



دانشگاه دانش البرز

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد  
رشته جامعه شناسی

عنوان

بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی جوانان  
(مورد مطالعه: جوانان شهر هشتگرد)

استاد راهنما

دکتر عادل ابراهیمی لویه

دانشجو

مهدی یگانه نوبخت

شهریور ۹۸

## چکیده

در فرهنگ‌ها و جوامع دینی از جمله ایران، نقش دین در زندگی فردی و اجتماعی بسیار پررنگ است، همچنین تکیه بر اهمیت و کارکردهای دین به عنوان یکی از عوامل مهم جلوگیری از آسیب‌ها بخصوص در جوانان که امروزه بیشترین مصرف را از شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند، ضروری می‌باشد. کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، بخصوص جوانان که بیشترین کاربران در این عرصه را تشکیل می‌دهند، با قرار گرفتن در این فضا و سپری کردن زمان زیادی در این شبکه‌ها بطور عینی از فضای واقعی زندگی اجتماعی جدا شده و بیشترین تأثیرات را از این فضا می‌گیرند. امروزه برخلاف گذشته شاهد کم‌رنگ شدن نقش خانواده در هویت بخشی به فرزندان هستیم و با گسترش روزافزون فضای مجازی افراد هویت خود را در این فضا جستجو می‌کنند.

هدف اساسی تحقیق حاضر، شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی جوانان است. تحقیق حاضر از نظر هدف از انواع تحقیقات کاربردی می‌باشد و چون در این مطالعه محقق به دنبال به دست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاه‌ها و نظرات افراد مختلف می‌باشد، لذا ماهیت تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است و به لحاظ روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است. همچنین از روش مطالعات اسنادی برای تدوین و تبیین مبانی نظری تحقیق بهره برده شده است.

جامعه مورد بررسی تحقیق حاضر جوانان شهر هشتگرد ۱۱۲۳۰ نفر هستند که در این تحقیق، نمونه‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از میان جامعه مورد بررسی انتخاب شده‌اند. برای محاسبه حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه آماری برابر با ۳۷۱ نفر است. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز این تحقیق و به منظور اندازه‌گیری متغیرهای آن از پرسشنامه استفاده شده است که پیشتر روایی و پایایی آن محاسبه و مورد تایید قرار گرفته است، یافته‌های این تحقیق در دو بخش قابل ارائه است؛ در بخشی اطلاعات توصیفی که سیمای جامعه آماری را معرفی می‌نماید بیان می‌شود و در بخشی دیگر تحلیل‌های استنباطی که به آزمون فرضیه‌ها اختصاص دارد.

**کلمات کلیدی:** شبکه‌های مجازی، هویت دینی، هشتگرد

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
<b>۱۵</b>	<b>فصل اول - کلیات تحقیق</b>
۱۶	(۱-۱) مقدمه
۱۶	(۲-۱) بیان مسئله
۱۸	(۳-۱) ضرورت انجام تحقیق
۲۰	(۴-۱) اهداف
۲۰	(۵-۱) سوال‌های تحقیق
<b>۲۱</b>	<b>فصل دوم - مبانی نظری و پیشینه تحقیق</b>
۲۲	(۱-۲) مقدمه
۲۲	(۲-۲) تعریف مفاهیم نظری
۲۲	(۱-۲-۲) شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۳	(۱-۱-۲-۲) تاریخچه شبکه‌های اجتماعی
۲۶	(۲-۲-۲) شخصیت
۲۷	(۳-۲-۲) خود
۲۸	(۴-۲-۲) هویت
۲۹	(۵-۲-۲) گسستگی هویتی
۳۱	(۶-۲-۲) دین
۳۲	(۷-۲-۲) اعتقاد دینی
۳۲	(۸-۲-۲) هویت دینی
۳۴	(۹-۲-۲) دینداری
۳۵	(۱۰-۲-۲) مقایسه دینداری با هویت دینی

