

The Role of Media Literacy and Parent-Child Model on the Formation of Religious Identity in Children

Nayereh Rahmani

Department of Islamic Education and Educational Sciences, Imam Sadeq University,
Tehran, Iran. drrahmani@isu.ac.ir

Abstract

The purpose of the present study is to review the role of media literacy and parent-child model on the formation of religious identity in children. The research method is descriptive correlational design. The statistical population consists of all female high school students in Tehran. The research sample includes 345 students who were chosen by cluster sampling. For data collection, Religious Identity Questionnaire (Khoushāvi, 2011), Media Literacy Questionnaire (Falsafi, 2014), and Parent-Child Model Questionnaire (Bāqeri, 2013) were used. Data analysis was conducted by multivariate regression model using SPSS (version 26). The results showed that there is a significant relation between media literacy and formation of religious identity in teenagers and that those with higher media literacy have more stability in their character. Furthermore, the analysis of media literacy indices showed that there is a significant relation between a person's skill in comprehension of the content of media messages, informed selection of them, critical outlook on them, their analysis and formation of religious identity in teenagers. The results of the parent-child test also revealed that there is a positive and significant correlation between relationship with father and mother and development of religious identity.

Keywords: Media Literacy, Parent-Child Model, Religious Identity.

Received: 2023/10/05; **Received in revised form:** 2023/10/20; **Accepted:** 2023/11/09; **Published online:** 2023/11/14

How To Cite: Rahmani, N. (2023). The Role of Media Literacy and Parent-Child Model on the Formation of Religious Identity in Children. *Research Quarterly of Islamic Education and Training*, 4(4), p. 25-44. <https://doi.org/10.22034/RIET.2023.15471.1216>

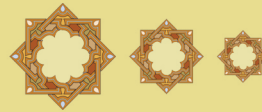
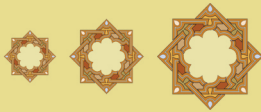
Publisher: Farhangian university

© the authors

<http://tarbiatmaaref.cfu.ac.ir/>

Article type: Research Article





نقش سواد رسانه‌ای و الگوی والد- فرزند در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان

نیره رحمانی

گروه معارف اسلامی و علوم تربیتی، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران. drrahmani@isu.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش سواد رسانه‌ای و الگوی والد- فرزند در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان است. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل دانش‌آموزان مقطع متوسطه دخترانه شهر تهران است. نمونه مورد مطالعه شامل ۳۴۵ نفر بوده که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه هویت دینی (خوشاوی، ۱۳۹۰)، سواد رسانه‌ای (فلسفی، ۱۳۹۳) و الگوی والد- فرزند (باقری، ۱۳۹۲) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل رگرسیون چندگانه، و با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان سواد رسانه‌ای و شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان، رابطه معناداری وجود دارد و افرادی که سواد رسانه‌ای بالاتری دارند، از ثبات بیشتری برخوردارند. همچنین در رابطه با شاخص‌های سواد رسانه‌ای، میان میزان مهارت فرد در درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌ها، نگاه انتقادی به پیام‌ها و تجزیه و تحلیل آنها، با شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان، رابطه وجود دارد. یافته‌های حاصل از آزمون رابطه والد- فرزند با شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان، نشان داد که بین رابطه با پدر و رابطه با مادر و شکل‌گیری هویت دینی، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، الگوی والد- فرزند، هویت دینی.



۱. مقدمه

دوران نوجوانی دوران نوجویی، تغییر و تحول است؛ دوره‌ای که فرد را با نیازها و خواسته‌های جدیدی روبرو می‌سازد. از مهم‌ترین این نیازها نیاز به هویت و شخصیت‌یابی است، که در کودکی به آن احساس نیازی نبود. شکل‌گیری هویت مختص به سال‌های نوجویی است و در این دوره افراد درصدد برقراری پیوند پایدار درونی میان باورها و ارزش‌های خود هستند و اگر نتوانند با موفقیت این دوره را پشت سر بگذارند، دچار بحران هویت و پیامدهای ناگوار آن خواهند شد (یاوری وثاق، ۱۳۹۲). از این‌رو، بحث هویت و مسائل مربوط به آن از مهم‌ترین دغدغه‌های افراد و مسئولان اجرایی جامعه است. بحران هویت، تعارض هویت، تغییر هویت و مشکلات ناشی از آنها، از جمله مسائلی است که در صورت دست نیافتن به هویتی صحیح و متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای مورد قبول جامعه، افراد با آن روبرو و کیفیت زندگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

هویت یکی از سازه‌های مهم است که فیلسوفان از آن برای تبیین ماهیت انسان و گسترش جهانی‌سازی (همک^۱، ۲۰۱۰)، سیاستمداران برای حفظ انسجام مردم و جهت دادن به اندیشه‌ها (برنشتاین^۲، ۲۰۰۵)، روان‌شناسان به منظور یافتن معنای زندگی و سلامت روان (واترمن^۳، ۲۰۱۱)، جامعه‌شناسان برای تبیین نقش‌های اجتماعی، مردم‌شناسان به منظور شناخت فرهنگ‌های مختلف (سرپ^۴ و استریکو^۵، ۲۰۱۱) و دینداران برای دست یافتن فرد به مجموعه‌ای از اصول و عقاید دینی در گروه‌های مذهبی، به طوری که این عقاید بخشی از شخصیت فرد شود و فرد نسبت به آن اعتقاد و شناخت پیدا کند (کیزر^۶، ۲۰۱۵)، استفاده می‌کنند.

نظریه‌پردازان و پژوهشگران هر کدام به تناسب دیدگاه خود تعریف خاصی از هویت ارائه داده‌اند. بر پایه تعریف اریکسون^۷ (۱۹۶۸) هویت عبارت است از: ادراک همسانی و تداوم خود در فضا و زمان؛ به این معنا که فرد در موقعیت‌های مختلف و در طول زمان انسجام و یکپارچگی داشته باشد. از نظر مارسیا^۸

1. Hammack
2. Bernstein
3. Waterman
4. Serpe
5. Stryker
6. Keiser
7. Erikson
8. Marcia

(۱۹۹۳)، هویت یک سازمان‌یافتگی پویا از کساننده‌ها، توانایی‌ها، باورها و تاریخچه فردی است. برزونسکی^۱ (۲۰۱۱)، هویت را یک ساخت‌شناختی یا تئوری می‌داند، که از مفروضه‌ها، باورها و روان‌بنه‌ها تشکیل یافته است و چارچوب مرجع برای انتخاب و تفسیر اطلاعات مربوط به خود را فراهم می‌سازد (نوری و همکاران، ۱۳۹۵).

هویت دارای لایه‌ها و سطوح مختلفی است؛ که یکی از عملی‌ترین گونه‌های لایه‌بندی هویتی، بحث هویت در سطوح دوگانه هویت فردی یا شخصی و اجتماعی است. هویت فردی به رابطه میان فرد با خود، خانواده و خویشاوندان و در درجه دوم، جنسیت خود برمی‌گردد. هویت اجتماعی به انتساب یا عضویت فرد به یک جمع یا گروه و در نتیجه شباهت او با سایر اعضای جمع مربوط می‌شود. در واقع هویت اجتماعی برداشت افراد از خود است، که از عضویت ادراک شده در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود و گونه‌های بسیاری دارد، که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به هویت‌های ملی، قومی و دینی اشاره کرد (عباسی قادی، ۱۳۹۶).

