

## Scientific Study of the Relationship Between Cyberspace Use and Religious Identity of High School Students (Case Study: Jahrom City)

Majidreza Jahan Mahin<sup>1</sup>, Karamatallah Rasekh<sup>2</sup>, Seyed Korosh Sarvarzadeh<sup>3</sup>, Alireza khoddamy<sup>4</sup>

Received: 2022-06-06, Accepted: 2024-03-17

Doi: 10.22034/RCC.2024.554697.1015

### Abstract

The present study aims to investigate the effect of using virtual social networks on the religious identity of high school students in Jahrom. The survey method was used in this research. The statistical population is whole male & female high school students in Jahrom, whose approximate numbers are about 7000 in the year 1400, of which 375 are selected as a sample by using the multi-stage random sampling method. The research instrument is a questionnaire that has been used to determine its validity by the face validity method & to determine its reliability by the internally coordinated method of Cronbach's alpha method. The descriptive results revealed that the average score of students' religious identity in Jahrom was at a moderate to high level. Analytical findings also showed that there was a significant relationship between cyberspace (total) & religious identity (total). Cyberspace (total) affects students' emotional & practical identity, but the relationship between cyberspace (total) & students' beliefs was not significant. Among the demographic variables, there was a significant relationship between gender, grade, field of study, type of school, father's education, social class & students' religious identity. Explain the dependent variable in terms of the sum of independent variables. Target variables, activity & participation in cyberspace, cyberspace (total), attitude towards the contents in cyberspace, social class, gender, mother's job, the field of study, father's job, and the father's education, are the strongest predictors of student's religious identity, respectively, and these factors can explain 0.151 of the variance changes in religious identity.

**Keywords:** Cyberspace, Jahrom, Social networks, Students, Religious identity

---

1. PhD student in sociology, Islamic Azad University, Jahrom Branch, Jahrom, Iran.

Email: jahanmahin62@yahoo.com

2. Associate Professor, Department of Social Sciences, Islamic Azad University, Jahrom Branch, Jahrom, Iran (Corresponding Author).

Email: krasekh@gmail.com

3. Assistant Professor, Islamic Azad University of Jahrom, Jahrom, Iran

4. Assistant Professor, Islamic Azad University of Jahrom, Jahrom, Iran

Email: alirezakhoddamy@yahoo.com

## استفاده از فضای مجازی و هویت دینی دانش آموزان دبیرستانی<sup>۱</sup> (مورد مطالعه: شهر جهرم)

مجید رضا جهان مهین<sup>۱</sup>، کرامت اله راسخ<sup>۲</sup>، سید کوروش سرورزاده<sup>۳</sup>، علیرضا خدای<sup>۴</sup>

دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۶، پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۷

Doi: 10.22034/RCC.2024.554697.1015

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی رابطه استفاده از فضای مجازی و هویت دینی دانش آموزان مقطع متوسطه دوم شهر جهرم پرداخته است. این پژوهش از نوع زمینه‌یابی/پیمایشی، برحسب هدف، مطالعه همبستگی دو یا چند متغیری، یعنی باهدف تعیین ارتباط دو یا چند متغیر، دارای طرح زمینه‌یابی مقطعی و از حیث شیوه گردآوری داده‌ها، غیرآزمایشی است. داده‌ها در دو بخش نظری، کیفی و در بخش پیمایشی، کمی و از نوع دست اول است. جامعه آماری کلیه دانش آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه دوم شهر جهرم می‌باشند که تعداد تقریبی آن‌ها در سال ۱۴۰۰ حدود ۷۰۰۰ نفر بوده است، که ۳۷۵ نفر به‌عنوان نمونه تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار سنجش در بخش پیمایشی پرسشنامه است. برای تعیین پایایی، از شیوه هم‌هنگ درونی به روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج توصیفی پژوهش، بیانگر آن هستند که میانگین نمره هویت دینی دانش آموزان در شهر جهرم در سطح متوسط به بالا است. یافته‌های تحلیلی پژوهش نشان می‌دهد فضای مجازی (کل) و هویت دینی (کل) رابطه معنادار دارند. فضای مجازی (کل) بر هویت احساسی و عملی دانش آموزان تأثیر دارد، اما رابطه فضای مجازی (کل) با هویت اعتقادی دانش آموزان معنادار نیست. در بین متغیرهای جمعیتی رابطه جنسیت، پایه تحصیلی، رشته تحصیلی، نوع مدارس، تحصیلات پدر، طبقه اجتماعی با هویت دینی دانش آموزان معنادار است. تبیین متغیر وابسته برحسب مجموع متغیرهای مستقل، بیانگر آن است. متغیرهای هدف از فعالیت و مشارکت در فضای مجازی، فضای مجازی (کل)، نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی، طبقه اجتماعی، جنس، شغل مادر، رشته

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری با عنوان «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت دینی دانش آموزان مقطع متوسطه دوم شهر جهرم» در دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم است.

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم، جهرم، ایران.  
Email: jahanmahin62@yahoo.com

۳. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم، جهرم، ایران (نویسنده مسئول).  
Email: kraskh@gmail.com

۴. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد جهرم، جهرم، ایران.

۵. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی جهرم، جهرم، ایران.

Email: alirezakhoddamy@yahoo.com

تحصیلی، شغل پدر، تحصیلات پدر به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی کننده هویت دینی دانش‌آموزان هستند و قادرند ۰/۱۵۱ از تغییرات واریانس هویت دینی را تبیین کنند.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، هویت دینی، دانش‌آموزان، شهر جهرم، فارس.

#### مقدمه

دین و مذهب منبعی معنا بخش در حیات انسان است که همواره موضوع تعمق نظر بین متفکران علوم اجتماعی از جمله وبر<sup>۱</sup>، دورکیم<sup>۲</sup>، و گیدنز<sup>۳</sup> بوده است (میچل<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). هویت دینی به دلیل اهمیت ماهوی و محتوایی‌اش در جامعه ایران، یکی از مهم‌ترین ابعاد هویتی است که نقش تعیین‌کننده‌ای در هویت‌یابی افراد جامعه ایفا می‌کند. در جهان امروزی، در پرتو جهانی‌شدن و افزایش چشمگیر رسانه‌های ارتباطی فرا سرزمینی، توجه به دین و هویت دینی اهمیت دوچندانی پیدا کرده است. زیرا برخلاف دوران مدرن اولیه که تصور می‌رفت دین از زندگی اجتماعی رخت برمی‌بندد و تأثیرش به قلمروی خصوصی محدود می‌شود (تزدنیوی شدن)، ما در جوامع خاورمیانه‌ای از جمله ایران شاهد نهضت «ضد دنیوی شدن»<sup>۵</sup> هستیم. برخی از صاحب‌نظران اجتماعی معتقدند که دین هنوز در جوامع امروز نیز از اهمیت برخوردار است (بکفورد، ۲۰۰۷: ۷۶). فضای مجازی از جمله عواملی است که بر هویت انسانی در جوامع مدرن امروزی تأثیرگذار است. فضای مجازی<sup>۶</sup> (فضای سایبر)، به معنای مجموعه ارتباطات و تعامل‌های انسان از طریق رایانه و فناوری‌های نوین، بدون توجه به جغرافیای فیزیکی است. ویلیام گیسون<sup>۷</sup>، نویسنده داستان‌های تخیلی از جمله نخستین کسانی بود که مفهوم فضای مجازی استفاده کرد. منظور او از فضای مجازی طیف وسیعی از منابع اطلاعاتی است که از طریق شبکه‌های رایانه‌ای توسط داده‌های دیجیتال ردوبدل می‌شود. فضای مجازی در معنای دیگر، محیط الکترونیکی واقعی است که ارتباطات انسانی به شیوه‌ای سریع، فراتر از مرزهای جغرافیایی با استفاده از ابزار خاص به‌طور زنده و مستقیم ممکن می‌شود (آبلسون، ۱۹۹۸: ۶). به تعبیر دیگر فضای مجازی مکان نیست، دالان و راهرویی است بین مکان‌ها. شما درحالی‌که در محل خودتان اقامت دارید، می‌توانید در

فضای مجازی گردش کرده و مردمی را ملاقات کنید که در مکان‌های دیگری زندگی می‌کنند، اما می‌توانید با استفاده از فضای مجازی در جهان ذهنی خودتان باشید. بنابراین فضای مجازی نوعی فرا فضا و فضای ذهن است. فضایی که ما هر روز در آن دست به عمل می‌زنیم و با مردمان و اندیشه‌ها و مکان‌ها و زمان‌هایی دیگر ملاقات می‌کنیم (کاستلز و انیس ۱۳۸۴: ۴۷ به نقل از ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۶۶).