- ۳۶ ----- ۱۱-۲-۲) فرصت‌ها و چالش‌های هویت دینی جوانان در فضای مجازی
- ۴۱ ----- ۳-۲) مروری بر تحقیقات پیشین
- ۴۱ ----- ۱-۳-۲) تحقیقات انجام شده در ایران
- ۴۴ ----- ۲-۳-۲) تحقیقات انجام شده در خارج از ایران
- ۴۵ ----- ۴-۲) مبانی نظری
- ۴۵ ----- ۱-۴-۲) نظریه‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی
- ۴۵ ----- ۱-۱-۴-۲) سه مرحله تأثیر رسانه‌های جمعی
- ۴۸ ----- ۲-۱-۴-۲) نظریه جامعه شبکه ای کاستلز
- ۴۹ ----- ۳-۱-۴-۲) نظریه اجتماعی شری ترکل
- ۵۰ ----- ۴-۱-۴-۲) نظریه اجتماعی رینگولد
- ۵۰ ----- ۵-۱-۴-۲) نظریه کاشت گربنر
- ۵۲ ----- ۶-۱-۴-۲) نظریه شبکه اجتماعی ولمن
- ۵۳ ----- ۵-۲) نظریات مربوط به هویت
- ۵۳ ----- ۱-۵-۲) نظریه هویت استرایکر
- ۵۴ ----- ۲-۵-۲) نظریه هویت تاجفل
- ۵۴ ----- ۳-۵-۲) نظریه هویت ماریسیا
- ۵۷ ----- ۶-۲) چارچوب نظری
- ۵۷ ----- ۱-۶-۲) نظریه استفاده و خشنودی
- ۶۰ ----- ۲-۶-۲) نظریه ساختیابی آنتونی گیدنز
- ۶۲ ----- ۳-۶-۲) الگوی دینداری گلاک و استارک
- ۶۴ ----- ۷-۲) مدل تحقیق
- ۶۴ ----- ۸-۲) فرضیات تحقیق

## فصل سوم ----- روش‌شناسی تحقیق ----- ۶۵

- ۳-۱) مقدمه ----- ۶۶
- ۳-۲) روش تحقیق ----- ۶۶
- ۳-۳) جامعه آماری ----- ۶۶
- ۳-۴) حجم نمونه ----- ۶۷
- ۳-۵) شیوه نمونه‌گیری ----- ۶۷
- ۳-۶) واحد تحلیل و مشاهده ----- ۶۸
- ۳-۷) ابزار گردآوری ----- ۶۸
- ۳-۷-۱) پرسش‌نامه ----- ۶۸
- ۳-۸) متغیرهای تحقیق ----- ۶۸
- ۳-۹) تعریف نظری متغیرها ----- ۶۸
- ۳-۹-۱) تعریف نظری متغیر وابسته (هویت دینی) ----- ۶۸
- ۳-۹-۲) تعریف نظری متغیر مستقل (استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی) ----- ۶۹
- ۳-۹-۲-۱) مدت زمان استفاده ----- ۶۹
- ۳-۹-۲-۲) محتوای مطالب مورد استفاده ----- ۷۰
- ۳-۹-۲-۳) نوع فعالیت ----- ۷۰
- ۳-۹-۲-۴) میزان مشارکت ----- ۷۰
- ۳-۱۰) ویژگی‌های جمعیت‌شناسی ----- ۷۰
- ۳-۱۱) تعریف عملیاتی متغیرها ----- ۷۱
- ۳-۱۱-۱) تعریف عملیاتی متغیر وابسته (هویت دینی) ----- ۷۱
- ۳-۱۱-۲) تعریف عملیاتی متغیرهای مستقل ----- ۷۲
- ۳-۱۱-۲-۱) مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ----- ۷۲
- ۳-۱۱-۲-۲) محتوای مطالب مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ----- ۷۳

- ۳-۱۱-۳) نوع فعالیت فرد در شبکه‌های اجتماعی مجازی----- ۷۳
- ۳-۱۱-۴) میزان مشارکت و فعال بودن فرد در شبکه‌های اجتماعی مجازی----- ۷۳
- ۳-۱۲) اعتبار----- ۷۴
- ۳-۱۳) پایایی----- ۷۴
- ۳-۱۴) شیوه تحلیل----- ۷۵