در واقع هویت هر فردی با دین و اعتقاد به خدا آمیخته گردیده است. خداوند بهترین راهنمایی‌ها را در مورد آنچه باید انسان به آن اعتقاد داشته باشد، ارزش‌هایی که قبول داشته باشد و باید‌ها و نباید‌هایی که در رفتارش رعایت کند، به انسان می‌آموزد؛ زیرا خالق انسان است و آفریننده بهتر از هرکس دیگری مخلوق خود را می‌شناسد و در مورد آنچه منجر به رشد او و سعادتش می‌شود، آگاه است. خداوند تمام راهنمایی‌های خود را در قالب دین برای بشر انجام داده است. بنابراین، دین مهم‌ترین منبع هویتی برای هدایت طراحان است و هویت دینی به بهترین شکل می‌تواند پاسخ پرسش‌های دانش‌آموزان برای نیل به سعادت را بدهد (نجفی و همکاران، ۱۴۰۰).

هویت دینی را می‌توان مجموعه‌ای شناختی، اعتقادی و روانی شامل ارزش‌ها، هنجارها، باورها، احساسات، نمادها، طرز تلقی‌ها و آگاهی‌های مختص به یک خود فردی - اجتماعی دانست، که حول یک محور غایی، سازمان‌یافته است و با اثرگذاری بر کنش‌های اجتماعی از یک سو، سبب همبستگی و انسجام درون‌گروهی (درون دینی) در میان اعضای گروه (دینداران) می‌شود و از سوی دیگر، موجبات تمایلات برون‌گروهی (برون دینی) را با دیگر افراد و گروه‌ها فراهم می‌آورد (رنوفی، ۱۳۸۹).

با عنایت به اینکه یکی از ویژگی‌های هویت، چند بُعدی بودن و مرکب بودن آن است، می‌توان گفت هویت دینی نیز متشکل از ابعاد و مؤلفه‌هایی است که در کنار یکدیگر مجموعه هویت دینی را سبب می‌شود.

الف) بُعد دینداری و نگرش به نفس دین: دینی بودن عنوان عاملی است که به هر فرد یا پدیده‌ای که ارزش‌ها و نشانه‌های دین در آن متجلی باشد، اطلاق می‌شود. تجلی ارزش‌ها و نشانه‌های دینی بودن فرد را می‌توان در نگرش، گرایش و کنش‌های آشکار و پنهان او شناسایی کرد.

ب) بعد فرهنگی (تعهدی): تعهد دینی مجموعه‌ای از عناصر شناختی نمادین و عملی است، که میراث سنتی خاص را تشکیل می‌دهد؛ مثل آموزه‌ها، کتاب‌ها، رفتارها، آیین‌ها، تاریخ اندیشه‌ها و شیوه‌های اندیشه‌ورزی که ریشه در فعالیت‌های اجتماعی اجتماعات دارند؛ نظیر عادات غذا خوردن، لباس پوشیدن، امور بهداشتی و نظایر آن؛ که با نظام اعتقادات مرتبط هستند؛ هنر و آموزه‌های زیباشناختی که به طور عملی توسعه یافته‌اند و با این اعتقادات ارتباط دارد و نظایر آن عناصر، بعد فرهنگی هویت است (فضل‌اللهی قمشی و شبانی، ۱۴۰۰).

ج) بعد تاریخی (تعلقی): منظور از آن، آگاهی و کسب دانش نسبت به پیشینه تاریخی دین و احساس تعلق خاطر و دلبستگی بدان است. این بعد به آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی دین خود و احساس دلبستگی به آن و اهتمام به حفظ و زنده نگهداشتن آن دلالت می‌کند (قادری، ۱۳۸۴، ص ۵۲).

موضوع هویت دینی و الگوی ارتباط آن، در هر دینی متفاوت است؛ چراکه هویت دینی به شدت به ماهیت و تاریخ ادیان، تاریخ جنبش‌های مذهبی و نوع عقاید دینی مربوط می‌شود. بنابراین، در اندازه‌گیری هویت دینی در هر دین خاص باید به ترجیحات دینی، نوع طبقه‌بندی فرقه‌ها و ارزش‌ها و نگرش‌های دینی هر کدام توجه کرد (قادی، ۱۳۹۶). از این رو، پژوهش حاضر جهت سنجش هویت دینی از پرسش‌نامه خوشاوی که سه مؤلفه مهم را در ارتباط با هویت دینی مورد بررسی قرار داده، استفاده کرده است. این مؤلفه‌ها عبارتند از:

- **اعتقادات دینی:** به معنای باورها و نگرش‌های دینی پیروان یک دین؛
- **عواطف دینی:** شامل احساسات و عواطف افراد نسبت به دین، نسبت به خداوند بزرگ، واقعیت و اقتدار خداوند؛

- **رفتارهای دینی:** منظور آن، اجرای برخی رفتارهای دینی مانند خواندن نماز، روزه گرفتن، دادن زکات و خمس و شرکت در مراسم دینی است (خوشاوی، ۱۳۹۰).

رتوفی (۱۳۸۹)، هویت دینی را شامل مؤلفه‌های ذاتی با زیرمؤلفه‌های شناختی و عاطفی و مؤلفه‌های پیامدی با زیرمؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی می‌داند و برای هر یک، مصداق‌هایی را به شرح زیر برمی‌شمارد:

- **شناختی** (اعتقاد به عدل الهی، باور به رسالت پیامبر اکرم (ص)، اعتقاد به امامان معصوم (ع) و کتاب آسمانی، ایمان به مسئله معاد، اعتقاد به نماز و روزه، باور مهدویت، و پیروی از مرجعیت و تقلید)؛

● **عاطفی** (احساس افتخار به مسلمان بودن، غرور و افتخار به سبب زندگی در یک کشور شیعه، آرامش به هنگام نیایش، بیزاری از خدشه‌دار شدن اسلام، افتخار به موفقیت مسلمانان و احساس همدردی و مسئولیت در قبال سایر مسلمانان)؛

● **اجتماعی** (باور به لزوم دستگیری از محرومان، انتخاب شاخص‌های دینداری در انتخاب همسر، دوست و شغل، حفظ حدود شرعی در روابط با نامحرم و اعتقاد به احکام اقتصادی دین)؛

● **فرهنگی** (تمایل به حفظ ظاهر و پوشش اسلامی و گرایش به شرکت در مراسم و آیین‌های مذهبی). پژوهش‌های متعددی به مسئله هویت دینی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و تقویت آن پرداخته‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که نه تنها عوامل فردی و خودشناسی، بلکه عوامل اجتماعی نظیر خانواده، گروه همسالان، رسانه‌ها نیز در تکوین هویت دینی نقش بسزا و چشمگیری دارند (فضل‌اللهی قمشی و شبیانی، ۱۴۰۰).

یکی از عوامل مؤثر در کسب هویت سالم در دوره نوجوانی و جوانی که نقش مهمی در ساختار شخصیت و هویت‌یابی افراد دارد، شیوه ارتباط والدین با فرزندان و پاسخگویی به آنهاست (حیدری و همکاران، ۱۳۹۷؛ باقری و غفاری جعفرزادگان، ۱۳۹۲). شناخت متغیرهای مرتبط با خانواده می‌تواند به درک بهتری از مفهوم کلی خانواده کمک کند. از جمله این متغیرها می‌توان به نحوه تعامل و الگوهای ارتباطی میان والدین با یکدیگر و والدین با فرزندان اشاره کرد (رضائیان و توتونچی، ۱۳۹۸). به نظر می‌رسد، الگوی تعاملی که مبتنی بر گفتگو، پذیرش و همنوایی (خوی‌نژاد، رجایی و شیرازی، ۱۳۹۱)؛ رفتار محبت‌آمیز و دلسوزانه والدین با فرزندان (هود، هیل و اسپیلکا، ۲۰۰۹، اعتصامی‌پور، باقری و زارع بهرام‌آبادی، ۱۳۹۹؛ پاکوفته و همکاران، ۱۴۰۰؛ پلرون^۱ و همکاران، ۲۰۱۵)؛ انسجام درونی خانواده و فضای عاطفی و روابط صمیمی بین افراد (نیلسون، ۲۰۱۴؛ آدمی داریان و ناینیان، ۱۳۹۸؛ شیرچی، رضائیان بیلندی و مصلحی، ۱۳۸۹) باشد، بهتر می‌تواند به رشد هویت دینی کمک کند.

