

## بررسی نقش و جایگاه دین در هویت فردی ایرانیان

حسین حیدری\*

محمد سلگی\*\*

بهرام صالح صدق‌پور\*\*\*

### چکیده

هویت مسئله‌ای پیچیده، چندبعدی و متکثر است و عناصر و عوامل مختلفی در ساخت و شکل‌دهی به آن نقش دارند. در فرایند شکل‌گیری هویت فردی دو عمل انجام می‌شود: شناخت خود و شناساندن خود به دیگران؛ این دو عمل باعث تمایز فرد از دیگران، تفاوت‌گذاری و دگرگونه‌سازی می‌شود. یکی از این عناصر دین است و هدف این پژوهش بررسی نقش و جایگاه دین در هویت فردی ایرانیان است. روش تحقیق روش پیمایش و جامعه آماری شامل افراد بالای ۱۶ سال مراکز استانی کشور است. حجم نمونه برابر با ۱۳۰۰ نمونه است که با روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای و به صورت تصادفی سیستماتیک از مراکز استان‌های تهران، آذربایجان شرقی، خوزستان، گیلان، فارس، کردستان و خراسان رضوی انتخاب شده‌اند. یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد که دین در کنار عوامل مختلف جایگاه مهم و منحصر به فردی در هویت فردی ایرانیان دارد. به طوری این عنصر افزون بر اینکه خود به صورت مستقیم نقش محوری در ساخت هویت فردی دارد از طریق دو چرخه بر هسته مرکزی هویت فردی یعنی تمایز یافتگی تأثیر می‌گذارد. در چرخه اول بعد دینی با تأثیرپذیری از بعد ملی به صورت مستقیم و از طریق تعامل با بعد قومی بر تمایز یافتگی تأثیر می‌گذارد. در چرخه دوم که از متغیر فضای مجازی آغاز می‌شود، این متغیر با تغییر و تحول نقش رسانه‌های جمعی بر بعد دینی تأثیر می‌گذارد. در ادامه بعد دینی به طور مستقیم و به صورت غیرمستقیم در تعامل با بعد قومی بر تمایز یافتگی فردی اثر گذاشته و آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

واژگان کلیدی: دین، تمایز یافتگی، هویت فردی.

\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی (نویسنده مسئول)  
hs.heidari@gmail.com

\*\* دکترای روان‌شناسی و عضو هیأت علمی جهاد دانشگاهی  
solgy2042@yahoo.com

\*\*\* دانشیار، عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی  
bahramsaleh@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۸/۶ تاریخ تأیید: ۱۳۹۹/۱/۳۱

### مقدمه و بیان مسئله

روان‌شناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت را در درجه نخست امری فردی و شخصی می‌دانند. از این دیدگاه هویت عبارت از «احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی» است (جاکوبسن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸، ص ۹). دستیابی به هویت، به انسجام و یکپارچگی «من» می‌انجامد و در سوی مقابل، عدم دستیابی به هویت، به آشفتگی، درهم‌ریختگی و سردرگمی هویت می‌انجامد. این سردرگمی بر تمامی رفتارهای فردی و اجتماعی انسان اثر می‌گذارد. ناتوانی در ایجاد ارتباط با همسالان، بازگشت (واپس‌روی)، عدم تعهد فکری به اهداف خاص، نداشتن تمایل به مذهب و مسلک خاص، نبود دستیابی به نظام باورها و ارزش‌ها، فقدان استراتژی و هدف در زندگی، لاقیدی در رفتار، تأکید بر زندگی لحظه‌ای و نسبی‌گرایانه (اسپرینتال<sup>۲</sup>، ۱۹۸۷)، تابعیت از امور، بی‌پایه‌گی در گذشته و بی‌طرحی برای آینده، حرکت در حال به نحو غیرارادی، روابط مختل با والدین آسیب‌پذیری اجتماعی و... پاره‌ای از اوصاف یک فرد سردرگم و پریشان نقش است.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هویت چندلایه بودن آن است؛ مانند منظومه‌ای که فرد به منزله مرکز منظومه و لایه‌های هویت چون مدارهای آن هستند. هویت در ارتباط با دیگران و در فرایند اجتماعی شدن افراد ساخته می‌شود و عوامل زیادی در ساخت و شکل‌گیری آن نقش دارند (جنکینز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴). مردمی که نخستین بار با یکدیگر آشنا می‌شوند می‌کوشند نقطه مشترکی بیابند که وجه تمایز آنها از دیگران باشد (در واقع به معنای این است که افراد به این دلیل با یکدیگر جمع می‌شوند و یک مای جمعی شکل می‌گیرد که با دیگران خارج از خود تمایزاتی داشته باشند). این کار موجب می‌شود هر یک از افراد، نقش‌های جداگانه‌ای داشته باشند. در سطح بالاتر وقتی مردم هویت مشترک را کشف می‌کنند می‌توانند از این طریق به نوعی انسجام برسند (هیس<sup>۴</sup>، ۱۹۹۸؛ نقل از کلاتتری و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷).

دین از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح اجتماعات است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی و عملیات تشابه‌سازی و تمایزبخشی دارد. دین اساساً تابع شناختی، ایدئولوژیکی، جامعه‌شناختی و معنوی را برای هویت به دست می‌دهد (فورو و دیگران، ۲۰۰۴).

بررسی‌های به عمل آمده در رابطه با ارزش‌ها و هویت دینی از سوی لنسکی نشان می‌دهد که

---

1. Jakobson  
2. Sprinthall  
3. Jenkinz  
4. Heise

هویت دینی عامل مؤثری است که اندیشه و عمل فرد را در جوامع مدرن متأثر می‌سازد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴، ص ۴۱). بدیهی است که دین به‌عنوان ارزش متعالی باعث شکل‌گیری برخی روحیات و عملکردهایی در زندگی اجتماعی افراد است که بر هیچ کس پوشیده نیست (قربانی، ۱۳۹۷، ص ۱۰۷). دین از گذشته تا کنون عامل به وجودآورنده هویت مشخص برای معتقدان خود و تمایز میان آنها و دیگرانی بوده است که اعتقادی به آن نداشته‌اند. عقاید دینی با معرفی هدف نهایی آفرینش و پاسخ به پرسش‌های وجودی فرد نقش چشم‌گیری در هویت ایفا می‌کند و پیوند نزدیکی با آن دارد. دو دوره نوجوانی هم‌زمان با سایر تغییر و تحولات بدنی و روانی، رشد و تحول دینی و معنوی نیز صورت می‌گیرد. این رشد و تحول ممکن است شامل تجارب دینی جدید، درکی تازه از باورها یا تجارب مذهبی قبلی، احساس معنا و هدف‌داری بیشتر در زندگی یا آگاهی افزون‌تر از نقش خداوند در زندگی روزمره شود (آذربایجانی، ۱۳۸۵، ص ۶۱). از طرف دیگر دین با ارائه جهان‌بینی، هنجارهای اجتماعی و ارتباطات در تشکیل مفهوم خود شخصی نقش زیادی داشته و آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد (کینگ، ۲۰۰۳، ص ۲۰۳).

هویت، مفهومی ناظر به حالت و اعمال شخصی و ریشه در تربیت خانوادگی، آموخته‌های فرهنگی و باورهای اجتماعی دارد و تشخیص و فردیت یک شخص یا یک جامعه را تشکیل می‌دهد. هویت در اثر فرایندهای اجتماعی شکل می‌گیرد و پس از تبلور باقی مانده، دگرگون شده یا حتی در نتیجه روابط اجتماعی از نو شکل می‌گیرد (برگر<sup>۱</sup>، ۱۳۷۵، ص ۲۳۶). یکی از پدیده‌های مهمی که نقش پررنگی در حیات زیستی جوامع انسانی از گذشته‌های دور داشته است دین است. هرچند دین نیز مانند آداب و رسوم، اسطوره‌ها، نگرش به زندگی و... شاخه‌ای از فرهنگ است؛ ولی می‌توان دین را اولین منابع هویت‌بخشی یک جامعه به شمار آورد (منصورنژاد، ۱۳۸۳، ص ۳۱). دین با پایه‌ریزی جامعه‌ای براساس ارزش‌های انسانی و معنوی، نقش محوری و اساسی در ترسیم ساختارهای اجتماعی دارد. دین و مذهب در حوزه اجتماعی به دنبال پی‌ریزی جامعه‌ای است که در آن ارزش‌ها و اصول در روابط اجتماعی افراد از کوچک‌ترین واحد اجتماع یعنی خانواده تا سطح کلان جامعه تبلور یابد (قربانی، ۱۳۹۷، ص ۱۰۴). بر این اساس در پژوهش حاضر تلاش شده است نقش و جایگاه دین در هویت فردی ایرانیان بررسی شود؛ اینکه آیا بین گروه‌های سنی، جنسی و قومی تفاوتی در خصوص نقش دین در هویت فردی وجود دارد؟ تکنولوژی‌های ارتباطی جدید به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیری بر این نقش و اهمیت آن در هویت فردی داشته است؟ در این تحقیق تلاش شده است به این پرسش‌ها پاسخ داده شود.