## فصل چهارم ----- یافته‌های تحقیق ----- ۷۶

- ۴-۱) تجزیه و تحلیل داده‌ها----- ۷۷
- ۴-۲) ویژگی‌های جمعیتی----- ۷۷
- ۴-۲-۱) جنسیت----- ۷۷
- ۴-۲-۲) سن----- ۷۸
- ۴-۲-۳) تأهل----- ۷۹
- ۴-۲-۴) وضعیت شغلی----- ۸۰
- ۴-۲-۵) تحصیلات----- ۸۱
- ۴-۳) توصیف متغیر وابسته----- ۸۲
- ۴-۳-۱) هویت دینی----- ۸۲
- ۴-۴) توصیف متغیرهای مستقل----- ۸۳
- ۴-۵) آزمون فرضیات تحقیق----- ۸۵
- ۴-۵-۱) آزمون تفاوت میانگین----- ۸۶
- ۴-۵-۱-۱) سن و هویت دینی----- ۸۶
- ۴-۵-۱-۲) هویت دینی بر حسب وضعیت تأهل----- ۸۷
- ۴-۵-۲) آزمون همبستگی----- ۸۷
- ۴-۵-۲-۱) آزمون همبستگی بین متغیر مدت زمان استفاده از شبکه‌های مجازی و هویت دینی جوانان----- ۸۷
- ۴-۵-۲-۲) آزمون همبستگی بین متغیر مشارکت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی----- ۸۸

۳-۲-۵-۴) آزمون همبستگی بین محتوای مطالب مورد استفاده از فضای مجازی و هویت دینی ----- ۸۸

۴-۲-۵-۴) آزمون همبستگی بین نوع فعالیت در فضای مجازی کاربران و هویت دینی ----- ۸۹

## **فصل پنجم ----- بحث و نتیجه گیری ----- ۹۰**

۱-۵) جمع بندی تحقیق ----- ۹۱

۲-۵) پیشنهادات تحقیق ----- ۹۴

۳-۵) مشکلات و محدودیتهای تحقیق ----- ۹۵

پرسشنامه ----- ۹۶

منابع و مراجع ----- ۹۹

## جدول

عنوان	صفحه
جدول ۳-۱. متغیرهای زمینه ای	۷۱
جدول ۳-۲. ابعاد و گویه های هویت دینی	۷۲
جدول ۳-۳. تعریف عملیاتی متغیر مستقل مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۷۳
جدول ۳-۴. تعریف عملیاتی متغیر مستقل محتوای مطالب مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۷۳
جدول ۳-۵. تعریف عملیاتی نوع فعالیت فرد در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۷۳
جدول ۳-۶. تعریف عملیاتی میزان مشارکت و فعالیت فرد در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۷۴
جدول ۳-۷. میزان پایایی متغیرهای تحقیق	۷۵
جدول ۴-۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت پاسخگویان	۷۷
جدول ۴-۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس سن	۷۸
جدول ۴-۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت تأهل	۷۹
جدول ۴-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت شغلی	۸۰
جدول ۴-۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس تحصیلات	۸۱
جدول ۴-۶. فراوانی ابعاد هویت دینی	۸۳
جدول ۴-۷. مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۸۳
جدول ۴-۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مشارکت و فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی	۸۴
جدول ۴-۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر نوع فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی	۸۴
جدول ۴-۱۰. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس محتوای مطالب مورد استفاده در شبکه های اجتماعی مجازی	۸۵
جدول ۴-۱۱. مقایسه میانگین هویت دینی بر حسب رده های مختلف سنی	۸۶



جدول ۴-۱۲. آماره‌های توصیفی بر حسب وضعیت تاهل ----- ۸۷

جدول ۴-۱۳. بررسی رابطه بین مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی

جوانان ----- ۸۷

جدول ۴-۱۴. بررسی رابطه مشارکت و فعالیت در امور دینی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت

دینی ----- ۸۸

جدول ۴-۱۵. بررسی رابطه محتوای مورد استیاده و هویت دینی ----- ۸۸

جدول ۴-۱۶. بررسی رابطه بین نوع فعالیت کاربران و هویت دینی ----- ۸۹

## شکل

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲. مدل تحقیق	۶۴
شکل ۱-۴. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت	۷۸
شکل ۲-۴. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن	۷۹
شکل ۳-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت تأهل	۸۰
شکل ۴-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت شغلی	۸۱
شکل ۵-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس تحصیلات	۸۲