باقری (۱۳۹۱)، در الگوی ارتباط والد-فرزندی، تأثیر ویژگی‌های حاکم بر ارتباط بین والد و فرزند را که بر روی جهت‌مندی و فعالیت‌های هدفمند فرزند تأثیر می‌گذارند، توضیح می‌دهد. براساس این الگوی نظری، نحوه شکل‌گیری هدف‌مندی، جهت‌مندی و فعالیت‌های هدف‌مند در افراد، متأثر از ارزش‌ها، باورها و قواعد؛ حمایت در کسب تجربه؛ فردیت و خودپذیری است و شدت و حدت آن موجب تشکیل سه الگوی اصلی در روابط حاکم بین والدین و فرزندان در یک پیوستار، یعنی الگوی ارتباط امنیت‌مدار،

الگوی تعادلی و الگوی آزادی‌مدار می‌شود. علاوه بر آن، روابط حمایتی والدین در جهت‌مندی فرزندان، با پایگاه هویتی و سازگاری ارتباطی فرزندان رابطه مثبت دارد (باقری و غفاری جعفرزادگان، ۱۳۹۲).

پژوهش‌های مختلف به پیش‌بینی هویت دینی فرزندان براساس الگوی تعاملی خانواده پرداخته‌اند (راشدی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رضایی، ۱۴۰۰؛ طهماسب‌نژاد و آریز، ۱۳۹۹؛ رضائیان و توتونچی، ۱۳۹۸؛ حکمت‌پور و صالحی امیری، ۱۳۹۹). به عنوان نمونه می‌توان به مطالعات رهبر و همکاران (۱۳۹۹)، افضل‌ی و همکاران (۱۳۹۸)، پوردققان و همکاران (۱۳۹۵)، حیدری و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد، که نشان می‌دهد، گسست یا ضعف در روابط والد-فرزند بر هویت‌یابی دینی فرزندان اثرگذار است؛ به طوری که در صورت ضعف روابط والد-فرزند، فرزندان بیشتر راهبرد اجتناب و عدم تبعیت از والدین را انتخاب می‌کنند.

یکی دیگر از عوامل بروز بحران هویت دینی در جوامع فعلی، گسترش استفاده از فضاهای مجازی، مانند اینترنت، ماهواره، اینستاگرام، فیس‌بوک و... (اشتیاقی و همکاران، ۱۳۹۱؛ مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۵؛ شریفی رهنمو و همکاران، ۱۳۹۷؛ کاروانی و امینی‌زاده، ۱۳۹۷؛ بذرافشان و رفیعی کته تلخ، ۱۳۹۲) است. همچنین شبکه‌های اجتماعی سایبری (رستمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲؛ احمدپور و قادرزاده، ۱۳۸۹؛ گودنز،^۱ ۲۰۱۷)، شبکه اطلاعات جهانی (ایزدی و قاسمی، ۱۳۹۰؛ تاجیک اسماعیلی و تاجیک اسماعیلی، ۱۳۹۴) و فناوری‌های نوین اطلاعاتی (ریبعی، ۱۳۸۷؛ سفیری و نعمت‌الهی، ۱۳۹۰؛ شریف‌زاده و میرمحمد تبار و سهرابی، ۱۳۹۳)، به عنوان آزادترین محیط‌هایی هستند که بشر تا به امروز با آن مواجه بوده و همین تنوع و گستردگی، منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف، یا کارکرد آن‌ها را با مشکل روبه‌رو کرده است.

زمانی این مسئله فراگیر می‌شود که تعامل فرهنگی از راه این رسانه‌ها، بدون تعامل فکری و علمی صورت می‌گیرد و گیرندگان پیام، بدون آگاهی یا آموزش و فرهنگ‌سازی در برابر تهاجم فرهنگ بیگانه قرار می‌گیرند و وارد تعامل یک‌سویه، بدون توانایی تولید اندیشه می‌شوند. در این صورت بدون سلاح، ایده و اندیشه، فرهنگ و ارزش‌های آن‌ها مورد هجوم فرهنگ بیگانه قرار خواهد گرفت (یاوری و وثاق، ۱۳۹۲)؛ درجه نفوذ رسانه در جوامع و تأثیرات آن‌ها به حدی است که آموزش سواد رسانه‌ای را به امری اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است (نجفی سولاری و حسنی، ۱۳۹۶).

سواد رسانه‌ای، مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد که به انسان کمک می‌کند، تا به طور مستقل فکر کند و تصویری کافی و همه‌جانبه از رسانه‌ها داشته باشد؛ همچنین به مخاطبان این امکان را می‌دهد،

که با آگاهی کامل، پیام‌های رسانه‌ای را پردازش نمایند و به دانش موجود در هر رسانه‌ای دست پیدا کنند. در واقع هدف سواد رسانه‌ای قدرت بخشیدن به افراد جهت کنترل خود در مقابل برنامه‌های رسانه‌ای است. دلیل اصلی برای آموزش این نوع سواد، کسب مهارت در مدیریت اطلاعات و شناخت تأثیرات ممکن در استفاده از رسانه‌ها است. به لحاظ نظری، افراد با داشتن سواد رسانه‌ای در برابر اطلاعات رسانه‌ای آسیب‌پذیری کم‌تری دارند؛ زیرا پیام‌هایی را که به منظور تأثیرگذاری بر آنها طراحی و ارسال شده است، شناسایی می‌کنند (حسینی، ۱۳۹۹).

سواد رسانه‌ای به توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف و توانایی معنی‌سازی اطلاق می‌شود و قابلیت است که به فرد امکان می‌دهد، تا با رسانه‌ها و ارائه دهندگان اطلاعات، به طور مؤثر تعامل داشته باشد و برای یادگیری مستمر و مادام‌العمر از آن بهره‌گیرد و در مواقع لازم، پیام‌ها و کارکردهای آن‌ها را نقد کند (هلاک^۱، ۲۰۱۶).

با مروری بر تعاریف و نظریه‌های صاحب‌نظران سواد رسانه‌ای به نظر می‌رسد، سواد رسانه‌ای در چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، فهم انتقادی و تولید پیام‌های رسانه‌ای خلاصه می‌شود که در ادامه و به اختصار، این مؤلفه‌ها بررسی می‌گردد.

الف) دسترسی: به فرصت‌های استفاده از رسانه‌ها مربوط می‌شود. باید به گونه‌ای درست میان دسترسی‌های فیزیکی به رسانه‌ها و محتوای آن‌ها و نیز توانایی نظری و عملی استفاده از رسانه‌ها تمایز قائل شد.

ب) استفاده: به بُعد فنی سواد رسانه‌ای اشاره دارد. با استفاده از این مهارت‌ها، مخاطب می‌تواند به طور مؤثر از وسایل ارتباطی و رسانه‌ای استفاده کند.

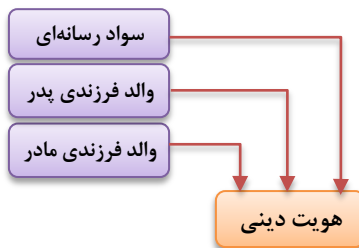
ج) فهم انتقادی: اشاره به فهم و ارزیابی انتقادی از رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای دارد و شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است.

د) تولید پیام‌های رسانه‌ای: مهارتی است که به افراد اجازه می‌دهد، پیام‌هایی با رمزهای مختلف خلق، تولید و منتشر کنند (باهر و چابکی، ۱۳۹۳).