<sup>۱</sup>. Berger

### پرسش‌های تحقیق

۱. دین چه جایگاهی در هویت فردی ایرانیان دارد؟
۲. ارتباط بعد دینی با سایر ابعاد هویت فردی (بعد ملی، قومی، تمایز یافتگی فردی و...) چگونه است؟
۳. جنسیت، سن و قومیت چه تأثیری بر جایگاه دین در هویت فردی دارد؟
۴. شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیری بر اهمیت و جایگاه دین در هویت فردی دارد؟

### پیشینه نظری و عملی پژوهش

هویت در جریان روابط متقابل با دیگران شکل می‌گیرند. مهم‌ترین منابع برای تعریف خود مشتمل بر ویژگی‌های فرهنگی اعضای یک گروه یا جامعه و نیز روابط و مناسباتی است که فرد را احاطه کرده‌اند. از لحاظ فرهنگی، کنشگران از طریق فرهنگ مشترک اعضای جامعه، خود را در یک مقوله طبقه‌بندی می‌کنند و از این طریق، اشتراکاتشان را با سایر اعضای گروه (درون گروه) و تفاوت‌هایشان را با دیگران و گروه‌های دیگر (برون گروه) مرزبندی می‌کنند (حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲، ص ۴۳). هویت‌ها، به مثابه شالوده‌ها و سازه‌های اجتماعی هستند که در فرایند شالوده‌ریزی یا سازه‌گرایی اجتماعی به وجود می‌آیند و با تکیه بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی در طول زمان بازتعریف و بازتفسیر می‌شوند. از این‌رو در فرایند شکل‌گیری هویت‌ها، پدیده‌های معرفتی، ساختار عینی و مادی جامعه، دین و مذهب، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی و اقتصاد و فناوری، نقش بسزایی دارند (دهشیری، ۱۳۸۰، ص ۶۹). هویت‌ها، پدیده‌هایی فراتاریخی، عاری از اقتصاد، مذهب، ایدئولوژی و تاریخ و جغرافیای خاص خودشان نیستند؛ بلکه این سازه‌های اجتماعی با تکیه بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی و با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی، ایجاد و تعریف شده و در طول زمان دوباره تفسیر می‌شوند.

از نظر تاجفل<sup>۱</sup> مفهوم خود دارای دو جزء است: خود شخصی که به ویژگی‌های ثابت شخصی در طول زمان اشاره دارد و خود اجتماعی که ناشی از تعلق به گروه است. هویت نقشی نیست که از طرف جامعه به شخص تفویض شود؛ هویت فرایند معنا سازی است که در طی زندگی روزمره و مکانیسم‌های آن ساخته می‌شود (الطایی، ۱۳۸۲). هویت افراد طی فرایند رشد شکل می‌گیرد و در متن اجتماع و فرهنگی رشد می‌کند که فرد در آن جامعه پذیر شده است. تاجفل و ترنر<sup>۲</sup> (۱۹۸۶)

1. Tjoffel

2. Tjoffel & Turner

هویت فردی را نشان‌دهنده تفاوت‌های فردی و هویت اجتماعی را نشان‌دهنده شباهت‌های فردی (شامل خودپنداره و عزت نفس) می‌دانند. در این دیدگاه، هویت اجتماعی شامل دانش افراد از تعلق به گروه اجتماعی خاص است. نمودهای این هویت را می‌توان در تعلقات قومی، مذهبی و نژادی مشاهده کرد. بر همین اساس، پیوستار هویت شخصی-اجتماعی مطرح می‌گردد. یک شخص می‌تواند از خود ادراک متفاوتی داشته باشد و این پیوستار نشان می‌دهد که یک شخص در زمان معین در کجا قرار دارد. در انتهای هویت شخصی، اندیشیدن درباره خود به‌عنوان یک فرد وجود دارد؛ و در انتهای دیگر در هویت اجتماعی، اندیشیدن درباره خود به‌عنوان عضوی از یک گروه وجود دارد (بارون<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲۵۲).

واژه هویت دو مفهوم اساسی و بنیانی در خود دارد: اول اینکه هویت بیانگر شباهت چیزها با یکدیگر (و نه دقیقاً عین هم بودن) است و دوم اینکه آن بیانگر پایداری، تداوم و ثبات در طول زمان است که امکان درک و تمایز اشیا را فراهم می‌کند. بنابراین مفهوم هویت دو معیار مقایسه بین افراد و چیزها یعنی شباهت و تفاوت<sup>۲</sup> را خود دارد. از طرف دیگر فعل «شناختن»<sup>۳</sup> از شروط لازم هویت است که نمی‌توان آن را انکار کرد؛ هویت یک چیز ثابت و مشخص نیست بلکه مدام باید تثبیت شود. بنابراین در تعریف هویت باید به دو نکته دیگر نیز توجه داشت: هویت به‌مثابه چیزی که افراد یا اشیا را طبقه‌بندی می‌کند و دوم هویت به‌مثابه چیزی که فرد آن را به خود نسبت داده یا به وسیله آن خود را به دیگران یا دیگر چیز مرتبط می‌کند (مثل دوستان، تیم‌های ورزشی یا یک ایدئولوژی مشخص) (جنکینز، ۲۰۱۴، ص ۱۷).

آلکسی دوتوکویل<sup>۴</sup> دین را مهم‌ترین سرچشمه تفکر بشری درباره واقعیت فیزیکی و اجتماعی می‌داند. او معتقد است به دشواری می‌توان ریشه هر عمل انسانی را - هر اندازه هم که کم اهمیت باشد - جدای از اعتقاد دینی متصور شد. ماهیت رابطه او با دیگر آدمیان، سرشت روح و وظایفش در قبال سایر هم‌نوعان، همه متأثر از رابطه آدمی با اولوهیت است. وی مدعی است دین مثل امید، ذاتی ذهن بشر است. انسان‌ها نمی‌توانند ایمان دینی خود را رها سازند مگر با نوعی انحراف از عقل و مخدوش کردن سرشت واقعی خود. آنان سرانجام ناگزیرند به نوعی احساس دینی بازگردند. صرف‌نظر از جنبه‌های ارزشی و سمبولیک روابط اجتماعی که از خلال دین بر ملا می‌شود، آنچه مسلم به نظر می‌رسد نقش اساسی و حساس در رفتار و کردار توده‌های مردم است؛ زیرا تا وقتی روحیه دینی جامعه به صورت درست و صحیح درک و احساس نشود نمی‌توان به شناخت جامع و قابل اتکایی درباره جامعه و

1. Baron

2. Similarity and Difference

3. To Identify

4. Alexis de Tocqueville

ارزش‌های آن دست یافت. دین به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی زمینه بسیار وسیع و مناسبی برای اکثر مطالعات اجتماعی قرار می‌دهد. زیرا دین با همه رفتارها ترکیب شده و از آن جدایی ناپذیر است و فرهنگ بدون درک ارزش‌های دینی قابل فهم نیست (جعفری‌نژاد، ۱۳۸۴، ص ۱۷۱).

دین از مؤلفه‌ها و ابعاد گوناگونی مثل باورها و عقاید، مناسک، شناخت، رفتارها و... تشکیل شده است. یکی از این مظاهر و ابعاد که به نوعی می‌توان تبلور دین در افراد به شمار آورد به جا آوردن مناسک و بروز رفتارهای دینی در بین پیروان یک دین و مذهب است (آزاد ارمکی و غیاثوند، ۱۳۸۱). از نظر گیدنز<sup>۱</sup> مطالعه دین نیازمند تخیل جامعه‌شناختی بسیار نیرومندی است. برای تحلیل کارکردهای دینی باید معنا و مفهوم باورها و مناسک بسیار متفاوتی را آشکار کنیم که در فرهنگ‌های گوناگون یافت می‌شوند (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۷۶۸).

جامعه‌شناسان دین را بیشتر به خاطر کارکرد آن در جامعه و نقشی که در تقویت انسجام اجتماعی دارد مورد مطالعه قرار می‌دهند و وجود دین در جامعه را با توجه به نقش انسجام بخشی آن مفید می‌دانند. تعریف‌های کارکردگرای دین، بیشتر دین را به‌عنوان پدیده‌ای در نظر می‌گیرند که عهده‌دار کارکردهای اجتماعی و یا روانی خاصی مثل انسجام اجتماعی نظام معنایی فراگیر است یا این کارکردها شناسایی می‌شوند (رابرتسون، ۱۹۷۰؛ به نقل از باقری، ۱۳۹۷، ص ۱۰۹). دانیل بیتس<sup>۲</sup> در زمینه کارکرد دین اظهار می‌دارد که عقاید دینی، اسطوره‌ها، جهان‌بینی‌ها، مراسم و مناسک در درک ما از زمان و مکان، دید ما از رفتار خود و دیگران و مفهوم‌سازی‌هایمان از دنیا آن‌طور که هست و آن‌گونه که باید باشد، اساسی است. دین و جهان‌بینی نه تنها مدلی از دنیا، بلکه برای دنیا، طرحی برای وضع مطلوب آن ارائه می‌کند. بیتس دین را عامل تقویت حس همبستگی گروهی می‌داند و بر این عقیده است دین سه کارکرد اساسی در جامعه انسانی دارد که عبارتند از: پاسخ به پرسش‌های اساسی در مورد منشأ و هدف هستی، اعتباربخشی به نظم اخلاقی و اجتماعی موجود، دادن انضباط روان‌شناختی به پیروان و تسکین رنج‌ها و ناامیدی‌هایی که به‌طور اجتناب‌ناپذیر در زندگی آنها رخ می‌دهد. از نظر درس‌لر<sup>۳</sup> کمک دین به جامعه‌پذیری افراد جامعه و نقش آن در بهبود شرایط زندگی انسان معاصر، کند کردن روند تغییر اجتماعی، کند کردن یا شتاب بخشیدن به ستیز اجتماعی، مشروعیت بخشیدن به ایدئولوژی و احساسات گروهی خاص در جامعه، ایجاد همبستگی و انسجام گروهی و... از مهم‌ترین کارکردهای اجتماعی دین هستند (افروغ، ۱۳۷۳، ص ۱۰۸).

