

## بررسی رابطه بین فناوری‌های نوین ارتباطی و بازانديشی هویت دینی جوانان شهر تهران

یزدان کریمی منجرمویی<sup>۱</sup> و دکتر مهناز فرهمند<sup>۲</sup>

تاریخ وصول: ۹۵/۹/۲۹

تاریخ پذیرش: ۹۶/۴/۴

### چکیده:

گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی با عرضهی انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی هویت‌آفرین و وسعت دادن به روابط اجتماعی و تعلقات گروهی و رواج ارزش‌ها و هنجارها و اندیشه‌های نوگرایانه، صوری فعالانه و غالباً آگاهانه و بازانديشانه به فرایند هویت‌یابی بخشیده است؛ لذا پژوهش حاضر بر آن است تا رابطه‌ی بین فناوری‌های نوین ارتباطی و بازانديشی هویت دینی را در بین جوانان شهر تهران مورد بررسی قرار دهد. پژوهش حاضر با تکیه بر نظریه‌های (کاشت و بازانديشی گیدنز) انجام گرفته است. در این پژوهش، به روش پیمایش و با نمونه‌گیری خوشه‌ای، ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد که آلفای کرونباخ در پرسشنامه‌ی فناوری‌های نوین ارتباطی ۰/۸۰ و در پرسشنامه‌ی بازانديشی هویت دینی ۰/۷۹ ارزیابی گردید. یافته‌ها بیانگر آن است که ارتباط معنادار و مستقیمی بین فناوری‌های نوین ارتباطی و بازانديشی هویت دینی وجود دارد و ابعاد مختلف فناوری‌های نوین ارتباطی ۲۳٪ درصد واریانس بازانديشی هویت دینی را تبیین می‌کنند. بر اساس ضرایب بتای استاندارد شده، متغیرهای ماهواره ( $\beta=0/40$ ) و اینترنت ( $\beta=0/34$ ) به ترتیب بیشترین سهم را در تبیین بازانديشی هویت دینی دارند.

مفاهیم کلیدی: ماهواره، اینترنت، تلفن همراه، هویت دینی، بازانديشی

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد (نویسنده‌ی مسئول) yazdan484@yahoo.com

<sup>۲</sup> استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه یزد farahmandm@yazd.ac.ir

## مقدمه و بیان مسأله

با فرا رسیدن عصر فناوری‌های نوین ارتباطی و گسترش فراگیر آن که به دنبال خود مفاهیم جدیدی چون واقعیت مجازی و فضای سایبری 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 به‌طور کلی، جهانی که در آن متفاوت زندگی می‌کنیم. ورود به این نوع جامعه‌ی جدید، همچون مرحله‌ی گذار از جامعه‌ی کشاورزی به جامعه‌ی صنعتی، تمامی جنبه‌های حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده و تحولاتی عمیق را در ساختار جوامع و روابط میان افراد به وجود آورده است؛ به گونه‌ای که عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را با انبوهی از فرصت‌ها و چالش‌های اساسی رو به رو ساخته است (مزینانی، ۱۳۹۳: ۲۲). امروزه، انسان‌ها بیش از هر زمان دیگری وقت خود را با تکنولوژی‌های ارتباطی نوین می‌گذرانند و بیش از هر فعالیت دیگری درگیر رسانه‌ها و فناوری‌های نوین هستند؛ بطوریکه این فناوری‌ها محیط فرهنگی زمانه‌ی ما شده‌اند (کروتی و هوینس، ۱۳۹۱: ۶۸) و ابعاد مادی و غیر مادی زندگی ما را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند و انسان‌ها را از منابع هویت‌ساز سنتی دور کرده‌اند و باعث روی آوردن به شیوه‌های جدیدی زندگی و تفکر شده‌اند و انسان‌ها را در تعریف کیستی خود، دچار شک و تردید کرده‌اند (عدلی‌پور، ۱۳۹۲: ۱۰۲). یکی از جنبه‌های مهم هویت که از فناوری‌های نوین ارتباطی تأثیر می‌پذیرد، هویت<sup>۱</sup> دینی است. هویت دینی از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده‌ی همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرآیندی با ایجاد تعلق خاطر نسبت به دین و مذهب در افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد (سفیری، ۱۳۹۱: ۴۰). امروزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با عرضه‌ی انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی هویت‌آفرین و وسعت دادن به روابط اجتماعی و تعلقات گروهی و آزادی و استقلال نسبی افراد در جامعه و رواج ارزش‌ها، پیام‌ها و اندیشه‌های نوگرایانه، رابطه‌ی فرد با دین را دستخوش تغییر کرده است و دین را به موضوعی انتخابی و بازاندیشانه تبدیل کرده است (تامپسون، ۱۳۷۹: ۱۴۵). بازاندیشی<sup>۲</sup> یک ظرفیت اجتماعی است که به فرد اجازه می‌دهد به عقب برگردد و هویت خود را بدون توجه به سنت که دارای مرزهای سفت و سخت می‌باشد دوباره در نظر آورد و

<sup>۱</sup> identity

<sup>۲</sup> rethinking

درباره‌ی خود تأمل و بازاندیشی کند (کرسلی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۲). بازاندیشی در زندگی اجتماعی مدرن در برگیرنده‌ی این واقعیت که عملکردهای اجتماعی پیوسته بازسنجی می‌شود و در پرتو اطلاعات تازه درباره‌ی خود، آنها، اصلاح شده و بدین‌سان خصلتشان را به گونه‌ای اساسی دگرگون می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۴۶). برگر نیز معتقد است جامعه در حال تغییر و تحول، فرد را ناگزیر از بازاندیشی و اتخاذ تصمیم‌های متنوع می‌سازد. بازاندیشی نه تنها معطوف به جهان بیرونی است، بلکه وارد ذهنیت فرد می‌شود و طی فرآیند بازاندیشی، جهان و خود فرد به موضوع آگاهی تبدیل می‌شوند (برگر و همکاران، ۱۳۸۱). به باور لانگمن بازاندیشی مردم را قادر می‌سازد تا به‌طور انفرادی یا به‌طور جمعی هویت‌های خود را تدقیق بکنند (لانگمن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳). به بیان دیگر، مردمانی که در مکان‌های مختلف به سر می‌برند، به‌طور روزافزون نسبت به ارزش‌ها و امکاناتی که منشأ تنش در اجتماع آنهاست، حساسیت نشان می‌دهند. جوانان بیشتر از دیگران در معرض مدرنیته و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی قرار دارند. آنها در فضای مجازی و اینترنت و همچنین وسایل ارتباط جمعی در حرکت‌اند و از طریق آنها خود را به سایر جهان پیوند می‌زنند و از ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای سایر کشورها آگاهی و اطلاعات کسب می‌کنند. کسب اطلاعات از این فضاها به نوعی بازاندیشی در مورد خود، شیوه‌ی زندگی و تفکر آنها منجر می‌شود (نقل از افراسیابی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۴)؛ لذا این پژوهش قصد دارد تا رابطه‌ی فناوری‌های نوین ارتباطی با بازاندیشی هویت دینی که در آن حقایق دینی مورد پرسش بنیادین قرار می‌گیرند و ارزش‌ها و احساسات دینی مورد تردید واقع می‌شوند و نگاه نسبی‌گرایانه، جایگزین رویکرد مطلق‌گرایانه به مقوله‌ی دین می‌گردد و در سطح بالایی از انعطاف‌پذیری قرار می‌گیرند را در بین جوانان شهر تهران که بیشتر در معرض تغییرات حاصل از مدرنیته و در مواجهه با رسانه‌هایی چون ماهواره، اینترنت و دیگر فناوری‌های نوین ارتباطی هستند و دستخوش دگرگونی‌های ارزشی و رفتاری شده‌اند را مطالعه نماید.

