر (۱۳۸۲)، فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و امنیت اخلاقی، فصلنامه‌ی علمی- کاربردی معاونت اجتماعی ناجا، پیش شماره ۲.

منتظر قائم، مهدی (۱۳۹۴)، بررسی و نقد شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران، پژوهش و سنجش مرکز تحقیقات صداوسیما، شماره ۳۰ و ۳۱، صص ۲۷ - ۵۴.

نواح، عبدالرضا و کریم رضادوست (۱۳۹۴)، تأثیر برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بر شاخص‌های فرهنگی در بین جوانان، مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، شماره ۱۰ و ۱۱، صص ۵۳ - ۷۶.

نیازی، محسن (۱۳۹۰)، نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۷، شماره ۲۲، صص ۱۸۹-۲۱۹.

هاشمی نژاد، سیدمحمدجواد و همکاران (۱۳۹۱)، پان عربسیم و تجزیه‌طلبی، مجله راه‌نما، سال دوم، شماره هشتم.

Arab ,Naz (2011). "The Crises OF Identity: Globalization and Its Impacts on Socio Cultural and Psychological Identity among Pakhtuns of Khyber Pakhtunkhwa Pakistan" .International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences: 1.

Hjarvar ,Stig (2011). "The mediatisation of religion: Theorising religion ,media and social change" .Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal , Volu 12 .Issue 2.

References

- Afhami, Violet; Mr. Mohammadian, Hamid Reza (1386). A Study of the Factors Affecting the Tendency to Satellite and Its Impact on the Religious Beliefs and Behaviors of the People of Mashhad, Quarterly Journal of Educational and Psychological Studies, Volume 1, Number2, pp. 63-78. (In Persian).
- Afshar Sistani, Iraj (1373), Khuzestan and its ancient civilization, Tehran: Publishing Organization of the Ministry of Culture and Islamic Guidance. (In Persian).
- Ahmadpour, Maryam; Qaderzadeh, Omid (2010), Interaction in Cyberspace and Its Impact on Youth Religious Identity, Bi-Quarterly Journal of Youth, Culture and Society, No. 5, pp. 75-99. (In Persian).
- Arab, Naz (2011). "The Crises OF Identity: Globalization and Its Impacts on Socio Cultural and Psychological Identity among Pakhtuns of Khyber Pakhtunkhwa Pakistan", International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences: 1.
- Bahramian, Omid; Yaghouti, Hoda (2016), The Relationship between Using Persian Language Satellite Networks and Adherence to Cultural Identity in Women in Tehran, Women's Studies, Fourteenth Year, No. 1, pp. 216-189. (In Persian).
- Bakhtiari, Hassan; Farokhi, Hassan (2012), Investigating the Relationship between Satellite TV Programs and Religious Identity of Youth, Research on Islamic Education Issues, 20th Year, No. 15, pp. 55-72. (In Persian).
- Davoodi, Alireza (1399), The pathology of conversion in Khuzestan province, Quarterly Journal of Strategic Studies, 23rd year, 2nd issue, pp. 180-155. (In Persian).

