

## بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی بر روی هویت ایرانی - اسلامی بانقش واسطه‌ای باورهای قومی

مریم قرچه، پری مشایخ\*<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۳

### چکیده

**مقدمه و هدف:** پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی بر هویت ایرانی-اسلامی با نقش واسطه‌ای باورهای قومی، در میان دانش‌آموزان دوره متوسطه اول شهر کازرون انجام شده است. **روش شناسی پژوهش:** این تحقیق از لحاظ هدف و ماهیت، توصیفی-همبستگی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، در دسته تحقیقات توصیفی-پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری شامل کلیه دانش‌آموزان دوره متوسطه اول شهر کازرون به تعداد ۶۷۹۰ نفر بوده است. با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۸۱ نفر تعیین شد و نمونه‌گیری به صورت تصادفی خوشه‌ای انجام گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته بود. پرسشنامه هویت ایرانی-اسلامی راشدی و همکاران (۱۴۰۰)، پرسشنامه هویت قومی نریمان محمدی (۱۳۹۱)، پرسشنامه شبکه‌های اجتماعی طراحی شده توسط پژوهشگر مورد استفاده قرار گرفت. روایی محتوایی ابزارها با شاخص‌های CVI و CVR و تأیید متخصصان تأیید شد و پایایی آن‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۱، ۰/۹۶ و ۰/۹۸ برآورد گردید. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۳ و AMOS نسخه ۲۳ تحلیل شد. **یافته‌ها:** نتایج تحقیق نشان داد که تمامی فرضیه‌های اصلی و فرعی تأیید شدند و بین متغیرهای مستقل و مؤلفه‌های آن با متغیر وابسته رابطه معناداری وجود دارد. یافته‌ها بیانگر آن است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی بر هویت ایرانی و اسلامی دانش‌آموزان تأثیرگذار است و باورهای قومی نقش میانجی و جهت‌دهنده در شکل‌گیری این هویت ایفا می‌کنند.

**نتیجه‌گیری:** بر اساس یافته‌ها، می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی، در کنار کارکردهای مثبت، می‌تواند تهدیدی برای حفظ هویت ایرانی-اسلامی محسوب شوند. با این حال، تقویت باورهای قومی و ارزش‌های فرهنگی بومی می‌تواند به عنوان عاملی بازدارنده در برابر آسیب‌های فرهنگی فضای مجازی عمل کند. از این رو، برنامه‌ریزی فرهنگی و آموزشی برای استفاده آگاهانه و هدفمند از شبکه‌های اجتماعی در میان دانش‌آموزان ضروری است. **کلیدواژه‌ها:** شبکه‌های اجتماعی، هویت ایرانی، هویت اسلامی، باورهای قومی، فضای مجازی، فرهنگ

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه علوم تربیتی، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، ایران  
<sup>۲</sup> \* گروه علوم تربیتی، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، ایران. (نویسنده مسئول). ایمیل:

pary.mashayrkh@iau.ac.ir

## مقدمه

از آنجایی که زندگی بشر امروز در ارتباطی تنگاتنگ با دنیای دیجیتال و فضای مجازی قرار دارد، تولید اطلاعات و داده های تولیدشده در فضای مجازی و انتشار این داده ها از طریق سکو ها و شبکه های اجتماعی در شکل گیری شخصیت و اعتقادات و باورها و تصمیمات و هویت افراد و خانواده و به دنبال آن جامعه نقش غیر قابل انکاری را ایفا میکند.