### پیشینه پژوهش

#### الف) تحقیقات داخلی

فرهمند و همکاران (۱۳۹۴)، به مطالعه‌ی «بازاندیشی هویت در شبکه‌های اجتماعی» پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین تعامل در جهان زیست، تعامل در شبکه‌ی

<sup>۱</sup> Crossly

<sup>۲</sup> Longman

اجتماعی و تعاملات جنسی با بازاندیشی هویت رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. هر چه سطح تحصیلات بالاتر رود میزان بازاندیشی هویت کمتر می‌شود؛ همچنین تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان داد که سه متغیر تعامل در جهان زیست، تعامل در شبکه‌ی اجتماعی و تعاملات جنسی در مجموع ۲۵/۶ از واریانس تغییرات متغیر وابسته را تبیین کردند. نتایج حاصل از این پژوهش نیز بیان‌گر این اصل بوده که؛ گسترش کارکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در این دوران منجر به تغییراتی عمیق شده، تغییراتی که در نگاهی کلان منجر به تغییر و بازاندیشی در هویت انسان‌ها به‌خصوص جوانان در عصر جامعه‌ی اطلاعاتی شده است (فرهمنند و همکاران، ۱۳۹۴).

افراسیابی و همکاران (۱۳۹۴)، در تحقیق خود با عنوان «مطالعه‌ی بازاندیشی اجتماعی در میان جوانان شهر یزد» به این نتایج دست یافتند: بین میزان تحصیلات، میزان درآمد، میزان استفاده از وسایل ارتباط‌جمعی، دینداری و جهان‌گرایی فرهنگی با بازاندیشی رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد، هر چند رابطه‌ی بین دینداری و بازاندیشی رابطه‌ی معنی‌دار و معکوس بود؛ همچنین جهان‌گرایی فرهنگی و دینداری مهم‌ترین متغیرهای تبیین‌کننده‌ی بازاندیشی در میان افراد مورد مطالعه بود (افراسیابی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۳-۳۸).

عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان «شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز» به این نتایج رسیدند که: حضور در فضای مجازی شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک با توجه به خصوصیات و امکانات خاص این فضا که بیشتر متأثر از دو خاصیت ذاتی آن یعنی فضابودگی - نداشتن چارچوب‌های فیزیکی و مکانی مشخص - و مجازی بودن است. کاربران فضای مجازی را با توجه به ساختارهای عینی و ذهنی جوامع نیمه‌سنتی، نیمه‌مدرن، پساسنتی و پیشامدرن خودشان قادر می‌سازد برخی از تجارب خرد و کلان ویژه‌ی زندگی در جوامع مدرن کنونی را با توجه به ساختارها و نهادهای این نوع جوامع کسب و از آن‌ها تأثیر پذیرند؛ تجاربی نظیر جدایی مکان از فضا، برقراری روابط دوستانه و صمیمی با افراد متعدد و متفاوت همراه با احساس نوعی تعهد درونی به رابطه، تجربه‌ی آزادی، استقلال و قدرتمندی فرد تجربه بازاندیشی دایمی و مداوم و غیره. همچنین کاربرانی که مدت زمان بیشتری از وقت خود را صرف فعالیت جدی و مستمر در شبکه می‌کنند، بخصوص کاربرانی که فضایی از شبکه را به نحو ممکن، به توزیع دستاوردها و نشر عقاید خود اختصاص می‌دهند، از این‌رو، در کل، تا حد قابل ملاحظه‌ای به شبکه وابستگی و متکی هستند، در پناه این حضور و فعالیت

مستمر در فضای مجازی بیش از سایر کاربران تغییرات جدی را بویژه در بعد هویتی پذیرا می‌شوند و بیش از پیش به کلیدی‌ترین شاخص‌های هویت بازانديشانه دست می‌یابند (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۸-۱۰۳).

بوستانی (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «جوانان و هویت بازانديشانه» به بررسی عوامل مؤثر بر هویت بازانديشانه دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان پرداخت. نتایج نشان داد که بین میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، تحصیلات والدین، محل تولد، استفاده از آنتن ماهواره و منابع اطلاعاتی با هویت بازانديشانه رابطه‌ی مثبتی وجود دارد و متغیر هویت مذهبی و یکی از زیر مجموعه‌های منابع اطلاعاتی یعنی منابع مطالعاتی مذهبی، دو مانع عمده و جدی در برابر رشد هویت بازانديشانه محسوب می‌شوند (بوستانی، ۱۳۹۰: ۱-۱۵).

شالچی (۱۳۸۴)، در پژوهشی به بررسی «هویت بازانديشانه و ارتباط آن با رسانه‌ها» پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان دادند که حدود ۶۰ درصد از پاسخگویان با شاخص‌های هویت بازانديشانه تطابق داشته‌اند. این در صورتی است که بازانديشی با اختلاف زیادی نسبت به دیگر عناصر بازانديشانه، یعنی اعتماد و تجربه‌ی جدایی زمان و مکان، نمره‌ی بالاتری را کسب کرده است؛ همچنین هر چه میزان استفاده از رسانه‌ها نزد پاسخگویان بیشتر بوده است، تطابق بیشتری با هویت بازانديشانه داشته‌اند (شالچی، ۱۳۸۴).

#### *ب) تحقیقات خارجی*

فرهمند و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان «جهانی‌شدن فرهنگ و بازانديشی هویت اجتماعی» که یکی از ابعاد جهانی‌شدن فرهنگ، فناوری‌های نوین ارتباطی بود نشان دادند که بین فناوری‌های نوین ارتباطی و بازانديشی هویت اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد به نحوی که با افزایش استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی میزان بازانديشی در هویت اجتماعی نیز افزایش پیدا می‌کند (فرهمند و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۲۶۸).

میلر و همکاران (۲۰۱۳)، به بررسی ارتباط بین هویت دینی و شبکه‌های اجتماعی در آمریکا پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که شبکه‌های اجتماعی باعث خصوصی شدن هویت دینی و سکولاریزه شدن آن در بین جوانان می‌شود (میلر و همکاران، ۲۰۱۳: ۲۲۷).

یافته‌های پژوهش تیلر (۲۰۱۲)، نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت

سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت دینی و سنت‌هایشان شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه‌ی این فناوری‌های نوین افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با فرهنگ و عقاید بیگانه رو به رو شده‌اند و در خصوص از دست دادن هویت دینی‌شان احساس خطر کرده‌اند (تیلر، ۲۰۱۲: ۶).

عرب‌ناز و همکاران (۲۰۱۱)، در تحقیق خود نشان دادند که جهانی‌شدن با اتکا به فناوری‌های نوین ارتباطی موجب بحران‌های هویتی، روانشناختی، مذهبی و فرهنگی متنوعی شده است که شامل: تکثرگرایی و استعمار فرهنگی، تغییر در ساختارهای اجتماعی سنتی، تقویت سکولاریسم، کاهش هویت اجتماعی و خلق پیچیدگی در روابط اجتماعی می‌باشد (عرب‌ناز و همکاران، ۲۰۱۱).