- Ekvani, Seyed Hamdollah (2008), Tendency to National and Ethnic Identity in the Arabs of Khuzestan, National Studies, No. 36, pp. 93-126. (In Persian).
- Ghasemi, Vahid; Adlipour, Samad; Kianpour, Massoud (2012), Interaction in cyberspace of Internet social networks and religion and its impact on the religious identity of youth: A case study of Facebook and youth in Isfahan, Religion and Communication, Year 19, No. 42, pp. 5 - 36. (In Persian).
- Hasankhani, Mohammad (2008), The Interaction and Confrontation of Media and Religion in the Middle East with Emphasis on Iran, Cultural Research Quarterly, First Year, No. 3, pp. 215-231. (In Persian.)
- Hasheminejad, Seyed Mohammad Javad et al. (2012), Pan-Arabism and separatism, Rahnama Magazine, second year, eighth issue. (In Persian.)
- Hjarvar, Stig (2011). "The mediatisation of religion: Theorising religion, media and social change", Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal, Volu 12, Issue 2.
- Hosseini, Seyed Javad (2016), Statistics on the Target of Wahhabi Attacks against Shiism, Mobaleqhan, No. 210, pp. 83-91. (In Persian).
- Information base of the Office for the Preservation and Publication of the Works of the Grand Ayatollah Seyyed Ali Khamenei (1375), Cultural Research Institute of the Islamic Revolution. (In Persian).
- Izadi, Mahshid; Ghasemi, Kobra (2011), The effect of using the global information network on students' religious and national identity, information and librarianship, Social Science Month Book, No. 38, pp. 114-121. (In Persian).
- Jafari Valdani, Asghar (2011), Distortion of Iranian Identity in Khuzestan, National Studies, No. 47, pp. 3-24. (In Persian.)
- Kaladi, Alireza, Faghih, Khosrow (2009), The Impact of New Information Technologies on the Identity of Young Boys in Buchan (Satellite and Internet), Journal of Contemporary Sociology, Year 2, Issue 1, pp. 1-15. (In Persian).
- Khaninzadeh, Mohammad Hassan; Safarzadeh, Alireza; Askarsmanani, Parisa (2014), Typology of satellite invasion from the perspective of Quran and Hadith, Journal of Quranic Studies, Fifth Year, No. 6, pp. 7-30. (In Persian).

- Mahaki, Ali Asghar (2003), New Communication Technologies and Moral Security, Scientific-Applied Quarterly of NAJA Social Affairs, Prefix 2. (In Persian).
- Majdabadi Farahani, Zohreh (2015), Moral Identity: Identifying and Assessing the Validity of Moral Traits, Developmental Psychology: Iranian Psychology, Volume 11, Number 44, pp. 367-378. (In Persian).
- Montazer Ghaem, Mehdi (2015), Review and Critique of Satellite Networks in Iran, Research and Evaluation of Radio and Television Research Center, No. 30 and 31, pp. 27-54. (In Persian).
- Nawah, Abdolreza and Karim Rezaoust (2015), The Impact of Satellite Network Programs on Cultural Indicators among Youth, Satellite Studies and New Media, Nos. 10 and 11, pp. 53-76.
- Niazi, Mohsen (2011), The Role of Satellites and Satellite Programs in Erosion of Individual, Social, National and Religious Identity of Kashan Citizens in 2010, Quarterly Journal of Cultural Studies and Communication, Volume 7, Number 22, pp. 189-219. (In Persian).
- Rafiei, Nastaran; Fattahi, Sajjad; Decamin, Majid; Rafsanjani Nejad, Sima; Taqi Zadegan, Masoumeh; Jalili, Muhaddatha; Qanvati, Nasrin; Khoshdeli, Fatemeh (2017), Strategic Development Problems in Khuzestan Province, Center for Presidential Strategic Studies. (In Persian).
- Riahi, Mohammad Ismail; Alizadeh, Tawhid; Eshtiaqi, Masoomeh Kazemian, Mehrdad (2014), Television and Religious Identity (Case Study: Students of Mazandaran University), Applied Sociology, Sixth Year 25, No. 54, pp. 33-48. (In Persian).
- Safiri, Khadijeh; Nematollahi, Zahra (2012), Globalization and Religious Identity with Emphasis on Gender Difference, Social Psychological Studies of Women, No. 3, pp. 39-66. (In Persian).
- Severin, Werner; Tankard, James (1999), Communication Theories, translated by Alireza Dehghan, Tehran: University of Tehran Press. (In Persian.)
- Shahab, Fauzieh (2012), Typology of Persian Language Satellite Networks, Quarterly Journal of Satellite Studies and New Media, First Year, No.1, pp. 9-41.
- Siadat, Musa (1374), History and Geography of Arab Khuzestan, Tehran: Anzan Publishing. (In Persian).