شبکه های اجتماعی به عنوان رسانه های نوظهور یکی از ابزارهایی است که می تواند ارزش ها، باورها و معیارهای مذهبی، قومی و ملی را دگرگون سازد. زیرا قادر است با برنامه ریزی دقیق و کنترل شده، اندیشه های مردم یک جامعه را دگرگون ساخته و شکل جدید داده، رفتار و ارزش ها و اعتقادات و باورها را به سمت و سوی دلخواه سوق دهد. (دهقان ده جمالی، رفیعی، راد، ۱۳۹۹) یکی از جنبه های مهمی که از فناوری های ارتباطی جامعه تاثیر می پذیرد، هویت و اعتقاد است. هویت، بعنوان یکی از منابع شناخت، از مسایل مهم جوامع بشری است و بدون تردیدی توان گفت هویت از نیازهای روانی انسان و پیشنیاز هرگونه زندگی جمعی است. (دوان، ۲۰۱۴) وجود انواع داده و اطلاعات و گستردگی آن و وجود اهداف و مقاصد گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، اعتقادی و... مختلف و فراوان و از طرف دیگر عدم برخورداری قشر غالب افراد از سواد رسانه ای و توانایی مختلف افراد در درک و تفسیر محتواهای دریافتی باعث میشود که جامعه هدف این شبکه های اجتماعی ناخود آگاه، بسیاری از تصمیمات، رفتارها، اعتقادات، باورها، ارزشها و درنهایت شخصیت و هویت خود را با الگو برداری و تحت تاثیر این شبکه ها و محتواهای آن شکل دهد. در این میان عوامل واسطه ای در شکل گیری و حادث شدن این فرایند و شکل گیری هویت افراد و جامعه می توانند نقش بسزایی را ایفا کنند. از جمله این نقش های واسطه ای می توان به محل زندگی، شرایط زندگی، میزان تحصیلات، شغل افراد، موقعیت اجتماعی، ارزشها و اعتقادات، فرهنگ ها و ارزشها و باورهای مذهبی و ارزشها و باورهای قومی اشاره کرد. هر یک از این عوامل یاد شده می تواند درجه مقاومت یا تاثیر پذیری افراد در برابر بارش های اطلاعاتی این شبکه های اجتماعی را تعیین کنند. نقش های واسطه ای میتوانند نقش های مثبت یا منفی را در میزان تاثیر پذیری از شبکه های اجتماعی برعهده داشته باشند.

فرهنگ و هویت بخش جدایی ناپذیر از حیات هر انسان و جامعه است. در واقع فرهنگ و هویت متمایزکننده انسان و جامعه از انسانها و جوامع دیگر و از سویی دیگر فصل مشترک و ارتباط دهنده انسانها و جوامع با

یکدیگر می‌باشند. تعریف هر انسان یا جامعه خارج از فرهنگ و هویت امکانپذیر نیست. می‌توان گفت اگر انسان و یا جامعه‌های خارج از چارچوبهای فرهنگی و هویتی خود عمل یا رفتاری داشته باشد در اصطلاح علمی به آن خودبیگانگی فرهنگی می‌گویند. به عبارت دیگر، فرهنگ و هویت بخش عجین شده و درهم تنیده <<خود و وجود>> هر انسان یا جامعه است که در وضعیت <<ازخودبیگانگی>> انسان و جامعه از حقیقت اصلی خود دور می‌شود. ایجاد چنین وضعیتی در فضای واقعی غیرمجازی آهسته و کند صورت می‌گیرد، اما در فضای مجازی به دلیل دسترسی آسان افراد و جوامع به انبوه هویتها و فرهنگهای معارض، شدت تحولات هویتی و فرهنگی بسیار سریعتر می‌شود. در عصر حاضر به دلیل گسترش فضای مجازی برای همه نسلها به خصوص نسلهایی که هویت و فرهنگ خودی برای آنها به شکل صحیحی نهادینه نشده، پدیده «ازخودبیگانگی هویتی و فرهنگی» بهسرعت در حال رشد و گسترش می‌باشد. (جعفر پور، چیت فروش ۱۴۰۲)

هویت و فرهنگ ایرانی ناشی از فرهنگ و تمدن کهن ایران زمین، همچنین هویت و ارزشهای اسلامی به عنوان کامل ترین دین خدا، هر دو در کنار هم و مکمل یکدیگر که در پوست و جان ما ایرانیان ریشه دوانیده است، همواره بعنوان عوامل مقاوم در برابر تهاجم فرهنگی دشمنان این فرهنگ و تمدن همچون خاری در چشم آنان بوده و در صدد آنند که: از طریق ابزارهای مختلف از جمله فضای مجازی و شبکه های اجتماعی داخلی و خارجی و از طریق عوامل و ایادی خود در داخل و خارج از کشور با از بین بردن باورها و فرهنگ های قومی و مذهبی اصیل و بومی هویت ایرانی و اسلامی رابه کلی دگرگون و نابود سازند.