# فصل اول

## کلیات تحقیق

## ۱-۱ مقدمه

با فرارسیدن عصر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و گسترش فراگیر آن که به دنبال خود مفاهیم جدیدی چون واقعیت مجازی، فضای سایبر و ... را به همراه آورد؛ تغییر و تحولات زیادی در زندگی بشر ایجاد شد و ما را با جهان جدیدی مواجه ساخت. جهانی که در آن متفاوت می‌اندیشیم، می‌نویسیم، می‌خوانیم، ارتباط برقرار می‌کنیم و به طور کلی جهانی که در آن متفاوت زندگی می‌کنیم. مقتضیات چنین جهانی ایجاد می‌کند لایه‌های فرهنگی و نظام تفکر انسان مورد بازکاوی و بازنگری قرار گیرد. یکی از مهمترین حوزه‌های زندگی اجتماعی انسان‌ها دین است. دین اولین و خطیرترین روشی است که طی آن به نیازهای معنوی ترتیب اثر داده می‌شود. نگرش دینی، احساس دینی، دینداری و هویت دینی مسائلی است که با توجه به خاص بودن اوضاع جهان امروز در معرض چالش قرار گرفته، و زمان آن رسیده است که متفکران حوزه دین با در نظر داشتن واقعیات جامعه فعلی، که ملغمه‌ای از تحولات اجتماعی، اقتصادی و فناورانه است به تفحص بپردازند. بدون شک بین دین و فناوری روابط دیالکتیک وجود دارد. همان‌گونه که پذیرش صنعت چاپ برای پیشینیان ما در گروهی موضع دین به این فناوری بود و در حال حاضر هم شاهد این اعمال نفوذ دین و معنویت در عرصه دیجیتال هستیم، فناوری و پیشرفت رسانه‌ای نیز فهم جدیدی از دین ارائه می‌کند و صورت‌های نوینی از رفتار دینی به نمایش می‌گذارد. بالقوه می‌توان هم رابطه مثبت و سازنده و هم ارتباط منفی و مخربی بین دین و فناوری قائل شد (کیل، ۲۰۰۴: ۹).

در این فصل به اختصار به بیان مسئله، ضرورت انجام تحقیق و اهداف آن خواهیم پرداخت.

## ۱-۲ بیان مسئله

هویت به معنی کیستی و هستی یک فرد، گروه و جامعه و ملت، فرایند ساخته شدن معنا، بر پایه یک ویژگی فرهنگی یا یک دسته ویژگی‌های فرهنگی که بر دیگر منابع معنا برتری دارند تعریف می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۷). هویت به دو دسته فردی و جمعی تقسیم می‌شود که هویت جمعی خود شامل هویت-های ملی، فرهنگی و دینی و... می‌شود. در اینجا هویت مدنظر، هویت دینی می‌باشد. جوانان در مقطعی از

زندگی خود هستند که می‌خواهند بدانند کیستند و چه عواملی به زندگی‌شان معنا و مفهوم می‌دهد. آن‌ها درصدد یافتن راه‌هایی هستند که به آن اعتبار بدهد (دینک میر و مک‌کی، ۱۳۷۹: ۲۴) و بتوانند نقش موثری در شکل‌دهی نظام فکری و رفتاری آنها ایفا کند و یکی از منابع معرفتی عام و مورد اطمینان برای افراد، دین می‌باشد. و از آنجا که روان جوانان، روانی است عقیدتی که در جستجوی وحدت بخشیدن به ایده‌ها و عقاید است، لذا با تکیه بر دین می‌تواند به ثبات هویتی برسد. چرا که دین سیستمی از باورهای ایدئولوژیک را برای جوانان فراهم می‌کند که به آنها در فهمیدن معنای زندگی و سازگاری با ناملازمات و هنجارهای اخلاقی کمک می‌کند (هاری و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۲۶).

بر همین اساس می‌توان از دین بعنوان مهمترین رکن هویتی یاد نمود که در واقع اصل و اساس هویت فردی و اجتماعی افراد را تشکیل می‌دهد. و هرگونه خللی که در روند درونی کردن ارزش‌ها و هنجارهای دینی پیدا شود و به دنبال آن جوانان نتوانند پایه و اساس محکمی برای رفتارها و اندیشه‌های دینی خود پیدا کنند، منجر به ایجاد نوعی سرگستگی و حیرانی در مواجهه با مسائل و پدیده‌های دینی خواهد شد. به خصوص اینکه در دنیای امروزی با توجه به فراوانی منابع ارائه‌کننده ارزش‌ها و هنجارها از یک سو و ارائه تصاویر گوناگون فرهنگ‌ها و سنت‌های گذشته از سوی دیگر، جوانان بر سر چند راهی انتخاب قرار دارند (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۲۶).