در بین اندیشمندان و نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی امیل دورکیم<sup>۴</sup> بیشتر از بقیه بر ابعاد مختلف

1. Giddens

2. Daniel Bates

3. Dressler

4. Émile Durkheim

دین تمرکز کرده است. کارکردهایی که او برای دین برشمرده نشان از اهمیت جایگاه دین در هویت فردی و اجتماعی افراد اجتماع دارد. دورکیم دین را نظام منسجمی از عقاید و اعمال مرتبط با امور مقدس می‌داند؛ عقاید و اعمالی که همه پیروان را در قالب یک اجتماع واحد (جامعه دینی) متحد می‌کند (دورکیم، ۱۳۸۳، ص ۶۳). از نظر دورکیم شعائر و مراسم دینی در متحد ساختن اعضای گروه نقش حیاتی دارد. به همین دلیل است که شعائر و مناسک دینی نه فقط در عبادت‌های متداولی که در مواقع معین انجام می‌گیرد دیده می‌شوند، بلکه وقتی بحران‌های گوناگونی در زندگی پیش می‌آید یا گذار و تحول اجتماعی عمده‌ای تجربه می‌شود مثل تولد، ازدواج و مرگ نیز به اجرا درمی‌آیند. بنا به استدلال دورکیم شعائر دینی هم موجب پیدایش اندیشه‌ها و مقوله‌های فکری تازه می‌شود و هم ارزش‌های موجود را از نو تحکیم و تثبیت می‌کند. دین تنها مجموعه‌ای از عواطف و فعالیت‌ها نیست؛ بلکه طرز فکر اعضای فرهنگ‌های سنتی را تعیین می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۷۷۹). از اینرو همه کسانی را که بدان می‌پیوندند را متحد می‌کند و پایه‌گذار انسجام اجتماعی در بین پیروان است به طوری که به هیچ وجه نمی‌توان آن را از زندگی فطری و اجتماعی انسان جدا کرد (به نقل از جعفری‌نژاد، ۱۳۸۴، ص ۱۸۵).

مطالعات تجربی انجام شده درباره نقش دین در قوام هویت، مبین جایگاه دین در هویت فردی و اجتماعی است. برجعلی و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی رابطه بین جهت‌گیری مذهبی و هویت فردی و تعیین نقش این عامل در پیش‌بینی هویت پایدار به این نتیجه دست یافتند که بین جهت‌گیری مذهبی با هویت فردی، رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد. برطبق نتایج این پژوهش، ۲۳/۹ درصد هویت فردی، براساس جهت‌گیری مذهبی قابل تبیین است. به گونه‌ای که هم زیر مقیاس اخلاق و هم زیر مقیاس عقاید و مناسک پیش‌بینی‌کننده‌های معناداری در تعیین هویت فردی به شمار می‌آیند. افزون بر این، نتایج این پژوهش نشان داد که تفاوت معناداری در جهت‌گیری مذهبی و هویت فردی بین دختران و پسران وجود دارد و دختران نمرات بالاتری را نسبت به پسران در مقیاس جهت‌گیری مذهبی داشته و در مقایسه با پسران هویت فردی شکل یافته‌تری را دارند. مساح (۱۳۹۱) نیز در پژوهشی رابطه بین ابعاد چهارگانه هویت (هویت شخصی، هویت ارتباطی، هویت اجتماعی و هویت جمعی) با جهت‌گیری مذهبی (درونی و بیرونی) را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد که متغیرهای هویت فردی، هویت جمعی و هویت اجتماعی به ترتیب بیشترین نقش را در پیش‌بینی جهت‌گیری مذهبی درونی دارند. مطالعه دهشیری (۱۳۸۴) نشان می‌دهد که بین دینداری و بحران هویت رابطه‌ای معکوس وجود دارد؛ ولی بین جنسیت و دینداری رابطه و تفاوت معناداری وجود ندارد. براساس نتایج این پژوهش دینداری

۳۲ درصد از واریانس هویت را پیش‌بینی می‌کند. در پژوهش نجفی و همکاران (۱۳۸۵) این نتیجه به دست آمد که متغیر دینداری ۱۱/۷ درصد از واریانس بحران هویت را پیش‌بینی می‌کند. آنها به این نتیجه رسیدند که مذهب عامل بسیار مهمی است که می‌تواند پاسخ‌گوی بسیاری از پرسش‌های نوجوانان باشد تا آنها به آسانی بتوانند خود را دریابند و هویت پایدار و منسجمی را برای خود بنا کنند. براساس نتایج این پژوهش بین دینداری دختران و پسران تفاوت معنادار وجود دارد و دختران نسبت به پسران باورهای مذهبی قوی‌تر دارند. رجایی و همکاران (۱۳۸۸) نیز در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که بین باورهای مذهبی اساسی (خداوند، هستی و انسان) با بحران هویت در جوانان ارتباط معنادار وجود دارد و باورهای مذهبی اساسی ۹/۴ درصد از تغییرات بحران هویت را تبیین می‌کند. نتایج تحلیل رگرسیون بر روی هر دو جنس نشان می‌دهد که ابعاد هویت فردی، هویت جمعی و هویت اجتماعی، پیش‌بینی‌کننده جهت‌گیری مذهبی درونی و هویت فردی، پیش‌بینی‌کننده جهت‌گیری مذهبی بیرونی است. پدerson<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) با تمرکز بر عامل معنویت مدل هویت فردی مشاهده کرد که بین جهت‌گیری درونی مذهبی (تمایل به زندگی بر طبق عقاید مذهبی) و نمرات بالای عامل معنویت هویت فردی رابطه‌ای معنادار وجود دارد. با این وجود یافته‌های هود و دیگران<sup>۲</sup> (۱۹۸۶) حاکی از آن بود که هیچ رابطه‌ای میان تعهد مذهبی و هویت فردی وجود ندارد. همچنین، فوستر و لافورس (۱۹۹۹) نیز دریافتند که هویت سردرگم (آشفته) معناداری بالایی با دو جهت‌گیری درونی و بیرونی مذهبی نسبت به هویت اکتشافی و متعهدانه دارد. کینگ (۲۰۰۳) نیز که نقش ایدئولوژیکی، اجتماعی و معنوی مذهب را در هویت‌یابی نوجوانان مطالعه کرده است به این نتیجه رسید که محتوای مذهب با ایجاد تمایز نقش مهمی در هویت‌یابی و تعهد نوجوانان دارد و باعث ارتقای احساس هویت در نوجوانان می‌شود. مضاف بر این مطالعات، مطالعاتی نیز در خصوص نقش دین در هویت انسان انجام شده است که از جمله می‌توان به پژوهش جلیلی و ارجمندی (۱۳۹۴) اشاره کرد. ایشان در مطالعه خود به این نتیجه رسیده‌اند که دین سایر ابعاد هویت از جمله هویت خانوادگی، ملی، اجتماعی و فرهنگی را به رسمیت شناخته و بر آنها تأکید قرار دارد. دین در عرصه هویت فردی و هویت اجتماعی نقش پررنگ و تأثیرگذاری دارد. همچنین دین منجر به افزایش مقبولیت اجتماعی و اخلاق‌مداری و نیز افزایش اعتماد به نفس در افراد می‌شود و به قوام عزت نفس در انسان کمک می‌کند.

---

1. Pederson

2. Hood, A. B., & et al



### روش‌شناسی

در این پژوهش از روش پیمایش استفاده است. پیمایش، مجموعه‌ای از روش‌های منظم و استاندارد است که از آن برای جمع‌آوری اطلاعات درباره افراد، گروه‌ها، خانواده‌ها و یا مجموعه‌های بزرگ‌تر استفاده می‌شود؛ پیمایش همچنین روشی برای به دست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاه‌ها، باورها، نظرات، رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام تحقیق است. تحقیق پیمایش بهترین روش برای جمع‌آوری داده برای توصیف جمعیت‌های بزرگی است که امکان مطالعه ویژگی‌های آنها به‌طور مستقیم میسر نیست (بیبی، ۱۳۸۱، ص ۵۶۸). در پیمایش به‌طور معمول با افرادی که معرف گروه مورد بررسی هستند مصاحبه شده است و نظرات و نگرش‌های ایشان نسبت به موضوع شناسایی، تحلیل و مبنای تعمیم قرار می‌گیرد.

در این پژوهش از دو روش کیفی و کمی استفاده شده است. در مرحله اول تلاش شد ابعاد هویت فردی از منابع نظری موجود استخراج شود. سپس برای لحاظ کردن عناصر بومی و ویژه جامعه ایرانی تلاش شد تا با صاحب‌نظران این حوزه مصاحبه شود. مصاحبه‌ها به صورت نیمه‌ساخت‌یافته<sup>۱</sup> در چهار محور تعریف هویت فردی، ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هویت فردی، عوامل مؤثر بر هویت فردی و عوامل تأثیرپذیر از هویت فردی انجام شد. بعد از انجام مصاحبه، نتایج به دست آمده مقوله‌بندی<sup>۲</sup> شد. سپس مقوله‌های استخراج شده مورد بازنگری قرار گرفت و موارد مشابه و هم‌پوشانی‌ها اصلاح و یا ادغام شدند. مؤلفه‌های نهایی غربال شده عبارتند از: فلسفه زندگی، تعاملات خانواده، قومیت، تحصیلات، زبان، جامعه، فرهنگ منطقه‌ای، نظام آموزشی، پایگاه اجتماعی اقتصادی، سبک زندگی، نوع ارتباطات، مهارت‌های ارتباطی، اعتقادات مذهبی، تاریخچه شکست و موفقیت، بازخوردها، نگرش‌ها و علایق، انتخاب و نوع انتخاب، بلوغ شناختی، ویژگی‌های شخصیتی، هوش، جنبه‌های بدنی، ژنتیک، فیزیولوژی، شغل و نوع شغل، دوستان و همسالان.