لذا در این نوشتار و تحقیق، محقق تلاش میکند که از منظر و دیدگاه "باورهای قومی" تاثیرگذاری استفاده از شبکه های اجتماعی داخلی و خارجی بر روی هویت ایرانی و اسلامی را مورد کنکاش قرار دهد. و از راههای علمی و آکادمیک مورد تایید جامعه دانشگاهی نتایج حاصل را برای بهره مندی عموم افراد جامعه و بویژه قشر آسیب پذیر و جوان جامعه تقدیم حضور علاقه مندان این موضوع، نماید. تاثیر استفاده از شبکه های داخلی و خارجی بعنوان متغیر مستقل، هویت ایرانی و اسلامی بعنوان متغیر وابسته و عامل باورهای قومی در نقش واسطه ای این دو عامل انتخاب شده است. و مسئله اصلی این است که باور های قومی بعنوان عاملی مهم و تعیین کننده در میزان تاثیر پذیری افراد جامعه و به ویژه نسل جوان و هدف قرار گرفتن هویت ایرانی و اسلامی به عنوان دارایی ارزشمند جامعه ما، نقش واسطه ای غیر قابل انکاری را به عهده دارد و متولیان امور فرهنگی و تربیتی و حتی سیاسی و تصمیم سازان کلان جامعه را بر آن دارد که توجه ویژه ای به خرده فرهنگها، ارزشها، زبان، اعتقادات و باورهای قومی و محلی داشته باشند و در برابر تهاجم فرهنگی، تاکتیک های مورد نیاز رابه کار بگیرند. لذا هدف این پژوهش، بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی بر هویت ایرانی-اسلامی با نقش میانجی باورهای قومی در میان دانش‌آموزان دوره متوسطه اول شهر کازرون بود.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف توصیفی و از نظر ماهیت، از نوع پژوهش همبستگی است. جامعه آماری مورد تحقیق، دانش‌آموزان متوسطه اول شهر کازرون بوده است که به استناد آمار ارائه شده از سوی آموزش و پرورش بخش مرکزی کازرون تعداد ۶۷۹۰ نفر بوده است. . . جامعه مورد نظر شامل دانش‌آموزان متوسطه اول مدارس شهر کازرون و بصورت تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده اند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق بصورت تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای می‌باشد؛ بدین صورت که از میان مدارس متوسطه کازرون، ۸ مدرسه، شامل ۴ مدرسه پسرانه و ۴ مدرسه دخترانه انتخاب خواهد شد. سپس در هر مدرسه یک کلاس بصورت تصادفی انتخاب و دانش‌آموزان آن کلاس مورد تحقیق و پرسش قرار خواهند گرفت. از میان جامعه آماری ذکر شده در بالا نمونه پژوهش براساس جدول چستی و مورگان و با توجه حجم جامعه آماری، حجم نمونه به تعداد ۳۸۱ نفر برآورد و بصورت تصادفی انتخاب شده است. محقق برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز خود در تحقیق از ابزارها و روشهای مختلفی استفاده می‌کند که در ذیل به آن پرداخته میشود:

یکی از پرسشنامه‌های مورد استفاده؛ پرسشنامه هویت ایرانی-اسلامی ساخته شده توسط معصومه راشدی و همکاران (۱۴۰۰) بود که این پرسشنامه، بر اساس یافته‌های بخش کیفی طراحی شد و تحلیل عاملی تأییدی نشان از برازش مطلوب سه عامل هویت ایرانی، هویت اسلامی و هویت ایرانی-اسلامی با داده‌های گردآوری شده داشت. سوالات و گویه‌های مورد نیاز در تحقیق در بعد هویت ایرانی، هویت اسلامی و همچنین هویت ایرانی-اسلامی از این پرسشنامه گرفته شده است.

پرسشنامه دیگر مورد استفاده؛ پرسشنامه استاندارد هویت قومی بود که در سال ۱۳۹۱ مورد استفاده نریمان محمدی قرار گرفته بود پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۷۰٪ می‌باشد که نشان می‌دهد هماهنگی درونی گویه‌های آن در حد مطلوبی قرار داشته است. همچنین روایی این پرسشنامه توسط اساتید و کارشناسان مرتبط مورد تأیید قرار گرفته و اشتراک نظر آنها مبنی بر معتبر بودن سنجه مورد نظر بود.

