

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دهه دوم و سوم انقلاب اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های همدان)

مریم موسیوند^۱؛ صفی‌اله صفایی^۲
علی صفایی شکیب^۳؛ صیدمهدی ویسه^۴

چکیده

هدف: هدف محققان در این پژوهش، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دهه دوم و سوم انقلاب اسلامی در دانشگاه‌های همدان بود. روش: روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی؛ روش گردآوری داده‌ها، میدانی و به لحاظ هدف، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق، 56000 نفر از دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا، دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه پیام نور همدان بودند که با استفاده از جدول بارتلت، 357 نفر از آنان به روش تصادفی طبقه‌بندی، برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن به صورت محتوایی و سازه تأیید شد و پایایی کل پرسشنامه 86/5 درصد بود. داده‌های تحقیق به وسیله نرم‌افزارهای SPSS¹⁹ و AMOS²² تجزیه تحلیل شده است. یافته‌ها: در مجموع، کاربست مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، 0,62 درصد از تغییرات هویت دینی را تبیین می‌کند. نتایج آزمون تی، گویای آن است که دانشجویان پسر از هویت دینی بیشتری برخوردارند. میانگین هویت دینی و مؤلفه‌هایش در دانشجویان بالاتر از حد متوسط 3 است که از بین شاخصهای تشکیل دهنده هویت دینی، شاخصهای احساسی و اعتقادی به ترتیب بالاترین اولویتها و شاخص پیامدی از پایین‌ترین اولویت برخوردار است. نتیجه‌گیری: بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد

واژگان کلیدی: هویت دینی، دانشگاه، شبکه اجتماعی، AMOS.

دریافت مقاله: 95/11/28؛ تصویب نهایی: 96/07/30.

1. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، مربی دانشگاه پیام نور همدان.
2. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، مربی دانشگاه پیام نور همدان.
3. دکتری علوم اجتماعی، استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور همدان
4. دکتری مدیریت منابع انسانی، استادیار گروه مدیریت دانشگاه ایلام (نویسنده مسئول) / نشانی: ایلام؛ خیابان پژوهش، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ایلام / نمابر: 084-3341287 / Email: amir7912000@yahoo.com

الف) مقدمه

از جمله مفاهیم حوزه علوم انسانی که در عصر ارتباطات الکترونیک اهمیت بسزایی دارد، مفهوم «هویت» است (گیدنز، 1385: 254). هویت ریشه در زبان لاتین و دو معنای اصلی دارد: معنای نخست آن، بیانگر مفهوم تشابه مطلق و معنای دوم آن، به مفهوم تمایز است که با مرور زمان، سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء، دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک سو، شباهت و از سوی دیگر، تفاوت. (جنکیتز، 1381)

هویت دینی¹ بیانگر نوعی هویت جمعی انسان است که در بر دارنده باورها، ارزشها و اعتقادات دینی وی بوده، به گونه‌ای که فرد به یک سری اصول و عقاید دینی که جزیی از شخصیت او می‌شود، دست یافته و زمینه عمل را برای او فراهم می‌کند. هویت دینی نشان‌دهنده اتکای فرد به یک نظام یا پایگاه اعتقادی است که بر جهت‌گیری او در زمینه‌های مختلف و فلسفه زندگی و حیاطش تأثیر می‌گذارد (ازدی و قاسمی، 1390). هویت دینی به معنای احساس وابستگی و تعهد فرد نسبت به باورها، احکام و ارزشهای دینی است.

برای مشخص شدن ابعاد هویت دینی، از نظریه هویت دینی کلارک و استارک² که نخستین بار توسط دکتر سراج‌زاده در سال 1375 استفاده و توسط عباسی و علوی مقدم (1393) بازنگری شده، استفاده می‌شود:

عنصر شناختی: میزان شناخت و آگاهی فرد از تعلق و ارتباطش نسبت به دین؛

عنصر اعتقادی/ باورهای دینی: پیامدهای ارزشی مثبتی که فرد برای تعلق و ارتباطش نسبت به دین قائل است؛

عنصر احساسی: احساسات خاص فرد نسبت به دین اسلام؛

عنصر پیامدی/ آثار دینی: ناظر بر باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان؛

عنصر رفتاری: رفتار نهادینه شده و قابل ایجاد در افراد به خاطر استفاده از ارزشهای دینی. (همان)

ایجاد و رشد هماهنگ و متوازن ابعاد مختلف هویت جوانان از جمله دانشجویان، همواره به عنوان یکی از مهم‌ترین جهت‌گیری‌ها و دغدغه‌های نظامهای حکومتی و به تبع آن، نهادهای آموزشی از جمله دانشگاهها و مراکز آموزش عالی مطرح است. اهمیت و جایگاه هویت به عنوان یکی از مفاهیم عمیق فرهنگ، از آن روست که نقش مهمی در شناسایی و تعیین مسیر حرکت یک جامعه و افراد آن، به ویژه نسل جوان ایفا می‌کند (درویشی و احمدی، 1391). هویت دینی از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده همگنی و همبستگی

1. Religious Identity
2. Clock and Stark

505 **بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ...**

اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد (گودرزی، 1388؛ اشرفی، 1380). با وجود افزایش و شدت یافتن فرایندهای توسعه و نوسازی در تمام ابعاد خود، مذهب همچنان منبع مهمی برای هویت و معنابخشی در جهان متجدد و آشفته به شمار می‌رود. بر خلاف برخی تصورات که مذهب را در نتیجه تداوم روند تجددگرایی، محو شده می‌پنداشتند، دین به عنوان منبع اولیه معنابخشی و هویت‌بخشی به بسیاری از مردم دنیا چون: مسیحیان، مسلمانان، بودائیان و هندوها مطرح است (نوابخش و همکاران، 1389؛ موسوی و همکاران، 1390؛ عابدی جعفری و همکاران، 1389).

در عصر حاضر، فناوری اطلاعات از جمله اینترنت، بر تمامی شئون زندگی فردی و اجتماعی افراد جامعه رسوخ کرده است. اینترنت در اواخر دهه 70 در میان جوانان ایران رواج یافت و بلافاصله محبوبیت فزاینده‌ای در بین آنان پیدا کرد (منظر قائم، 1387). در حال حاضر، ایران با 23 میلیون کاربر، در بین کشورهای خاورمیانه در رتبه اول کاربران اینترنتی قرار گرفته است (میرمحمدی، 1391). بر اساس آمارهای ارائه شده، نفوذ اینترنت در ایران 43,2 درصد از جمعیت ایران را در سال 2009 و 2010 میلادی تحت تأثیر قرار داده است و 55,5 درصد از کاربران اینترنتی در خاورمیانه را کاربران ایرانی تشکیل می‌دهند (عبداللهیان و حگویی، 1388). بر این اساس، اینترنت و انواع وبسایت‌های داخلی و خارجی با نفوذ بر مرزهای فرهنگی و اجتماعی، فضای امن و خلوت فرهنگها را به هم زده و در گستره‌ای از فضای اجتماعی فرهنگهای مختلف، به آسانی گسترش یافته است (بازی و نصر آبادی، 1390). ضریب نفوذ اینترنت در ایران از متوسط آسیا و متوسط جهانی بالاتر است (زادبهرامی و کمالچیرانی، 1389) و همین امر باعث شده هویت‌های متنوع و متعدد به راحتی با یکدیگر در ارتباط باشند و در یکدیگر تأثیر گذارند (صانع‌پور، 1390). اهمیت اینترنت و شبکه‌های اجتماعی تحت وب در تغییر و تحولات اجتماعی، به ماهیت اساسی این فناوری و ویژگی‌های منحصر به فرد آن برمی‌گردد؛ ویژگی‌هایی چون: تمرکززدایی، کاهش اهمیت زمان و مکان، تنوع مطالب شمار و مجازی بودن.