#### بیان مسئله

فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نیروها و ابزارهای پیش برنده روندهای جهانی‌شدن و نیز از ارکان حوزه فرهنگی جهانی‌شدن، تأثیرات و پیامدهای مختلفی در عرصه‌های گوناگون جوامع انسانی داشته است. در سال‌های اخیر از طریق گسترش فزاینده فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، تحولات بنیادینی در زندگی انسان‌ها در عرصه روابط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی به وجود آمده است. پیامد این امر، شکل‌گیری نوع جدیدی از ارتباطات و تعاملات انسانی است. ظهور فضای مجازی، به‌خصوص اینترنت، به‌عنوان مهم‌ترین شاخصه فناوری ارتباطات، تأثیرات بسیاری در زندگی مردم، خاصه جوانان داشته است که از جمله تأثیرات آن، می‌توان به شکل‌گیری یک جامعه آنلاین اشاره کرد که کاربران آن از طریق ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. تحولات فناورانه علاوه بر تأثیر بر ذوق، سلیقه و نیاز ارتباطی آن‌ها، گذران اوقات فراغت آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده است. دو فرایند «رسانه‌ای شدن» و «خانگی شدن» توصیف‌کننده گذران بخش عمده‌ای از فراغت جوانان در جوامع مدرن است. جوانان فراغت خود را بیش‌ازپیش در خلوت سپری می‌کنند و برای سرگرم شدن به‌طور فزاینده‌ای به رسانه‌های جدید متکی هستند (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲). تغییرات تند و اجتناب‌ناپذیر در حوزه ارتباطات رسانه‌ای، تحولی شگرف در روابط اجتماعی و تغییرات فرهنگی ایجاد نموده است و حوزه‌های متعدد اجتماعی و فرهنگی را تحت‌الشعاع قدرت شبکه‌ای خود قرار داده است. از سویی تأثیرات فضای مجازی بر روی خانواده و جوانان یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران فرهنگی جامعه ایرانی است. شبکه‌های اجتماعی مجازی ارزش‌های اجتماعی را متحول ساخته و دگرگونی گسترده‌ای را در شیوه‌های شکل‌گیری هویت دینی

افراد و گروه‌ها به وجود آورده‌اند. در فرایند استفاده از فضای سایبر در زمان فراغت بر اساس نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی و نظریه‌های بازی ارزش‌ها و هنجاری و رفتارهای تازه و متناسب با خود را به همراه خواهد داشت. این تأثیرات تا آنجا مهم و تغییر ساز بوده است که از هویت مجازی، زندگی دوم، خانواده دیجیتال و.... سخن گفته‌اند. آنچه سبب دل‌مشغولی و نگرانی‌ها و دغدغه‌های بیشتر خانواده و مدیران فرهنگی شده است تأثیری است که حضور در فضای مجازی و بازی‌های رایانه‌ای و آنلاین بر شخصیت و رفتار فرهنگی و هویت دینی نوجوانان و کاربران آن می‌گذارد.

استفاده از اینترنت و این اواخر مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانی‌ها به‌طور غیرقابل توجهی افزایش یافته و بررسی‌ها نشان می‌دهد این روند کماکان ادامه دارد. اینترنت، به‌ویژه در میان جوانان ایرانی شیوع زیادی دارد و فاصله آن با سایر نسل‌های قدیم‌تر فاحش است. بنابراین، عجیب نیست که بیشتر تحقیقات انجام‌شده در مورد اینترنت نشان می‌دهد، اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارد. شهر جهرم، به‌مثابه یکی از شهرهای استان فارس، در این مورد استثناء نیست. موضوع این است که مذهب در این شهر جهرم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این تصور وجود دارد که فضای مجازی بر میزان دین‌داری جوانان تأثیر منفی داشته و سبب جدایی آن‌ها از مبانی دینی و مذهبی می‌شود. این باور ممکن است، در درازمدت بر آمادگی جوانان برای زندگی در عصر جدید تأثیر منفی داشته باشد.

با این تفاسیل هدف اصلی تحقیق به شرح زیر است:

— تعامل دانش‌آموزان در شبکه‌های اجتماعی مجازی چگونه است؟

— شبکه‌های اجتماعی مجازی که از وسایل ارتباطی جدید بعد از جهانی شدن در حوزه ارتباطات می‌باشند، چه رابطه‌ای با هویت دینی دانش‌آموزان دارند؟

پیشینه پژوهش

موضوع پژوهش تأثیر استفاده از فضای مجازی بر هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی در شهر جهرم است. دو متغیر فضای مجازی و هویت دینی در این پژوهش تعیین‌کننده هستند. فضای مجازی و تأثیر آن بر زندگی و حیات انسان امروزی

از جمله هویت‌های نژادی، زبانی، قومی، دینی و مذهبی از اهمیت خاص برخوردار است. مطالعات گسترده‌ای در این زمینه انجام گرفته است. برخی از این پژوهش‌ها به تأثیر فضای مجازی، فناوری الکترونیک، صنعت کامپیوتر و به‌خصوص ارتباط مجازی بر جوانان پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که هویت مجازی جوانان به عواملی مانند جنسیت، سن، پایگاه اجتماعی، گرایش به دین، آگاهی سیاسی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بستگی دارد (ناهد، ۱۴۰۲). مطالعه دیگری که در همین زمینه انجام گرفته، نشان می‌دهد که بعد اعتقادی در میان ابعاد اعتقادی، عاطفی و مناسکی تأثیرگذار بر هویت دینی از اهمیت بیشتری برخوردار است (تاجیک اسماعیلی؛ اردکانیان، ۱۴۰۲). یکی از موضوعاتی که در این زمینه مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته، رابطه مصرف رسانه‌ای و محیط‌زیست است. در این‌گونه مطالعات از «شهروندی محیط‌زیستی» سخن گفته می‌شود که منظور شهروندانی هستند که علائق محیط‌زیستی دارند. موضوع این‌گونه پژوهش‌ها این است که آیا استفاده از رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون، روزنامه، کتاب و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر آگاهی زیست‌محیطی شهروندان تأثیر دارد یا خیر. نتیجه یکی از این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر آگاهی شهروندی محیط‌زیستی تأثیر بالایی دارد (میرفردی، اصغر؛ سلامتیان، درنا، ۱۴۰۲). این باور در جامعه تبلیغ می‌شود که رسانه‌های مجازی بر فرهنگ مردم و سبک زندگی آن‌ها تأثیر دارد. برخی پژوهش‌ها نیز به این نتیجه رسیده‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث تغییرات راهبردی در فرهنگ از جمله تغییر در ارزش‌ها و باورها و حتی سبک‌های زندگی می‌شود. در این‌گونه مطالعات ادعا می‌شود که باورها و اعتقادات (خدا باوری، اخلاق باوری، هویت و خودباوری)، ارزش‌ها و هنجارها (ارزش‌های کاری، ارزش‌های خانواده) و عوامل رفتاری و نمادها (مد، مصرف، وظایف اجتماعی، مسئولیت اجتماعی) تحت تأثیر رسانه‌های مجازی قرار دارند (لطفی جلال‌آبادی، مصطفی؛ زروندی، جواد، ۱۴۰۲). گروهی از پژوهشگران، به‌خصوص پژوهش‌هایی که عمدتاً در ایران به تأثیر شبکه‌های مجازی بر دین‌داری می‌پردازند، شبکه‌های مجازی را تهدیدی برای دین‌داری تلقی می‌کنند. این پژوهش‌ها باهدف شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید شبکه اجتماعی بومی در تبلیغ دین و ارائه راهبردهای

استفاده از اینترنت و این اواخر مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانی‌ها به‌طور غیرقابل توجهی افزایش یافته و بررسی‌ها نشان می‌دهد این روند کماکان ادامه دارد. اینترنت، به‌ویژه در میان جوانان ایرانی شیوع زیادی دارد و فاصله آن با سایر نسل‌های قدیم‌تر فاحش است. بنابراین، عجیب نیست که بیشتر تحقیقات انجام‌شده در مورد اینترنت نشان می‌دهد، اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارد. شهر جهرم، به‌مثابه یکی از شهرهای استان فارس، در این مورد استثناء نیست. موضوع این است که مذهب در این شهر جهرم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این تصور وجود دارد که فضای مجازی بر میزان دین‌داری جوانان تأثیر منفی داشته و سبب جدایی آن‌ها از مبانی دینی و مذهبی می‌شود. این باور ممکن است، در درازمدت بر آمادگی جوانان برای زندگی در عصر جدید تأثیر منفی داشته باشد.