سپس براساس مؤلفه‌های یاد شده پرسشنامه اولیه و گویه‌ها تدوین شدند. برای تعیین «روایی» ابزار تحقیق، از روش «اعتبار صوری» استفاده شد. بدین صورت که پرسشنامه تدوین شده در اختیار ده نفر از متخصصان جامعه‌شناسی و روان‌شناسی قرار داده شد و نظرات ایشان درباره محتوای پرسشنامه و سؤال‌ها اخذ و در آن اعمال شد. بعد از اعمال نظرات صاحب‌نظران، پرسشنامه اولیه برای اجرا آماده و بین ۳۰ نفر از جامعه آماری توزیع و از ایشان خواسته شد تا به سؤال‌ها پاسخ دهند. بعد از تکمیل پرسشنامه، برای تعیین «پایایی» ابزار تحقیق، داده‌های به دست آمده مورد تحلیل قرار

1. Semi-structured

2. Categorize

گرفت. برای تحلیل نتایج از «تحلیل سؤال» و «تحلیل پایایی» استفاده شد. برای تحلیل پایایی از آزمون «آلفای کرونباخ» و برای تحلیل سؤال نیز از روش‌های «ضریب مقبولیت»، «ضریب تمییز» و «هماهنگی درونی» سؤالات استفاده گردید. در پایان مبنای قضاوت براساس میزان معناداری هر سؤال در دو روش قرار داده شد؛ بدین صورت که اگر شاخصی حداقل در دو روش از سه روش ذکر شده در تحلیل سؤال معنادار بود انتخاب و در غیر این صورت حذف شدند.

بعد از تکمیل و نهایی شدن پرسشنامه، برای تعیین شدت و ضعف عناصر و مؤلفه‌های تعیین شده در جامعه ایران و تعیین نحوه قوام و ساختمان هویت فردی ایرانیان تلاش شد تا از طریق روش «پیمایش»، شاخص‌ها و مؤلفه‌ها مورد آزمون قرار گیرد. جامعه آماری شامل همه شهروندان بالای ۱۵ سال مراکز استان‌های کشور بر اطلاعات سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ است. برای تعیین جمعیت نمونه از فرمول کوکران به شرح زیر استفاده شده است. در این فرمول  $n$  برابر تعداد نمونه،  $Z$  ضریب اطمینان که مقدار آن برابر  $1/96$  است،  $d$  تفاوت میانگین نمونه و میانگین جامعه که برابر  $1/16$  است و  $s$  نیز انحراف معیار متغیر وابسته می‌باشد که از نتایج مطالعه پایلوت و پیش‌آزمون به دست آمده و برابر با  $21/29$  است.

$$n = \frac{z^2 s^2}{d^2} = \frac{1.96^2 * 21.29^2}{1.16^2} = \frac{3.84 * 453.26}{1.34} = 1300$$

حجم نمونه نهایی با توجه به محاسبات انجام شده ۱۳۰۰ نمونه شد که بین مراکز استانی زیر که به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند توزیع شد:

جدول ۱: توزیع نمونه در شهرهای مورد مطالعه

ردیف	شهر	تعداد
۱	تهران	۳۰۰
۲	مشهد	۲۰۰
۳	شیراز	۲۰۰
۴	رشت	۱۵۰
۵	تبریز	۱۵۰
۶	سنندج	۱۵۰
۷	اهواز	۱۵۰
	جمع	۱۳۰۰

## یافته‌ها

بررسی مشخصات پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که ۵۰/۴ درصد از پاسخ‌گویان مرد و ۴۹/۶ درصد زن هستند. دامنه سنی پاسخ‌گویان حاکی از آن است که ۳۶/۲ درصد زیر ۳۰ سال، ۲۰/۸ درصد بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۱۶/۷ درصد ۴۰ تا ۴۹ سال، ۱۳/۸ درصد ۵۰ تا ۵۹ سال و ۱۲/۵ درصد نیز بالای ۶۰ سال سن دارند. همه پاسخ‌گویان این تحقیق در دامنه سنی ۱۸ تا ۸۲ سال قرار دارند و میانگین سنی آنان ۳۹/۵ سال است. حداقل سن پاسخ‌گویان ۱۶ سال و بالاترین آنها ۶۷ سال، میانگین سنی پاسخ‌گویان ۳۸/۸ سال و انحراف معیار آن برابر با ۱۴/۰۹ است. از بین پاسخ‌گویان ۲۹/۳ درصد مجرد، ۶۵/۹ درصد متأهل، ۱/۷ درصد مطلقه و ۳/۲ درصد نیز همسر خود را بر اثر فوت از دست داده‌اند. از بین پاسخ‌گویان ۴۹/۱ درصد فارس، ۱۹/۲ درصد ترک، ۱۲/۱ درصد کرد، ۴/۶ درصد عرب، ۲/۶ درصد لر، ۱۰ درصد گیلک و ۲/۴ درصد نیز از سایر اقوام هستند. ۸ درصد از پاسخ‌گویان تحقیق دارای شغل دولتی، ۸/۱ درصد خصوصی، ۲۲/۷ درصد دارای شغل آزاد، ۶/۷ درصد بازنشسته، ۴/۶ درصد دانش‌آموز، ۱۱/۳ درصد دانشجو، ۳۲/۴ درصد خانه‌دار، ۶/۳ درصد بیکار و ۰/۱ درصد نیز سرباز هستند. بررسی میزان تحصیلات پاسخ‌گویان نشان می‌دهد تحصیلات که ۶۵/۸ درصد از پاسخ‌گویان دیپلم و زیر دیپلم، ۲۹/۲ درصد کاردانی و کارشناسی، ۴/۶ درصد کارشناسی ارشد و ۰/۲ درصد نیز دکتری هستند.

از بین مؤلفه‌های مورد بررسی در این پژوهش، متغیرهای زیر به‌عنوان عناصر سازنده هویت فردی احصاء شد. بعد از تعیین ابعاد و مؤلفه‌های هویت فردی تلاش شد اهمیت و وزن هر یک از ابعاد از طریق درصد توافق و میانگین نمرات تعیین گردد که نتایج آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۲: میزان توافق پاسخ‌گویان نسبت به ابعاد هویت فردی

ردیف	عامل‌ها	تعداد	درصد توافق
۱	اهمیت سرزمین قومی	۱۲۹۷	۳۷/۸۵
۲	کمال‌گرایی	۱۲۹۷	۳۵/۱۳
۳	اهمیت ارزش‌های سنتی	۱۲۹۵	۳۵/۰۹
۴	بعد ارتباطات جمعی	۱۳۰۹	۳۲/۷۰
۵	ملی‌گرایی	۱۲۹۲	۳۱/۹۰
۶	اهمیت جامعه قومی	۱۲۸۰	۳۰/۸۵
۷	اهمیت مناسک ملی	۱۲۸۸	۲۷/۱۶
۸	بعد دینی	۱۲۹۰	۲۴/۹۸
۹	تمایز یافتگی عاطفی	۱۲۹۴	۲۳/۲۴
۱۰	نقش فضای مجازی	۱۲۶۱	۲۲/۵۴
۱۱	اهمیت فرهنگ قومی	۱۳۰۱	۲۱/۲۵
۱۲	تمایز یافتگی فردی	۱۳۰۲	۲۰/۵۰
۱۳	ایران‌گرایی	۱۲۸۵	۲۰/۲۷

براساس نتایج به دست آمده عوامل اهمیت سرزمین قومی، کمال‌گرایی و اهمیت ارزش‌های سنتی دارای بیشترین مقدار میانگین هستند و عوامل استفاده از ارتباطات جمعی، ملی‌گرایی، اهمیت جامعه قومی، اهمیت مناسک ملی، دین، تمایز یافتگی عاطفی، نقش فضای مجازی، تمایز یافتگی فردی و ایران‌گرایی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. میانگین بعد دینی نیز برابر با ۲۴/۹۸ و انحراف معیار آن برابر با ۱۷/۴۷ است.

بررسی نقش بعد دینی در هویت فردی نشان می‌دهد که این بعد با توجه به جنسیت، قومیت، سن و عضویت یا عدم عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی تغییر می‌کند. بررسی میانگین بعد دینی هویت فردی برحسب جنسیت نشان می‌دهد که میانگین آن در مردان برابر با ۲۵/۶۶ و در زنان برابر با ۲۴/۳۱ است. انحراف معیار بعد دینی هویت فردی زنان برابر با ۱۶/۷۸ و در مردان برابر با ۱۸/۱۴ است. این یافته نشان می‌دهد که اگرچه میانگین بعد دینی در شاکله هویت فردی مردان بالاتر از زنان است؛ ولی مقدار انحراف معیار نشان می‌دهد که بعد دینی در زنان شکل منسجم‌تر و متجانس‌تری نسبت مردان دارد.