شبکه‌های اجتماعی¹ خدمات برخطی‌اند که به افراد اجازه می‌دهند در یک سیستم مشخص و معین پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. مفهوم شبکه اجتماعی، اولین بار در سال 1940 در حوزه مطالعات انسان‌شناسی توسط رادکیلیف براون² معرفی و در اواسط دهه 1950 توسط بوت و بارنز³ مورد استفاده قرار گرفت. وی مدعی است که میان اجزای مختلف جامعه، چه در سطح خرد و چه در سطح کلان، شبکه‌های تعاملی وجود دارد (شعبانی، 1390). مفهوم شبکه بر این حقیقت تأکید دارد که هر فرد گره‌های ارتباطی با دیگر

1. Social Networks

2. Radkylyf Brown

3. Boot & Barnes

افراد دارد؛ با افرادی که هر کدام از آنان به نوبه خود به عده کم، متوسط یا زیادی از دیگران گره خورده‌اند. شبکه اجتماعی به مجموعه‌ای از افراد اطلاق می‌شود که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط دارند و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیتها و افکار خود را به اشتراک می‌گذارند (جعفریور، 1390). شبکه‌های اجتماعی در واقع نوعی رسانه اجتماعی محسوب می‌شوند که توانسته‌اند بسترهای لازم را برای تغییرات اجتماعی و دینی فراهم کنند. تاریخ رسانه‌های اجتماعی به 1978 برمی‌گردد. (پاملا،¹ 2013)

شبکه‌های اجتماعی را می‌توان به دو دسته غیر مجازی و مجازی تقسیم کرد. شبکه‌های اجتماعی غیر مجازی شبکه‌هایی‌اند که توسط مجموعه‌ای از افراد و گروه‌های بهم پیوسته در محیط اجتماعی عمل می‌کنند؛ اما شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول وب می‌باشند. وب به آن دسته از فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکان مشارکت کاربر در تولید محتوای وب، اشتراک‌گذاری اطلاعات شامل متن، عکس، فیلم، پیوند، پروتجا و هر گونه داده را فراهم می‌آورند (جعفریور، 1390). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی علاوه بر تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی، اجتماعی و مذهبی اعضای خود، این امکان را برای آنان فراهم می‌کنند که همزمان با انجام سایر فعالیتهای اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه، فعالیت خود را در این جوامع مجازی پیگیری کنند (بشیر و افراسیابی، 1391). سرعت عمل و فعال بودن، ناشناس ماندن، سیال بودن و ویژگی‌های دیگر می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی و حتی دینی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران اینترنت است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و تعاملات آنان را در دنیای واقعی به چالش کشانده، تغییراتی را هر چند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنان در تمام حوزه‌ها فراهم سازد (زارع، 1390). با ویژگی‌های جهانی شدن فرهنگ و ارتباطات (ذکایی، 1385)، روابط اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش به صورت فردی و فارغ از قراردادهای و کنترل اجتماعی جامعه سنتی انتخاب می‌شود. انتخاب این روابط و شبکه‌ها بیش از آنکه بر اساس مجاورت مکانی باشد، بر علائق، آروزها و تعهدات افراد استوار است که کیفیت جدیدی به مفهوم ارتباطات بخشیده و تغییرات شگرفی در ذهن و اندیشه جوانان ایجاد کرده است و می‌تواند کیفیت درونی تجارب اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را نیز تغییر دهد (بک، 2000). از این طریق، افراد می‌توانند ارتباطشان با دیگران را حفظ کرده، همچنین ارتباطهای اجتماعی جدیدی را شکل دهند. شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند.

توجه به مقوله هویت در شرایط جامعه جهانی و فرایند شتابان تغییرات حاصل از انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی، به ویژه در جوامع جهان سوم، بیش از پیش احساس می‌شود و همزمان، دشواری هویت‌یابی برای

507 **◆** بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ...

نوجوانان و جوانان ممالک غیر اروپایی به عنوان مسئله‌ای حاد برای این کشورها مطرح است (شوآرتز، 2005). این مسئله در رابطه با دانشجویان اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ زیرا دانشجویان در هر جامعه‌ای قادرند تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر آینده جامعه بگذارند. هویت ملی و دینی به عنوان دو عرصه یا بخش مهم از مقوله هویت، نقشی مهم و برجسته در ایجاد، احیا و رشد متوازن فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع مختلف از جمله جامعه ایران ایفا می‌کنند. با عنایت به مطالب مذکور، بررسی سطوح و ابعاد برخورداری دانشجویان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی از هویت ملی و دینی، می‌تواند نقش مهمی در شناخت وضعیت موجود و نیز پیش‌بینی و برنامه‌ریزی اقدامات لازم در این زمینه ایفا کند.

در پژوهش حاضر سعی شده است با توجه به جذابیت شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، سهولت فعالیت در این دسته از شبکه‌های اجتماعی مجازی، جوان بودن جمعیت کشور و عدم تجربه و آگاهی لازم در استفاده از این شبکه‌ها (به خصوص قشر دانشجویی)، فراگیر بودن شبکه اجتماعی مبتنی بر وب که تعدادشان هم در حال افزایش است، و از آنجا که رابط ما با محصولات فناوری تنها رابطه‌ای ابزاری نیست، بلکه در عین حال ابعاد معنایی، بیانی، مقاومت و هویت‌یابی نیز دارد و بیشتر شیوه‌ای برای مشارکت و کنش فرهنگی است تا پاسخگویی به نیازهای ابزاری و بیرونی، به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، بر هویت دینی در میان دانشجویان دهه دوم و سوم انقلاب در استان همدان پرداخته شود.

ب) پیشینه پژوهش

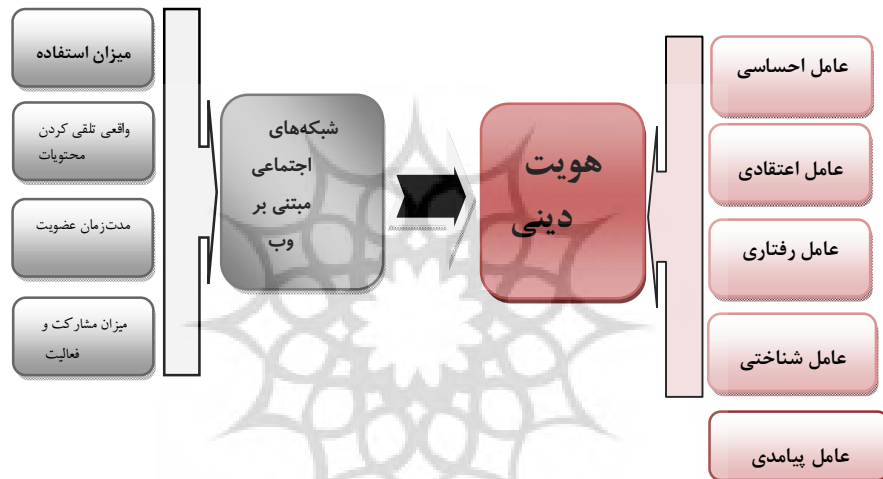
مروری در متون پژوهشی، نشان می‌دهد مطالعاتی که به بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی پرداخته‌اند، محدودند. بنابر این، ارائه نتایج پژوهشهایی که در پی می‌آید ممکن است به‌طور مستقیم با موضوع پژوهش حاضر ارتباط نداشته باشند، ولی در راستای سوابق محسوب شوند.