با توجه به اینکه جامعه مورد استفاده در پژوهش حاضر، نوجوانان هستند، بنابراین، از تعریف و مؤلفه‌های فلسفی (۱۳۹۳) استفاده شده است. ایشان سواد رسانه‌ای را دیدگاه و مهارت‌هایی می‌دانند، که نوجوانان با داشتن آن‌ها نسبت به رسانه و تولیداتش نگاهی تفسیری، ترجیحی و منتقدانه پیدا کرده‌اند. در نتیجه، رابطه‌ای متوازن بین خود و رسانه تعریف می‌کنند. لذا، مؤلفه‌های درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای،

آگاهی از اهداف پنهان آن، گزینش آگاهانه، نگاه انتقادی و تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای را، جهت سنجش سواد رسانه‌ای در نظر گرفته است.

پژوهش‌های متعددی، نقش سواد رسانه‌ای و الگوی تعاملی والد-فرزندی را در هویت‌یابی فرزندان مورد مطالعه قرار داده‌اند (قنبری برزیان و همکاران، ۱۳۹۶؛ ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). قراباغی و همکاران (۱۳۹۷) شبکه‌های اجتماعی مجازی و عدم استفاده از سواد رسانه‌ای را باعث کاهش هویت دینی فرزندان و سستی تعامل افراد با خانواده‌ها می‌دانند. به اعتقاد نیازی و شفائی مقدم (۱۳۹۱)، قرار گرفتن در معرض رسانه‌هایی همچون اینترنت و ماهواره می‌تواند، در نگرش‌ها، رفتار و هویت مردم تأثیر بگذارد و استمرار به این تمایل در بلند مدت می‌تواند، سبب کاهش همدلی، پاسخ‌های پرخاشگرانه، عدم ارتباط و تعاملات مناسب با خانواده شود. اژدری (۱۳۹۷) و حسینی (۱۳۹۹) سواد رسانه‌ای را به عنوان ابزار قوی و مؤثر به منظور آگاهی از تأثیرات رسانه‌ها جهت ساخت و بازسازی هویت آنان ذکر کرده است. رشد سواد رسانه‌ای به عنوان یک راهکار فرهنگی و مورد قبول صاحب‌نظران می‌تواند، وحدت نظر خوبی را در میان مسئولان، نخبگان و آحاد جامعه به وجود آورد و در آینده با رشد سواد رسانه‌ای شاهد رشد روحیه منتقدانه در جوانان شد؛ تا هر محتوایی به راحتی بر روی اعتقادات و داشته‌هایشان تأثیر نگذارد. از سوی دیگر موفقیت طرح‌های بزرگ فرهنگی در هر جامعه‌ای نیازمند هم‌افزایی و مشارکت همه نهادها و به خصوص خانواده‌ها به عنوان اولین نهادها در شکل‌گیری هویت افراد مطرح است. در این وضعیت، اگر نهاد خانواده در فرایند زمینه‌سازی کسب هویت دینی فرزند خود به خوبی عمل نکند و نتواند الگوها و هنجارهای هویت دینی را برای آنان ساخته و درونی کند، افراد نسبت به هویت دینی خود احساس پوچی خواهند کرد. در نتیجه با جایگزین شدن محتواهای جدید و جذاب از سوی رسانه‌ها، هویت دینی افراد کاهش، یا حتی تغییر می‌یابد و به منابع دیگری که در فضای زندگی پیرامون آنها از طریق رسانه‌ها در دسترس است، رجوع خواهند کرد. لذا سؤال کلی پژوهش حاضر این است که سهم سواد رسانه‌ای و ارتباط والد-فرزندی در شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان به چه میزان است؟



شکل ۱- نمودار مفهومی رابطه هویت دینی با سواد رسانه‌ای و الگوی والد فرزندی

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سواد رسانه‌ای و ارتباط والد-فرزندگی در شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان به روش توصیفی و از نوع همبستگی انجام شده است.

جامعه آماری شامل مقطع متوسطه اول مدارس دخترانه تهران بود که حدود ۱۲۵۰۰۰ نفر می‌شدند. از این مقدار به صورت خوشه‌ای از هر منطقه چند مدرسه و از هر مدرسه چند کلاس درس انتخاب شدند و از طریق جدول مورگان، تعداد نمونه حدود ۳۶۴ نفر در نظر گرفته شد و پس از اجرای پرسش‌نامه حدود ۳۴۵ پرسش‌نامه تکمیل گردید.

ابزار پژوهش شامل سه پرسش‌نامه بدین شرح است:

پرسش‌نامه الگوی ارتباط والد-فرزند باقری و همکاران (۱۳۹۲): این پرسش‌نامه دارای ۴۸ گویه است که شامل ۸ خرده‌مقیاس انعطاف‌پذیری، تزلزل و نرمی، کنترل/محدودیت، نازپروردگی، رسمیت و درهم‌تنیدگی است. در تحلیل عاملی انجام شده، بارهای عاملی ماده‌ها در دامنه‌ای بین ۰/۷۵ تا ۰/۸۵ قرار گرفتند و ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسش‌نامه ۰/۶۶ به دست آمد.

پرسش‌نامه هویت دینی خوشاوی (۱۳۹۰): این پرسش‌نامه شامل سه مؤلفه اعتقادات دینی، عواطف و احساسات دینی و انجام رفتارهای دینی است. روایی آن از طریق روایی صوری و محتوایی به دست آمد و برای تعیین پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید، که مقدار آن ۰/۸۹۷ محاسبه شد.

پرسش‌نامه سواد رسانه‌ای فلسفی (۱۳۹۳): این پرسش‌نامه شامل ۲۰ گویه است، که از مؤلفه‌های درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای و تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای تشکیل یافته است. روایی این پرسش‌نامه از طریق روایی صوری و محتوایی به دست آمد و ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه حدود ۰/۸۱ تخمین زده شد.

۳. یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر درصدد است تا هویت دینی نوجوانان را توسط دو متغیر سواد رسانه‌ای و ارتباط والد-فرزندگی پیش‌بینی نماید. در واقع هدف از این کار، بررسی این سؤال است که با اضافه کردن یک متغیر پیش‌بین به متغیرهای موجود، تا چه اندازه می‌توان به پیش‌بینی متغیر ملاک (هویت دینی) پرداخت.

پیش از پرداختن به گام‌های آزمون، نرمال بودن داده‌ها مورد بررسی قرار گرفته شد:

جدول ۱- بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش

| کجی | انحراف از کجی | کشیدگی | انحراف از کشیدگی | هویت دینی |
|--------|---------------|--------|------------------|------------------|
| -۰/۹۲ | ۰/۲۹ | ۰/۰۲۳ | ۰/۵۸ | هویت دینی |
| ۰/۸۸ | ۰/۲۹ | ۰/۵۶۱ | ۰/۵۸ | سواد رسانه‌ای |
| ۰/۰۳۶ | ۰/۲۹ | -۰/۲۴۸ | ۰/۵۸ | والد-فرزندی پدر |
| -۰/۳۰۳ | ۰/۲۹ | ۰/۰۲ | ۰/۵۸ | والد-فرزندی مادر |

با توجه به جدول شماره (۱) مقادیر چولگی و کشیدگی همه متغیرها در محدوده ± 2 و توزیع داده‌های تک متغیری، نرمال است. بنابراین، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از رگرسیون چند متغیره طبق گام‌های زیر استفاده شد:

گام اول: بررسی رابطه خطی میان متغیرهای پیش‌بین (سواد رسانه‌ای و ارتباط والد فرزند) و ملاک (هویت دینی)