در این تحقیق محقق جهت کسب اطلاعات و داده‌های مورد نظر با راهنمایی اساتید راهنما و مشاور اقدام به تهیه پرسشنامه‌ای در قالب ۶۱ سوال کرده است. سپس سوالات در ۳ بعد کلی و ۷ حوزه کوچکتر مورد نظر برای هر سوال پنج پاسخ شامل طراحی شده‌ی نمره دهی سوالات به این صورت بود که به ترتیب از نمره ۱ تا ۵ نمره دهی و ارزش‌گذاری شده که معادل عبارات کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم، در پاسخ سوال شوندگان است. برای تعیین روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی CVR بالاتر و CVI لاو شه استفاده شده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است

اعتبار ابعاد پرسشنامه و کل پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ به ترتیب معادل ۹۱ درصد، ۹۶ درصد و ۹۸ درصد بود. همچنین همبستگی نمره کل پرسشنامه هویت ایرانی-پس از جمع آوری داده های مورد نیاز تحقیق، با استفاده از تکنیک های آماری مناسب که با روش تحقیق سازگاری دارد، داده ها دسته بندی و تجزیه و تحلیل خواهند شد. در این تحقیق از روش های آمار توصیفی (فراوانی، درصد، نمودار و میانگین) برای توصیف و طبقه بندی اطلاعات، برای تعیین پایایی پرسشنامه ها از آلفای کرونباخ، و برای آزمون فرضیات تحقیق از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

## یافته ها

قبل از تحلیل استنباطی، مفروضه های زیربنایی SEM، شامل داده های پرت، به هنجار بودن و همخطی چندگانه بررسی شدند. جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از مقادیر کجی و کشیدگی استفاده شد. براساس اینکه اگر مقادیر شاخص کجی برای حجم نمونه بالاتر از ۱۰۰ در محدوده -۳ و +۳ باشد توزیع داده ها نرمال است (گوارینو، گامست و مایر، ۲۰۱۶). همانطور که در جدول ۱-۴ مشاهده می شود با توجه به مقادیر بدست آمده کجی و کشیدگی برای متغیرهای پژوهش که بین -۲ و +۲ قرار دارد، توزیع تمامی متغیرها نرمال است.

جدول ۱: مقادیر کجی و کشیدگی متغیرهای پژوهش

متغیر	کجی	کشیدگی
هویت ایرانی	۰/۴۵	۰/۷۷
هویت اسلامی	۰/۶۴	۰/۳۹
هویت ایرانی-اسلامی	۰/۳۴	۰/۴۷
حوزه فرهنگی	۰/۵۵	۰/۷۸
حوزه زبانی	۰/۴۹	۰/۶۵
حوزه اجتماعی	۰/۶۷	۰/۸۷
شبکه های اجتماعی	۰/۵۴	۱/۸۶

بعد از بررسی مفروضات یافته های توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار و نیز همبستگی بین متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گرفت که نتایج مربوطه در جداول ۲ و ۳ آمده است.

جدول ۲ یافته‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
۱ هویت ایرانی	۲۱/۵۰	۷/۲۹	۱۵	۵۷
۲ هویت اسلامی	۲۳/۴۴	۸/۸۶	۱۷	۵۸
۳ هویت ایرانی-اسلامی	۱۸/۸۱	۸/۲۵	۱۳	۶۰
۴ حوزه فرهنگی	۹/۱۰	۳/۲۹	۴	۲۰
۵ حوزه زبانی	۵/۵۱	۲/۳۴	۳	۱۵
۶ حوزه اجتماعی	۶/۸۰	۲/۲۹	۳	۱۲
۷ شبکه‌های اجتماعی	۱۴/۴۲	۳/۹۰	۶	۲۵

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود همبستگی بین متغیرهای پژوهش نیز معنادار است و لذا امکان انجام تحلیل‌های بعدی وجود دارد