یافته‌های پژوهش مسعودنیا و همکاران (1395) نشانگر آن است که میان مصرف اینترنتی و هویت دینی کل پاسخگویان، در مجموع رابطه‌ای معکوس وجود دارد و با بالا رفتن میزان مصرف اینترنت، مؤلفه‌های هویت دینی به نسبت محدود کاهش می‌یابد. با تقسیم‌بندی نوع مصرف اینترنت بر چهار بُعد اطلاعاتی، سرگرمی، آموزشی و شبکه‌های اجتماعی، نتایج حاکی از آن بود که بُعد آموزشی اینترنت تأثیر مثبت بر هویت دینی دارد. بیشترین رابطه معکوس مصرف اینترنت با هویت دینی، در ابعاد شبکه‌های اجتماعی مشاهده می‌شود. در مطالعه عنبری و همکاران (1394)، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی و اشتراک دانش، رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. لازم است اطلاع‌رسانی لازم در مورد شبکه‌ها انجام شود و در عین حال، کیفیت خدمات شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی به حدی ارتقا یابد که تمایل افراد به اشتراک دانش در این شبکه‌ها را افزایش دهد. نتیجه به‌دست آمده از مطالعه زیویار و شهیر (1394)

نشان داد که بین جنسیت، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با احساس امنیت و آسایش کاربران شبکه‌های اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های سیف‌اللہی و شاطری (1394) نشان‌دهنده تغییر رفتار کاربران در زمینه‌های فردی، عاطفی، خانوادگی، اجتماعی و دینی با تأثیرپذیری از میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. نتایج پژوهش عدلی‌پور و همکاران (1392) حاکی از آن است که بین مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت ملی کاربران رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و هویت ملی کاربران رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛ یعنی هرچه مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند، هویت ملی کاربران ضعیف‌تر می‌شود. یافته‌های پژوهش معمار و همکاران (1391) نشان می‌دهد که بر اساس یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران فضای مجازی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی‌اند. فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های فردی، ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر کرده است. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی، باعث تغییرات اساسی در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و عوامل معنا‌ساز هویتی را دستخوش تغییر کرده‌اند. نتایج مطالعات ابوالقاسمی و همکاران (1392) نشان داد ضریب همبستگی حاکی از وجود رابطه معنادار و معکوس بین متغیرهای وابستگی به اینترنت، وارد شدن به فضای صمیمیت، بحث و مناظره گروهی، ایجاد روابط احساسی در محیط تعاملی اینترنت و میزان استفاده از اینترنت، با ارزشهای خانواده؛ یعنی هویت دینی و ملی بود. به عبارتی؛ هر چه میزان این متغیرها در اثر ورود دانشجویان به محیط تعاملی اینترنت بیشتر شود، از میزان ارزشهای خانواده (هویت دینی و ملی) نزد آنان کاسته می‌شود. جلیلی فیروزی (1385) در رساله خود با عنوان «بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی» درصدد دستیابی به برخی از تأثیرات اجتماعی حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت به مثابه یکی از فناوری‌های جدید ارتباطی، بر هویت دینی فرد کاربر است. بر اساس نتایج این پژوهش، ضعف یا قوت عملکرد نهادهای دینی در فضای واقعی در میزان گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی اثرگذار است. احمدپور و قادرزاده (1389) در مطالعه‌ای با عنوان «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، ابعاد پنج‌گانه تجربی، پیامدی، اعتقادی، مناسکی و شناختی را بررسی کردند. نتایج بر ماهیت آسیب‌زای تعامل در فضای سایبر بر هویت دینی دانشجویان دلالت دارد. سایموس¹ و همکاران (2008) به بررسی اعتیاد اینترنتی در بین نوجوانان یونانی پرداختند. نتایج نشان داد که پسران بیش از دختران به اعتیاد اینترنتی دچارند و عمده استفاده آنان نیز به بازی‌های رایانه‌ای ختم می‌شود.

509 ♦ بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ...

موسوی و همکاران (1390) در پژوهشی با عنوان «تفاوت‌های جنسیتی در ابعاد هویت دانشجویان»، نشان دادند که کلیه زیرمقیاس‌های هویت اطلاعاتی، هنجاری و تعهد، هویت دینی و ملی در دانشجویان دختر نسبت به دانشجویان پسر مطلوب‌تر است. ذکایی و خطیبی (1385) با ارائه نتایج حاصل از تحقیق خود نشان دادند که میزان دستیابی به هویت مدرن، تابعی از میزان، نوع و نحوه مصرف کاربران است و حضور در فضای مجازی باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در بین کاربران می‌شود. تحقیق عقیلی و اسماعیلی (1389) نشان می‌دهد که میزان هویت اجتماعی، جغرافیایی، زبانی، فرهنگی و دینی دانش‌آموزان وابسته به اینترنت نسبت به دانش‌آموزان غیر وابسته کمتر است. شکل 1 بیانگر مدل مفهومی تحقیق است.



شکل 1: مدل مفهومی تحقیق

ج) روش و ابزار

این تحقیق از نظر ماهیت، از نوع پژوهش‌های کمی محسوب می‌شود. روش تحقیق به لحاظ راهبرد، توصیفی - تحلیلی، از نظر روش گردآوری داده‌ها، میدانی از طریق پرسشنامه و به لحاظ هدف، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را دانشجویان دانشگاه‌های همدان، شامل دانشگاه بوعلی سینا، دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه‌های پیام نور استان همدان تشکیل دادند. تعداد این افراد بر اساس آخرین آمار (خرداد 1395)، 56000 نفر بود. حجم نمونه با استفاده از جدول بارتلت، 375 نفر تعیین شد. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده مطابق جدول 1 استفاده شد.

جدول 1: برآورد حجم نمونه به شیوه تصادفی طبقه‌بندی شده

حجم نمونه (n)	حجم جامعه (N)	دانشگاه
88	13000	دانشگاه بوعلی سینا
189	28000	دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان
98	15000	دانشگاه‌های پیام نور استان همدان
375	56000	جمع

ابزار اصلی تحقیق در مرحله میدانی، پرسشنامه محقق ساخته بود. سؤالات پرسشنامه شامل سه بخش بود؛ بخش اول را ویژگی‌های فردی، حرفه‌ای و دموگرافیکی دانشجویان دانشگاهها تشکیل دادند. بخش دوم به بررسی متغیر مستقل شبکه اجتماعی مبتنی بر وب (شامل چت‌روم، فیس‌بوک، توئیتر، وایبر، واتس‌آپ، تلگرام، ایمو و...) پرداخته است. سؤالات برای سنجش این متغیر، شامل مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و واقعی تلقی کردن محتوای آنها از دید کاربران بود. بخش سوم، بررسی متغیر وابسته؛ یعنی هویت دینی بود که با پنج بُعد احساسی، اعتقادی، رفتاری، شناختی و پیامدی، بر اساس تعدادی گویه که در قالب طیف لیکرت تنظیم شده‌اند، سنجیده شد.