با این تفاسیل هدف اصلی تحقیق به شرح زیر است:

— تعامل دانش‌آموزان در شبکه‌های اجتماعی مجازی چگونه است؟

— شبکه‌های اجتماعی مجازی که از وسایل ارتباطی جدید بعد از جهانی شدن در حوزه ارتباطات می‌باشند، چه رابطه‌ای با هویت دینی دانش‌آموزان دارند؟

### پیشینه پژوهش

موضوع پژوهش تأثیر استفاده از فضای مجازی بر هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی در شهر جهرم است. دو متغیر فضای مجازی و هویت دینی در این پژوهش تعیین‌کننده هستند. فضای مجازی و تأثیر آن بر زندگی و حیات انسان امروزی

بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود». بر مبنای این تعریف، هویت‌ها همیشه تولید و بازتولید می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۲).

نظریه کاشت ۱۰ یا پرورش‌گربر، برکنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. (عباسی قادری و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۱) (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۲: ۳۳۶). گربرن محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. از نظر وی رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم‌ویش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن‌ها بر اساس این چنین سازوکاری فرهنگ‌پذیر می‌شوند. گربرن معتقد است، رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت اثرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آن‌ها را شکل‌دهنده جامعه دانست (سورین و تانکار، ۱۳۸۴: ۳۹۲).

مانوئل کاستلز با اشاره به عصر ارتباطات، جهانی‌شدن را ظهور نوعی شبکه می‌داند که در ادامه سرمایه‌داری، پهنه اقتصاد، جامعه و فرهنگ را در برمی‌گیرد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۷). کاستلز بیان می‌کند که هویت برساخته و سازمان‌دهنده معناست؛ با این تفاوت که در این بحث، کانون توجه او هویت جمعی است و نه هویت فردی. فرضیه اساسی او این است که به‌طورکلی، این‌که چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را بر می‌سازد تا اندازه زیادی تعیین‌کننده محتوای نمادین هویت موردنظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا خود را بیرون از آن تصور می‌کنند؛ پس کاستلز هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به نظر کاستلز معنا در جامعه شبکه‌ای، برای اکثر کنشگران اجتماعی حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۲).

بنابراین، شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک پدیده نوظهور دارای آثار مثبت و منفی می‌باشند. آثار منفی آن شامل: تکه‌پاره گشتن سریع جوامع، دگرگونی مفاهیم مکان، زمان، فضا و منابع فرهنگی، به چالش کشیده شدن

مناسب برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی بومی برای تبلیغ دین می‌پردازند (خجیر، ۱۴۰۲). برخی تحقیقات نیز تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جنسیتی در کشوری اسلامی می‌پردازند و عموماً به این نتیجه می‌رسند که اینترنت به‌عنوان یک فن‌آوری نوین ارتباطی باعث تحولات پیچیده و سریع در روابط انسانی و الگوهای ارتباطی شده است و تأثیر شگرفی بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جوامع کنونی دارد. یکی از این پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده است که با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان از جمله فیس‌بوک بر هویت جنسیتی جوانان تأثیر داشته است. یافته‌های برخی از این پژوهش‌ها نشان می‌دهد رابطه مثبتی بین بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان و مردان وجود دارد. همچنین رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و هویت جنسیتی گروه زنان دیده می‌شود، در حالی که در مورد گروه مردان رابطه معناداری حاصل نشده است. سایر نتایج نشان می‌دهد، هرچه میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی افزایش بیابد، میزان پذیرش و تعلق به هویت جنسیتی زنانگی کاهش می‌یابد، اما این رابطه در مورد مردان وجود ندارد (امیربیک، بابایی، ۱۴۰۲).

### مبانی نظری

بر این اساس شالوده اصلی چارچوب نظری تحقیق جاری، ترکیبی از نظریه ساخت‌گربرن<sup>۱</sup> و نظریه کاستلز<sup>۲</sup> در مورد هویت در جهان معاصر است. هویت مفهومی است که در علوم مختلف، فضای مفهومی خاصی دارد. در جامعه‌شناسی واژه هویت به معنی چه کسی بودن است و حس نیاز به شناساندن خود است که سلسله‌ای از عناصر فرهنگی و تاریخی را در فرد یا در گروهی انسانی تحریک می‌کند. (جکوبسن، ۱۹۹۸: ۹؛ به نقل از مسعودنیا و همکاران: ۱۳۹۵: ۱۱۴). از نظر جنکینز هویت فرایندی است که فرد توسط آن خودش را می‌شناسد. از دید وی مفهوم هویت به‌طور هم‌زمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: «از یک طرف، شباهت و از طرف دیگر، تفاوت» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵). مانوئل کاستلز هویت را «فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که

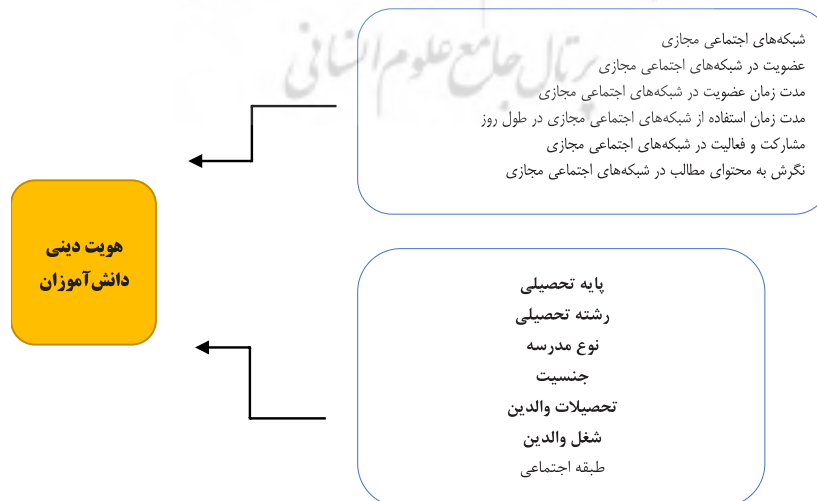


پرسشنامه است، با پرسش‌های بسته و مقیاس‌سازی با طیف لیکرت. پرسشنامه‌ای مشتمل بر دو مقیاس هویت دینی (بعد احساسی پنج‌گویه، بعد اعتقادی پنج‌گویه، بعد عملی پنج‌گویه)، فضای مجازی (بیست‌و‌دو گویه) که بر اساس طیف ارزیابی پنج‌درجه‌ای لیکرت درجه‌بندی شدند. جهت پرسشنامه متغیر وابسته تحقیق (هویت دینی) از پرسشنامه اندازه‌گیری هویت دینی سراج زاده (۱۳۸۳) استفاده شده است. سراج زاده هویت دینی را بر مبنای دسته‌بندی سه بعد گلدسن (احساسی، اعتقادی و عملی) در نظر گرفت. برای متغیر مستقل تحقیق (شبکه‌های اجتماعی مجازی) از ابزارهای سنجش شامانی، واحدی و نوروزی (۱۳۹۵)؛ قاسمی، عدلی‌پور و کیانپور (۱۳۹۱)، سلطانی (۱۳۹۵) و رهبر قاضی (۱۳۹۶) شش مؤلفه تفکیک عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در طول روز، هدف، نوع و میزان استفاده، مشارکت و فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی، و نگرش به محتوای مطالب در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای سنجش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده شده است. تکنیک گردآوری اطلاعات مصاحبه حضوری است. و در روش اسنادی از تکنیک فیش‌برداری استفاده شده است. اعتبار ابزارهای تحقیق از طریق اعتبار صوری به‌دست‌آمده است، در واقع پرسشنامه طراحی شده قبل از تکمیل، بر اساس نظر چند