جدول ۳: میانگین بعد دینی هویت فردی در بین گروه‌های جنسی

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
زن	۶۵۱	۲۴/۳۱۷۶	۱۶/۷۸۲۸۱	۰/۶۵۷۷۷
مرد	۶۳۹	۲۵/۶۶۵۱	۱۸/۱۴۱۷۲	۰/۷۱۷۶۸
آزمون T		T=-۱/۳۸		p>۰/۰۵
آزمون لون		F=۷/۴۸		p<۰/۰۵

بررسی معناداری تفاوت میانگین‌ها از آزمون اختلاف میانگین‌ها استفاده شد. نتایج آزمون لون نشان داد که واریانس دو گروه برابر است. آزمون مقایسه میانگین‌ها نیز نشان می‌دهد که اختلاف میانگین در بین دو گروه مردان و زنان معنادار ( $p > 0/05$ ;  $t = -1/38$ ) نیست و جنسیت عامل تعیین‌کننده‌ای در بعد دینی هویت فردی نیست؛ به عبارت دیگر در بین مرد و زن تفاوتی از حیث بعد دینی هویت فردی وجود ندارد.

نتایج به دست آمده در خصوص جایگاه دین در هویت فردی براساس قومیت نشان می‌دهد که بالاترین میانگین با مقدار ۲۹/۷۹ به قوم کرد اختصاص دارد. قوم ترک با میانگین ۲۷/۵۷، قوم لر با میانگین ۲۷/۵۰، قوم گیلک میانگین ۲۶/۵۶، قوم فارس با میانگین ۲۲/۶۹ و قوم عرب با میانگین ۲۰/۳۳ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۴: میانگین بعد دینی هویت فردی در بین اقوام

تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد	۹۵ درصد فاصله اطمینان برای میانگین		
				حد پایین	حد بالا	
۱۵۰	۲۹,۷۹۴۹	۱۹,۶۵۳۰۱	۱,۶۰۴۶۶	۲۶,۶۲۴	۳۲,۹۶۵۷	کرد
۲۴۱	۲۷,۵۷۷۴	۱۶,۵۹۱۳۵	۱,۰۶۸۷۴	۲۵,۴۷۲۱	۲۹,۶۸۲۷	ترک
۳۳	۲۷,۵۰۵۸	۱۶,۴۳۴۱۹	۲,۸۶۰۸۲	۲۱,۶۷۸۵	۳۳,۳۳۳۱	لر
۱۲۸	۲۶,۵۶۲۵	۱۵,۹۷۴۷۳	۱,۴۱۱۹۸	۲۳,۷۶۸۴	۲۹,۳۵۶۶	گیلک
۶۱۷	۲۲,۶۹۰۴	۱۷,۵۸۰۱۱	۰,۷۰۷۷۵	۲۱,۳۰۰۵	۲۴,۰۸۰۳	فارس
۵۹	۲۰,۳۳۹	۱۲,۰۱۶	۱,۵۶۴۳۵	۱۷,۲۰۷۶	۲۳,۴۷۰۴	عرب
۳۱	۱۷,۸۶۶۰	۱۲,۷۷۷۴۳	۲,۲۹۴۸۹	۱۳,۱۷۹۲	۲۲,۵۵۲۸	سایر
۱۲۹۰	۲۴,۹۸۵۱	۱۷,۴۷۵۳۸	۴۸۶۵۵	۲۴,۰۳۰۶	۲۵,۹۳۹۶	کل
آزمون ANOVA		F=۶,۸۶۸		p<۰,۰۵		
آزمون لون		F=۴,۱۱۸		p<۰,۰۵		

نتایج تحلیل واریانس نیز نشان می‌دهد که تفاوت مشاهده شده در بین اقوام معنادار ( $p < ۰,۰۵$ ) است. نتایج آزمون شفه نشان نیز می‌دهد که فقط اختلاف میانگین قوم فارس با قوم کرد ( $p < ۰,۰۵$ ) تفاوت دارد و بین سایر اقوام از این حیث تفاوت معناداری وجود ندارد. بررسی نتایج میانگین بعد دینی هویت فردی براساس گروه‌های سنی نشان می‌دهد که بزرگسالان بیشترین میزان بعد دینی هویت فردی را در بین سه گروه نسلی دارا هستند. میانگین بعد دینی هویت فردی در بزرگسالان برابر با ۲۶/۴۶ و انحراف معیار آن برابر ۱۷/۴۲ است. جوانان با میانگین ۲۵/۲۸ و میانسالان با میانگین ۲۳/۹۰ در رتبه بعدی قرار دارند.

جدول ۵: میانگین بعد دینی هویت فردی در بین گروه‌های سنی

تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد	
۴۹۹	۲۳,۹۰۹۴	۱۷,۲۲۸۶۷	۰,۷۷۱۲۶	جوانان
۳۱۳	۲۶,۴۶۸۴	۱۷,۴۲۵۹۴	۰,۹۸۴۹۷	میانسالان
۱۲۷۹	۲۵,۰۳۷۶	۱۷,۴۴۲۳۱	۰,۴۸۷۷۲	بزرگسالان
ANOVA		F=۲,۱۴۸		کل
		Sig=۰,۱۱۷		آزمون ANOVA

نتایج تحلیل واریانس نشان می‌دهد که اختلاف میانگین بعد دینی با توجه به گروه‌های سنی معنادار ( $p > ۰,۰۵$ ) نیست. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت اختلاف مشاهده شده در جامعه اتفاقی بوده و تفاوتی بین گروه‌های نسلی در میزان بعد دینی هویت فردی وجود ندارد.

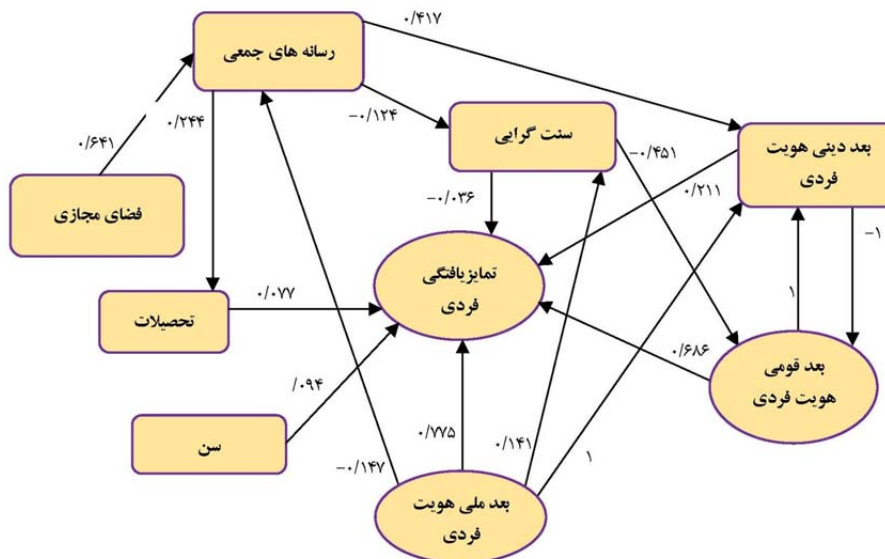
بررسی میانگین بعد دینی هویت فردی در بین افراد عضو و غیرعضو در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز نشان می‌دهد که میانگین بعد دینی هویت فردی افراد غیرعضو برابر با ۲۵/۶۶ و افراد عضو برابر با ۲۴/۳۱ است.

جدول ۶: میانگین بعد دینی هویت فردی با توجه به عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

میانگین خطای استاندارد	خطای استاندارد	میانگین	تعداد	
۰/۶۵۷۷۷	۱۶/۷۸۲۸۱	۲۵/۶۶۵۱	۶۵۱	افراد غیرعضو
۰/۷۱۷۶۸	۱۸/۱۴۱۷۲	۲۴/۳۱۷۶	۶۳۹	افراد عضو شبکه‌های اجتماعی
$p < ۰/۰۵$		$F = ۷/۴۸۹$		آزمون لون
$p > ۰/۰۵$		$T = -۱/۳۸۵$		آزمون T

نتایج آزمون لوین فرض برابری واریانس در بین دو گروه را تأیید می‌کند ( $p < ۰/۰۵$ ) ولی آزمون مقایسه میانگین‌ها با توجه به این فرض نشان می‌دهد که اختلاف میانگین در بین دو گروه افراد غیرعضو و افراد عضو در شبکه‌های اجتماعی مجازی معنادار ( $p > ۰/۰۵$ ) نیست. بنابراین می‌توان گفت بین میزان بعد دینی هویت فردی افراد و عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی تفاوت معنادار وجود ندارد و عضویت در شبکه‌های اجتماعی تفاوتی در بعد دینی هویت فردی افراد ایجاد نمی‌کند.

بررسی رابطه بین ابعاد مختلف هویت فردی نشان می‌دهد که ابعاد سازنده هویت فردی با یکدیگر رابطه داشته و با یکدیگر تعامل دارند. مدل زیر رابطه ابعاد هویت فردی و میزان تعامل آنها را با یکدیگر نشان می‌دهد.