برای بررسی روایی سازه از تحلیل عامل تأییدی استفاده شد که نتایج آن در جدول 7 آورده شده است. به منظور اطمینان از محتوای پرسشنامه، برخی از اعضای هیئت علمی دانشگاه بوعلی سینا، پیام نور و آزاد اسلامی پس از مطالعه عمیق سؤالات و گویه‌های پرسشنامه، نظرات اصلاحی خود را اعلام کردند که پس از مصاحبه حضوری با این افراد و بحث و بررسی در مورد دیدگاههای مطرح‌شده، اصلاحات ضروری انجام شد. برای برآورد پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. برای این منظور، 30 نسخه از پرسشنامه توسط بخشی از جامعه آماری تحقیق تکمیل شد و پس از داده‌پردازی، ضریب آلفای کرونباخ برای گویه‌ها و سؤالی‌های اشاره‌شده محاسبه شد که 0,86 به دست آمد. (جدول 2)

جدول 2: تعیین ضرایب پایایی پرسشنامه تحقیق

شاخص	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب	4	0,85
هویت دینی	30	0,88
کل پرسشنامه	40	0,86,5

در کل، 355 پرسشنامه کامل و بدون نقص تکمیل شد. پس از تکمیل داده‌ها، عملیات کدگذاری، استخراج اطلاعات و انتقال آنها به رایانه صورت پذیرفت. پس از طی فرایند داده‌پردازی، محاسبات آماری توصیفی و استنباطی) با استفاده از برنامه SPSS¹⁹ و Amos²² انجام شد.

(د) یافته‌ها

نتایج بررسی ویژگی‌های فردی افراد مطالعه‌شده، نشان داد که میانگین سنی آنان برابر با 25/27 سال با انحراف معیار 8/55 سال بود که در دامنه سنی 18 تا 35 سال قرار داشتند. 32/3 درصد زن و 67/7 درصد مرد، 24/1 درصد از آنان مجرد و 75/9 درصد دیگر متأهل بودند. نتایج نشان دادند که 37/1 درصد از افراد مطالعه‌شده دارای تحصیلات فوق‌دیپلم، 53/7 درصد با بیشترین فراوانی، لیسانس و فقط 9/5 درصد از آنان فوق‌لیسانس و دکترا بودند. برای بررسی سطح هویت دینی و شاخصهای آن در بین افراد مطالعه‌شده و همچنین اولویت‌بندی شاخصهای هویت دینی در بین افراد مطالعه‌شده، به ترتیب از میانگین و ضریب تغییرات بهره گرفته شد که نتایج آن در جدول 3 آمده است. بر اساس نتایج، مشخص می‌شود که میانگین سطح هویت دینی و شاخصهای تشکیل‌دهنده آن در بین افراد مطالعه‌شده در حد متوسط (3/22) است؛ بنابراین، می‌توان گفت که دانشجویان مورد مطالعه از هویت دینی متوسطی برخوردارند. همچنین، نتایج جدول 3 نشان‌دهنده آن است که از بین شاخصهای تشکیل‌دهنده هویت دینی، شاخصهای احساسی و اعتقادی به ترتیب اولویتهای بالاتری نسبت به دیگر شاخصهای سازنده هویت دینی در بین افراد مطالعه‌شده دارند و شاخص پیامدی از اولویت پایین‌تری نسبت به دیگر شاخصهای تشکیل‌دهنده هویت دینی در بین دانشجویان مورد مطالعه برخوردار است.

جدول 3: رتبه‌بندی شاخصهای هویت دینی در بین دانشجویان

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	شاخصها
1	0,18	0/71	3/76	احساسی
2	0,22	0/85	3/63	اعتقادی
3	0,26	0/99	3/58	رفتاری
4	0,27	0/97	3/48	شناختی
5	0,30	1/06	3/39	پیامدی
-	-	0/98	3/12	هویت دینی

مقیاس از 1= کاملاً مخالف تا 5= کاملاً موافق

جدول 4: همبستگی بین متغیرهای تحقیق

متغیر	T	sig
مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب	0.184	0.023
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب	-0.203	0.012
میزان فعالیت و مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب	-0.341	0.032
واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب	0.289	0.001

نتایج همبستگی گویای آن است که بین مدت زمان عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین گویای آن است که هرچه مدت زمان عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بیشتر باشد، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان بیشتر است. بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد. در جدول 4، مقدار آماره آزمون و سطح معناداری هر مورد نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی کاربران رابطه معناداری وجود دارد و با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، هویت دینی کاربران تضعیف می‌شود. بین میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی هرچه کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب فعال و مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان بیشتر است. برعکس، هرچه کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان کمتر خواهد بود.

برای مقایسه دیدگاه زنان و مردان نسبت به هویت دینی با استفاده از آزمون تی به سنجش این مهم پرداخته شده است. (جدول 5)

جدول 5: مقایسه میانگین دیدگاه دختران و پسران دانشجو

معناداری	تی	مردان		زنان		متغیر وابسته
		Sd	m	Sd	M	
0/001	3/06	10/52	57/25	11/45	51/87	هویت دینی

* معناداری در سطح 5 و 1 درصد

جدول 5 خلاصه آزمون تی برای بررسی تفاوت کارکنان زن و مرد از نظر متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تفاوت معناداری بین میزان هویت وجود دارد. با توجه به آزمون لون (لون کمتر از 0,05) و برابری واریانس‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مردان از هویت دینی بالاتری برخوردارند در مقابل زنان. به منظور پی بردن به روابط علی میان هویت دینی به عنوان متغیر وابسته و مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب به عنوان متغیرهای مستقل، از روش مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد نرم‌افزار آموس بهره گرفته شد. مدل مورد بررسی، یک مدل مسیر بود؛ مدل‌های مسیر یکی از انواع مدل‌هایی است که می‌توان در تبیین و پیش‌بینی پدیده‌های مختلف از آنها بهره برد. همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول 6 ارائه شده است. یافته‌های حاصل از همبستگی پیرسون نشان داد که بین هر یک از متغیرهای مستقل شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

513 \diamond بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ...

جدول 6: ضرایب همبستگی بین شبکه اجتماعی و هویت دینی

متغیر	1	2	3	3	5
1. مدت‌زمان عضویت	1				
2. میزان استفاده	0/33**	1			
3. میزان فعالیت و مشارکت	0/28 *	0/29**	1		
4. واقعی تلقی کردن	0/31 *	0/30**	0/31 *	1	
هویت دینی	0/45**	0/10**	0/41**	0/36**	1

منبع: یافته‌های تحقیق، 1395

مدل معادلات ساختاری، دو مدل اندازه‌گیری¹ و ساختاری² را در بین متغیرهای مدل پژوهش بررسی می‌کند. در مدل اندازه‌گیری، هماهنگی درونی مدل بررسی می‌شود که نتایج آن در دو بخش برازش مدل یا میزان انطباق و ضریب همبستگی بین متغیرها ذکر شده است. روابط علی بین متغیرهای مدل پژوهش در قالب مدل معادلات ساختاری³ توسط نرم‌افزار آموس برآورد شد. نتایج برآورد مدل اندازه‌گیری در جدول 7 آورده شده است. با توجه به معیارهای پیشنهادشده در جدول 7 می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای به کار رفته در پژوهش، مدل مناسبی برای تبیین تأثیر مؤلفه‌های بین شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی است.