هویت‌های اصیل و سنتی، رواج هویت‌های سیال و ناپایدار، گمنامی و ناشناس ماندن و سرقت هویت است. تحقیقات نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی عاملی تأثیرگذار بر هویت اجتماعی جوانان هستند و با افزایش مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه‌شده در این شبکه‌ها بر هویت دینی جوانان تأثیر می‌گذارد.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع زمینه‌یابی/پیمایشی (خاکی، ۱۳۸۴:۲۱۲)، برحسب هدف، مطالعه همبستگی دویا چند متغیری یعنی باهدف تعیین ارتباط دویا چند متغیر، دارای طرح زمینه‌یابی مقطعی و از حیث شیوه گردآوری داده‌ها، غیرآزمایشی است. داده‌ها در دو بخش نظری، کیفی و در بخش پیمایشی، کمی و از نوع دست اول است. جامعه آماری کلیه دانش‌آموزان پسر و دختر دبیرستانی مقطع متوسطه دوم شهرستان جهرم در سال تحصیلی جاری (۱۴۰۱-۱۴۰۰) می‌باشند. برای تعیین اندازه نمونه بر اساس جدول مورگان و کرسجی (۱۹۷۰)، اندازه نمونه در جدول مورگان برای ۷۰۰۰ نفر ۳۶۴ نفر است، اما برای دستیابی به برآوردی دقیق‌تر، اندازه نمونه به ۳۷۵ نفر افزایش یافت. نمونه‌گیری به روش تصادفی چندمرحله‌ای است. که تعداد ۴۰۰ پرسشنامه بین دانش‌آموزان توزیع شد که فقط ۳۷۵ پرسشنامه برگشت داده شد. ابزار سنجش در بخش پیمایشی



شکل ۱. مدل نظری تحقیق.

جدول ۱. نتایج آلفای کرونباخ برای متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق.

مقیاس	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هویت دینی (کل)	۱۵	۰/۸۹۰
هویت دینی (بعد احساسی)	۵	۰/۹۱۰
هویت دینی (بعد اعتقادی)	۵	۰/۸۹۰
هویت دینی (بعد عملی)	۵	۰/۸۶۰
شبکه‌های اجتماعی مجازی (کل)	۲۲	۰/۸۵۰
هدف از مشارکت و فعالیت در فضای مجازی	۱۱	۰/۸۸۰
نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی	۱۱	۰/۸۰۰

#### ب: فرضیه‌های فرعی

بین فعالیت و مشارکت در فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است  
 بین نگرش به محتوای مطالب فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است.  
 بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است.  
 بین سال‌های حضور در فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است.  
 بین ساعات استفاده از فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است.

#### پرسش‌های پژوهش

الف. پرسش اصلی: آیا بین استفاده از فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است؟

#### ب. پرسش‌های فرعی:

آیا بین فعالیت و مشارکت در فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است؟  
 آیا بین نگرش به محتوای مطالب فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است؟  
 آیا بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است؟  
 آیا بین سال‌های حضور در فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است؟  
 آیا بین ساعات استفاده از فضای مجازی و هویت دینی

تن از اساتید صاحب‌نظر دانشگاه اصلاح‌شده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز، پرسشنامه‌ها کدگذاری و داده‌های مربوط به هر پاسخگو به منظور تجزیه و تحلیل، وارد محیط SPSS شده‌اند. نتایج آلفای کرونباخ متغیر هویت دینی و شبکه‌های اجتماعی مجازی در «جدول ۱» خلاصه‌شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. همچنین از جداول توزیع فراوانی، ضریب همبستگی پیرسون، مقایسه میانگین‌ها، تحلیل واریانس، رگرسیون خطی، رگرسیون چندگانه جهت روابط بین متغیرها استفاده شده است.

#### تعریف متغیرها

هویت دینی (متغیر وابسته): هویت دینی به رابطه انسان با دین و نسبتی که با آن پیدا می‌کند گفته می‌شود. سنگ بنای هویت دینی تعهد و پایبندی است. هویت دینی یعنی احساس تعهد به دین و احساس تعلق به جامعه دینی و در سطح وسیع‌تر، احساس تعلق به امتی که بدان دین پایبند است (ماهرزاده، ۱۳۹۲: ۶۲). به عبارت دیگر هویت دینی به میزان نقشی که فرد در بازتولید نهاد دین در جامعه ایفا می‌کند و میزان اهمیتی که فرد در شیوه زندگی انتخابی خود، به انگاره‌های تعاملی دینی می‌دهد، اطلاق می‌شود. مراد از هویت دینی در واقع همان آثار و عوارض ناشی از حمل وصف دین بر فرد دین‌دار است. (مسعودنیا، ۱۳۹۵: ۱۰۷).  
 شبکه‌های اجتماعی مجازی (متغیر مستقل): «فضای مجازی مکان نیست، دالان و راهرویی است بین مکان‌ها. شما درحالی‌که در محل خودتان اقامت دارید، می‌توانید در فضای مجازی گردش کرده و مردمی را ملاقات کنید که در مکان‌های دیگری زندگی می‌کنند اما می‌توانید با استفاده از فضای مجازی در جهان ذهنی خودتان باشید. بنابراین فضای مجازی نوعی فرافضا و فضای ذهن است. فضایی که ما هرروز دست به عمل می‌زنیم و با مردمان و اندیشه‌ها ملاقات می‌کنیم» (کاستلز و انیس، ۱۳۸۴، ۴۷ به نقل از ذکایی و خطیبی ۱۳۸۵: ۱۶۶).

#### فرضیه‌های پژوهش

##### الف: فرضیه اصلی

بین استفاده از فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است.

دانش‌آموزان دبیرستانی شهر جهرم رابطه است؟

جدول ۲. میانگین متغیرهای وابسته و مستقل تحقیق.

متغیر	تعداد گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار
هویت دینی (کل)	۱۵	۵۲/۱۱	۴/۲۴
بعد هویت احساسی	۵	۱۸	۲/۰۶
بعد هویت اعتقادی	۵	۱۸/۰۳	۱/۴۷
بعد هویت عملی	۵	۱۶/۰۸	۲/۱۱
فضای مجازی (کل)	۲۲	۵۵	۱۰/۲۶
هدف از فعالیت و مشارکت در فضای مجازی	۱۱	۲۸/۴۸	۵/۹۲
نگرش نسبت به محتوای فضای مجازی	۸	۲۰/۰۸	۴/۶۵

### یافته‌های تحقیق

#### یافته‌های توصیفی

بر اساس نتایج توصیفی متغیرهای جمعیتی، از مجموع ۳۷۵ پاسخگو، میانگین هویت دینی در بین دختران (۵۱/۷۸ درصد) و در بین پسران (۵۲/۷۵ درصد) است. میانگین هویت دینی در بین دانش‌آموزان پایه دهم (۵۲/۸۴ درصد)، پایه یازدهم (۵۱/۶۱ درصد)، دوازدهم (۵۱/۸۱ درصد) است. میانگین هویت دینی در بین دانش‌آموزان دبیرستان‌های غیردولتی (۵۰/۲۴ درصد)، دبیرستان‌های دولتی (۲۴/۵۲ درصد) است پایین‌ترین میانگین هویت دینی (۴۹/۳۱ درصد) مربوط به دانش‌آموزانی است که پدرانشان تحصیلات کارشناسی ارشد دارند و بالاترین هویت دینی (۵۱/۴۳) مربوط به دانش‌آموزانی هست که پدرشان تحصیلات لیسانس دارند. همچنین بالاترین میانگین هویت دینی (۵۳/۰۹ درصد) مربوط به افرادی است که مادرشان بی‌سواد می‌باشند، و در آخر پایین‌ترین میانگین هویت دینی (۵۱ درصد) مربوط به دانش‌آموزانی که مادرشان تحصیلات دکتری دارند. بالاترین میانگین هویت دینی در بین دانش‌آموزان با پدران دارای شغل غیردولتی (۵۳/۸۵ درصد) و پایین‌ترین میانگین (۵۲/۰۱) پدران با شغل آزاد است. بالاترین میانگین هویت دینی در بین دانش‌آموزان با مادران بازنشسته (۵۳/۷۱ درصد) و پایین‌ترین هویت دینی (۵۰/۲۸ درصد) مربوط به دانش‌آموزانی که مادران شغل غیردولتی دارند. دانش‌آموزان رشته معارف بالاترین هویت دینی (۵۴/۲۱ درصد) و دانش‌آموزان هنرستانی کمترین هویت دینی (۵۰/۸ درصد) دارند. دانش‌آموزان طبقه اجتماعی متوسط بالاترین هویت دینی (۵۲/۴۰ درصد) و دانش‌آموزان طبقه اجتماعی پایین، پایین‌ترین هویت دینی (۵۰/۹۴ درصد) دارند.