### چارچوب نظری پژوهش

#### نظریه کاشت

رسانه‌های جمعی و در کنار آن فناوری‌های نوین ارتباطی، انتقال و هدایت دامنه‌ی گسترده‌ای از نمادها، هنجارها و ارزش‌ها، عقاید، پیام‌ها و افکار درون جوامع را بر عهده گرفته‌اند تا جایی که برخی صاحب‌نظران معتقدند که رسانه‌های گروهی کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می‌کنند. در مورد رابطه‌ی رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی با نگرش افراد می‌توان از نظریه‌های کاشت و یادگیری اجتماعی بهره جست. فرض هر دو نظریه آن است که مقدار قابل توجهی از آنچه انسان‌ها درباره‌ی جهان می‌شناسند بیشتر با میانجی به دست می‌آید تا با تجربه‌ی مستقیم (خواجانه‌نوری، ۱۳۹۰: ۳). تحقیقات مبتنی بر نظریه‌ی کاشت نشان داده‌اند که مشاهده‌ی زیاد تلویزیون، نگرشی را پرورش می‌دهد که با تلویزیون هماهنگ است تا با واقعیت. تلویزیون آثار بلند مدت در نگرش بینندگان دارد، آثاری که غیر مستقیم، تدریجی و کوچک اما تراکمی و رو به افزایش است. امروزه می‌توان ویژگی‌های تلویزیون را به رسانه‌های جدیدتری چون اینترنت، ماهواره و تلفن همراه نیز تعمیم داد. نظریه‌ی کاشت به رسانه‌های جمعی به‌عنوان عامل اجتماعی شدن می‌نگرد و به دنبال بررسی این موضوع است که بینندگان این رسانه‌ها چقدر تحت تأثیر نسخه‌ی رسانه‌ای از واقعیت هستند (رضوی‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۱۳). به نظر گرینر<sup>۱</sup>، اهمیت رسانه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادهاست. او این فرآیند را کاشت

<sup>۱</sup> Graebner

انگاره‌های غالب می‌خواند. کاشت به معنای پذیرش و درونی‌سازی نگرشی رسانه‌ای توسط مخاطبان و بینندگان است، بنابراین از دیدگاه این نظریه می‌توان فرض کرد، کسانی که مصرف رسانه‌ای بیشتری دارند، در مقایسه با کسانی که مصرف رسانه‌ای کمتری دارند، به سبک‌های زندگی نمایش داده شده در تلویزیون و دیگر فناوری‌های نوین ارتباطی تمایل بیشتری خواهند داشت. تصاویر رسانه‌ها در طرح‌واره‌ی شناختی و اکتشافی در می‌آمیزد و در طول فرآیند شکل‌گیری هویت، ارزیابی خود، نسبت دادن و مقایسه‌ی اجتماعی یاد آورده می‌شوند. بدین ترتیب می‌توان گفت نفوذ برنامه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی در قوت بخشیدن به ارزش‌هایی همچون مادی‌گرایی، فردگرایی، آزادی‌های نامحدود و کامیابی به هر قیمت، مؤثر می‌باشد که باعث تغییر ارزش‌ها و هنجارهای سنتی شکل‌دهنده به هویت در بین جوانان خواهد شد و احتمال بازاندیشی را افزایش خواهد داد (قادرزاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۶).

### *نظریه بازاندیشی‌گیدنز*

یکی از مفاهیم بسیار مهم از نظر گیدنز، مفهوم بازاندیشی است که آن را ویژگی جامعه‌ی مدرن می‌داند و منظور وی از بازاندیشی، حساسیت و تأثیرپذیری بیشتر حوزه‌های فعالیت اجتماعی و تجدید نظر مداوم در روش‌ها و نگرش‌ها بر اساس اطلاعات یا دانش‌های نوین می‌باشد. این بازاندیشی تابعی از تغییرات و جدایی زمان و فضا در دوره‌های تاریخی مختلف و جوامع گوناگون است. از نظر گیدنز، سنت و مدرنیته همیشه در تضاد بوده‌اند. پیش از این در فرهنگ‌های سنتی به گذشته بیشتر اشاره می‌شد، و تکریم و احترام افزون‌تری در میان بوده است. بازاندیشی، پیش از این و در دوره‌ی سنت، به معنای شناخت کنش در دل زمینه‌ای بود که در آن بروز و ظهور پیدا می‌کرد، اما بازاندیشی در دوره‌ی مدرنیته، معنای دیگری یافته و مبنای بازتولید نظام واقع شده است. در زندگی اجتماعی مدرن، بازاندیشی دربرگیرنده‌ی این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی، پیوسته بازسنجی می‌شوند و در پرتو اطلاعات تازه درباره‌ی خود آنها، اصلاح، و پیوسته دگرگون می‌شوند، و تنها در عصر مدرنیته است که تجدید نظر در عرف، در همه‌ی جنبه‌های زندگی انسان صورت می‌گیرد. ویژگی مدرنیته نه اشتها برای چیزهای نو، بلکه فرض بازاندیشی درباره‌ی همه چیز است که البته خود بازاندیشی را نیز در بر می‌گیرد. این بازاندیشی تحت تأثیر چهار عامل قرار می‌گیرد: نخست، "قدرت" است؛ قدرت، محقق دانش را در خدمت منافع گروهی قرار می‌دهد؛ دوم، به نقش "ارزش‌ها" باز می‌گردد؛ ارزش‌ها مبنای عقلانی

ندارند و هر تغییری مبتنی بر بازاندیشی، تحت تأثیر ارزش‌ها نیز قرار می‌گیرد؛ سوم، "پیامدهای ناخواسته" است؛ بازاندیشی جهان مدرن، امکان مسدود شدن پیامدهای ناخواسته را از بین برده و هر زمان احتمال وقوع آن‌ها وجود دارد؛ چهارم، "گردش دانش اجتماعی" است؛ دانشی که به‌گونه‌ای بازاندیشانه در شرایط بازتولید نظام به‌کار بسته می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۴: ۴۵-۴۴).

گیدنز بر این عقیده است که با کاهش نفوذ سنت و بازسازی زندگی روزمره بر حسب عوامل جهانی و محلی، افراد ناچارند شیوه‌های زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف برگزینند. در این میان، اگر چه عوامل یکسان‌ساز و استانداردکننده هم وجود دارد، اما به‌دلیل "بازبودن" زندگی اجتماعی امروزی و همچنین تکثریابی زمینه‌های عمل و تنوع "مراجع"، انتخاب شیوه‌ی زندگی بیش از پیش در ساخت هویت و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۲۰). به اعتقاد وی، در جوامع معاصر که تکثرگرا، متنوع و در حال تغییرند و همه چیز مورد مذاقه قرار می‌گیرد، "خود" نیز به پروژه‌ای بازاندیشانه تبدیل می‌شود. گیدنز به خود خودسازنده، اولویت زیادی می‌دهد؛ پروژه‌ای که از آن طریق، "خود" در سطح فرد، بازاندیشانه و تغییردهنده می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۷: ۲۱). گیدنز بازاندیشی در مورد "خود" را فرآیندی مداوم و فراگیر می‌داند که طی آن، فرد در فواصل زمانی منظم، بر حسب اتفاقاتی که افتاده، به نوعی بازپرسی از خود می‌پردازد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۳). وی معتقد است که ساخت خود، طرح بازاندیشانه‌ای است که بخش اساسی مدرنیته را می‌سازد. در اینجا فرد از میان گزینه‌هایی که نظام انتزاعی فراهم می‌کند، باید هویت خود را پیدا کند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۴۸). فرد به کمک تکنیک‌های گوناگون، فرصت‌های متنوعی برای توسعه‌ی شخصیت خود فراهم می‌نماید. تجربیات تازه و متنوع، زمینه را برای تنوع روش‌های عمل مهیا می‌سازد. چنین شرایطی، زمینه را برای بریدن از الگوهای رفتاری جاافتاده آماده می‌کند که این امر ممکن است خطراتی هم در پی داشته باشد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۱۵). گیدنز بر نقش رسانه‌ها تأکید می‌کند و می‌گوید اگر در گذشته فرآیندهای انتشار فرهنگی، طولانی، کند و ناپیوسته بود، امروزه این فرآیند برعکس شده و انتشار فرهنگی سریع و پیوسته صورت می‌گیرد. وی وسایل ارتباط جمعی مدرن فراملی را ابزار بسط و گسترش مدرنیته به تمام دنیا در نظر می‌گیرد که توانسته‌اند، با تسهیل و رواج روزافزون ارتباطات فردی و گروهی و گسترش اندیشه‌های نو و هنجارها فراملی و همچنین ارزش‌های گوناگون از جمله لذت‌گرایی، مصرف‌گرایی، نسبی‌گرایی، فردگرایی و افکار فضای جهانی را متحول کنند و مرزهای زمانی و مکانی را در عصر مدرن در نوردند. اما شکسته