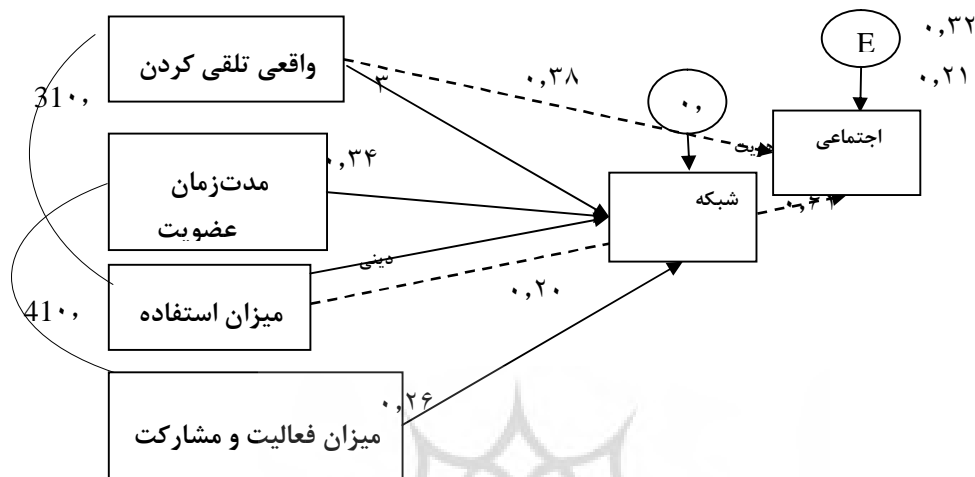
جدول 7: شاخصهای برازندگی مدل پژوهش

شاخص برازش	معیار مطلوب*	مقدار گزارش شده
χ^2 / df	≤ 3	$P= 0/000(3/8)$
NFI شاخص برازش هنجار شده	$\geq 0/90$	0/96
CFI شاخص برازش مقایسه‌ای	$\geq 0/90$	0/98
IFI شاخص برازش افزایشی	$0 \geq /90$	0/98
RMSEA ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	$< 0/05$	0/02

منبع: یافته‌های تحقیق، 1395

دومین مرحله در برآورد مدل، پس از آزمون نتایج برازش مدل یا برآورد مدل اندازه‌گیری، برآورد مدل ساختاری یا آزمون معناداری ضرایب مسیر فرض شده در مدل پژوهش و واریانس تشریح شده یا ضریب تعیینی است که به وسیله هر مسیر برآورد می‌شود. نتایج تحلیل نظرات دانشجویان نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین متغیرهای بیرونی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب با میزان هویت دینی وجود دارد. (شکل 2)

1. Measurement
2. Structure
3. Structural Equation Modeling (SEM)



شکل 2: تأثیر مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی

بر اساس نتایج ارائه‌شده در جدول 7، دیده می‌شود برآزش مدل تأیید شده است. اثر کل متغیر واقعی تلقی کردن، 19 درصد و ضریب تأثیر نامستقیم آن، 38 درصد است؛ در مجموع اثر کل این متغیر بر هویت، 57 درصد است. ضریب تأثیر مستقیم متغیر مدت‌زمان عضویت، 0,34 و در مجموع اثر کل این متغیر بر هویت، 34 درصد است. ضریب تأثیر مستقیم میزان استفاده، 21 درصد و ضریب تأثیر نامستقیم آن، 0,20 درصد است؛ در مجموع اثر کل این متغیر بر سازگاری، 0,41 درصد است. ضریب تأثیر مستقیم میزان فعالیت و مشارکت، 0,26 و در مجموع اثر کل این متغیر بر هویت، 26 درصد است. کوواریانس متغیرهای مدل‌های اعتقادی و رفتاری، 0,45 درصد است. در مدل تحلیل مسیر، مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) برابر با 0,785 و ضریب تعیین (R²) برابر با 0,626 است؛ یعنی متغیرهای مستقل (شاخصهای شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب) 62 درصد از مجموع تغییر واریانس متغیر وابسته پژوهش (هویت دینی) در بین دانشجویان مطالعه شده را تبیین می‌کنند.

ه) بحث و نتیجه‌گیری

فناوری‌های اطلاعاتی، نقشی شتاب‌دهنده را در وقوع تغییرات ایفا می‌کنند. فناوری‌های اطلاعاتی با ارتقای توانمندی‌ها و مهارت‌های ارتباطی و ظرفیتهای هماهنگی افراد، فارغ از محدودیتها و موانع جهان فیزیکی، این امکان را به افراد می‌دهند تا بتوانند اهداف، خواسته‌ها و آرزوهای خود را با دیگر هم‌نوعان به اشتراک

515 **بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ...**

بگذارند و با تشکیل اجتماعات مجازی و احساس وجود جمعی مشترک، هرچند مجازی، فشارها برای وقوع تغییرات را تشدید کنند.

اهمیت و ضرورت توجه به هویت دینی در کشور و تأکید بر آن، همواره آشکار بوده است. بررسی سند چشم‌انداز بیست‌ساله نظام جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که ایران در سال 1404، کشوری است توسعه‌یافته، با جایگاه اول اقتصادی و جامعه‌ای با هویت اسلامی و انقلابی که در ادامه بر فرایند علمی و فناوری در سطح منطقه و اصول اخلاقی و هویت دینی ایرانی تأکید دارد. از طرف دیگر، متکی بودن بر ارزشهای ملی و انقلابی و متعهد بودن به انقلاب و نظام اسلامی و شکوفایی ایران برجسته است. یکی دیگر از ویژگی‌های جامعه ایرانی در افق سند چشم‌انداز، افتخار به ایرانی بودن و داشتن هویت ایرانی است. بنابر این، پرداختن به مسئله هویت دینی نه تنها مسئله امروز، بلکه مسئله آینده ما نیز خواهد بود و بجاست که به آن عنایت و توجه ویژه‌ای شود.

در بررسی ویژگی‌های فردی، نتایج نشان داد که میانگین سنی افراد مطالعه‌شده برابر با 25/27 سال با انحراف معیار 8/55 سال بود که در دامنه سنی 18 تا 35 سال قرار داشتند. 32/3 درصد زن و 67/7 درصد مرد، 24/1 درصد از آنان مجرد و 75/9 درصد دیگر متأهل بودند. نتایج نشان دادند که 37/1 درصد از افراد مطالعه‌شده دارای تحصیلات فوق‌دیپلم، 53/7 درصد با بیشترین فراوانی لیسانس و فقط 9/5 درصد از آنان فوق‌لیسانس و دکترا بودند. خلاصه آزمون تی برای بررسی، تفاوت کارکنان زن و مرد را از نظر متغیرهای مستقل مذکور را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده شد، تفاوت معناداری بین میزان هویت وجود داشته است. با توجه به آزمون لون(لون کمتر از 0,05) و برابری واریانس‌ها، می‌توان نتیجه گرفت که مردان از هویت دینی بالاتری برخوردارند. نتایج این مطالعه با تحقیقات زیویار و شهیر(1394) هم‌راستا بوده و در تضاد با پژوهش ابوالقاسمی و همکاران(1392) و موسوی و همکاران(1390) است.