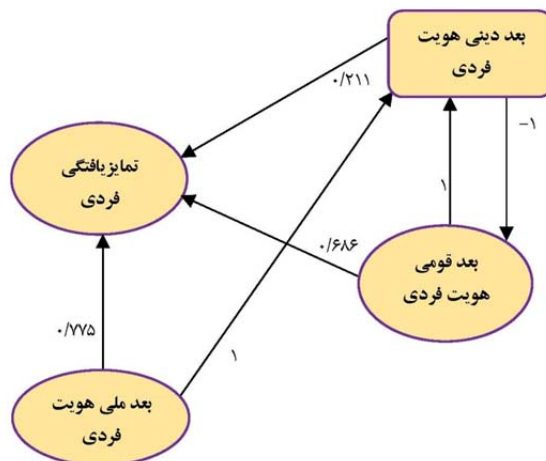
شکل ۱: عوامل سازنده هویت فردی

بررسی شاخص‌های برازش مدل نیز نشان می‌دهد که مدل به دست آمده از برازش مناسبی برخوردار است که نتایج آن در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷: شاخص‌های برازش مدل نهایی

شاخص	مقدار	دامنه مورد قبول	نتیجه
$\chi^2$	۱/۳۱۴	$\chi^2 < 2$	تأیید مدل
P.value	۰/۱۱۰	P.value > ۰/۵	تأیید مدل
CMIN	۴۲/۰۵۳	-	تأیید مدل
RMSEA	۰/۰۱۵	RMSEA < ۰/۱	تأیید مدل
PCLOSE	۱/۰۰۰	PCLOSE > ۰/۹	تأیید مدل
NFI	۰/۹۹۰	NFI > ۰/۹	تأیید مدل
CFI	۰/۹۹۸	CFI > ۰/۹	تأیید مدل
TLI	۰/۹۹۴	TLI > ۰/۹	تأیید مدل
RFI	۰/۹۷۶	RFI > ۰/۹	تأیید مدل
GFI	۰/۹۹۵	GFI > ۰/۹	تأیید مدل

همان‌گونه که در شکل ۱ مشاهده می‌شود متغیر مرکزی هویت فردی تمایز یافتگی فردی است. یکی از متغیرهای مهم و میانجی در این مدل بعد دینی است. بعد دینی از طریق دو چرخه (شکل‌های ۲ و ۳) یعنی چرخه ابعاد اجتماعی و چرخه رسانه‌های جمعی میانجی تأثیر بر تمایز یافتگی است. در چرخه اول بعد دینی هویت فردی با تأثیرپذیری از بعد ملی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم و از طریق بعد قومی بر تمایز یافتگی تأثیر می‌گذارد.



شکل ۲: چرخه ابعاد اجتماعی هویت فردی

در چرخه تعامل ابعاد اجتماعی بین بعد دینی، بعد ملی و بعد قومی چرخه‌ای ایجاد شده است که بعد دینی از بعد ملی تأثیر گرفته و بر تمایز یافتگی اثر می‌گذارد. البته بین بعد دینی و بعد قومی رابطه‌ای دوسویه وجود دارد به طوری که بعد دینی هم بر بعد قومی اثر می‌گذارد و هم از آن متأثر است. مقدار تأثیر این متغیرها بر یکدیگر در چرخه یادشده در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸: روابط مستقیم متغیرها در مدل

روابط مستقیم متغیرها در مدل	مقدار برآورد	مقدار استاندارد	خطای استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
رابطه بعد ملی با بعد دینی	۴/۴۵۳	۱	۱/۴۰۴	۳/۱۷۱	$P < ۰/۰۱$
رابطه بعد دینی با بعد قومی	۰/۸۶۸	۱	۰/۰۷۷	۱۱/۳۱۸	$P < ۰/۰۱$
رابطه بعد قومی با بعد دینی	-۷/۲۱۱	-۱	۲/۳۸۹	-۳/۰۱۹	$P < ۰/۰۱$
رابطه بعد دینی با تمایز یافتگی	۰/۱۲۲	۰/۲۱۱	۰/۰۳۷	۳/۲۷۴	$P < ۰/۰۱$
رابطه بعد قومی با تمایز یافتگی	۰/۰۹۷	۰/۰۹۳	۰/۱۱۷	۰/۸۲۲	$P < ۰/۰۵$
رابطه بعد ملی با تمایز یافتگی	۰/۷۵۶	۰/۷۷۵	۰/۱۴۵	۵/۲۰۶	$P < ۰/۰۱$

همان‌گونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود بین بعد ملی با بعد دینی و تمایز یافتگی، بین بعد دینی با بعد قومی و تمایز یافتگی، بین بعد قومی با بعد دینی و تمایز یافتگی رابطه فردی معنادار وجود دارد. در این چرخه بعد دینی با تأثیرپذیری از بعد ملی ( $\beta = ۰/۰۱$ ;  $p < ۰/۰۱$ ) و سپس تحت تأثیر قرار دادن بعد قومی بر تمایز یافتگی فردی ( $\beta = ۰/۲۱۱$ ;  $p < ۰/۰۱$ ) تأثیر می‌گذارد. بعد دینی همچنین با اثرگذاری بر بعد قومی ( $\beta = -۱$ ;  $p < ۰/۰۱$ ) و کاهش میزان بعد قومی، به صورت غیرمستقیم باعث افزایش تمایزگرایی فردی ( $\beta = ۰/۲۱۱$ ;  $p < ۰/۰۱$ ) در افراد می‌شود. این متغیرها علاوه بر اینکه به صورت مستقیم بر تمایز یافتگی تأثیر دارند به صورت غیرمستقیم نیز بر این متغیر اثر گذاشته و آن را تغییر داده‌اند. در جدول ۹ میزان تأثیر غیرمستقیم این متغیرها بر تمایز یافتگی ارائه شده است.

جدول ۹: روابط غیرمستقیم متغیرها در مدل

روابط مستقیم متغیرها در مدل	مقدار برآورد	مقدار استاندارد	خطای استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
رابطه بعد دینی با تمایز یافتگی	-۰/۰۹۴	-۰/۱۶۲	۰/۰۳۷	-۲/۵۴۰	$P < ۰/۰۱$
رابطه بعد قومی با تمایز یافتگی	-۰/۱۰۸	-۰/۱۹۶	۰/۱۱۷	-۰/۹۲۳	$P < ۰/۰۵$
رابطه بعد ملی با تمایز یافتگی	۰/۱۲۵	۰/۱۲۸	۰/۱۴۵	۰/۸۶۲	$P < ۰/۰۵$



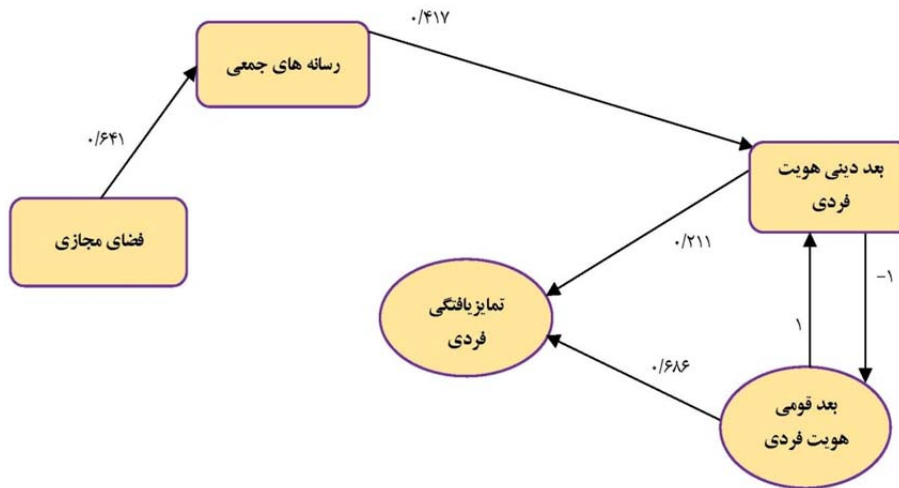
بررسی روابط غیرمستقیم در چرخه ابعاد اجتماعی بر تمایز یافتگی نشان می‌دهد که بعد دینی ( $\beta = -0.162$ ;  $p < 0.01$ ) و بعد قومی ( $\beta = -0.196$ ;  $p < 0.05$ ) بر تمایز یافتگی فردی تأثیر دارند. بعد دینی همچنین با اثرگذاری بر بعد قومی و کاهش میزان بعد قومی، باعث کاهش تمایز یافتگی فردی می‌شود. روابط کلی متغیرهای مورد بررسی در چرخه یاد شده در جدول ۱۱ آمده است.

جدول ۱۰: روابط کلی متغیرها در مدل

مقدار برآورد	مقدار استاندارد	خطای استاندارد	مقدار t	سطح معناداری	
۰/۶۶۶	۰/۳۹۴	۱/۴۰۴	۰/۴۷۴	$P < 0.05$	رابطه بعد ملی با بعد دینی
۰/۱۲۰	۰/۲۱۶	۰/۰۷۷	۱/۵۵۸	$P < 0.05$	رابطه بعد دینی با بعد قومی
-۰/۹۹۳	-۰/۵۵۱	۲/۳۸۹	-۰/۴۱۵	$P < 0.05$	رابطه بعد قومی با بعد دینی
۰/۰۲۸	۰/۰۴۹	۰/۰۳۷	۰/۷۵۶	$P < 0.05$	رابطه بعد دینی با تمایز یافتگی
-۰/۱۰۸	-۰/۱۰۳	۰/۱۱۷	-۰/۹۲۳	$P < 0.05$	رابطه بعد قومی با تمایز یافتگی
۰/۸۸۱	۰/۹۰۳	۰/۱۴۵	۶/۰۷۵	$P < 0.01$	رابطه بعد ملی با تمایز یافتگی

همان‌گونه که نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد روابط کلی این متغیرها با یکدیگر نیز معنادار است. از این رابطه‌ها، رابطه بعد ملی با بعد دینی ( $\beta = 0.394$ ;  $p < 0.05$ ) و تمایز یافتگی ( $\beta = 0.903$ ;  $p < 0.01$ )، بعد دینی با بعد قومی ( $\beta = 0.216$ ;  $p < 0.05$ ) و تمایز یافتگی ( $\beta = 0.049$ ;  $p < 0.05$ ) مثبت است ولی رابطه بعد قومی با بعد دینی ( $\beta = -0.551$ ;  $p < 0.05$ ) و تمایز یافتگی ( $\beta = -0.103$ ;  $p < 0.05$ ) منفی است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت ابعاد دینی و ملی باعث افزایش تمایز یافتگی فردی و برجسته شدن تفاوت‌های فردی می‌شود ولی بعد قومی با کاهش تمایز یافتگی باعث افزایش مشابهت‌های فردی شده و به شکل‌گیری «ما»ی جمعی کمک می‌کند.