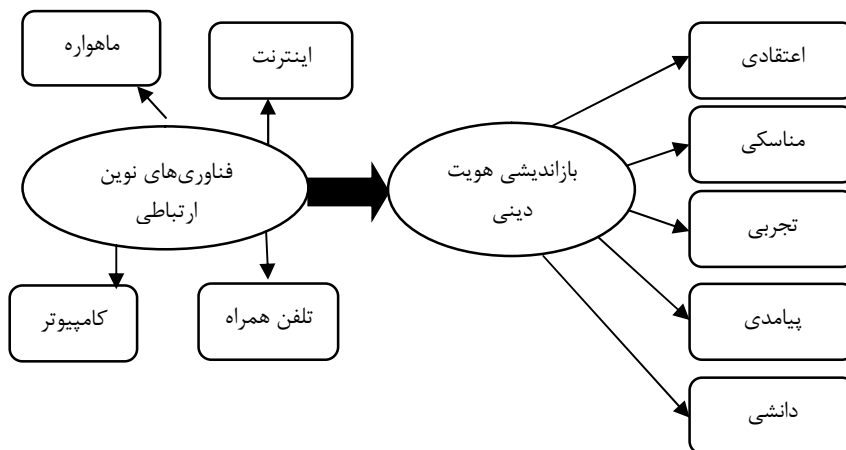


شدن این حصارهای زمانی و مکانی هویت به خصوص هویت دینی را در ابعاد فردی و جمعی به چالش کشیده است که می‌تواند باعث بازاندیشی در آن شود (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۵۶). گیدنز بین دو نوع هویت دینی سنتی و هویت دینی بازاندیشانه تفاوت قائل می‌شود: هویت دینی سنتی: ارزش‌ها و احساسات و شناخت‌های این نوع هویت در شرایط جامعه‌پذیری به فرد منتقل شده و کمتر مورد واری و کند و کاو قرار می‌گیرد؛ هویت دینی بازاندیشانه: در این نوع هویت، ارزش‌ها و احساسات و شناخت بیشتر مورد بازبینی و نقد قرار گرفته و فرایند شک‌اندیشی در مورد آن‌ها ویژگی سیال و بازتابنده داده است. هویت دینی در واقع کنش‌کنش‌گران اجتماعی در مواجهه با دین و نوع نگرش به دین است (جوادی‌یگانه و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۶).

گیدنز هویت را چیزی می‌داند که فرد به آن آگاهی داشته و صرفاً در تداوم کنش‌هایش به او تفویض نشده؛ بلکه فرد به‌طور مداوم و روزمره باید آن را ایجاد کند. به اعتقاد وی «هویت امروزی نوعی دستاورد بازتابی است. روایتی که برای هویت خویش در نظر می‌گیریم، الزاماً باید در ارتباط با تغییرات سریع زندگی اجتماعی (به مقیاس محلی و جهانی) شکل بگیرد، دگرگون شود، و به‌طور بازتابی، استحکام یابد. فرد باید اطلاعات حاصل از انواع تجربیات با واسطه (منظور تکنولوژی‌های مدرن پیام‌رسانی مانند تلفن، کامپیوتر و رسانه‌های جمعی) را چنان با مسائل محلی در هم بیامیزد که در نهایت بتواند طرح‌های آینده را به طرز منسجم و معتدل با تجربیات گذشته مرتبط سازد. این مقصود فقط هنگامی به تحقق خواهد پیوست که شخص قادر باشد به اصالت درونی دست یابد، منظور چارچوبی از اعتماد بنیادین است که به وسیله‌ی آن بتوان دوره‌ی عمر را به‌عنوان نوعی وحدت، در برابر رویدادهای اجتماعی پراکنده‌ساز، در نظر گرفت» (گیدنز، ۱۳۸۲: ۳۰۱).

با توجه به نظریات بالا می‌توان گفت که فناوری‌های نوین ارتباطی که باعث از بین رفتن فاصله بین زمان و مکان می‌شوند و عامل تسهیل و رواج روز افزون ارتباطات فردی و گروهی و گسترش اندیشه‌های نو و هنجارها فراملی و همچنین ارزش‌های گوناگون می‌شوند سبب شده‌اند تا مردم در مناطق گوناگون از ارزش‌ها و هنجارهای رفتار سایر مناطق جهان آگاه شوند که این امر می‌تواند به دگرگونی و یا تقویت شیوه‌های زندگی، ارزش‌ها و هنجارها و همچنین بازاندیشی در هویت بینجامد. بنابراین افراد هر چه بیشتر از فناوری‌های نوین ارتباطی استفاده کنند به سبک‌های زندگی نمایش داده شده در

فناوری‌های نوین ارتباطی تمایل بیشتری خواهند داشت و در مورد سنت‌ها و عوامل هویت‌ساز خود بیشتر تردید می‌کنند و آنها را مورد بازاندیشی قرار می‌دهند.



شکل ۱: مدل نظری پژوهش

### فرضیه‌های پژوهش

- ۱- تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، ماهواره، تلفن همراه و کامپیوتر) بر ابعاد مختلف بازاندیشی هویت دینی متفاوت است.
- ۲- بین استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، ماهواره، تلفن همراه و کامپیوتر) و بازاندیشی هویت دینی، رابطه وجود دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

مطالعه‌ی حاضر، به لحاظ اجرا از نوع پیمایشی<sup>۱</sup> است. ضمن اینکه برای تدوین چارچوب نظری تحقیق و مروری بر تحقیقات پیشین از روش کتابخانه‌ای (اسنادی) نیز بهره گرفته شده است. جمعیت آماری این تحقیق « بر اساس تعریف یکی از استادان روانشناسی به نام هارفیلد که رنج سنی جوانی را از ۱۸ تا ۳۰ سالگی ذکر نموده است» (<http://www.old.acsf>) را کلیه‌ی جوانان ۱۸-۳۰ سال شهر تهران در زمان مطالعه تشکیل می‌دهند. حجم نمونه، با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۵ نفر مشخص شد. روش