جدول ۲- ضرایب همبستگی میان متغیرهای پژوهش

| متغیرها | هویت دینی | والد-فرزندی مادر | والد-فرزندی پدر | سواد رسانه‌ای |
|------------------|-----------|------------------|-----------------|---------------|
| هویت دینی | ۱ | -0.518 | -0.449 | 0.448 |
| والد-فرزندی مادر | -0.518 | ۱ | 0.613 | -0.186 |
| والد-فرزندی پدر | -0.449 | 0.513 | ۱ | -0.197 |
| سواد رسانه‌ای | 0.418 | -0.186 | -0.197 | 1 |
| هویت دینی | 0 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| والد-فرزندی مادر | 0.000 | 0 | 0.000 | 0.069 |
| والد-فرزندی پدر | 0.000 | 0.000 | 0 | 0.061 |
| سواد رسانه‌ای | 0.000 | 0.069 | 0.061 | 0 |

جدول ۳- ضرایب همبستگی میان شاخص‌های سواد رسانه‌ای و هویت دینی

| شاخص‌های سواد رسانه‌ای | درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای | آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای | گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای | نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای | تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای | هویت دینی |
|------------------------|------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|------------------|
| ضریب همبستگی | .257 | .192 | .293 | .238 | .397 | ضریب همبستگی |
| سطح معناداری sig | .019 | .063 | .009 | .028 | .001 | سطح معناداری sig |

بر اساس آمارهای جدول (۲) و با توجه به اینکه الگوی والد-فرزندی به سنجش دو سر پیوستار (آزادی‌مدار و امنیت‌مدار) با هویت دینی پرداخته است، همه مؤلفه‌های والد-فرزندی پدر و مادر به صورت منفی و در سطح $0/05$ با مؤلفه هویت دینی همبسته هستند و این نشان‌دهنده این است، که

الگوی تعادلی ارتباط والد- فرزندى رابطه مثبت و معنادارى با هویت دینی دارد. از سوى دیگر، داده‌های جدول (۳) نشان می‌دهند که رابطه معنادارى میان سواد رسانه‌ای و شاخص‌های آن با هویت دینی برقرار است. این بدان معناست که با افزایش سواد رسانه‌ای هویت دینی دانش‌آموزان افزایش خواهد یافت. از طرفی با افزایش درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها هویت دینی نوجوانان افزایش خواهد یافت و آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای در شکل‌گیری هویت نقشی ندارد.

رابطه همبستگی منفی و اندک میان سواد رسانه‌ای و ارتباط والد- فرزندى پدر و مادر نیز بیانگر این است که هر یک از این مؤلفه‌ها به صورت مستقل نقش معنادارى در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان خواهند داشت؛ اما به دلیل رابطه معنادارى مثبت و زیاد میان الگوی والد- فرزندى پدر و مادر، می‌توان چنین استنباط نمود که ارتباط والد- فرزندى پدر یا مادر به صورت جداگانه در افزایش هویت دینی نوجوانان سهمیم نیست، بلکه این ارتباط در کنار هم نقش دارند. بنابراین، در ادامه تحلیل از روش گام‌به‌گام^۱ استفاده خواهد شد. در این روش تمامی متغیرهای مستقل وارد مدل می‌شوند و آن متغیر مستقلى که تأثیر چندانی بر متغیر وابسته ندارد، از مدل خارج می‌شود.

گام دوم: بررسی R^2 جهت سنجش معنادارى رابطه هویت دینی با سواد رسانه‌ای و الگوی والد- فرزندى پدر و مادر.

جدول ۴- بررسی ضریب تبیین پژوهش

| Sig. F Change | df2 | df1 | F Change | R^2 تعدیل شده | R^2 | R | مدل |
|---------------|-----|-----|----------|-----------------|-------|-------------------|-----|
| .000 | ۳۴۴ | 1 | 23.096 | .257 | .268 | .518 ^a | 1 |
| .002 | ۳۴۴ | 1 | 10.672 | .356 | .376 | .613 ^b | 2 |

a. Predictors: (مقدار ثابت) پدر و والد فرزندى پدر
b. Predictors: (مقدار ثابت) پدر و والد فرزندى پدر و سواد رسانه‌ای و والد فرزندى پدر

چنانچه در جدول شماره (۴) مشاهده می‌شود؛ با توجه به سهم اندک والد- فرزندى مادر، این مؤلفه از تحلیل خارج شده است. از طرفی ضریب تبیین ۲۵ درصد با ورود متغیر سواد رسانه‌ای به ۳۵ درصد افزایش یافته است. یعنی متغیر سواد رسانه‌ای سهم مؤثری در شکل‌گیری هویت دینی دارد.

گام سوم: بررسی معنادارى ضرایب رگرسیون در تحلیل واریانس یک راهه.

جدول ۵- تحلیل واریانس یک راهه

| مدل | ضرایب متغیرها | مجموع مجزورات | درجه آزادی | میانگین مجزورات | F | Sig. |
|-----|---------------|---------------|------------|-----------------|--------|-------------------|
| ۱ | رگرسیون | 11600.424 | 1 | 11600.424 | 23.096 | .000 ^b |
| | باقیمانده | 31642.961 | ۳۴۴ | 502.269 | | |
| | کل | 43243.385 | ۳۴۵ | | | |
| ۲ | رگرسیون | 16247.292 | 2 | 8123.646 | 18.657 | .000 ^c |
| | باقیمانده | 26996.092 | ۳۴۳ | 435.421 | | |
| | کل | 43243.385 | ۳۴۵ | | | |

a. Dependent Variable: هویت دینی
b. Predictors: (مقدار ثابت) والد فرزندی پدر،
c. Predictors: (مقدار ثابت) سواد رسانه‌ای و والد فرزندی پدر،

در جدول شماره (۵) یا ANOVA، تحلیل مربوط به واریانس برای مدل رگرسیونی صورت گرفته شده است. با توجه به بزرگ بودن F و مقدار $\text{Sig}=0.000 < 0.05$ نتیجه گرفته می‌شود که مدل رگرسیونی مناسب خواهد بود؛ زیرا بیشتر تغییرات متغیر وابسته در مدل رگرسیونی دیده شده است. به این معنی که سهم مدل (رگرسیون) در تغییرات کل که در سطر آخر (کل) ستون (مجموع مجزورات) دیده می‌شود، به نسبت سهم خطا یا باقیمانده‌ها بسیار بیشتر است و این مقادیر در مرحله دوم و پس از ورود متغیر سواد رسانه‌ای بهتر نیز می‌گردد.

جدول ۶- معناداری ضرایب رگرسیون

| مدل | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
|-----|-----------------|------------|--------|--------|------|
| ۱ | مقدار ثابت | 211.308 | 18.300 | 11.547 | .000 |
| | والد-فرزندی پدر | -.675 | .141 | -4.806 | .000 |
| ۲ | مقدار ثابت | 132.524 | 29.528 | 4.488 | .000 |
| | والد-فرزندی پدر | -.595 | .133 | -4.464 | .000 |
| | سواد رسانه‌ای | .982 | .301 | 3.267 | .002 |

در جدول شماره (۶) که معناداری ضرایب رگرسیون پرداخته است، برآورد ضرایب و خصوصیات مربوط به آزمون آن‌ها دیده می‌شود. با توجه به مقدار سطح معناداری sig می‌توان چنین استنباط نمود که با ورود متغیر سواد رسانه‌ای در مرحله دوم، سهم پیش‌بینی دو متغیر افزایش می‌یابد. مقدار ثابت Constant در مرحله دوم مدل، با مقدار $132/524$ ظاهر شده است. همچنین مشخص می‌گردد که ضرایب هریک از متغیرها مثبت بوده است و با توجه به کوچک‌تر بودن مقدار Sig هر متغیر از مقدار 0.05، فرض صفر بودنشان رد می‌شود. این دلیل نیز، نشان از مناسب بودن مدل رگرسیونی است. از سوی دیگر، هر ضریبی

که دارای Beta بزرگ‌تری باشد، در مدل رگرسیونی از اهمیت بیشتری برخوردار است. به این ترتیب مشخص می‌شود، که الگوی والد-فرزندی پدری، بهترین متغیر برای پیش‌گویی متغیر وابسته است و پس از آن، متغیر سواد رسانه‌ای سهم تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان دارد.