امروزه ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ و شکل‌دهی هویت‌های ملی، دینی و اجتماعی ایفا می‌کند. در این ارتباط، نوع محتوای برنامه‌های رسانه با عرضه هنجارهای متفاوت و بعضاً متعارض، آثار متفاوتی در هویت افراد دارد. همچنان‌که نتایج پژوهش حاضر نشان داده است، در زمینه تأثیر و پیامدهای شبکه اجتماعی مبتنی بر وب روی هویت دینی می‌توان گفت که بین مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از شبکه اجتماعی مبتنی بر وب رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران، رابطه معنادار مثبتی وجود دارد؛ یعنی هرچه مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از شبکه اجتماعی مبتنی بر وب افزایش پیدا کند، هویت دینی کاربران ضعیف‌تر می‌شود. وجود رابطه معکوس و معنادار هویت دینی با تعامل در شبکه اجتماعی مبتنی بر وب نشان می‌دهد که متناسب با افزایش میزان استفاده و مدت‌زمان عضویت در این شبکه، در میان جوانان، شناسه‌ها و مؤلفه‌های هویت

دینی دستخوش دگرگونی می‌شوند و احساس تعلق خاطر به شاخصهای هویت دینی، ماهیتی انتخابی به خود می‌گیرد و در نتیجه، برخی از ابعاد هویت دینی تضعیف می‌شود.

بر اساس نتایج مشخص می‌شود که میانگین سطح هویت دینی و شاخصهای تشکیل‌دهنده آن در بین افراد مطالعه شده در حد متوسط (3/22) است؛ بنابراین، می‌توان گفت که دانشجویان مورد مطالعه از سطح هویت دینی متوسطی برخوردارند. همچنین، نتایج جدول 4 نشان‌دهنده آن است که از بین شاخصهای تشکیل‌دهنده هویت دینی، شاخصهای احساسی و اعتقادی به ترتیب اولویتهای بالاتری نسبت به دیگر شاخصها در بین افراد مطالعه شده دارند و شاخص پیامدی از اولویت پایین‌تری نسبت به دیگر شاخصهای تشکیل‌دهنده هویت دینی در بین دانشجویان مورد مطالعه است. نتایج همبستگی گویای آن است که بین مدت‌زمان عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی رابطه مستقیم برقرار است. هرچقدر مدت زمان استفاده کاربران بیشتر باشد، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان بیشتر است. بنابراین، نتایج تحقیق حاضر با پژوهشهای سیف‌اللهی و شاطری (1394)، زیویار و شهیر (1394)، مسعودنیا و همکاران (1395)، علی‌پور و همکاران (1392)، معمار و همکاران (1391)، ابوالقاسمی و همکاران (1392)، جلیلی فیروزی (1385)، احمدپور و قادرزاده (1389) و عقیلی و اسماعیلی (1389) کاملاً مطابقت داشته و قویاً آنها را تأیید می‌کند.

حقیقت این است که نوآوری‌های جدید می‌تواند دنیا را به شکل غیر قابل‌تصور تغییر دهد. توماس هاگز (1994) معتقد است تا وقتی که فناوری تکامل می‌یابد، ارتباط نیز تغییر می‌کند. این نکته حائز اهمیت است که اینترنت به دنبال فناوری‌های گسترده‌ای مثل صنعت چاپ، تلگراف، تلفن، رادیو و تلویزیون، برای برقرار ساختن ارتباط آمده است. در حالی که اینترنت، افراد را مشتاقانه به سوی خود جلب می‌کند، ناکامی‌های آن بی‌شمار است؛ تا جایی که به نام مقدس آموزش و پیشرفت، جنبه‌های مهمی از تعاملات انسانی بی‌رحمانه کم‌ارزش می‌شوند. استفاده بیشتر از اینترنت، به همراه کاهش ارتباط با افراد خانواده و خانه، کاهش اندازه حلقه اجتماعی و دوری از دین و مذهب و افزایش افسردگی و تنهایی است (تولو و همکاران، 1390). بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی هرچه میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان بیشتر است. برعکس، هرچه میزان استفاده کاربران از این شبکه‌ها کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان کمتر خواهد بود. بنابراین، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی کاربران رابطه معناداری وجود دارد و با افزایش میزان استفاده از شبکه‌ها، هویت دینی کاربران تضعیف می‌شود. بین میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی هرچه کاربران در

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ... ♦ 517

استفاده از شبکه فعال و مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان بیشتر است. برعکس، هرچه کاربران در استفاده از این شبکه‌ها منفعل و غیر مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان کمتر خواهد بود. بین واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب از سوی کاربران و هویت دینی آنان رابطه وجود دارد؛ یعنی هرچه کاربران محتوای فیس‌بوک را واقعی تلقی کنند، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آنان بیشتر است.

نتایج بررسی اثرات نشان داد که اثر کل متغیر واقعی تلقی کردن، 19 درصد و ضریب تأثیر نامستقیم آن، 38 درصد است؛ در مجموع اثر کل این متغیر بر هویت، 57 درصد است. ضریب تأثیر مستقیم متغیر مدت‌زمان عضویت، 0,34 و در مجموع، اثر کل این متغیر بر هویت، 34 درصد است. ضریب تأثیر مستقیم میزان استفاده، 21 درصد و ضریب تأثیر نامستقیم آن، 0,20 درصد است؛ در مجموع اثر کل این متغیر بر سازگاری، 0,41 درصد است. ضریب تأثیر مستقیم متغیر میزان فعالیت و مشارکت، 0,26 و در مجموع، اثر کل این متغیر بر هویت دینی، 26 درصد است. کوواریانس متغیرهای مدل‌های اعتقادی و رفتاری 0,45 درصد است. در مدل تحلیل مسیر، مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) 0,785 و ضریب تعیین (R²) 0,626 است؛ یعنی متغیرهای مستقل (شاخصهای شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب) 61/6 درصد از مجموع تغییر واریانس متغیر وابسته پژوهش (هویت دینی) در بین دانشجویان دانشگاه‌های مطالعه شده را تبیین می‌کنند.

البته نباید فراموش شود که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب فواید زیادی هم دارد؛ همچنان که نتایج تحقیق عنبری و همکاران (1394) نشان داده که عضویت در این فضاها توسط کاربران تخصصی باعث تسهیم دانش و بالا رفتن خرد جمعی می‌شود.

پیشنهادها

تشکیل کمیته‌ها و کانونهای مختلف مذهبی در دانشگاه، نظیر کمیته نماز، تواشیح، کمیته پژوهش قرآن و عترت؛

تلفیق آموزش دینی با تمام دروس اختصاصی دانشجویان و لزوم توجه بیشتر به آموزه‌های دینی و مثالهای کاربردی قرآنی؛ که قرآن پایه و اساس تمام علوم است و هر چه بشر بیشتر در زمینه علمی پیشرفت می‌کند این امر خود را بیشتر نشان می‌دهد.

فراخوان مسابقه ساخت نرم‌افزار مذهبی، مقاله با موضوع خاطره‌های نماز، باورهای مذهبی و موفقیتها، نماز و پرورش اخلاق نیکو، شعر و ...؛

جذاب ساختن نمازخانه یا مکان اجرای مراسم مذهبی؛ مانند معطر ساختن، تمیز و زیبا بودن، اعتدال گرمایی و سرمای، نقاشی‌های مناسب با ارزشهای دینی روی دیوار و بیلبردها و حتی ماتیورهای داخل سالن؛

شرکت دانشجویان و کارکنان و اساتید در حرکت‌های دسته‌جمعی در مراسم دینی (مثلاً پیاده‌روی اربعین)، اردوی راهیان نور، دیدار از خانواده‌های شهدا، بازدید از موزه‌های دفاع مقدس، برگزاری نمازهای جماعت، مراسم زیارت عاشورا، ایام سوگواری یا جشنهای مذهبی و مولودی‌ها؛

آغاز کلاس توسط اساتید با جملات قرآنی یا حدیث و اشاره به مسائل روز با استفاده از مثلث‌های قرآنی؛

مزین کردن نام هر کلاس به نام یک شهید یا شخصیت معروف ملی و اسلامی یا حتی یکی از امامان.