<sup>۱</sup> survey

نمونه‌گیری در این تحقیق، خوشه‌ای چند مرحله‌ای متناسب با حجم بوده است. بدین صورت که ابتدا از بین ۲۲ منطقه‌ی شهری تهران ۶ منطقه‌ی به‌عنوان خوشه‌های اصلی در نظر گرفته شدند. مناطق شمال شهر (منطقه‌ی ۱: شامل محدوده‌ی ولنجک و قیطریه - شریعتی، منطقه‌ی ۳: محدوده‌ی قل‌هک و ارسباران)، مناطق مرکز شهر (منطقه‌ی ۶: محدوده‌ی ولیعصر و پارک لاله، منطقه‌ی ۱۰: محدوده‌ی سرسبیل شمالی و جنوبی)، مناطق جنوب شهر (منطقه‌ی ۱۶: محدوده‌ی خزانه و علی‌آباد شمالی و جنوبی، منطقه‌ی ۲۰: محدوده‌ی جوانمرد قصاب و دولت‌آباد). در مرحله‌ی بعد، خیابان‌ها و میدان‌های اصلی هر منطقه از شهر، در حکم بلوک برای خوشه‌ها در نظر گرفته شدند. در مرحله‌ی آخر، پاسخگویان به روش تصادفی به نحوی که هر یک از افراد جامعه‌ی آماری دارای شانس مساوی برای انتخاب شدن به‌عنوان جمعیت نمونه را داشتند مطالعه شدند.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه؛ با ۲۸ گویه بود که بر اساس طیف لیکرت طراحی شد. برای تنظیم پرسشنامه، از پرسشنامه‌ی استاندارد فناوری‌های نوین ارتباطی به‌عنوان متغیر مستقل و برای طراحی سؤالات متغیر وابسته (بازاندیشی هویت دینی)، با تعدیل نمودن و متناسب کردن گویه‌های تحقیق سفیری و غفوری « بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده، ۱۳۸۸» با موضوع پژوهش حاضر استفاده شد. در این تحقیق، از اعتبار محتوایی و برای سنجش پایایی متغیرها، از آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان آلفا برای شاخص فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی ۰/۸۰۲ و برای متغیر بازاندیشی هویت دینی ۰/۷۹۸ به دست آمد که بیانگر همبستگی درونی گویه‌ها و پایایی ابزار پژوهش است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. توصیف داده‌ها از طریق جدول‌های فراوانی، میانگین، انحراف معیار و تحلیل استنباطی داده‌ها، از طریق آزمون تی، همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون انجام گرفت.

### تعریف نظری و تعریف عملیاتی مفاهیم

#### فناوری‌های نوین ارتباطی

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی شامل همه‌ی آن فناوری‌هایی می‌شود که توانایی پرداختن به اطلاعات را دارند و اشکال گوناگون ارتباطات را میان کنشگران انسانی، بین انسان‌ها و نظام‌های الکترونیکی و میان نظام‌های الکترونیکی را تسهیل می‌کنند (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۸۸: ۱۲).

### تعریف عملیاتی فناوری‌های نوین ارتباطی

در این تحقیق برای سنجش فناوری‌های نوین ارتباطی، از ابزارهای کامپیوتر، اینترنت، ماهواره و تلفن همراه با ۶ گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شد.

### هویت دینی بازاندیشانه<sup>۱</sup>

به نظر گیدنز می‌توان دو گونه هویت دینی سنتی و هویت دینی بازاندیشانه را از یکدیگر متمایز نمود. فردی که هویت دینی سنتی دارد، کمتر حقایق دینی را مورد پرسش بنیادین قرار می‌دهد و معمولاً افراد سنتی همواره دیدگاهی متعصبانه و مطلق‌گرایانه به مقوله‌ی دین دارند. پرداختن به هویت دینی بازاندیشانه مستلزم بازگشت به بنیان‌های اندیشه‌ی مدرن است که هر قطعیتی در آن مورد شک قرار می‌گرفت. در هویت دینی بازاندیشانه حقایق دینی مورد پرسش بنیادین قرار می‌گیرند و ارزش‌ها و احساسات دینی مورد تردید واقع می‌شوند و نگاه نسبی‌گرایانه، جایگزین رویکرد مطلق‌گرایانه به مقوله‌ی دین می‌گردد و در سطح بالایی از انعطاف‌پذیری قرار می‌گیرد (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۰).

### تعریف عملیاتی هویت دینی بازاندیشانه

منظور از هویت دینی در پژوهش حاضر، داشتن اهتمام دنیایست؛ به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر سازد و برای سنجش آن معمولاً پنج بعد اعتقادی، مناسکی، پیامدی، تجربی و دانشی استفاده می‌شود. لذا برای سنجش هویت دینی بازاندیشانه پنج بعد ذکر شده را مد نظر قرار داده و سپس برای هر کدام از این ابعاد تعدادی گویه تعیین گردید که پس از اصلاح و اعمال نظر متخصصین، ۲۱ گویه در قالب طیف لیکرت پنج درجه‌ای در پرسشنامه گنجانده شد.

### گویه‌های بازاندیشی اعتقادی

من معتقدم لازم نیست در همه‌ی زمینه‌های زندگی مقید به دین و حدود شرعی باشیم.

<sup>۱</sup> religious identity reflexivity

به نظرم در جهان کنونی دین اسلام نمی‌تواند پاسخگوی تمامی مسائل باشد. به نظرم این روزها انجام اعمال دینی در جمع باعث شرمساری می‌شود.

#### **گویه‌های بازاندیشی مناسکی**

امر به معروف و نهی از منکر در جامعه ضروری است. اصل ارتباط با خداست چه نماز بخوانیم چه نخوانیم. به نظرم در شرایط دشوار مثل تابستان لازم نیست همه‌ی روزهای ماه رمضان روزه گرفت. حج همان کمک کردن به فقرا و نیازمندان است. وقتی مالیات پرداخت می‌شود نیازی به پرداخت زکات و خمس نیست.

#### **گویه‌های بازاندیشی پیامدی**

به تصور من داشتن اعتقادات مذهبی مانع اعمال ناپسند نمی‌شود. به نظر من با وجود علوم روز پزشکی، دعا و توسل در شفای بیماری تأثیری چندانی ندارد. دست دادن با جنس مخالف هنگام ملاقات. به نظر من خشکسالی‌های پی در پی ربطی به اعتقادات مردم ندارد. برای رفع مشکلات اقتصادی، گاهی لازم است از اعتقادات شرعی چشم‌پوشی کرد.

#### **گویه‌های بازاندیشی تجربی**

من معتقدم برای اینکه آدم خوبی باشیم، حتماً لازم نیست فردی مذهبی باشیم. من معتقدم انسان باید قلبش پاک باشد و نیازی به انجام فرایض دینی نیست. داشتن آداب و سنن مذهبی باعث عقب‌ماندگی است. به نظرم با وجود پیشرفت علم، اعتقادات دینی لازم است.

#### **گویه‌های بازاندیشی دانشی**

مطالعه‌ی کتب مربوط به حوزه‌ی دینی کسل‌کننده است. به نظرم یادگیری مسائل دینی فقط برای آزمون‌های استخدامی مفید است.

#### **یافته‌های توصیفی**

بر اساس یافته‌های توصیفی از مجموع ۳۸۵ نفر پاسخگو، ۱۹۶ نفر زن (۵۰/۹ درصد) و ۱۸۹ نفر (۴۹/۱ درصد) مرد بوده‌اند؛ همچنین ۲۷۳ نفر (۷۰/۹) مجرد، ۱۰۶ نفر (۲۷/۵) متأهل و ۶ نفر (۱/۶) سایر بودند. به لحاظ تحصیلی نیز، ۱۷/۴ درصد دیپلم، ۱۹/۷ درصد

دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۳۸/۷ درصد دارای تحصیلات لیسانس، ۲۴/۲ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند. میانگین و انحراف معیار سن پاسخگویان به ترتیب، ۲۴/۲۱ و ۳/۵۴ سال بوده است.