چرخه دیگری که در مدل با محوریت دین تشکیل شده است چرخه‌ای است که از متغیر فضای مجازی شروع شده و از طریق رسانه‌های جمعی بر بعد دینی و تعامل بعد دینی و قومی بر تمایز یافتگی تأثیر می‌گذارد.



شکل ۳: چرخه رسانه‌های اجتماعی در هویت فردی

همان‌گونه که در شکل ۳ مشاهده می‌شود فضای مجازی با میانجیگری رسانه‌های جمعی از طریق بعد دینی بر بعد قومیت هویت فردی اثر گذاشته و با تغییر قرائت فرد از دین و بعد قومیت بر تمایز یافتگی فردی اثر دارد. در واقع اگرچه فضای مجازی به صورت مستقیم بر بعد دینی هویت فردی اثر ندارد ولی به صورت غیرمستقیم از طریق رسانه‌های جمعی بر بعد دینی تأثیر می‌گذارد. نتایج روابط مستقیم متغیرهای سازنده این چرخه در جدول ۱۱ آمده است.

جدول ۱۱: روابط مستقیم متغیرها در مدل

سطح معناداری	مقدار t	خطای استاندارد	مقدار استاندارد	مقدار برآورد	
$P < ۰/۰۱$	۲۱/۴۶۲	۰/۰۲۸	۰/۶۴۱	۰/۶۱۰	رابطه فضای مجازی و رسانه‌های جمعی
$P < ۰/۰۱$	۸/۴۶۲	۰/۰۹۰	۰/۶۸۶	۰/۷۵۹	رابطه رسانه‌های جمعی با بعد دینی
$P < ۰/۰۱$	۱۱/۳۱۸	۰/۰۷۷	۱	۰/۸۶۸	رابطه بعد دینی با بعد قومیت
$P < ۰/۰۱$	-۳/۰۱۹	۲/۳۸۹	-۱	-۷/۲۱۱	رابطه بعد قومیت با بعد دینی
$P < ۰/۰۱$	۳/۲۷۴	۰/۰۳۷	۰/۲۱۱	۰/۱۲۲	رابطه بعد دینی با تمایز یافتگی
$P < ۰/۰۵$	۰/۸۲۲	۰/۱۱۷	۰/۰۹۳	۰/۰۹۷	رابطه بعد قومیت با تمایز یافتگی

بررسی روابط مستقیم این چرخه نشان می‌دهد که در این فرایند رابطه متغیر فضای مجازی با رسانه‌های اجتماعی ( $\beta = ۰/۶۴۱$ ;  $p < ۰/۰۱$ )، رابطه رسانه‌های جمعی با متغیر بعد دینی ( $\beta = ۰/۶۸۶$ ;  $p < ۰/۰۱$ )، رابطه بعد دینی با بعد قومیت ( $\beta = ۱$ ;  $p < ۰/۰۱$ ) و تمایز یافتگی

( $p < 0/01$ ;  $\beta = 0/211$ ) و رابطه بعد قومی با بعد دینی ( $p < 0/01$ ;  $\beta = -1$ ) و تمایز یافتگی (معنادار است). این روابط جز رابطه بین بعد دینی و بعد قومی که منفی و معکوس است روابط بین سایر متغیر مثبت و مستقیم است.

جدول ۱۲: روابط غیرمستقیم متغیرها در مدل

سطح معناداری	مقدار t	خطای استاندارد	مقدار استاندارد	مقدار برآورد	
$P < 0/01$	-۲/۵۴۰	۰/۰۳۷	-۰/۱۶۲	-۰/۰۹۴	رابطه بعد دینی با تمایز یافتگی
$P < 0/05$	-۰/۹۲۳	۰/۱۱۷	-۰/۱۹۶	۰/۱۰۸	رابطه بعد قومی با تمایز یافتگی
$P < 0/05$	-۱/۹۱۱	۰/۰۴۵	-۰/۳۹۱	-۰/۰۸۶	رابطه رسانه‌های جمعی با بعد دینی

بررسی روابط غیرمستقیم بین متغیرهای چرخه رسانه‌های جمعی نشان می‌دهد که رابطه غیرمستقیم بعد دینی با تمایز یافتگی ( $p < 0/01$ ;  $\beta = -0/162$ ) و بعد قومی ( $p < 0/05$ ); ( $\beta = -0/196$ ) با تمایز یافتگی فردی و همچنین رابطه رسانه‌های جمعی با بعد دینی ( $p < 0/05$ ); ( $\beta = -0/391$ ) معنادار است. رابطه غیرمستقیم همه متغیرهای ذکر شده منفی و معکوس است.

جدول ۱۳: روابط کلی متغیرها در مدل

سطح معناداری	مقدار t	خطای استاندارد	مقدار استاندارد	مقدار برآورد	
$P < 0/01$	۲۱/۷۸۵	۰/۰۲۸	۰/۶۴۱	۰/۶۱۰	رابطه فضای مجازی و رسانه‌های جمعی
$P < 0/05$	۰/۱۵۵	۰/۰۴۵	۰/۰۲۷	۰/۰۰۶	رابطه رسانه‌های جمعی با بعد دینی
$P < 0/05$	۱/۵۵۸	۰/۰۷۷	۰/۲۱۶	۰/۱۲۰	رابطه بعد دینی با بعد قومی
$P < 0/05$	۰/۷۵۶	۰/۰۳۷	۰/۰۴۹	۰/۰۲۸	رابطه بعد دینی با تمایز یافتگی
$P < 0/05$	-۰/۴۱۵	۲/۳۸۹	-۰/۵۵۱	-۰/۹۹۳	رابطه بعد قومی با بعد دینی
$P < 0/05$	-۰/۹۲۳	۰/۱۱۷	-۰/۱۰۳	-۰/۱۰۸	رابطه بعد قومی با تمایز یافتگی

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که روابط کلی متغیرهای چرخه رسانه‌های اجتماعی نیز معنادار است. از این رابطه‌ها، رابطه فضای مجازی با رسانه‌های جمعی ( $p < 0/01$ ;  $\beta = 0/641$ )، رابطه رسانه‌های جمعی با بعد دینی ( $p < 0/05$ ;  $\beta = 0/027$ )، رابطه بعد دینی با بعد قومی ( $p < 0/05$ ;  $\beta = 0/216$ ) و تمایز یافتگی ( $p < 0/05$ ;  $\beta = 0/049$ ) مثبت و مستقیم است؛ ولی رابطه بین بعد قومی با بعد دینی ( $p < 0/05$ ;  $\beta = -0/551$ ) و تمایز یافتگی ( $p < 0/05$ ;  $\beta = -0/103$ ) منفی و معکوس است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای فعالیت در فضای مجازی،

رسانه‌های جمعی و بعد دینی باعث افزایش تمایز یافتگی فردی شده و در برجسته شدن هویت فردی نقش دارند؛ ولی بعد قومی با کاهش تمایز یافتگی فردی به شکل‌گیری «ما»ی جمعی کمک می‌کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که هویت فردی ایرانیان چندلایه و پیچیده بوده و عناصر مختلفی در ساخت آن نقش دارند. اهمیت سرزمین قومی، کمال‌گرایی، اهمیت ارزش‌های سنتی، استفاده از ارتباطات جمعی، ملی‌گرایی، اهمیت جامعه قومی، اهمیت مناسک ملی، دین، تمایز یافتگی عاطفی، نقش فضای مجازی، تمایز یافتگی فردی و ایران‌گرایی از مهم‌ترین عوامل سازنده هویت فردی ایرانیان است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دین یکی از عناصر سازنده هویت فردی ایرانیان است که به هم به صورت مستقیم و به صورت غیرمستقیم بر هسته مرکزی هویت فردی یعنی تمایز یافتگی فردی تأثیر دارد. یافته‌های این پژوهش در خصوص جایگاه دین در هویت فردی با نتایج پژوهش‌های دهشیری (۱۳۸۴)، نجفی و همکاران (۱۳۸۵) و رجایی و همکاران (۱۳۸۸) که بر جایگاه دین در هویت فردی و بحران هویت مورد تأکید قرار داده‌اند همخوانی دارد هرچند در میزان و شدت اهمیت در پژوهش‌ها کمی تفاوت دارد که آن نیز می‌تواند نتیجه ابزار و مقیاس‌ها سنجش دین و دینداری باشد. در این بین قومیت و سن در شدت و ضعف دین در تمایز یافتگی مؤثر هستند؛ بررسی اهمیت فردی از نظر جنسیت، قومیت و گروه نسلی افراد نشان می‌دهد که نقش دین در هویت فردی مردان بیشتر از زنان است و این مؤلفه در هویت فردی مردان و شکل‌گیری تمایز یافتگی آنها نقش پررنگ‌تری دارد. هرچند این تفاوت از نظر آماری مورد تأیید قرار نگرفت و رد شد. این یافته با یافته‌های پژوهش دهشیری (۱۳۸۴) که با نتیجه مشابهی دست یافته بود همخوانی دارد. اهمیت و نقش دین در هویت فردی افراد براساس قومیت آنها نشان می‌دهد که اختلاف میانگین این مؤلفه در بین گروه‌های قومی فارس و کرد معنادار و متفاوت است و نقش دین در هویت فردی قوم کرد بیشتر از قوم فارس است. اولین نکته‌ای که در این باره می‌تواند به ذهن خطور کند تمایز مذهبی دو قوم است؛ ولی با توجه به عدم تفاوت معنادار میانگین قوم کرد با سایر اقوام شیعه از قبیل قوم گیلک، قوم لر، قوم عرب و قوم ترک این گزاره را دچار تردید کرده و از اعتبار ساقط می‌کند. از سوی دیگر تفاوت نزدیک به معنادار میانگین قوم ترک و قوم فارس ( $p=0/052$ ) که از نظر مذهبی یکسان هستند تردیدها درباره نقش تفاوت مذهبی را بیشتر می‌کند؛ بنابراین علت این مسئله را می‌توان در افزایش تضاد قومی گروه‌های قومی ترک و کرد با قوم فارس در سال‌های