جدول شماره ۳- همبستگی بین متغیرهای پژوهش

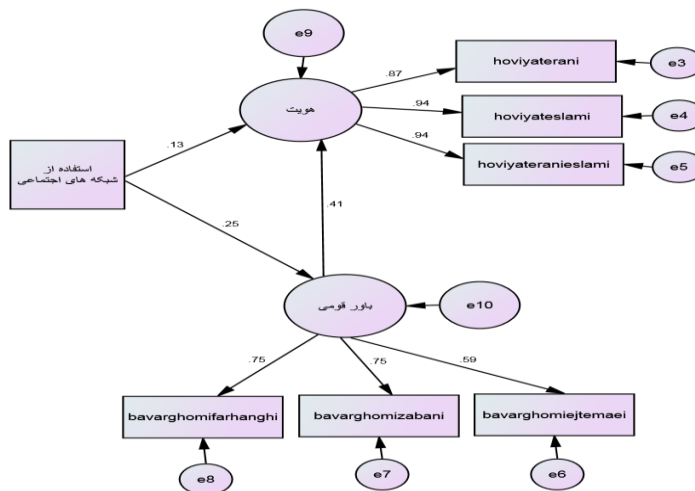
متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱ هویت ایرانی							
۲ هویت اسلامی	۰/۸۳*						
۳ هویت ایرانی-اسلامی	۰/۸۱*	۰/۸۸*					
۴ حوزه فرهنگی	۰/۳۷*	۰/۲۵*	۰/۳۰*				
۵ حوزه زبانی	۰/۳۲*	۰/۲۰*	۰/۳۱*	۰/۵۸*			
۶ حوزه اجتماعی	۰/۳۸*	۰/۳۲*	۰/۳۶*	۰/۴۱*	۰/۴۳*		
۷ شبکه‌های اجتماعی	۰/۱۶*	۰/۱۸*	۰/۲۹*	۰/۱۸*	۰/۱۸*	۰/۱۶*	

به منظور بررسی فرضیه اصلی پژوهش که آیا باورهای قومی در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت ایرانی-اسلامی دانش‌آموزان نقش واسطه‌ای ایفا می‌کند. از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. بدین منظور ابتدا مدل اندازه‌گیری بررسی شد و سپس مدل ساختاری یعنی رابطه بین متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. بررسی اثرات اصلی نشان داد که اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت ایرانی-

اسلامی دانش آموزان متوسطه. ( $\beta = 0.27, p < 0.05$ ) معنادار است و اثر مستقیم استفاده از شبکه های داخلی بر باورهای قومی دانش آموزان متوسطه ( $\beta = 0.23, p < 0.05$ ) نیز معنادار می باشد.

جدول ۴ برآوردهای ضرایب اثر مستقیم

متغیرها	برآوردها	B	Cr	P
اثر مستقیم استفاده از شبکه های اجتماعی بر هویت ایرانی-اسلامی دانش آموزان متوسطه.		۰/۱۳	۱/۹۹	$P < 0.05$
اثر مستقیم استفاده از شبکه های داخلی بر باورهای قومی دانش آموزان متوسطه		۰/۲۵	۲/۹۳	$P < 0.05$
اثر مستقیم باورهای قومی بر هویت ایرانی-اسلامی دانش آموزان متوسطه.		۰/۴۱	۴/۳۶	$P < 0.05$



شکل ۱ اثرات مستقیم و غیر مستقیم در مدل

برای ارزیابی اثرات غیر مستقیم باورهای قومی از آزمون بوت استرپ استفاده شد. بوت استرپ قدرتمندترین و منطقی ترین روش را برای ارزیابی اثرات غیر مستقیم فراهم می آورد. ارزیابی معناداری این روابط را می توان به دو طریق بررسی کرد. روش اول با مراجعه به سطوح معنی داری و روش دوم با بررسی فاصله های اطمینان. در صورتی که حد بالا و پایین با فاصله اطمینان ۹۵٪ برای مسیر واسطه ای هم علامت باشد، (هر دو مثبت یا هر دو منفی) باشد و یا به عبارتی مقداری صفر بین این دو حد قرار نگیرد مسیر مورد نظر معنادار

است. جدول ۵ اثرات غیر مستقیم را برای مدل فرضی اول نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود در آزمون بوت استرپ عامل باورهای قومی معنادار شده است. یعنی در این مسیر، باورهای قومی در رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ایرانی اسلامی نقش واسطه‌ای دارد.