**جدول ۱:** توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هویت دینی بازاندیشانه

هویت دینی بازاندیشانه	پایین	متوسط	بالا	کل
فراوانی	۷۲	۲۴۷	۶۶	۳۸۵
درصد معتبر	۰/۲۰	۶۲/۹	۱۷/۱	۰/۱۰۰

همان‌گونه که جدول ۱ نشان می‌دهد ۰/۲۰ درصد پاسخگویان در سطح پایین، ۶۲/۹ درصد در سطح متوسط و ۱۷/۱ درصد در سطح بالایی از هویت دینی بازاندیشانه می‌باشند<sup>۱</sup>.

**جدول ۲:** خروجی آزمون تی تک نمونه‌ای برای سنجش تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی در

بازاندیشی هویت دینی و ابعاد آن

متغیر	میانگین	انحراف معیار	t	درجه‌ی آزادی	سطح معنی‌داری
پیامدی	۳	۰/۸۶	-۰/۹۸۱	۳۸۴	۰/۳۲۷
تجربی	۳/۰۵	۰/۸۶	۱/۱۵	۳۸۴	۰/۲۵۱
مناسکی	۴/۳۱	۱/۱۱	۲۳/۱۲	۳۸۴	۰/۰۰۰
دانشی	۱/۲۲	۰/۴۳	-۸۰/۳۸	۳۸۴	۰/۰۰۰
اعتقادی	۱/۷۳	۰/۶۱	-۴۰/۴۲	۳۸۴	۰/۰۰۰
هویت دینی بازاندیشانه (سازه‌ی کلی)	۴/۲۸	۱/۰۸	۶۱/۸۶	۳۸۴	۰/۰۰۰

اطلاعات جدول ۲ نشان می‌دهد نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در ابعاد مختلف هویت دینی بازاندیشانه متفاوت بوده است به‌طوری که تأثیر فناوری‌های نوین در ابعاد دانشی ( $\bar{x} = ۱/۲۲$ ) و اعتقادی ( $\bar{x} = ۱/۷۳$ ) به‌طور معنی‌داری کمتر از میانگین نظری (۳) بوده است ( $P < ۰/۰۰۱$ ) و نقش فناوری‌های نوین در بعد مناسکی ( $\bar{x} = ۴/۳۱$ ) به‌طور

<sup>۱</sup> از ۲۲ تا ۵۰ (میزان بازاندیشی پایین)، از ۵۱ تا ۸۰ (میزان بازاندیشی متوسط)، از ۸۱ تا ۱۱۰ (میزان بازاندیشی بالا).

معنی‌داری بیشتر از میانگین نظری (۳) بوده است ( $P < 0/001$ )؛ اما نقش فناوری‌های نوین در بعد پیامدی ( $\bar{x} = 3$ ) و تجربی ( $\bar{x} = 3/05$ ) بیشتر از میانگین نظری (۳) بوده است ولی معنی‌دار نیست ( $P < 0/001$ ).

**جدول ۳:** همبستگی بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و هویت دینی بازاندیشانه

آزمون آماری	فناوری‌های نوین ارتباطی / هویت دینی بازاندیشانه
ضریب همبستگی پیرسون ( $R$ )	۰/۳۸۶**
سطح معنی‌داری	۰/۰۱۱
تعداد پاسخگویان	۳۸۵

\*\* معنی‌دار در سطح کمتر از ۰/۰۰۱

آزمون این رابطه از طریق آماره‌ی همبستگی پیرسون (۰/۳۸۶) و سطح معناداری (۰/۰۱۱) دلالت بر رد فرضیه‌ی صفر ( $H_0$ ) دارد. بر اساس نتایج بدست آمده می‌توان بیان کرد که با احتمال ۹۹ درصد بین متغیر «میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی» و «هویت دینی بازاندیشانه» رابطه‌ی همبستگی معنی‌داری وجود دارد. مقدار ضریب بیانگر همبستگی مثبت بین این دو متغیر است. بنابراین می‌توان گفت که با افزایش میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در بین جوانان، میزان بازاندیشی هویت دینی در آن‌ها افزایش پیدا می‌کند. مقدار ضریب پیرسون (۰/۳۸۶) دلالت بر نسبتاً ضعیف بودن شدت رابطه‌ی همبستگی دارد؛ بنابراین فرضیه‌ی فوق تأیید می‌شود.

### تبیین هویت دینی بازاندیشانه بر اساس فناوری‌های نوین ارتباطی

فرضیه‌ی اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه‌ی هویت دینی بازاندیشانه به‌عنوان متغیر وابسته و فناوری‌های نوین ارتباطی به‌عنوان متغیر مستقل است. با توجه به سطوح سنجش هر دو سازه، برای بررسی رابطه‌ی فناوری‌های نوین ارتباطی کل با هویت دینی بازاندیشانه‌ی کل و نیز بررسی رابطه‌ی خرده مقیاس‌های فناوری‌های نوین ارتباطی با بازاندیشی هویت دینی از تحلیل رگرسیون استفاده شد که نتایج آن در جداول ۴ و ۵ مشاهده می‌شود.

**جدول ۴:** تبیین بازانديشی هویت دینی بر اساس فناوری‌های نوین ارتباطی

متغیر	B	Beta	T	Sig (t)	R	R <sup>2</sup>	مقدار F	Sig (F)
مقدار ثابت	۶/۷۷۰	-	۱۰/۸۱۳	۰/۰۰۰	۰/۴۸۰	۰/۲۳۰	۱۱۴/۵۶۲	۰/۰۰۰
فناوری‌های نوین	۰/۴۱۳	۰/۴۸۰	۱۰/۷۰۳	۰/۰۰۰				

بر اساس داده‌های جدول ۴، ضریب همبستگی چندگانه ۰/۴۸۰ و ضریب تبیین ۰/۲۳۰ است که نشان می‌دهد فناوری‌های نوین ارتباطی، ۲۳٪ درصد واریانس بازانديشی هویت دینی را تبیین می‌کنند. بر اساس ضرایب بتای استاندارد شده، متغیرهای ماهواره با ضریب بتای ۰/۴۰۲ و اینترنت با ضریب بتای ۰/۲۴۰ به ترتیب بیشترین سهم را در تبیین بازانديشی هویت دینی دارند.