۴. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با بررسی نقش سواد رسانه‌ای و الگوی ارتباط والد فرزندی در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان انجام گرفته است. در گام نخست، رابطه میان سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن و همچنین الگوی والد-فرزندی با هویت دینی مورد بررسی قرار گرفته است. طبق نتایج پژوهش، میان سواد رسانه‌ای و شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد و افرادی که سواد رسانه‌ای بالاتری دارند، از ثبات بیشتری برخوردارند. در رابطه با شاخص‌های سواد رسانه‌ای، میان میزان مهارت فرد در درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌ها، نگاه انتقادی به پیام‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها با شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان، رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده، می‌توان از نزدیکی یافته‌های این فرضیه با پژوهش‌های اشتیاقی و همکاران (۱۳۹۱)، مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۵)، شریفی رهنمو و همکاران (۱۳۹۷)، کاروانی و امینی‌زاده (۱۳۹۷)، قاسمی و همکاران (۱۳۹۲)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)، گودنژ^۱ (۲۰۱۷)، ایزدی و قاسمی (۱۳۹۰)، تاجیک اسماعیلی و تاجیک اسماعیلی (۱۳۹۴)، ربیعی (۱۳۸۷)، سفیری و نعمت‌الهی (۱۳۹۰) و شریف‌زاده و میرمحمدتبار و سهرابی (۱۳۹۳)، که تأثیر گسترش استفاده از فضاها مجازی مانند اینترنت، ماهواره، اینستاگرام و... را بر هویت دینی فرزندان نشان می‌دهند، سخن گفت.

علاوه بر آن، نتایج به دست آمده همسو با نتایج پژوهش‌های نجفی سالاری و حسینی (۱۳۹۶)، یآوری و ثاق (۱۳۹۲)، اژدری (۱۳۹۷) و حسینی (۱۳۹۹) است، که سواد رسانه‌ای را به عنوان یکی از الزامات عصر اطلاعات و مهم‌ترین مهارت مطرح می‌کنند؛ زیرا به شخص کمک می‌کند تا سطح اطلاعات و دانش خود را بالا ببرد و تنها از روی عادت و صرفاً برای سرگرمی و تفریح از رسانه‌ها استفاده نکند. همچنین با آگاهی و دانش در دنیای دیجیتال، به دانش‌آموزان کمک خواهد کرد، که انتخاب‌گر و استفاده‌کننده فعال در عرصه تبادل‌ات فکری، فرهنگی و اجتماعی باشند. علاوه بر آن، آنان با داشتن سواد رسانه‌ای، می‌توانند قادر به تفسیر، تحلیل، نقد محتوا و حتی تولیدکننده محتوا باشند؛ چراکه آموزش سواد

رسانه‌ای به عنوان ابزاری قوی و مؤثر به منظور آگاهی از تأثیر رسانه‌ها جهت ساخت و بازسازی هویت دینی نوجوانان به کار می‌رود.

یافته‌های حاصل از آزمون رابطه والد-فرزندی با شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان نشان داد، که بین رابطه با پدر یا مادر و شکل‌گیری هویت دینی، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. مرور ادبیات پژوهش‌های گذشته نیز نشان می‌دهد، در خانواده‌هایی که والدین پایبندی بالایی نسبت به مؤلفه‌های دینی دارند، جوانان و نوجوانان آنها نیز از هویت دینی قوی‌تری برخوردار هستند. وقتی کیفیت رابطه والد-فرزند بهبود پیدا می‌کند، فرزندان بهتر می‌توانند با پدر و مادر خود ارتباط برقرار کنند و احساسات و عواطف مثبتی نسبت به پدر و مادر خود داشته باشند (فرازی و همکاران، ۱۳۹۷، رهبر و همکاران ۱۳۹۹؛ افضل‌ی و همکاران، ۱۳۹۸؛ پوردهقان و همکاران، ۱۳۹۵؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۷).

در این مورد، نتایج پژوهش‌های رضائیان و توتونچی (۱۳۹۸)، خوی‌نژاد، رجایی و شیرازی (۱۳۹۱)، هود، هیل و اسپیلکا^۱ (۲۰۰۹)، اعتصامی‌پور و همکاران (۱۳۹۹)، پاکوفته و همکاران (۱۴۰۰)، پلرون^۲ و همکاران (۲۰۱۵)، نیلسون^۳ (۲۰۱۴)، آدمی داریان و همکاران (۱۳۹۸)، شیرچی و همکاران (۱۳۸۹)، راشدی و همکاران (۱۴۰۱)، رضایی (۱۴۰۰)، طهماسب‌نژاد و آراین (۱۳۹۹)، رضائیان و توتونچی (۱۳۹۸) و حکمت‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در خصوص پیش‌بینی هویت دینی فرزندان براساس الگوی تعاملی خانواده، همخوان است.

مدل رگرسیونی در خصوص تعیین سهم هر یک از متغیرهای سواد رسانه‌ای و الگوی والد-فرزندی پدر و مادر نشان داد، که هرچند رسانه یکی از عوامل تأثیرگذار در کسب هویت دینی نوجوانان معرفی می‌شود و طبق نتایج نجفی سولاری و حسنی (۱۳۹۶) استفاده از رسانه‌ها به ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی بدون داشتن دانش و مهارت سواد رسانه‌ای باعث تغییرات در میزان هویت دینی جوانان شده است و با تغییر یا جایگزین شدن عوامل دیگر، معناسازی هویت را دستخوش تغییر می‌نماید؛ اما نقش خانواده و به خصوص پدر در شکل‌گیری هویت دینی نوجوانان، سهم بیشتری ایفا می‌کند. مروری بر پژوهش پاکوفته و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد، از آنجایی که نوجوانان و جوانان قابلیت‌های مناسب جهت برقراری ارتباط درست و مؤثر با دیگران به ویژه والدین را دارند، می‌توانند با درک روشنی از شرایط و آگاهی نسبت

-
1. Hood, Hill & Spilka
 2. Pellerone
 3. Nelson

به نقاط قوت خود و مهارت‌های مقابله‌ای، خود را برای رویارویی با مشکلاتی از قبیل بحران دینی به ویژه در عصر حاضر که با تحولات ناشی از جهانی شدن روبرو است، آماده کنند. همچنین، با فراهم شدن جو خانوادگی مبتنی بر پذیرش و همدلی، ارتباط بهتر و مناسب با والدین برقرار می‌شود و از این طریق زمینه برای ایجاد هویت دینی فراهم می‌گردد. بنابراین، تعاملات فرزند با والدین و میزان صمیمیت بین آنها، در میزان هویت دینی فرزندان مؤثر است. در نتیجه، تقویت تعاملات بین والدین و فرزندان نقش مهمی در افزایش تعهد نسبت به اجتماع دینی و افزایش هویت دینی جوانان دارد. از این جهت نیز، نتایج کسب شده با پژوهش‌های قنبری برزیان و همکاران (۱۳۹۶)، ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۹۲)، قراباغی و همکاران (۱۳۹۷) و نیازی و شفغانی مقدم (۱۳۹۱)، همسو و هم راستا است.