اخیر جستجو کرد و این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که تضادهای قومی باعث تغییر جایگاه دین در منظومه هویت فردی افراد شده و این تفاوت را ایجاد کرده است. بررسی جایگاه دین در بین گروه‌های نسلی نیز نشان داد که این عنصر از نظر آماری معنادار نیست و اگرچه جایگاه دین در بین بزرگسالان بیشتر از جوانان و میانسالان است؛ ولی این تفاوت از نظر آماری معنادار نیست. همچنین بررسی جایگاه دین در بین افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی بودند و کسانی که از این شبکه‌ها استفاده نمی‌کنند نیز نشان داد که این مسئله از آماری معنادار نیست، هرچند بالا بودن نقش دین در هویت فردی افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی نیستند نشان می‌دهد که این مسئله در حال پررنگ شدن است و احتمالاً به مرور در سال‌های آینده میزان این تفاوت بیشتر خواهد شد.

نتایج پژوهش نشان داد که دین در تعامل با سایر متغیرها و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هویت فردی هم‌زمان دو نقش مهم را ایفا می‌کند: دین از یک طرف به‌عنوان عامل مهم در افزایش تمایز یافتگی به‌عنوان هسته مرکزی هویت فردی دارد و از طرف دیگر در تعامل با هویت قومی به شکل‌گیری «ما»ی جمعی کمک می‌کند. این مسئله به‌ویژه در ساخت هویت اجتماعی و افزایش پیوندهای افراد در گروه و ایجاد تعلق گروهی نقش مهمی دارد و نشان‌دهنده جایگاه دین به‌عنوان یکی از عناصر مهم ایجادکننده همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح اجتماعات است که در فرایند تعامل با سایر مؤلفه‌ها و متغیرهای سازنده هویت فردی با ایجاد تعلق خاطر در بین افراد، به ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی کمک می‌کند. نکته مهم دیگری که در این پژوهش به دست آمد این است که با توجه به عدم مشاهده رابطه مستقیم بین بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی مجازی و بعد دینی هویت فردی، این مؤلفه با میانجی‌گری رسانه‌های جمعی بر بعد دینی هویت فردی و در ادامه بر تمایز یافتگی تأثیر می‌گذارد.

## منابع

۱. آذربایجانی، مسعود (۱۳۸۵)، مقیاس سنجش دینداری (تهیه و ساخت آزمون جهت‌گیری مذهبی با تکیه بر اسلام)، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۲. آزاد ارمکی، تقی؛ احمد غیاثوند (۱۳۸۱)، «تحلیل جامعه‌شناختی وضعیت دینداری جوانان با رویکرد بی‌شکلی دین‌ورزی»، پژوهشنامه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ش ۳۵، ص ۱۱۷-۱۴۸.
۳. افروغ، عماد (۱۳۷۳)، «دین و قشربندی اجتماعی»، فصلنامه راهبرد، ش ۳، ص ۱۰۴-۱۱۹.
۴. بارون، رابرت و همکاران (۱۳۸۸)، روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه یوسف کریمی، چاپ سوم، تهران: انتشارات روان.
۵. بی، ارل (۱۳۸۱)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، ج ۱، تهران: انتشارات سمت.
۶. برجلی، زهرا؛ زهره خسروی، مه‌سیما پورشهریاری (۱۳۹۲)، «نقش جهت‌گیری مذهبی در ساختار هویت فردی»، فصلنامه روان‌شناسی و دین، سال ۶، ش ۳، ص ۹۷-۱۰۸.
۷. برگر، پیتر؛ توماس کوکمان (۱۳۷۵)، ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریبرز مجیدی، چاپ اول، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۸. جعفری‌نژاد، سیدابوالفضل (۱۳۸۴)، «تأملی در نظریات جامعه‌شناسی دینی معاصر»، فصلنامه نامه فرهنگ، ش ۵۶، تابستان، ص ۱۷۲-۱۹۱.
۹. جلیلی، عباس؛ مونس ارجمندی (۱۳۹۴)، «بررسی نقش دین در هویت انسان»، دومین کنفرانس بین‌المللی تفکر و پژوهش دینی، ۱۶ مهر ۱۳۹۴. [https://www.civica.com/Paper-CONFIR02-CONFIR02\\_007.html](https://www.civica.com/Paper-CONFIR02-CONFIR02_007.html)
۱۰. حیدری، حسین؛ ته‌مین شاوردی (۱۳۹۲)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۰، ش ۷۶، ص ۳۷-۶۴.
۱۱. دورکیم، امیل (۱۳۸۳)، صور بنیانی حیات دینی، ترجمه باقر پرهام، تهران: نشر مرکز.
۱۲. دهشیری، غلامرضا (۱۳۸۴)، «بررسی رابطه دینداری و بحران هویت در بین دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان یزد»، فصلنامه تعلیم و تربیت، سال ۲۱، ش ۱ (پیاپی ۸۲).

۱۳. دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰)، «جهانی شدن و هویت ملی»، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۲، ش ۴، ص ۵-۲۷.
۱۴. رجایی، علیرضا؛ محمدحسین بیاضی و حمید حبیبی‌پور (۱۳۸۸)، «باورهای مذهبی اساسی، بحران هویت و سلامت عمومی جوانان»، روان‌شناسی تحولی (روان‌شناسان ایرانی): زمستان، دوره ۶، ش ۲۲، ص ۹۷-۱۰۷.
۱۵. شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۸۴)، «مدلی برای سنجش دینداری در ایران»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۶، ش ۱، ص ۳۴-۶۶.
۱۶. الطایی، علی (۱۳۸۲)، بحران هویت قومی در ایران، تهران: چاپ دوم، چاپ شادگان.
۱۷. قربانی، علیرضا (۱۳۹۷)، «بررسی رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه گلستان»، دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، سال ۱۰، ش ۲۰، زمستان، ص ۱۰۳-۱۲۳.
۱۸. کلانتری، عبدالحسین؛ جلیل عزیزی، سعید زاهد زاهدانی (۱۳۸۸)، «هویت دینی و جوانان»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، ش ۶، تابستان، ص ۱۲۵-۱۴۱.
۱۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
۲۰. مساح، هاجر؛ حمید کاظمی و مریم قربانی (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه ابعاد چهارگانه هویت و جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی»، فصلنامه روان‌شناسی و دین، سال پنجم، ش ۴، زمستان ۱۳۹۱، ص ۶۹-۸۴.
۲۱. منصورنژاد، محمد (۱۳۸۳)، روش‌های قرآنی و روایی در حل بحران هویت دختران، در هویت و بحران هویت، به اهتمام علی علیخانی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی.
۲۲. نجفی، محمود؛ حسن احدی و علی دلاور (۱۳۸۵)، «بررسی رابطه کارایی خانواده و دینداری با بحران هویت»، فصلنامه دانشور رفتار، ش ۱۶، ص ۱۷-۲۶.
۲۳. یان رابرتسون (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه‌شناسی، ترجمه حسین بهروان، مشهد: آستان قدس رضوی، ص ۳۳۶.
24. Foster, J. D. & LaForce, B. (1999), a longitudinal study of moral, religious, and identity development in a Christian liberal arts environment, *Journal of Psychology and Theology*, v 27, p. 52-68

25. Furrow, J.L., King, P.E. & White, K. (2004), "Religion and Positive Youth Development: Identity, Meaning, and Prosocial Concerns". *Applied Developmental Science*, No. 8, P 17–26.
26. Heise David, R. (1998), Conditions for Empathic Solidarity, in Patrick Doreian and Thomas Fararo, *The Problem of Solidarity, Theories and Models*, Amsterdam: Gordon and Breach publishers.
27. Hood, A. B., & et al, (1986), Changes in ego identity during the college years. *Journal of College Student Personnel*, v 7, p. 107–113.
28. Jakelic, S. (2016), *Collectivistic religions: Religion, choice, and identity in late modernity*. Routledge.
29. Jakobson, T. (1998), *Anthropology ethnology and religion*, In the Encyclopedia of Religion. pp. 308-310.
30. Jenkins, R. (2014), *Social identity*. Routledge.
31. King, P. E, (2003), Religion and Identity: The Role of Ideological, Social, and Spiritual Contexts, *Applied Developmental Science*, v 7, p. 197–204.
32. Pederson, M, (2000), The relation of spiritual self- identity to religious orientation and attitudes, *Journal of Psychology & Technology*, v 128, p. 138-152.
33. Sprinthall, N. A., & Sprinthall, R. C. (1987), *Educational psychology: A developmental approach*. Random House.
34. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986), An integrative theory of group conflict, *The social psychology of intergroup relations*, 7-24.