در واقع جوانانی که بیشتر تمایل به گذران اوقات فراغت با رسانه‌های دیداری و شنیداری (اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و...) دارند در معرض الگوهای جدید هنجاری قرار می‌گیرند که در دراز مدت در صورت عدم دریافت و درونی سازی این ارزش‌ها، تأثیرات آن در رفتار و نگرش فرد مشاهده خواهد شد، به نوعی که وی دچار درهم ریختگی عقیدتی می‌شود و هویت نامنسجمی را پیدا می‌کند.

قرارگیری جوانان نیز در چالش‌های هویتی و سردرگمی ارزش منجر به تسریع بیگانگی و جدایی بیشتر او از سیستم اجتماعی می‌شود چه بسا خود را در موقعیتی بیابد که گویی وظیفه‌اش نفی همه قوانین و ارزش‌های دینی و پشت پا زدن به آنها و سرسپردن به کام‌جویی‌های فردی و جلوه‌نمایی‌های گوناگون و خوش باشی‌های زودگذر است (رفعت جاه، ۱۳۸۶: ۱۶۵).

امروزه بررسی‌های بسیاری در خصوص رابطه اینترنت و هویت از سوی متفکران و نظریه پردازان صورت گرفته است. آنها با ورود چنین فناوری و گسترش فضای مجازی در کنار فضای واقعی نگران از دست رفتن هویت جوامع هستند، آنها به نقش مخرب اینترنت در از بین رفتن هویت (اعم از هویت فرهنگی، ملی، دینی و...) جوامع و شکل‌گیری یک هویتی که مختص و منتسب به هیچ کشور و تاریخی نمی‌باشد، اشاره می‌نمایند (ورجاوند، ۱۳۶۸: ۷). در واقع اینترنت با فروریزی فزاینده مرزهای سیاسی و فرهنگی و دینی و ادغام روزافزون جوامع در جامعه‌ای جهانی، فرهنگ‌های خاص و گوناگون را به یکدیگر نزدیک می‌نماید و طبیعتاً منجر به تغییر نگرش دینی جوانان می‌شود.

آنچنان که از داده‌های آماری بر می‌آید، جوانان پر جمعیت‌ترین قشر سنی کاربران اینترنتی در جامعه به شمار می‌روند. نتایج مطالعات سازمان ملی جوانان در سال‌های ۱۳۸۹، ۱۳۹۲، ۱۳۹۵ و... نشان می‌دهند که بیشترین تعداد کاربران اینترنتی را جوانان تشکیل می‌دهند و میزان استفاده از اینترنت طی سال‌های اخیر در میان جوانان رو به افزایش بوده است. حال با توجه به افزایش روزافزون کاربران اینترنت در کشورمان، بالآخر کاربران جوان و در نظر گرفتن مسئله غامض و پیچیده هویت که به عنوان یکی از مشغله‌های فکری دانشمندان و متفکران دینی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی شده است، تحقیق حاضر به بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت دینی جوانان شهر هشتگرد می‌پردازد.

بنابراین ما در این بررسی به دنبال پاسخ دادن به سؤال اصلی تحقیق هستیم که: بین شبکه‌های

اجتماعی مجازی و هویت دینی جوانان چه رابطه‌ای وجود دارد؟

## ۱-۳ ضرورت انجام تحقیق

با توجه به اهمیت اینترنت و فناوری‌های نوین ارتباطی در کشور ما و میزان استفاده از این فناوری‌ها توسط جوانان، معضلاتی در این راستا به وجود آمده است که یکی از آنها می‌تواند مسئله هویت دینی اقشار استفاده کننده باشد. استفاده از اینترنت فرصت‌های تجربی غیرمستقیم میلیون‌ها انسان و هزاران سازمان در سراسر جهان را تغییر شکل داده است. با توجه به گستردگی و وسعت اینترنت، مشکل است تصور کنیم که چنین تغییر شکل فناورانه و با اهمیتی، چیزی غیر از یک تاثیر عمیق بر هویت افراد خواهد داشت.