#### یافته‌های تحلیلی

بررسی رابطه بین فضای مجازی (کل) و ابعاد آن و هویت دینی (کل) و ابعاد آن بر اساس نتایج «جدول ۳»، رابطه بین فضای مجازی (کل) و هویت دینی (کل) معنادار است. همچنین بررسی ابعاد هویت دینی (احساسی، اعتقادی، عملی) با ابعاد فضای مجازی (فعالیت و مشارکت در فضای مجازی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، نگرش نسبت به محتوای مطالب فضای مجازی، سال‌های حضور در فضای مجازی، ساعات استفاده از فضای مجازی در طول روز) نیز نشان می‌دهد، رابطه هویت دینی (کل) با نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، ساعات استفاده از فضای مجازی در طول روز و رابطه فضای مجازی (کل) با هویت احساسی و عملی معنادار است. اما رابطه فضای مجازی با هویت اعتقادی معنادار نیست. این عدم رابطه نشان می‌دهد که نمونه موردبررسی از اعتقادات دینی قوی برخوردار بودند و به معاد و آخرت اعتقاد داشتند.

#### بررسی ارتباط متغیرهای جمعیتی و هویت دینی دانش‌آموزان

بررسی ارتباط هفت متغیر جنسیت، پایه تحصیلی، رشته تحصیلی، نوع مدارس، تحصیلات پدر، شغل والدین و طبقه اجتماعی با هویت دینی دانش‌آموزان (مجموع ابعاد) که نتایج آن به شرح «جدول ۵» است، نشان می‌دهد رابطه پایه تحصیلی، طبقه اجتماعی، جنس، رشته تحصیلی، تحصیلات پدر و نوع مدارس با هویت دینی دانش‌آموزان معنادار است و طی آن بالاترین میزان هویت دینی متعلق به

میانگین شادمانی در بین دانش‌آموزان طبقات بالا (۹۷/۲۴ درصد)، طبقات متوسط (۸۶/۵۵ درصد) و طبقات پایین (۷۴/۵۵ درصد) است. اما بر اساس نتایج توصیفی سازه‌های تحقیق، میانگین شادمانی اجتماعی برابر با (۸۹/۱۳ درصد)، سبک زندگی فراغتی برابر (۷۳/۵۰ درصد) و سبک زندگی دینی برابر با (۲۲/۹۳ درصد) است.



جدول ۳. بررسی ارتباط بین فضای مجازی (کل) و هویت دینی (کل).

Sig	مقدار t	Sig	F	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	میانگین	
۰/۰۰۱	۴۷/۳۲۳	۰/۰۰۱	۰/۱۴۷۶	۰/۰۲۷	۰/۱۶۵	۵۵	فضای مجازی (کل)
						۵۲/۱۱	هویت دینی (کل)
۰/۷۰۲	۴۸/۷۲۷	۰/۷۰۲	۰/۱۴۷	۰/۰۰۰	۰/۰۲۰	۲۸/۴۸	فعالیت و مشارکت در فضای مجازی
						۵۲/۱۱	هویت دینی (کل)
۰/۰۰۰	۵۹/۲۱۴	۰/۰۰۰	۱۸/۹۵۸	۰/۰۴۸	۰/۲۲۰	۲۰/۰۸	نگرش نسبت به محتوای مطالب فضای مجازی
						۵۲/۱۱	هویت دینی (کل)
۰/۰۰۵	۱۷۲/۹۳	۰/۰۰۵	۷/۸۸۵	۰/۰۲۱	۰/۱۴۴	-	عضویت در شبکه‌های اجتماعی
						۵۲/۱	هویت دینی (کل)
۰/۲۹۹	۷۸/۶۲۹	۰/۲۹۹	۱/۰۸۲	۰/۰۰۳	۰/۰۵۴	-	تعداد سال‌های حضور در فضای مجازی
						۵۲/۱۱	هویت دینی (کل)
۰/۰۰۰	۹۲/۱۳۰	۰/۰۰۰	۱۹/۰۶۹	۰/۰۴۹	۰/۲۲۱	-	ساعات استفاده از فضای مجازی در روز
						۵۲/۱۱	هویت دینی (کل)
۰/۰۱۰	۳۳/۶۴۸	۰/۰۱۰	۶/۷۷۶	۰/۰۱۸	۰/۱۳۴	۵۵	فضای مجازی (کل)
						۱۸	هویت دینی احساسی
۰/۹۴۶	۴۳/۱۹۰	۰/۹۴۶	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۵۵	فضای مجازی (کل)
						۱۸/۰۳	هویت اعتقادی
۰/۰۰۰	۳۱/۴۹۹	۰/۰۰۰	۱۶/۱۰۹	۰/۰۴۱	۰/۲۰۳	۵۵	فضای مجازی (کل)
						۱۶/۰۸	هویت دینی عملی

جدول ۴. بررسی ارتباط بین جنسیت، نوع مدارس، شغل والدین، پایه تحصیلی، رشته تحصیلی، طبقه اجتماعی و تحصیلات والدین با هویت دینی دانش‌آموزان (مجموع ابعاد).

Sig	Df	مقدار t	میانگین هویت دینی	تعداد	جنسیت	
۰/۰۳۷	۳۵۵	-۲/۰۹۵	۵۱/۷۸	۲۴۶	دختر	
			۵۲/۷۵	۱۲۶	پسر	
Sig	Df	مقدار t	میانگین هویت دینی	تعداد	نوع مدارس	
					دولتی	
۰/۰۲۲	۳۷۳	۶/۱۱۲	۵۲/۲۴	۳۵۰	دولتی	
				۵۰/۲۴	۲۵	غیردولتی
Sig	df	مقدار t	میانگین هویت دینی	تعداد	شغل پدر	
					دولتی	
۰/۶۲۶	۳	۰/۵۸۴	۵۲/۰۷	۶۹	دولتی	
				۵۲/۰۱	۲۶۵	آزاد
				۵۳/۸۵	۷	کارمند بخش خصوصی
				۵۲/۵۸	۳۴	بازنشسته
Sig	df	مقدار t	میانگین هویت دینی	تعداد	کل	
					شغل مادر	

ادامه جدول ۴. بررسی ارتباط بین جنسیت، نوع مدارس، شغل والدین، پایه تحصیلی، رشته تحصیلی، طبقه اجتماعی و تحصیلات والدین با هویت دینی دانش آموزان (مجموع ابعاد).