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر، در خصوص جامعه آماری (دختران) آن بود. نتایج پژوهش پاکوفته و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد، علاوه بر رابطه ارتباط والد-فرزندی پدر و مادر با دختران، این ارتباط در جامعه پسران نیز معنادار است. از سوی دیگر، بین جنسیت و رابطه والد-فرزندی مادر و پدر همخوانی وجود دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود، در سایر پژوهش‌ها به این مهم نیز توجه گردد. علاوه بر آن می‌توان، متغیرهایی مانند تحصیلات و وضعیت اقتصادی-اجتماعی خانواده را در پژوهش‌های آتی به عنوان متغیرهای کنترل‌کننده مورد بررسی قرار داد.

براساس نتایج پژوهش، پیشنهاد کاربردی را می‌توان تهیه و ارائه برنامه‌هایی به منظور ارتقاء دانش و مهارت‌های خانواده‌ها در خصوص نحوه مواجهه با چالش‌های هویت دینی فرزندان در عصر حاضر، افزایش مهارت‌های ارتباطی خانواده‌ها، ایجاد کارگاه‌های آموزش سواد رسانه‌ای جهت آگاهی‌بخشی به دانش‌آموزان در خصوص اهمیت سواد رسانه‌ای و ارتقاء مهارت‌های لازم در این زمینه دانست. همچنین پیشنهاد می‌شود، پژوهش‌هایی در خصوص اثر جنسیت بر رابطه والد-فرزندی و هویت دینی فرزندان، یا بررسی میدانی و موردکاوی تأثیر فضای مجازی در هویت دینی فرزندان، مورد بررسی قرار گیرد.

— منابع —

- آدمی داریان، پریناز؛ ناینیان، محمدرضا (۱۳۹۸). پیش‌بینی تاب‌آوری براساس روابط والد-فرزندی با میانجی‌گری عزت نفس در دانش‌جویان. در: همایش بین‌المللی روانشناسی بالینی، ارزیابی، تشخیص و درمان.
- ابوالقاسمی، محمود؛ نوروزی، عباسعلی؛ طالب‌زاده نوبریان، محسن (۱۳۹۲). تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده از منظر هویت دینی و ملی. *مطالعات ملی*، شماره ۵۵، ص ۳-۲۴.
- احمدپور، مریم؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۹). تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت مذهبی جوانان. *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۵.
- اژدری، بهناز (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه‌ای در هویت‌یابی و ضرورت آموزش آن در رشته علوم سیاسی. *جستارهای سیاسی معاصر*، شماره ۲، ص ۸۳-۱۰۴.
- اشتیاقی، معصومه؛ عزیززاده، توحید؛ کاظمیان، مهرداد (۱۳۹۱). اینترنت و هویت دینی دانش‌جویان. *مطالعات ملی*، شماره ۲.
- اعتصامی‌پور، راضیه؛ باقری، فریبرز؛ زارع بهرام‌آبادی، بهرام (۱۳۹۹). بررسی الگوی ارتباط والد فرزند با مهارت‌های ارتباطی و واسطه‌گری عزت نفس دانش‌جویان. *تربیت اسلامی*، شماره ۳۱.
- افضلی، رسول؛ زارعی، بهادر؛ احمدی، عباس؛ محسنی سهی، سید ضیاء (۱۳۹۸). تبیین اثرات شکاف نسلی بر هویت اجتماعی-سیاسی دانش‌آموزان شهر تهران. *مجلس و راهبرد*، ۹۸(۲۶)، ص ۳۳۵-۳۰۳.
- ایزدی، مهشید؛ قاسمی، کبری (۱۳۹۰). تأثیر استفاده از شبکه اطلاعات جهانی بر هویت دینی ملی دانش‌آموزان. *تحقیقات روانشناختی*، شماره ۹، ص ۹۷-۱۰۶.
- باقری، فریبرز (۱۳۹۱). الگوی ارتباط والد-فرزند، مدل نظری فرزندپروری بر مبنای هستی‌شناسی و انسان‌شناسی اسلامی. *علوم تربیتی از دیدگاه اسلام*، ۱(۱)، ص ۳۶-۶.
- باقری، فریبرز؛ غفاری جعفرزادگان، فیروزه (۱۳۹۲). بررسی ویژگی‌های روانسنجی و مدل نظری پرسش‌نامه الگوی ارتباط والد فرزند در افراد ۱۵ تا ۳۰ سال شهر تهران. *اندازه‌گیری تربیتی*، ۳(۱۲)، ص ۷۰-۴۱.
- باهنر، ناصر؛ چابکی، رامین (۱۳۹۳). تحلیل سواد رسانه‌ای براساس مدل EC مورد مطالعه: سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی. *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۱۵(۲۸)، ص ۷-۳۴.
- بذرافشان، جواد؛ رفیعی کته تلخ، عیسی (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ تربت حیدریه). *مطالعات روانشناسی تربیتی*، ۱۰(۱۷)، ص ۱-۲۲.
- پاکوفته، نسرين؛ نصری، صادق؛ نصراللهی، بیتا؛ فرخی، نورعلی (۱۴۰۰). بررسی روابط والد فرزند با هویت دینی در دانش‌جویان: نقش تعدیل‌کننده جنسیت. *مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی*، ۶(۱)، ص ۳۱-۵۲.
- پوردهقان، پرنديس؛ منصور، محمود؛ باقری، فریبرز (۱۳۹۵). گسست در روابط بین‌نسلی و تأثیر آن در شکل‌گیری هویت فرزند خانواده ایرانی. *علوم روانشناختی*، ۱۵(۵۸)، ص ۱۶۷-۱۸۴.
- تاجیک اسماعیلی، عزیزالله؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۹۴). نگرش به جهانی شدن و هویت دینی دانش‌جویان. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۰(۲۸).
- حسینی، سید امیرحسین (۱۳۹۹). بررسی نقش سواد رسانه‌ای و سواد بازی‌ها به منظور هویت‌یابی و فرهنگ‌سازی. در: همایش بهبود و بازسازی سازمان‌ها و کسب‌وکارها.