با توجه به اینکه هر فردی تعریف خاصی از هویت و میزان جایگاه کنونی خود در جامعه دارد، این مسئله می‌تواند به هر طریقی مورد آسیب و واکنش قرار گیرد. اگر افراد با حفظ موقعیت و هویت دینی خود به سمت استفاده از این تکنولوژی گام بردارند چه بسا پیشرفت‌ها و نوآوری‌هایی در زمینه‌های مختلف می‌تواند صورت گیرد، ولی اگر در زمان استفاده از اینترنت هویت دینی خود را زیر پا گذارده و تحت تاثیر فرهنگ موجود در اینترنت قرار بگیرند دچار تنش هویت خواهند شد. در جهان امروز که جوامع و ملت‌ها دیگر نمی‌توانند همچون جوامع و ملت‌های پیشین به حیات سنتی و طبیعی خود ادامه دهند و به ناگزیر از جوامع دیگر تاثیر می‌پذیرند، در چنین فرایندی نه تنها جامعه بلکه فرد هم به شدت تحت تاثیر قرار می‌گیرد و هویت او دست‌خوش بحران می‌شود. پس توجه کردن به تکوین هویت و حفظ آن و برطرف کردن عوامل ایجاد بحران هویت، به ویژه در جوانان، امری است حیاتی که بایستی از طریق آموزش و به وسیله دستگاه‌های فرهنگی اعمال شود (ربانی، ۱۳۸۱: ۵۶).

در همین راستا و برای آگاهی بیشتر پیرامون وضع موجود و به دنبال آن تبیین مناسب مسئله مورد تحقیق متناسب است که نگاهی به آمارهای مربوط به وضعیت نگرش دینی جوانان و نوجوانان شود. در داده‌های مربوط به پیمایش ملی وضعیت و نگرش جوانان ایران که از سوی سازمان ملی جوانان در سال ۱۳۹۰ در میان جوانان ۱۴ تا ۳۰ ساله صورت گرفت اشاره نمود. نتایج حاصل از این پیمایش نشان داد که هویت دینی نزد جوانان ایرانی به عنوان هویت شخصی اهمیت بسیار زیادی دارد اما در مجموعه مناسبی که تبعات اجتماعی دارند از میزان دینداری افراد کاسته شده است (دفتر تحقیقات و مطالعات سازمان ملی جوانان، ۱۳۹۲). در ادامه پیمایش ملی وضعیت و نگرش و مسائل جوانان ایران (۱۳۹۱) نیز نشان داد که ۳۷ درصد جوانان خود را در مرحله دستیابی به هویت دینی می‌دانند و در عین حال ۳۵ درصد آنان نیز پیرو اعتقادات دینی والدین و بزرگترها هستند.

در جامعه مورد مطالعه ما به دلیل اینکه جوانان درصد بالایی از جمعیت را تشکیل می‌دهند، این مسئله در رابطه با قشر جوان اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ زیرا در هر جامعه‌ای به لحاظ برخورداری از توان و انرژی فراوان قادر است تاثیر تعیین کننده‌ای بر آینده جامعه بگذارد. امروزه کشورهایی همچون آمریکا، چین،

ژاپن و انگلیس از ابزار و عناصر گسترده‌ای برای ایجاد و تقویت هویت مشترک و منسجم استفاده می‌کنند که نخبگان و به اصطلاح اتاق فکر نقش ویژه‌ای در این فرایند ایفا می‌نمایند و در اغلب مواقع نقش دولت غیرقابل انکار است.

بنابراین تحقیق حاضر در راستای بررسی چگونگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت دینی جوانان است و در این راستا راهکارهای مناسبی برای تثبیت هرچه بهتر هویت دینی استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه خواهد کرد.

## ۱-۴ اهداف

هدف کلی: شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی جوانان

اهداف فرعی:

۱- توصیف و شناسایی ابعاد هویت دینی

۲- رابطه سنجی بین محتوای مطالب مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی

جوانان مورد مطالعه

۳- رابطه سنجی بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران جوان مورد

مطالعه

## ۱-۵ سؤال‌های تحقیق

۱- آیا بین مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی جوانان رابطه معناداری وجود

دارد؟

۲- بین محتوای مطالب مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی جوانان چه

رابطه معناداری وجود دارد؟؟

۳- میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه‌های اجتماعی چقدر می‌تواند با هویت دینی آنها رابطه

معنی‌دار داشته باشد؟