Sig	Df	مقدار t	میانگین هویت دینی	تعداد	جنسیت
۰/۴۹۷	۳	۰/۷۹۶	۵۲/۱۴	۳۲۰	خانه‌دار
			۵۱/۹۲	۴۱	دولتی
			۵۰/۲۸	۷	غیردولتی
			۵۳/۷۱	۷	بازنشسته
			۵۲/۱۱	۳۷۵	کل
Sig	Df	مقدار f	میانگین هویت دینی	تعداد	پایه تحصیلی
۰/۰۴۲	۳/۲۰۵	۳/۲۰۵	۵۲/۸۴	۱۳۴	دهم
			۵۱/۶۱	۱۳۶	یازدهم
			۵۱/۸۱	۱۰۵	دوازدهم
			۵۲/۱۱	۳۷۵	کل
Sig	Df	مقدار f	میانگین هویت دینی	تعداد	طبقه اجتماعی
۰/۰۳۴	۲	۳/۴۰۱	۵۲/۲۱	۳۷	بالا
			۵۲/۴۰	۲۶۷	متوسط
			۵۰/۹۴	۷۱	پایین
			۵۲/۱۱	۳۷۵	کل
Sig	Df	مقدار f	میانگین هویت دینی	تعداد	تحصیلات پدر
۰/۰۳۹	۷	۲/۱۴۲	۵۱/۵۳	۱۵	بی سواد
			۵۳	۶	ابتدایی
			۵۲/۲۰	۱۴۴	راهنمایی
			۵۱/۵۹	۷۷	دیپلم
			۵۱/۹۶	۵۲	فوق دیپلم
			۵۳/۴۳	۶۰	لیسانس
			۴۹/۳۱	۱۶	فوق لیسانس
			۵۲/۶۰	۵	دکتری
			۵۲/۱۱	۳۷۵	کل
Sig	Df	مقدار f	میانگین هویت دینی	تعداد	تحصیلات مادر
۰/۹۳۳	۷	۰/۳۴۵	۵۳/۰۹	۱۱	بی سواد
			۵۲/۴۷	۳۸	ابتدایی
			۵۱/۸۰	۱۰۲	راهنمایی
			۵۲/۱۰	۹۲	دیپلم
			۵۲/۵۶	۵۸	فوق دیپلم
			۵۱/۸۹	۶۵	لیسانس
			۵۱/۷۱	۷	فوق لیسانس
			۵۱	۲	دکتری
			۵۲/۱۱	۳۷۵	کل
Sig	Df	مقدار f	میانگین هویت دینی	تعداد	رشته تحصیلی
۰/۰۰۳	۴	۴/۰۹۷	۵۱/۶۴	۲۱۳	انسانی
			۵۳/۳۲	۸۳	تجربی
			۵۲/۳۸	۳۴	ریاضی
			۵۴/۲۱	۱۴	معارف
			۵۰/۸	۳۱	هنرستان
			۵۲/۱۱	۳۷۵	کل

می‌کند. در حالی که متغیر نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی به اندازه ۰/۰۹۹، متغیر طبقه اجتماعی به اندازه ۰/۰۷۸، جنس به اندازه ۰/۰۶۹، متغیر شغل مادر به اندازه ۰/۰۵۷، متغیر رشته تحصیلی به اندازه ۰/۰۵۱، شغل پدر به اندازه ۰/۰۴۹، تحصیلات پدر به اندازه ۰/۰۱۲، ساعت استفاده از فضای مجازی به اندازه ۱/۴۳-، عضویت در شبکه‌های اجتماعی به اندازه ۱/۴۱-، نوع مدرسه به اندازه ۱/۲۹-، تحصیلات مادر به اندازه ۱/۲۷- باعث تغییر انحراف معیار متغیر وابسته می‌شوند. اما سایر متغیرها تأثیر ضعیفی در انحراف معیار متغیر وابسته دارند.

یافته‌های این پژوهش مبین این واقعیت است که نداشتن برنامه‌ریزی و عدم پاسخگویی به نیازهای مخاطبان به‌ویژه از حیث محتوایی مبتنی بر فرهنگ دینی، باعث روی آوردن نوجوانان و جوانان به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌شود و به تدریج کم‌رنگ شدن ارزش‌های اسلامی و هویت مخاطبان خواهد شد. ورود برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی در جهان در حال توسعه، باعث پذیرش افکار جدید و روش‌های زندگی وارداتی در بین نوجوانان و جوانان می‌شود و همین امر باعث می‌شود که این قشر به بسیاری از عادات و رسوم سنتی جامعه خودسر باز زند و دائم به تقلید فرهنگ غربی بپردازند.

### بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق، میانگین هویت دینی به‌طور کلی، بر روی مقیاسی با دامنه ۷۵-۱۵ و میانگین واقعی ۴۵، برابر با ۵۲/۱۱ است. این امر نشان می‌دهد که هویت دینی دانش‌آموزان شهر جهرم بالاتر از حد متوسط است. این یافته پژوهش با نتایج پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۴) سازگار است.

بین استفاده از فضای مجازی (کل) و هویت دینی (کل) دانش‌آموزان رابطه معنی‌دار وجود دارد. میانگین استفاده از فضای مجازی (مجموع ابعاد) در بین دانش‌آموزان شهر جهرم ۵۵ درصد است. با توجه به این که دامنه نمرات فضای مجازی (کل) مورد استفاده در این پژوهش بین ۲۲ (مینیمم) تا ۱۱۰ (ماکزیمم) بوده و میانگین آن (۶۶ درصد) است. از میانگین استفاده از فضای مجازی (۵۵ درصد) کمتر است. بنابراین از آنجایی که نمرات پرسشنامه بین ۲۲ تا ۱۱۰ است، میزان استفاده از فضای مجازی در بین دانش‌آموزان

دانش‌آموزان پایه دهم و پایین‌ترین مربوط به دانش‌آموزان پایه یازدهم است، همچنین افراد طبقه متوسط میانگین هویت دینی بیشتری دارند و افراد طبقه پایین کمترین میزان هویت دینی را دارند. پسران هویت دینی بالاتری نسبت به دختران دارند. ضمناً دانش‌آموزان مدارس دولتی هویت دینی بیشتری دارند.

### تبیین هویت دینی برحسب مجموع متغیرهای مستقل (به روش هم‌زمان)

همان‌طور که در «جدول ۶» مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی متغیرهای مستقل برای تعیین متغیر وابسته (هویت دینی) ۰/۳۶۵ است. مقدار  $R^2$  (ضریب تعیین) برابر با ۰/۱۵۱ است، یعنی ۱۵/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌گردند. رابطه خطی بین متغیرها در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار ( $sig=000/0$ ) است. مقدار  $t$  تک‌تک ضرایب رگرسیون نیز محاسبه شده و سطح معنی‌داری آن‌ها در جدول آمده است. همان‌طوری که سطح معناداری ( $sig$ ) نشان می‌دهد، اثرات متغیرهای، هدف از فعالیت در فضای مجازی، فضای مجازی (کل)، ساعات استفاده از فضای مجازی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی و نوع مدرسه معنی‌دار شده است و اثرات سایر متغیرها معنی‌دار نیست و آن‌ها تأثیر ضعیفی در پیش‌گویی متغیر وابسته دارند. اما در مورد اهمیت و نقش متغیرهای مستقل در پیش‌گویی معادله رگرسیون باید از مقادیر بتا استفاده کرد. از آنچه مقادیر بتا استاندارد می‌باشند بنابراین از طریق آن می‌توان در مورد اهمیت نسبی متغیرها قضاوت کرد. بزرگ بودن مقدار بتا نشان‌دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیش‌گویی متغیر وابسته است. در اینجا می‌توان قضاوت کرد که متغیر هدف از فعالیت و مشارکت در فضای مجازی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با سایر متغیرها در پیش‌گویی متغیر وابسته دارد، زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار آن باعث می‌شود تا انحراف معیار متغیر وابسته (هویت دینی) به اندازه ۰/۵۳۵ تغییر کند. متغیرهای فضای مجازی (کل)، نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی، طبقه اجتماعی، جنسیت، شغل، مادر، رشته تحصیلی، شغل پدر، تحصیلات پدر در مرتبه بعدی قرار دارند زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار فضای مجازی (کل) در انحراف معیار متغیر وابسته به اندازه ۰/۲۰۹ تغییر