جدول ۵ نتایج بوت استرپ اثر غیر مستقیم

مغناداری	اندازه اثر	حدود بوت استرپ		P < .05
		حد پایین	حد بالا	
	۰/۱۶	۰/۳۷	//۰۳	باورهای قومی در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت ایرانی-اسلامی

برازش الگوی پیشنهادی با داده‌ها بر اساس شاخص‌های برازندگی از جمله مجذور خی، به عنوان شاخص برازندگی مطلق در جدول ۶ گزارش شده است.

جدول ۶ نتایج بررسی شاخص‌های برازش کلی مدل

شاخص	مقدار مشاهده شده	دامنه مطلوب	وضعیت در مدل
CMIN/DF	۳/۷۲	بین ۱ تا ۵	مورد تایید
IFI	/۹۵	بزرگتر از ۰/۹	مورد تایید
TLI	/۹۲	بزرگتر از ۰/۹	مورد تایید
NFI	۰/۹۴	بزرگتر از ۰/۹	مورد تایید
RF	/۹۰	بزرگتر از ۰/۹	مورد تایید
CFI	۹۰	بزرگتر از ۰/۹	مورد تایید
PNFI	/۶۳	بزرگتر از ۰/۶	مورد تایید
PCFI	/۶۴	بزرگتر از ۰/۶	مورد تایید
RMSEA	/۰۸	کوچتر از ۰/۰۸	مورد تایید

هر چه مقدار مجذور خی از صفر بزرگتر باشد، برازندگی مدل کمتر می شود. مجذور خی معنی دار، تفاوت معنی دار بین کوواریانس های مفروض و مشاهده شده را نشان می دهد. با وجود این، چون فرمول مجذور خی، حجم نمونه را دربر دارد، مقدار آن در مورد نمونه های بزرگ متورم می شود و معمولاً به لحاظ آماری معنی دار می گردد. به این دلیل بسیاری از پژوهشگران مجذور خی را نسبت به درجه آزادی آن (مجذور خی نسبی مورد بررسی قرار می دهند (کالکوئیت، ۲۰۰۳). در این پژوهش نیز مقدار خی دو نسبی برابر  $1/82$  می باشد و از آنجا که کالین و کرامر (۲۰۰۱) مقدار مطلوب خی دو نسبی را ۱ تا ۳ می دانند می توان گفت خی دو نسبی در دامنه مطلوبی قرار دارد و از نظر مدل دارای برازش مناسبی است. همچنین شاخص برازش افزایشی IFI شاخص برازش توکر - لویس TLI شاخص برازش تطبیقی CFI شاخص برازش بنتلر - بونت NFI شاخص برازش نسبی RF نیز بالاتر از  $0/9$  و نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد. شاخص برازش هنجار شده مقتصد PNFI و شاخص برازش تطبیقی مقتصد PCFI نیز بالاتر از  $0/6$  و مناسب می باشد. از شاخص های اصلی دیگر که مورد بررسی قرار گرفت شاخص میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) است که برای مدل های بسیار خوب  $0/05$  و کمتر در نظر گرفته می شود (برسو و سالنوا و شائوفلی ۲۰۰۷). در واقع این شاخص باید از  $0/05$  کمتر باشد و در اینجا این شاخص برابر با  $0/05$  و در دامنه مطلوب هست.

## بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، هدف اصلی بررسی تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی داخلی و خارجی بر هویت ایرانی - اسلامی دانش آموزان دوره متوسطه بود، با در نظر گرفتن نقش واسطه ای باورهای قومی. نتایج بدست آمده، حاکی از وجود رابطه ی معنادار و مثبت در نقش واسطه ای باورهای قومی در تأثیر شبکه های اجتماعی بر روی هویت ایرانی و اسلامی دانش آموزان متوسطه شهر کازرون، می باشد. بنابراین نتیجه میتوان چنین گفت که باورهای قومی و خرده فرهنگ ها و آداب و رسوم محلی اقوام، نقش واسطه ای هدایت کننده در تأثیر پذیری و شکل گیری هویت ایرانی اسلامی دانش آموزان از شبکه های اجتماعی داخل و خارجی دارد. استفاده از شبکه های اجتماعی تأثیر معناداری بر هویت ایرانی - اسلامی دانش آموزان دارد. این یافته نشان می دهد که میزان و نوع تعامل دانش آموزان با محتوای موجود در این شبکه ها می تواند موجب تقویت یا تضعیف مؤلفه های هویتی آنان شود. تفاوت معناداری در میزان تأثیر شبکه های اجتماعی بر هویت ایرانی - اسلامی بر اساس سطح باورهای قومی وجود دارد. این تفاوت نشان دهنده اهمیت تقویت هویت قومی به عنوان یک عامل محافظتی در مواجهه با فضای مجازی است.