**جدول ۵:** تبیین بازانديشی هویت دینی بر اساس ابعاد فناوری‌های نوین ارتباطی

متغیر	B	Beta	T	Sig (t)	R	R <sup>2</sup>	مقدار F	Sig (F)
مقدار ثابت	۷/۴۲۰	-	۱۲/۰۷۵	۰/۰۰۰	۰/۵۱۱	۰/۲۶۱	۶۷/۴۹۴	۰/۰۰۰
ماهواره	۰/۷۹۶	۰/۴۰۲	۸/۹۱۳	۰/۰۰۰				
اینترنت	۰/۶۷۹	۰/۲۴۰	۵/۳۲۶	۰/۰۰۰				

### بحث و نتیجه‌گیری

محور اصلی این پژوهش بررسی رابطه‌ی فناوری‌های نوین ارتباطی و بازانديشی هویت دینی جوانان شهر تهران است. «مطالعه‌ی کوتاه در جوامع بشری نشان می‌دهد که هویت دینی بخش مهمی از هویت مردم است. به‌خصوص در ایران سرگذشت ایرانیان چه قبل و بعد از اسلام با ادیان توحیدی گره خورده است. بنابراین، هویت دینی و توحیدی بخشی از هویت ساکنین این مرز و بوم است و مثل همه‌ی امت‌های دیگر از ارکان هویت است» (افتخاری، ۱۳۸۰: ۳۳). انقلاب اطلاعات و فناوری‌های ارتباطی، جامعه‌ی جهانی را به واسطه‌ی توسعه‌ی پیشرفت در حوزه‌ی وسایل ارتباطی، در دو بعد زمان و مکان متراکم کرده است. بدین ترتیب افزایش ارتباطات، موجب ایجاد تغییرات فرهنگی بسیاری در جوامع مختلف شده است. رواج ارزش‌های گوناگون، هنجارها و اندیشه‌های مختلف عوامل تهدید کننده‌ی تعلق خاطر به هویت دینی و بازانديشی در آن، به‌خصوص در میان جوانان است (سفیری و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۹)؛ لذا این پژوهش با هدف بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر بازانديشی هویت دینی جوانان شهر تهران صورت گرفت.



یافته‌های توصیفی نشان می‌دهند که ۲۰ درصد پاسخگویان از سطح پایین، ۶۲ درصد آن‌ها از حد متوسط و ۱۷ درصد از سطح بالایی از هویت دینی بازاندیشانه برخوردارند. میزان بالای پاسخگویان در رده‌ی متوسط، نشان‌دهنده‌ی این است که طیف وسیعی از جوانان ارزش‌ها و حقایق مطلق هویت دینی خود را که از سنت‌های جامعه ریشه می‌گیرند مورد تأمل و بازاندیشی قرار داده‌اند و نگاهی نسبی‌گرایانه و انعطاف‌پذیر نسبت به هویت دینی خود پیدا کرده‌اند. این یافته‌ها در راستای یافته‌های پژوهش‌های عدلی‌پور و همکارانش (۱۳۹۲)، افراسیابی و همکارانش (۱۳۹۴) و شالچی (۱۳۸۴)، است که در مطالعه‌شان نشان داده‌اند که هویت بازاندیشانه در بین اکثر جوانان شکل گرفته است.

نتایج آزمون تی‌تک نمونه‌ای تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی با هویت دینی بازاندیشانه، حاکی از تأثیر معنادار متغیر مستقل بر متغیر وابسته دارد. زیرا میانگین نگرش افراد نسبت به تأثیر استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی بر هویت دینی بازاندیشانه از حد مورد انتظار بیشتر می‌باشد؛ همچنین در بین ابعاد هویت دینی بازاندیشانه میانگین بعد مناسکی از میانگین مورد انتظار بیشتر می‌باشد که این امر نشان می‌دهد که بعد مناسکی بیشترین تأثیر را از فناوری‌های نوین ارتباطی می‌پذیرد و بعد دانشی نیز کمترین تأثیر را از فناوری‌های نوین ارتباطی پذیرفته است؛ همچنین ضریب همبستگی پیرسون میان فناوری‌های نوین و هویت دینی بازاندیشانه، حاکی از رابطه‌ی معنادار میان متغیرهای مستقل و وابسته است؛ به طوری که می‌توان گفت: بین استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و بازاندیشی هویت دینی رابطه‌ی معنادار و مستقیم وجود دارد؛ بدین صورت که هر چقدر جوانان، از فناوری‌های نوین ارتباطی بیشتر استفاده کنند، هویت دینی آنان نیز به تبع آن بیشتر مورد تأمل قرار می‌گیرد و بازاندیشی در هویت دینی صورت می‌گیرد.

این یافته‌ها تأییدکننده‌ی نظریه‌ی کاشت و نظریه‌ی بازاندیشی گیدنز می‌باشد. طبق نظریه‌ی کاشت کسانی که مصرف رسانه‌ای بیشتری دارند، در مقایسه با کسانی که مصرف رسانه‌ای کمتری دارند، به سبک‌های زندگی نمایش داده شده در رسانه‌ها تمایل بیشتری خواهند داشت. تصاویر رسانه‌ها در طرح‌واره‌ی شناختی و اکتشافی در می‌آمیزد و در طول فرآیند شکل‌گیری هویت، ارزیابی خود، نسبت دادن و مقایسه‌ی اجتماعی یاد آورده می‌شوند. بدین ترتیب می‌توان گفت نفوذ فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در قوت بخشیدن به ارزش‌هایی همچون مادی‌گرایی، فردگرایی، آزادی‌های نامحدود و کامیابی به هر قیمت، مؤثر می‌باشد که باعث تغییر ارزش‌ها و هنجارهای سنتی شکل‌دهنده به هویت در بین جوانان خواهد شد و احتمال بازاندیشی را افزایش خواهد داد (قادرزاده و همکاران،

۱۳۹۲: ۱۰۶)؛ همچنین گیدنز بازناندیشی در هویت را در پرتو ارزش‌ها و معیارهای جدیدی که در نتیجه‌ی گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مدام در حال تغییر هستند می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۸۱).

علاوه بر این، از نظر تجربی نیز نتایج پژوهش‌های فرهمند و همکاران (۱۳۹۴) و عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۲)، که در پژوهش‌های خود نشان دادند که کاربرانی که میزان استفاده‌ی بیشتری از فناوری‌های ارتباطی می‌کنند و در پناه این میزان استفاده و فعالیت مستمر با آنها بیش از سایر کاربران تغییرات جدی را در بعد هویتی پذیرا می‌شوند و بیش از پیش به کلیدی‌ترین شاخص‌های هویت بازناندیشانه دست می‌یابند؛ همچنین یافته‌های قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) و تیلر (۲۰۱۲)، که در مطالعه‌شان نشان داده‌اند که فناوری‌های نوین باعث تضعیف و بازناندیشی در هویت دینی می‌شود؛ نتایج حاصل از این پژوهش را تأیید می‌کنند.

علاوه بر این، متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی پژوهش توانستند ۲۳ درصد از تغییرات هویت دینی بازناندیشانه‌ی جوانان را تبیین کنند. از بین این ابعاد، به ترتیب ماهواره ۴۰ درصد و اینترنت ۲۴ درصد بیشترین تأثیر را بر هویت دینی بازناندیشانه‌ی جوانان دارند.

با توجه به یافته‌ها می‌توان گفت که نفوذ فناوری‌هایی، همچون ماهواره، اینترنت و امکانات آن‌ها موجب شده بسیاری از جوانان با الگوها و ارزش‌های متنوعی از زندگی رو به رو گردند و از میان آن‌ها با توجه به امکانات مختلفی که در اختیار دارند، دست به انتخاب بزنند. وجود این الگوها، باورها و ارزش‌های متفاوت که عمدتاً بر مبنای فلسفه‌ی سکولاریسم، لیبرالیسم و به‌طور کلی وارداتی هستند، منجر به تعقل در امور الزام‌آور دینی می‌شود به‌طوری که فرد باورها، متون و دستورات دینی را مورد بازتفسیر شخصی قرار می‌دهد و آن‌ها را بر حسب سلیقه، اختیار و نگرش خود سامان می‌دهد و به آن‌ها ایمان می‌آورد که این امر باعث می‌شود که آثار و پیامدهای دینی سنتی که می‌تواند بر رفتار روزمره فرد دیندار داشته باشد؛ مانند (رعایت شئون اخلاقی در هنگام ملاقات با جنس مخالف، اعتقاد به دعا و توسل در شفای مریض‌ها با وجود پیشرفت‌ها پزشکی) نیز کاهش یابد و مورد باز تعریف و بازناندیشی قرار گیرند؛ همچنین با توجه به اینکه بعد مناسکی بیشترین تأثیر را از فناوری‌های نوین ارتباطی گرفته است می‌توان گفت که از میزان پایبندی جوانان به مناسک که در سنت مورد تکریم و احترام بودند کاسته شده و مورد مذاقه قرار گرفته‌اند. بر این اساس ما با دیندارانی رو به رو هستیم که به جای عمل به آداب