موانع تحقیق

با توجه به محدودیت جامعه آماری به دانشجویان و همچنین دانشگاه‌های استان همدان، امکان تعمیم نتایج به سایر دانشگاه‌ها و جوامع آماری مقدور نیست. از دیگر محدودیتها می‌توان به استفاده صرف از پرسشنامه و سیستم روش پژوهش کمی اشاره کرد؛ در حالی که وقتی متغیری چون هویت دینی بررسی می‌شود، روش کیفی می‌تواند مؤثرتر باشد. همکاری نکردن برخی از دانشجویان در پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه را می‌توان به عنوان محدودیت دیگر این پژوهش ذکر کرد.



منابع

- ابوالقاسمی، محمود؛ عباسعلی نوروزی و محسن طالبزاده نوبریان(1392). «تأثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده: از منظر هویت دینی و ملی». مطالعات ملی، دوره چهاردهم، ش 3(55): 24-3.
- احمدپور، مریم و امید قادرزاده(1389). «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان)». پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ش 5: 99-75.
- اشرفی، ابوالفضل، «بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب، بررسی عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی رب و هوی متال، در تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، 1380.
- ایزدی، مهشید و کبری قاسمی(1390). «تأثیر استفاده از شبکه اطلاعات جهانی بر هویت دینی- ملی دانش‌آموزان، اطلاع‌رسانی و کتابداری». کتاب ماه علوم اجتماعی، دوره جدید، ش 3: 121-114.
- بشیر، حسین و محمدصادق افراسیابی(1391). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایران». تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، ش 1: 62-31.
- ترلو، کریسپین؛ آلیس تومیک و لورد لنگل(1390). ارتباطات کامپیوتر- واسط. ترجمه سروناز تربیتی. تهران: جامعه‌شناسان.
- جعفرپور، محمد(1390). «مفهوم‌شناسی و بررسی متغیرهای مؤثر بر پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی: نقش سازمانهای مردم‌نهاد در آنها». مطالعات بسیج، ش 52: 148-109.
- جلیلی فیروزی، شقایق(1385). بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی، بررسی تأثیر حضور در گروه‌های دینی مجازی بر شکل‌گیری هویت دینی کاربران جوان. رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- جنکینز، ریچارد(1381). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: شیرازه.
- ذکایی، محمدسعید(1385). «جوانان، جهانی‌شدن و مهاجرت‌های بین‌المللی: پژوهشی در میان نخبگان جوانان». جامعه‌شناسی ایران، دور هفتم، ش 2: 75-41.
- ذکایی، محمدسعید؛ خطیبی، فخره. (1385)، «رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی»، فصلنامه فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۵۳، ۳۳-۱۱۱.
- زارع، زهرا(1390). نمایش زنانگی و مردانگی در دنیای مجازی. رساله دکتری جامعه‌شناسی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات.

- زیویار، فرزاد و احسان شهیر (1394). «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از حیث جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی فیس بوک)». رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال پنجم، ش 1: 55-78.
- سیف‌اللهی، سیف‌الله و پروانه شاطری (1394). «نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی (مورد مطالعه: دختران و زنان دانشجویی دانشگاه‌های تهران در سال 93)». مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال هفتم، ش 2: 27-45.
- شعبانی، ناصر (1390). «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در سازماندهی فتنه سال 1388». پاسداری فرهنگی، سال اول، ش 4: 51-82.
- صانع‌پور، مریم (1390). «هویت در عصر رسانه‌های دیجیتال». مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ش 2: 115-130.
- عابدی جعفری، حسن؛ داوود سلمانی و محبوبه رادمنند (1389). «بررسی نیازهای منابع انسانی برنامه پنجم توسعه: رویکردی آینده‌پژوهی». راهبرد، دوره نوزدهم، ش 56: 345-364.
- عباسی، محمدرضا و سید بهنام علوی مقدم (1393). «بررسی میزان هویت دینی بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه (ناحیه یک شهر ری)». مطالعات ملی، سال پانزدهم، ش 2: 169-186.
- عبداللهیان، حمید و احسن حقیگوی (1388). «تبیین رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران». جامعه‌شناسی در ایران، سال دهم، ش 4: 159.
- عدلی‌پور، صمد؛ وحید قاسمی و مسعود کیانپور (1392). «شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان». مطالعات ملی، دوره چهاردهم، ش 4(56): 141-164.
- عقیلی، وحید؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه؛ (1389). «مقایسه وضعیت هویت ملی دانش‌آموزان دختر وابسته و غیر وابسته به اینترنت - چت»، تعلیم و تربیت، شماره 102، 71-94.
- عنبری، امیرمهدی و نجلا حریری (1394). «نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در اشتراک دانش». مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، دوره بیست و ششم، ش 3: 115-132.
- گوردزی، حسین (1388). «کارکرد هویت بخش مذهب شیعه در دوره صفویه»، مجله مطالعات ملی، شماره 9: 45-72.
- گیدنز، آنتونی (1385). تجدید و تشخیص جامعه و هویت شخص در عصر جدید. تهران: فرنگار رنگ.
- مسعودنیا، حسین؛ رضا محموداوغلی و حوا ابراهیمی‌پور (1395). «بررسی رابطه مصرف اینترنتی و هویت دینی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان». مطالعات ملی، دوره هفدهم، ش 1(65): 107-132.

521 ♦ بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی ...

- معمار، ثریا؛ صمد عدلی پور و فاتره خاکسار (1391). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره اول، ش 4: 155-176.
- منتظر قائم، مهدی و احسان شای قاسمی (1387). «اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فراتحلیلی با تأکید بر جوانان». جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، ش 4-3: 120-142.
- موسوی، رقیه؛ سعید اکبری زردخانه و ذبیح‌الله کاوه (1390). «تفاوت‌های جنسیتی در ابعاد هویت دانشجویان». فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، دوره دوم، ش 8: 31-46.
- میرمحمدی، داود (1391). «فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران». نشر تمدن ایرانی.
- نژاد بهرامی، زهرا؛ کمالی چیرانی، فاطمه. (1389). «بررسی ابعاد فرهنگی - اجتماعی کنترل والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت (تحلیل کنترل والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت)». برگ فرهنگ، شماره 21: صص 135-148.
- نیازی، محسن؛ کارکنان نصر آبادی، محمد. (1390). «بررسی رابطه بین میزان دینداری و سبک زندگی شهروندان مطالعه موردی شهروندان شهرستان کاشان در سال 1390»، برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره 4، شماره 16، پاییز 1392، صفحه 173-213.
- نوابخش، مهرداد؛ فاطمه هاشم‌نژاد، و وحید زاده‌پور (1389). «بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان 15-29 سال استان مازندران». جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره اول، ش 1: 171-184.
- Abbasi, Mohammad Reza & Seyyed Behnam Alavi Moghadam (2014). "Surveying the Religious Identity among High School Students (A Shahreira District)". *National Student's Studies*, 15(2): 169-186.
- Abdolalian, Hamid & Ahsan Haghgui (2009). "Explaining the Relationship between the use of the Internet and Political Participation in Iran". *Journal of Sociology in Iran*, Vol. 10(4): 159.
- Abedi Jafari, Hassan; Davood Salmani & Mahboubeh Radamand (2010). "Human Resources Needs Assessment, Fifth Development Plan: A Future Study Approach". *Strategic Quarterly*, 19(5): 345-364.
- Abolghasemi, Mohammad; Abbasali Nowroozi & Mohsen Talebzadeh Nobryan (2013). "Internet Effect on Family Values: From the Viewpoint of Religious and National Identity". *National Studies*, Vol. 14, No. 3(55): 3-24.
- Adlipour, Samad; Vahid Ghasemi & Masoud Kianpour (2013). "Facebook Social Networking and National Identity of Youth". *National Studies*, Vol. 14, Issue 4(56): 141-164.
- Aghili, Vahid; Tajik Ismaili, Somayeh (2010), "Comparison of the National Identity of Students of the Affiliated and Non-Affiliated Girl Students - Chat," *Education*, No. 102, 94-71