جدول ۵- نتایج رگرسیون چند متغیره تبیین هویت دینی دانش‌آموزان

پیش‌بینی‌کننده‌ها (متغیرهای مستقل)	بنا	t	sig	ضریب همبستگی (کل)	ضریب تعیین (کل)	F (کل)	Sig (کل)
مقدار ثابت	-	۲۹/۰۱۷	۰/۰۰۰				
هدف از فعالیت و مشارکت در فضای مجازی	۰/۵۳۵	۳/۶۲۳	۰/۰۰۰				
فضای مجازی (کل)	۰/۲۰۹	۱/۸۷۶	۰/۰۰۴				
نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی	۰/۰۹۹	۰/۶۴۱	۰/۵۲۲				
طبقه اجتماعی	۰/۰۷۸	۱/۴۳۲	۰/۱۵۳				
جنسیت	۰/۰۶۹	۱/۲۹۲	۰/۱۹۷				
شغل مادر	۰/۰۵۷	۱/۰۲۵	۰/۳۰۶				
رشته تحصیلی	۰/۰۵۱	۱/۰۱۰	۰/۳۱۳				
شغل پدر	۰/۰۴۹	۰/۹۸۶	۰/۳۲۵	۰/۳۶۵	۰/۱۵۱	۴/۵۶۳	۰/۰۰۰
تحصیلات پدر	۰/۰۱۲	۰/۲۰۰	۰/۸۴۱				
ساعات استفاده از فضای مجازی در شبانه‌روز	-۰/۱۴۳	-۲/۴۱۹	۰/۰۱۶				
عضویت در شبکه‌های اجتماعی مختلف	-۰/۱۴۱	-۲/۶۹۴	۰/۰۰۷				
نوع مدرسه	-۰/۱۲۹	-۲/۵۵۶	۰/۰۱۱				
تحصیلات مادر	-۰/۱۲۷	-۱/۹۱۷	۰/۰۵۶				
پایه تحصیلی	-۰/۰۸۲	-۱/۶۰۵	۰/۱۰۹				
تعداد سال‌های عضویت در فضای مجازی	-۰/۰۳۲	-۰/۶۳۶	۰/۵۲۵				

و هویت دینی دانش‌آموزان (کل) رابطه معناداری وجود دارد. میانگین نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی در بین دانش‌آموزان شهر جهرم ۲۰/۰۸ است. با توجه به این‌که دامنه نمرات فعالیت در فضای مجازی مورد استفاده در این پژوهش بین ۸ (مینیمم) تا ۴۰ (ماکزیمم) بوده و میانگین آن (۲۴) است. از میانگین فعالیت در فضای مجازی (۲۰/۰۸ درصد) کمتر است. بنابراین نگرش نسبت به محتوای در فضای مجازی در بین دانش‌آموزان شهر جهرم از سطح متوسط کمتر است. این یافته تحقیق با نتایج پژوهش شامانی (۱۳۹۵) و همکاران، که معتقدند هر چه محتوای تولیدشده و در دسترسشان در این فضا واقعی و قابل اعتماد تلقی نمایند هویت دینی و فرهنگی ایشان به شکل معناداری تحت تأثیر قرار گرفته و از حساسیت‌های ایشان به هویت فرهنگی خویش کاسته می‌شود، هم‌خوانی دارد. محتوای فضای مجازی یکی از عوامل تأثیرگذار بر هویت فرهنگی و دینی نوجوانان و دانش‌آموزان بوده است. تحقیق قنبری برزیان (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که نوجوانان در بازی‌ها و برنامه‌هایی که دارای محتوای فرهنگ دینی است، چه زیاد (بیشتر از ۲۶) استفاده کرده باشند و چه کمتر (کمتر از یک ساعت)، تفاوتی از لحاظ تأثیرگذاری بر هویت دینی آن‌ها مشاهده نشد. نتیجه این عدم تفاوت این است که برنامه‌ها

شهر جهرم از سطح متوسط پایین‌تر است. این یافته تحقیق با نتایج پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)، شامانی و همکاران (۱۳۹۵)، بختیاری و فرخی (۱۳۹۱) و نیازی (۱۳۹۰) هم‌خوانی دارد.

بین فعالیت و مشارکت در فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان (کل) رابطه معناداری وجود ندارد. میانگین فعالیت و مشارکت در فضای مجازی در بین دانش‌آموزان شهر جهرم ۲۸/۴۸ است. با توجه به این‌که دامنه نمرات فعالیت در فضای مجازی مورد استفاده در این پژوهش بین ۱۱ (مینیمم) تا ۵۵ (ماکزیمم) بوده و میانگین آن (۳۳) است. از میانگین فعالیت در فضای مجازی (۲۸/۴۸ درصد) کمتر است. بنابراین فعالیت در فضای مجازی در بین دانش‌آموزان شهر جهرم از سطح متوسط کمتر است. این یافته تحقیق با نتایج پژوهش عدلی‌پور (۱۳۹۱) که معتقد است میزان فعال بودن کاربر، در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی با وضعیت هویت فرهنگی جوانان رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد، نیازی (۱۳۹۰) که معتقد است، با افزایش میزان استفاده از ماهواره شاهد کاهش میزان هویت اجتماعی و دینی خواهیم بود، شامانی و همکاران (۱۳۹۵)، منطبق است.

بین نگرش نسبت به محتوای مطالب در فضای مجازی

و بازی‌هایی که دارای محتوی فرهنگی دینی و تقویت‌کننده هویت دینی در فضای مجازی هستند، بسیار ضعیف بوده و جذابیتی برای نوجوانان ندارند.

بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی دانش‌آموزان (کل) رابطه معناداری وجود دارد. اما بین سال‌های حضور در فضای مجازی و هویت دینی دانش‌آموزان (کل) رابطه معناداری وجود ندارد. این یافته تحقیق نیز با نتایج تحقیق سلطانی (۱۳۹۵) و همکاران هم‌خوانی دارد.

بین ساعات استفاده از فضای مجازی در طول روز و هویت دینی (کل) دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. یعنی هر چه مدت‌زمان عضویت دانش‌آموزان در فضای مجازی بیشتر باشد، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آن‌ها بیشتر است. برعکس هر چه مدت‌زمان عضویت دانش‌آموزان در فضای مجازی کمتر باشد، احتمال تأثیرپذیری هویت دینی آن‌ها کمتر خواهد بود. این نتایج تحقیق با پژوهش شامانی و همکاران (۱۳۹۵)، سلطانی (۱۳۹۵)، قنبری برزبان (۱۳۹۶) هم‌خوانی دارد. آن‌ها به این نتیجه رسیده بودند که هر چه حضور جوانان و نوجوانان در فضای مجازی مستمرتر باشد و ساعت‌های بیشتری مصرف کنند، وابستگی به فضای مجازی بیشتر می‌شود و هر چه نوع مصرف حرفه‌ای‌تر باشد، تأثیرگذاری‌اش بر ابعاد هویتی بیشتر می‌شود.

بین استفاده از فضای مجازی و هویت احساسی و عملی دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. اما استفاده از فضای مجازی با هویت اعتقادی دانش‌آموزان رابطه معناداری ندارد. این عدم رابطه نشان می‌دهد که نمونه موردبررسی از اعتقادات دینی قوی برخوردار بودند و به معاد و آخرت اعتقاد داشتند. این یافته پژوهش با نتایج پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۴) هم‌خوانی ندارد.

در بین متغیرهای جمعیتی ارتباط بین جنسیت، پایه تحصیلی، رشته تحصیلی، نوع مدارس، تحصیلات پدر و طبقه اجتماعی با هویت دینی دانش‌آموزان معنادار است. اما ارتباط بین شغل والدین و تحصیلات پدر با هویت دینی دانش‌آموزان معنادار نیست. جنسیت به‌عنوان یک متغیر تأثیرگذار بر فضای مجازی است. پژوهش قنبری برزبان (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که دختران بیشتر از پسران از فضای مجازی استفاده می‌کنند، شاید دلیل استفاده زیاد دختران

از فضای مجازی، محدود بودن در جامعه و فضای واقعی زندگی باشد.

هدف کلی پژوهش رسیدن به راهکار عملی برای استفاده از فضای مجازی در بافت دینی و مذهبی جامعه ایران است. مطالعه حاضر نشان می‌دهد هر دو متغیر از اهمیت خاص برخوردار هستند. استفاده از فضای مجازی در دنیای امروز اجتناب‌ناپذیر است، از طرفی دین و مذهب بخشی از هویت مردم این سرزمین است. نتیجه کلی این پژوهش این است که تا حد امکان از پیوند مستقیم برقرار کردن بین این دو عرصه باید خودداری کرد، چون ماهیت دوگانه دارند. فضای مجازی در نهایت ابزار است که می‌توان از آن به هر طریق استفاده کرد، درحالی‌که دین و مذهب ماهیت فرهنگی دارند.