در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه در سنین نوجوانی، می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری یا تضعیف هویت ایرانی-اسلامی ایفا کنند. همچنین، باورهای قومی به‌عنوان یک عامل میانجی، توانسته‌اند اثرات شبکه‌های اجتماعی را تعدیل کرده و نقش مهمی در حفظ هویت فرهنگی و دینی دانش‌آموزان داشته باشند. این نتایج می‌توانند مبنایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی و آموزشی در حوزه فضای مجازی و تربیت هویتی نوجوانان باشند.

این نتایج با مطالعات پیشین همسو است که نشان می‌دهد هویت اخلاقی و باورهای دینی قوی به‌عنوان سپری در برابر فشارهای فرهنگی عمل می‌کند و موجب تقویت رفتارهای مثبت و حفظ ارزش‌های فرهنگی می‌شود (صالحی واحمدی، ۲۰۲۳). بنابراین، باورهای قوی دینی نه تنها به‌عنوان میانجی ارتباط استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت عمل می‌کنند، بلکه احساس تعلق و انسجام اجتماعی را نیز تقویت می‌کنند.

یکی از یافته‌های مهم پژوهش، نقش میانجی باورهای قوی دینی و فرهنگی در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دانش‌آموزان است. باورهای قوی به‌عنوان عاملی تثبیت‌کننده، تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر هویت را تعدیل می‌کنند (معمدی و همکاران، ۲۰۲۳) دانش‌آموزانی که دارای باورهای قوی دینی و فرهنگی هستند، در برابر تأثیرات منفی محتوای شبکه‌های اجتماعی مقاوم‌تر بوده و هویت پایدارتری دارند (نوری و ابراهیمی، ۲۰۲۴). یافته‌های پژوهش با نظریه‌های هویت فرهنگی، جامعه‌شناسی رسانه، و روان‌شناسی اجتماعی هم‌خوانی دارد. شبکه‌های اجتماعی با ارائه الگوهای جهانی، سبک‌های زندگی متفاوت، و ارزش‌های فرهنگی متنوع، موجب چالش در حفظ هویت سنتی و ملی شده‌اند. در این میان، باورهای قومی به‌عنوان سپری فرهنگی عمل کرده‌اند و نقش محافظتی در برابر تأثیرات فرهنگی شبکه‌های اجتماعی ایفا نموده‌اند.

این نتایج نشان می‌دهد که تقویت مؤلفه‌های قومی و فرهنگی می‌تواند راهبردی مؤثر برای حفظ و تقویت هویت ایرانی-اسلامی در نسل جوان باشد. همچنین، نقش نهادهای تربیتی مانند خانواده و مدرسه در هدایت مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان بسیار حیاتی است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر هویت ایرانی-اسلامی دانش‌آموزان دارد. این تأثیر عمدتاً در جهت تضعیف عناصر فرهنگی و دینی مشاهده شد، به‌ویژه در میان دانش‌آموزانی که زمان بیشتری را در فضای مجازی سپری می‌کنند. با این حال، نقش واسطه‌ای باورهای قومی به‌عنوان یک عامل محافظتی برجسته شد؛ به طوری که دانش‌آموزانی که تعلق قومی قوی‌تری داشتند، کمتر تحت تأثیر منفی شبکه‌های اجتماعی قرار گرفتند در مقایسه با پژوهش‌های پیشین، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی نه تنها وابسته به میزان استفاده، بلکه به زمینه‌های فرهنگی و قومی فرد نیز بستگی دارد.