- Ahmadpour, Maryam & Omid Ghaderzadeh (2010). **“Interaction in Cyberspace and its Impact on the Religious Identity of youth (An Analysis of the Results of a Survey at the University of Kurdistan)”**. *Youth Research, Culture and Society*, No. 5: 75-99.
- Anbari, Amir Mehdi & Najla Hariri (2015). **“The Role of Social Networking Persian Web in Knowledge Sharing”**. *National Library Studies and Information Organization*, Vol. 26, Issue 3: 115-132.
- Ashrafi, Abolfazl, **“Social Anesthesiology and Attitude towards the West, Investigating Socio-Cultural Factors Affecting Adolescent Attitudes toward Western-Western Patterns of Rap and Heavy Metal, Tehran,”** *Master's Degree, Faculty of Humanities*, Tarbiat Modarres University, 2001.
- Bashir, Hossein & Mohammad Sadeq Afrasiabi (2012). **“Internet Social Networks and Youth Lifestyles: A Case Study of the Biggest Iranian Society”**. *Quarterly Journal of Cultural Studies*, 5(1): 31-62.
- Beck, U. (2000). **“The Cosmopolitan Perspective: Sociology of Second Age of Modernity”**. *British Journal of Society*, 51 (1): 79-105.
- Ezadi, Mahshid & Kobra Ghasemi (2011). **“The Impact of Using the Global Information Network on Religious Identity - National Students, Information and Librarianship”**. *Social Sciences Monthbook*, New Period, No. 3: 121-114.
- Giddens, Anthony (2006). **The Renewal and Detachment of the Society and the Identity of a Person in the New Age**. Tehran: Far Negar Range Publishing.
- Goodarzi, Hossein (1388). **“Functioning the Identity of the Shiite Faith in the Safavid Period”**, *National Journal of National Studies*, No. 9: 45-72.
- Jafar Pour, Mohammad (2011). **“Conceptualism and the Study of the Variables Affecting the Acceptance of Virtual Social Networks The Role of Nongovernmental Organizations in them”**. *Basij Studies Quarterly*, No. 52: 109-148.
- Jaleli Firoozi, Shaghayegh (2006). **Representing Religious Identity in Cyberspace, Investigating the Effect of Virtual Groups on the Formation of the Religious Identity of Young Users**. Master's Degree in Sociology. Tehran: Social Sciences, Allameh Tabatabaei University.
- Jenkins, Richard (2002). **Social Identity**. Translation by Turaj Yarahamdi. Tehran: Sheraz.
- Masoudnia, Hossein; Reza Mahmood Oghli & Hava Ebrahimipour (2016). **“The Relationship between Internet Use and Religious Identity among Students of Isfahan University”**. *National Studies*, Vol. 17, 1(65): 107-132.
- Memar, Soraya; Samad Adlipour & Faezeh Khaksar (2012). **“Virtual Social Networks and the Identity Crisis (With Emphasis on the Identity Crisis of Iran)”**. *Social Studies and Research in Iran*, 1(4): 155-176.

- Mirmohammadi, Davood (2012). "Virtual Space and Identity Transformations in Iran". *Iranian Civilization*, p. 24-26.
- Montazer Ghaem, Mehdi & Ehsan Shaye Qasemi (2008). "Internet and Social Change in Iran: A Transactional View with Emphasis on Young People". *Iranian Journal of Sociology*, 9(3-4): 120-142.
- Mousavi, Roghayeh; Saeid Akbar Zardkhaneh & Zabihollah Kaveh (2011). "Gender Differences in Student Identity Dimensions". *Quarterly Journal of Counseling and Psychotherapy*, 2 (8): 31-46.
- Nawabakhsh, Mehrdad; Fatemeh Hashem Nejad & Vahid Zadehpour (2010). "The Study of the Effects of the Internet and Mobile on the Identity Change of Young People Aged 15-29 in Mazandaran Province". *Journal of Sociology of Youth Studies*, 1(1): 171-184.
- Neyazi, Mohsen; Karkonan Nasrabadi, Mohammad (2011). "The Relationship between the Level of Religiousness and Lifestyle of Citizens Case Study of Citizens of Kashan City in 2011", *Welfare and Social Development Planning*, Volume 4, Issue 16, Autumn 2013, Page 213-173.
- Nezhad Bahrami, Zahra; Kamali Chirani, Fatemeh. (2010), "Examining Social Cultural Dimensions of Parental Control over the Use of Children from the Internet (Parental Control over the Use of Children from the Internet)", *Leaf Culture*, No. 21: p. 148-135.
- Pamela Ogwuazor Momah, Tunisia, Egypt (2013). "The Social Media and Political Activism". *Journal Humanities and Social Science*, Vol. 6.
- Sanei Pour, Maryam (2011). "Identity in the Digital Media Age". *Journal of Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, Institute for Human Sciences and Cultural Studies, 2: 115-130.
- Schwartz, S. J. (2005). "A new identity for identity research: ecommendations for expanding and refocusing the identity literature". *Journal of Adolescent Research*, 20(3), 293-308.
- Seifollahi, Seifollah & Parvaneh Shateri (2015). "The Role of Modern Social Networks in Changing the Behavior of Iranian Girls (Case Study: Girls of Tehran University Students in 2013)". *Journal of Social Development Studies*, 7(2): 27-45.
- Shabani, Naser (2011). "The Role of Virtual Social Networks in the Organization of Intentions in 2009". *Quarterly Journal of Cultural Conservation*, 1(4): 51-82.
- Siomos, K.E.; D.E. Dafouli, D.A. Braimiotis, O.D. Mouzas & V.A. Nikiforos (2008). "Internet Addiction among Greek Adolescent Students". *CyberPsychology & Behavior*, 11(6): 653-657.
- Trullo, Chrispin; Alice Tomic & Lourdes Langel (2011). **Computer-to-Interface Communications**. Translated by Saronaz Tarbita. Tehran: Sociologists.

- Zare, Zahra (2011). **Showing Femininity and Masculinity in the Virtual World**. Doctorate Dissertation of Sociology. Tehran Science and Research Branch.
- Ziyar, Farzad & Ehsan Shahir (2015). "The Sense of Security of Iranian Users in Social Networks in Terms of Gender, Age, Educational Level and Rate of Use (Case Study: Facebook social network)". *Media and Culture, Humanities and Studies Culture*, 5(1): 55-78.
- Zokaei, Mohammad Saeed (2006). "Youth, Globalization and International Immigration: Research among Young Elites". *Iranian Journal of Sociology*, 7 (2): 41-75.
- Zokaei, Mohammad Saeed; Khatibi, Farkhateh. (2006), "The relationship between virtual space presence and modern research identity among young Iranian Internet users", *Quarterly Journal of Social Sciences*, No. 33,153-111.