یافته‌های این پژوهش مبین این واقعیت است که نداشتن برنامه‌ریزی و عدم پاسخگویی به نیازهای مخاطبان به‌ویژه از حیث محتوایی مبتنی بر فرهنگ دینی، باعث روی آوردن نوجوانان و جوانان به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌شود و به تدریج کم‌رنگ شدن ارزش‌های اسلامی و هویت مخاطبان خواهد شد. ورود برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی در جهان درحال توسعه، باعث پذیرش افکار جدید و روش‌های زندگی وارداتی در بین نوجوانان و جوانان می‌شود و همین امر باعث می‌شود که این قشر به بسیاری از عادات و رسوم سنتی جامعه خودسر باز زنند و دائم به تقلید فرهنگ غربی بپردازند.

در ارتباط با راهبرد مقاله باید گفت که فرآیندهای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در جمهوری اسلامی تحت تأثیر هویت مذهبی و دینی مردم ایران قرار دارد. با توجه به مطالعه انجام‌شده، می‌توان راهبردهای زیر را به شکل زیر توصیه کرد:

— فضای مجازی ابزاری است که نمی‌توان از دسترسی به آن صرف‌نظر کرد. محدود کردن فضای مجازی در شرایط فعلی دنیا نه ممکن است و نه مفید. باید در جهت سازگاری استفاده بهینه از این ابزار و عناصر مذهبی و دینی در ایران تلاش کرد. نباید درباره نقش فضای مجازی در تأثیرگذاری بر فرهنگ بومی اغراق کرد.

— ارتباط بین فضای مجازی و هویت دینی و مذهبی حتی در بین جوانان کمتر از آن میزانی است که تصور می‌شود. عناصر فرهنگ بومی بنیادی و تاریخی هستند، درحالی‌که



در مورد رادیو، تلویزیون، ویدئو و ماهواره مشاهده شد، تأثیر این‌گونه ابزار به عوامل اجتماعی و سیاسی بسیاری بستگی دارد که باید به آن عوامل بیشتر پرداخت.

فضای مجازی تأثیر سطحی و گذار دارد. احتمال اینکه این فضای به‌زودی با فضایی دیگر جایگزین شود، وجود دارد. — نباید درباره تأثیر ابزارهای نوین اغراق کرد، همان‌طور که

### پی‌نوشت‌ها

1. Weber, Max  
2. Durkheim, Emile  
3. Giddens, Anthony

4. Mitchel, Peter  
5. Desecularization  
6. Cyberspace

7. Gibson, William  
8. Grebner, George  
9. Castells, Emanuel

10. Cultivation Theory

### منابع

خجیر، یوسف (۱۴۰۲)، راهبردهای استفاده از شبکه اجتماعی بومی برای تبلیغ دین، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۳، شماره ۲ - شماره پیاپی ۸.

ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۳)، جوانان و فراغت مجازی، مطالعات جوانان، تهران، نشر تیسرا.

ذکایی، محمد سعید؛ خطیبی، فاخره (۱۳۸۵)، رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ۳۳: ۱۱۱ - ۱۵۴.

رهر قاضی، محمود رضا؛ حاتمی، عباس؛ عباسی، امین (۱۳۹۶)، رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)، فصلنامه مجلس راهبرد، سال ۲۵، شماره ۹۵.

سراج‌زاده، حسین (۱۳۸۳)، چالش‌های دین و مدرنیته، تهران: طرح نو.

سلطانی، اختر (۱۳۹۵)، بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)، فصلنامه علمی ترویجی فرهنگ ایلام، دوره شانزدهم، شماره ۵۰ و ۵۱.

سورین، ورنر جی؛ تانکار، جیمز دلبو (۱۳۸۴)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.

شامانی، اسماعیل و همکاران (۱۳۹۵)، رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران، فصلنامه فرهنگ مشاوره‌ای و روان‌درمانی، ش ۷ ش ۲۸.

عباسی قادی، مجتبی؛ خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات

احمد پور، مریم؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵.

احمدزاده کرمانی، روح‌الله (۱۳۹۲)، بازاندیشی در فرهنگ و رسانه، تهران: نشر چاپار.

امیرییک، مرضیه؛ بابایی، محمود (۱۴۰۲)، تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۳، شماره ۱ - شماره پیاپی ۷.

بختیاری، حسن؛ فرخی، حسن (۱۳۹۱)، بررسی رابطه برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، سال بیست، شماره ۱۵.

تاجیک اسماعیلی، سمیه؛ اردکانیان رضا (بهمن ۱۴۰۲)، چشم‌انداز دین‌داری در سایه وابستگی به اینترنت، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۳، شماره ۳ - شماره پیاپی ۹.

جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران شیرازه.

حسینی‌زاده، سید سعید؛ حسینی، ابوذر (۱۳۷۹)، فضای مجازی، جهانی‌شدن و هویت دینی، دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی و مطالعات فرهنگی/اجتماعی، اردیبهشت ۱۳۷۹.

حیدری، آرمان؛ اکوانی، حمدالله؛ کشفی، محمدباقر (۱۳۹۴)، رسانه‌ها و هویت فرهنگی: مطالعه دانش‌آموزان متوسطه شهر یاسوج، فصلنامه مطالعات ملی، ۱۴، ۱۴۸ - ۱۲۳.

راهبردی.  
عدلی پور، صمد (۱۳۹۱)، تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان، رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.  
عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید؛ کیانپور، مسعود (۱۳۹۲)، شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان، *مطالعات ملی*، ش ۵۶.  
قنبری برزیان، علی (۱۳۹۶)، تأثیر فراغت مجازی و بازی‌های رایانه‌ای بر هویت دینی نوجوانان، *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، دوره ۱۸، شماره ۳۹، ۹۷-۱۲۰.  
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.  
لطفی جلال‌آبادی، مصطفی؛ زروندی، جواد (۱۴۰۲)، تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر سبک زندگی، *فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات*، دوره ۳، شماره ۲ - شماره پیاپی ۸.  
ماهروزاده، طیبه (۱۳۹۲)، جهانی شدن و هویت‌یابی دینی نوجوانان، *دوفصلنامه علمی-پژوهشی تربیت اسلامی*، شماره ۱۶، صفحات ۱۶۲-۱۳۹.  
مسعودنیا، حسین؛ محمود اوغلی، رضا؛ ابراهیمی پور، حوا (۱۳۹۵)، بررسی رابطه مصرف اینترنتی و هویت دینی در

بین دانشجویان دانشگاه اصفهان، *مجله مطالعات ملی*، سال هفدهم شماره ۱، ۱۳۲-۱۰۷.  
معمار، ثریا؛ عدلی پور، صمد؛ خاکسار، فائزه (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)، *فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره اول، شماره ۴، ۱۵۵-۱۷۶.  
میرفردی، اصغر؛ سلامتیان، درنا (۱۴۰۲)، رابطه مصرف رسانه‌ای و «توجه به منافع ملی» با شهروندی محیط‌زیستی ساکنان ۱۸ سال به بالای شهر شیراز، *فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات*، دوره ۳، شماره ۲ - شماره پیاپی ۸.  
ناهید، فرشید (بهمن ۱۴۰۲)، بازخوانی هویت مجازی جوانان شهر شیراز، *فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات*، دوره ۳، شماره ۳ - شماره پیاپی ۹.  
نیازی، محسن (۱۳۹۰)، نقش ماهواره و برنامه‌های ماهواره‌ای در فرسایش هویت فردی، اجتماعی، ملی و دینی شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هفتم شماره ۲۲.  
نیک‌پی ملکی، محمد؛ مجیدی، حسن (۱۳۹۲)، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و هویت اسلامی و ملی جوانان (مطالعه موردی شهر اراک)، *فصلنامه مطالعات ملی*، (۲)، ۱۴۵-۱۶۸.

Abelson, H. & Lawrence, L. (1998). *Digital Identity in Cyberspace*, London: Routledge.  
Becford, J. A. (2007). *Social theory and religion. United Kingdom*, Cambridge. file:///C:/Users/andishe3/Downloads/47613912603-1.pdf  
Jacobson, J. (1998). *Islam in Trasition: Muslim Perspectives*, London: Routledge.  
Krejcie, R.V; Morgan, D.W. (1970) , „Determining sample size for research activities”, *Educational and Psychological Measurement*, 30 (3) , 607-610.  
Mitchel, P. (2011) *National identity*, London: Oxford University Press.