## منابع فارسی

- رفیعی راد. (۱۳۹۹). بررسی میزان تأثیر فضای مجازی بر باورها و اعتقادات کاربران شبکه‌های اجتماعی. *مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی*, ۱۰(۴۱), ۲۲۰-۲۰۱.
- حسن پور، محمد و خداوردی زاده، زهرا. (۱۴۰۰)، بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های غربی بر رفتار و نگرش و هویت نوجوانان، اولین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در فرایندهای تعلیم و تربیت، بندرعباس.
- مشایخ، فرحناز و حاجی زاده، هانیه. (۱۴۰۲). فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی. *فصلنامه انگاره‌های نو در تحقیقات آموزشی*, ۲(۲), ۹۱-۱۱۳.
- احمدی، کامیل. (۱۴۰۰). *از مرز تا مرز (پژوهشی جامع در باب هویت و قومیت در ایران)*. لندن-انتشارات مهری، چاپ اول.
- قادرزاده، امید، و محمدزاده. (۱۳۹۷). مطالعه پیمایشی هویت‌طلبی قومی و سیاسی شدن قومیت‌گردهای ایران. *پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی*, ۷(۱), ۱۹-۴۲.

## منابع انگلیسی

- Furnell, S., & Moore, L. (2014). Security literacy: the missing link in today's online society?. *Computer Fraud & Security*, 2014(5), 12-18.
- Johnson, J. A., Guest, R. S., & Hennessy, S. (2019). *Advantages and opportunities afforded by cyberspace: Implications for interventions*.
- Current Addiction Reports, 6(2), 138-149. Kelly, Y. (2010). The social and cultural functions of Internet use: Notes towards a framework for research. *The Information Society*, 26(5), 289-295.
- Clark, L. S. (2011). Parental mediation theory for the digital age. *Communication theory*, 21(4), 323-343.
- Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), 402-415.
- King, P. E., & Boyatzis, C. J. (2004). Exploring adolescent spiritual and religious development: Current and future theoretical and empirical perspectives. *Applied Developmental Science*, 8(1), 2-

## Investigating the Effect of Using Domestic and Foreign Social Networks on Iranian-Islamic Identity with the Mediating Role of Ethnic Beliefs<sup>۱</sup>

Maryam GharchePary Mashayekh\*

### Abstract

**Introduction and Objective:** The present study aimed to investigate the effect of using domestic and foreign social networks on Iranian-Islamic identity with the mediating role of ethnic beliefs among first secondary school students in Kazerun city.

**Research Methodology:** This research is descriptive-correlational in terms of purpose and nature, and falls under the category of descriptive-survey studies in terms of data collection method. The statistical population included all first secondary school students in Kazerun city, totaling 6,790 individuals. Using Cochran's formula, a sample size of 381 was determined, and sampling was conducted using cluster random sampling. Data collection tools included library resources and standardized questionnaires: the Iranian-Islamic Identity Questionnaire by Rashedi et al. (1400), the Ethnic Identity Questionnaire by Nariman Mohammadi (1391), and a Social Networks Questionnaire designed by the researcher. The content validity of the tools was ensured by CVR and CVI indices and expert confirmation, and their reliability was estimated using Cronbach's Alpha as 91%, 96%, and 98%, respectively. Data were analyzed using SPSS version 23 and AMOS version 23 software.

**Findings:** The research results showed that all primary and secondary hypotheses were confirmed, and there is a significant relationship between the independent variables and their components with the dependent variable. The findings indicate that the use of domestic and foreign social networks influences students' Iranian and Islamic identity, and that ethnic beliefs play a mediating and directional role in the formation of this identity.

**Conclusion:** Based on the findings, it can be concluded that social networks, alongside their positive functions, can pose a threat to the preservation of Iranian-Islamic identity. However, the reinforcement of ethnic beliefs and local cultural values can act as a deterrent against the cultural harms of cyberspace. Therefore, cultural and educational planning for the conscious and purposeful use of social networks among students is essential.

**Keywords:** Social Networks, Iranian Identity, Islamic Identity, Ethnic Beliefs, Cyberspace, Culture

---

<sup>۱</sup> Department of Educational Science, Kazerun Branch, Islamic Azad University, kazerun, Iran.

<sup>۲</sup> \* Department of Educational Science, Kazerun Branch, Islamic Azad University, Kazerun, Iran. (Corresponding author). Email: pary.mashayekh @iau.ac.ir