و رسوم و مناسک و نگاه مطلق‌گرایانه به آن‌ها، فقط نیت آن را ملاک قرار می‌دهند ولی پایبندی چندانی برای برگزاری سنتی مناسک (پرداختن به عبادات واجب و مستحب، تمایل برای حضور در مناسک جمعی) ندارند. زیرا تجربیات تازه و متنوع ارائه شده توسط رسانه‌های نوین، زمینه را برای تنوع روش‌های عمل (اجرای آداب و رسوم و مناسک) مهیا می‌سازد. لذا چنین شرایطی، زمینه را برای بریدن از الگوهای رفتاری جاافتاده آماده می‌کند و بازاندیشی را محتمل می‌کند.

### پیشنهادات پژوهش

- حضور مستمر و فعال جامعه‌ی ایرانی در فضای رسانه‌ای جهت پاسداری از هویت دینی و جلوگیری از روند رو به افزایش بازاندیشی.
- تهیه، تولید و پخش برنامه‌های مستند در ارتباط با دین و هویت دینی.
- تهیه‌ی برنامه‌های تلویزیونی جذاب، متنوع و متناسب با ذائقه و سلیقه‌ی جوانان با تعمق، اندیشه و دوری از سطحی‌نگری. برنامه‌هایی برای کمک به فهم مبانی دینی و ارزش‌های مذهبی مطابق با نیاز جامعه‌ی امروزی به‌خصوص در قشر جوان جامعه ضروری به نظر می‌رسد.
- افزایش سواد رسانه‌ای جوانان در برخورد با محتوا و اطلاعات حاصل از فناوری‌های نوین ارتباطی.
- رسانه‌های داخلی باورهای دینی و اعتقادی را بهتر و جذاب‌تر از قبل در برنامه‌های خود ارائه نمایند.
- با توجه به اینکه فناوری‌های نوین تنها یکی از عوامل هویت‌ساز می‌باشند سایر نهادهای هویت‌ساز باید نسبت به این فناوری‌ها فعال‌تر عمل کنند و عرصه‌ی هویت‌سازی را برای این فناوری‌ها خالی نگذارند.
- با توجه به اینکه، این پژوهش هویت دینی بازاندیشانه را در یک بعد (دینداری) سنجیده است پیشنهاد می‌شود که سایر ابعاد هویت دینی نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند.

**فهرست منابع:**

- افراسیابی، حسین و خرم‌پور، یاسین (۱۳۹۴). "مطالعه‌ی بازاندیشی اجتماعی در میان جوانان شهر یزد"، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره‌ی ۵۹.
- برگر، پیتر (۱۳۸۱). ذهن بی‌خانمان، نوسازی و آگاهی، ترجمه‌ی محمد ساوجی، تهران: نشر نی.
- بوستانی، داریوش (۱۳۹۰). "جوانان و هویت بازاندیشانه، مطالعه‌ی دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان"، مجله‌ی مطالعات اجتماعی ایران، شماره‌ی ۱.
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹). رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره‌ی رسانه‌ها، ترجمه‌ی علی ایثاری کسمایی، تهران: انتشارات مؤسسه‌ی ایران.
- جواد‌ی‌یگانه، محمدرضا؛ عزیزی، جلیل و انصاری، محمدرضا (۱۳۹۲). "رسانه‌های جمعی جهانی و هویت دینی در جوانان شهر شیراز"، فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، شماره‌ی ۱.
- خواججه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۰). سبک زندگی و مدیریت، جامعه‌شناسی زنان، شماره‌ی ۴.
- خواججه‌نوری، بیژن، مقدس، علی‌اصغر (۱۳۸۸). "رابطه‌ی بین تصور از بدن و فرآیند جهانی‌شدن"، مجله‌ی جامعه‌شناسی کاربردی، شماره‌ی ۱.
- رضوی‌زاده، سید نورالدین (۱۳۸۵). "بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی"، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره‌ی ۳۱.
- ریاحی، محمد اسماعیل؛ علیزاده، توحید؛ اشتیاقی، معصومه و کاظمیان، مهرداد (۱۳۹۳). "تلویزیون و هویت دینی"، فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی شماره‌ی ۲.
- سفیری، خدیجه و نعمت‌الهی، زهرا (۱۳۹۱). "جهانی‌شدن و هویت دینی با تأکید بر تفاوت جنسیتی"، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، شماره‌ی ۳.
- شالچی، سمیه (۱۳۸۴). هویت بازاندیشانه و رسانه‌ها، بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با رسانه‌ها، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- عدلی‌پور، صمد؛ یزدخواستی، بهجت و خاکسار، فائزه (۱۳۹۲). "شبکه‌ی اجتماعی فیسبوک و شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز"، فصلنامه‌ی پژوهش‌های ارتباطی، شماره‌ی ۳.

عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید و کیانی‌پور، مسعود (۱۳۹۲). "تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه‌ی موردی فیسبوک و جوانان شهر اصفهان"، دو فصلنامه‌ی دین و ارتباطات، شماره‌ی ۲.

فرهمند، مهناز؛ کریمی، یزدان؛ مداحی، جواد و حدت، الهه (۱۳۹۴). بازاندیشی هویت در شبکه‌های اجتماعی، کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم رفتاری و اجتماعی، ترکیه و استانبول، مؤسسه‌ی مدیران ایده‌پرداز پایتخت ایلیا.

قادرزاده، امید؛ قادرزاده، هیرش و حسن‌پناه، حسین (۱۳۹۰). "عوامل پیش‌بینی کننده‌ی گرایش زوجین به طلاق در مناطق مرزی"، فصلنامه‌ی مشاوره و روان‌درمانی، شماره‌ی ۷.

کروتی، دیوید و هوینس، ولیام (۱۳۹۱)، رسانه و جامعه، صنایع، تصاویر و مخاطبان، ترجمه‌ی مهدی یوسفی و رضا مرزانی، انتشارات دانشگاه امام صادق.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۴). پیامدهای مدرنیت، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۲). فراسوی چپ و راست، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.

مزیانی، کاظم (۱۳۹۳). بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران، ره‌آورد نور، شماره‌ی ۴۶.

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

Brian J. Miller, Peter Munday and Jonathan P. Hill, (2013). Faith in the Age of Facebook: Exploring the Links between Religion and Social Network Site Membership and Use, at University of Notre Dame on January 4.

Crossley, N. (2005). "Mapping Reflexive Body Technique: on Body Modification and Maintenance", Body & Society, Vol. 11, No.1, P86-93.

Farahmand, M. and karimi Monjamoei, Y. (2016). "The Globalization of Culture and Social Identity Reflexivity", Journal of Fundamental and Applied Sciences, 8(2s), 1268-1286.

- 
- Langman, L. (2003). "Culture, Identity and Hegemony: the Body in a Global Age", *Current Sociology*, 51: 223–247.
- Tyler, T. (2012). "Social networking and Globalization", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 6.