- حکمت پور، مریم؛ صالحی امیری، سید رضا (۱۳۹۹). بررسی تأثیر نقش خانواده در حفظ هویت ملی و دینی نوجوانان. مدیریت فرهنگی، ۶(۱۸)، ص ۵۰-۵۹.
- حیدری، سکینه؛ سامانی، سیامک؛ سهرابی، نادره؛ مهریار، امیرهوشنگ (۱۳۹۷). مدل ساختاری عوامل خانوادگی با نقش واسطه‌گری عوامل فردی برای رفتارهای تحصیلی دانش‌آموزان. روش‌ها و مدل‌های روانشناختی، ۹(۳۴)، ص ۱۷۴-۱۵۹. www.bobook.ir
- خوشاوی، فاطمه (۱۳۹۰). پرسشنامه هویت دینی. قابل دسترس در: www.bobook.ir
- خوی‌نژاد، غلامرضا؛ رجایی، علیرضا؛ شیرازی، مهناز (۱۳۹۱). بررسی رابطه عملکرد خانواده و هویت نوجوانان. نوآوری‌های مدیریت آموزشی، ۱(۸)، ص ۶۰-۴۹.
- راشدی، معصومه؛ موسی‌زاده، زهره؛ ابوالمعالی‌الحسینی، خدیجه؛ باقری، فریبرز (۱۴۰۱). ارائه مدل ساختاری رابطه بین ارتباط والد-فرزند و هویت ایرانی-اسلامی با میانجی‌گری عزت نفس در دانشجویان. پژوهشنامه اسلامی زنان و خانواده، ۱۰(۲۷)، ص ۸۹-۱۱۰.
- ربیعی، علی (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین و بحران هویت. مطالعات ملی، ۹(۴)، ص ۱۷۷-۱۴۹.
- رستمی، محمد؛ جمیلی اسکویی، رزیتا؛ نشاط، الهه؛ فرقانی، محمدرضا (۱۳۹۶). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی کاربران (مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان). علوم اجتماعی، ۱۱(۲)، ص ۵۱-۷۶.
- رضایی، فاطمه (۱۴۰۰). بررسی رابطه الگوهای فرزندپروری با هویت دینی فرزندان. خانواده در آئینه فقه، شماره ۷، ص ۱۱۷-۱۳۴.
- رضائیان، حمید؛ توتونچی، بهاره (۱۳۹۸). پیش‌بینی هویت دینی فرزندان براساس الگوهای تعاملی خانواده، دینداری والدین و تفکر انتقادی نوجوان. مطالعات زن و خانواده، ۷(۳)، ص ۱۰۹-۱۲۸.
- رهبر، عباسعلی؛ خرمشاد، محمداقرا؛ آدمی، علی؛ والی، علی (۱۳۹۹). تبیین تفاوت نسلی در جامعه امروز ایران بر پایه ارزش‌های هویتی. مطالعات ملی، ۱۱(۲۱)، ص ۴۷-۶۵.
- رئوفی، محمود (۱۳۸۹). مولفه‌های هویت دینی. دین و ارتباطات، شماره ۳۷-۳۸، ص ۹۱-۱۱۲.
- سفیری، نعمت‌الهی (۱۳۹۰). رابطه ابزارهای جهانی‌شدن و هویت دینی. مطالعات و تحقیقات اجتماعی، ۱(۱)، ص ۳۹-۷۰.
- شریف‌زاده، حکیمه؛ میرمحمد تبار، احمد؛ سهرابی، مریم (۱۳۹۳). بررسی استفاده از نقش فناوری‌های نوین بر هویت دینی دانش‌آموزان. پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۲۲(۲۳)، ص ۱۲۵-۱۰۳.
- شریفی رهنمو، سعید؛ شریفی رهنمو، مجید؛ هدایتی منظور، جواد (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام با هویت دینی نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله شهر همدان. مطالعات فرهنگی پلیس، شماره ۱۶، ص ۲۹-۵۷.
- شیرچی، رقیه؛ رضائیان بیلندی، حسین؛ مصلحی، جواد (۱۳۹۸). نقش پیوند والدینی و عزت نفس در پیش‌بینی سبک‌های هویت دینی نوجوانان. روانشناسی و دین، ۴۷(۱۲)، ص ۸۵-۹۹.
- طهماسب‌نژاد، صبورا؛ آرین، خدیجه (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین شیوه‌های فرزندپروری مادران با پایگاه هویت و دینداری دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه دوم. مسائل کاربردی در تعلیم و تربیت اسلامی، ۵(۳)، ص ۸۳-۱۰۰.
- عباسی قادی، مجتبی (۱۳۹۶). هویت دینی در تعامل با فضای مجازی اینترنت. رهیافت پیشگیری از جرم، شماره ۲، ص ۴۹-۷۵.
- فرازی، فریبا؛ اسماعیلی، معصومه؛ اسکندری، حسن؛ حاتمی، محمد (۱۳۹۷). تأثیر آموزش الگوری تعلیمی بر روابط والد-فرزند و هویت ملی و دینی. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۲(۴۱)، ص ۲۷-۴۷.

فضل‌اللهی قمشی، سیف‌الله؛ شببانی، زهره (۱۴۰۰). عوامل تاثیرگذار بر هویت دینی جوانان. معرفت، شماره ۲۸۵، ص ۴۱-۵۳.

فلسفی، غلامرضا (۱۳۹۳). پرسشنامه/استاندارد سواد رسانه‌ای. قابل دسترس در: <https://ekeshoo.ir>
قادری، مجتبی (۱۳۸۴). آثار و پیامدهای جامعه شبکه‌ای بر روی هویت اجتماعی جوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه اصفهان.

قاسمی، وحید؛ عدلی‌پور، صمد؛ کیانپور، مسعود (۱۳۹۲). تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی. دین و ارتباطات، ۱۹(۲)، ص ۵-۳۶.

قرباغی، حسن؛ یوسفی افراشته، مجید؛ صالحی، وحید (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۴۲، ص ۳۲۸-۳۴۶.

قنبری برزبان، علی؛ سیف‌زاده، علی؛ محمدی، اصغر (۱۳۹۶). خانواده دیجیتال، هویت دینی و ارزش‌های خانوادگی: پیمایشی در شهر اصفهان. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۳۵، ص ۱۹-۵۰.

کاروانی، عبداللطیف؛ امینی‌زاده، سینا (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین استفاده از فیس بوک و هویت دینی دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان. مطالعات رسانه‌ای، شماره ۴۲، ص ۲۱-۳۴.

مسعودنیا، حسین؛ محمد اوغلی، رضا؛ ابراهیمی‌پور، حوا (۱۳۹۵). بررسی رابطه مصرف اینترنتی و هویت دینی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان. مطالعات ملی. شماره ۶۵، ص ۱۰۷-۱۳۲.

نجفی سولاری، حسن؛ حسنی، الهه (۱۳۹۶). نقش سواد رسانه‌ای در حفظ و ارتقای هویت دینی جوانان. *IMJPL*، شماره ۲۰، ص ۱۳۵-۱۵۴.

نجفی، حسن؛ ملکی، حسن؛ سبحانی‌نژاد، مهدی؛ مصباح، علی (۱۴۰۰). هویت دینی و پیش‌بایست‌های طراحی برنامه درسی. مطالعات ملی، ۸۶(۲)، ص ۳-۲۶.

نوری، نجیب‌الله؛ عسگری، علی؛ نارویی نصرتی، رحیم؛ شجاعی، محمدصادق (۱۳۹۵). مولفه‌های فرایندی و ساختاری هویت دینی بر پایه منابع انسانی. اسلام و پژوهش‌های روانشناختی، شماره ۴، ص ۷-۲۶.

نیازی، محسن؛ شفائی مقدم، الهام (۱۳۹۱). بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱۲(۱)، ص ۹۹-۱۲۷.

یاوری وثاق، مهدیه (۱۳۹۲). تأثیر رسانه‌های جدید در هویت دینی جوانان با تأکید بر نقش رسانه ملی. مطالعات جوان و رسانه، شماره ۱۱، ص ۱۲-۴۰.

Bernstein, M. (2005). Identity politics. *Annual Review of Sociology*, 31, p. 47-74.

Berzonsky, M.D. (2011). *A social-cognitive perspective on identity construction*. In: S. J. Schwartz, K. Luyckx & V.L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research* (pp. 267-283). New York: Springer.

Erikson, E.H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. <https://doi.org/10.1002/bs.3830140209>

Gündüz, U. (2017). The Effect of social media on Identity Construction. *Journal of Mediterranean Social Sciences*, 5(1), p.15-22.

Hallaq, T. (2016). Evaluating Online Media Literacy in Higher Education: Validity and Reliability of the Digital Online Media Literacy Assessment (DOMLA). *Journal of Media Literacy Education*, 8(1),

- p. 62-84.
- Hammack, P.L. (2010). Identity as burden or benefit? Youth, historical narrative, and the legacy of political conflict. *Human Development*, No. 53, p. 173-201.
- Hood, R.W., Hill P.C. & Spilka, B. (2009). *The Psychology of Religion: An empirical approach*. New York: Guilford Press.
- Keiser, S.H. (2015). Religious identity and the perception of linguistic difference: The case of Pennsylvania German. *Language & Communication*, 42(0), p. 125-134.
- Marcia, J.E. (1993). *The ego identity status approach to ego identity*. In: J.E. Marcia, A.S. Waterman, D.R. Matteson, S.L. Archer & J.L. Orlofsky (Eds.), *Ego identity: A handbook for psychosocial research* (pp. 1-21). New York: Springer-Verlag.
- Nelson, L.J. (2014). *The role of parents in the religious and spiritual development of emerging adults*. New York Oxford Academic.
- Pellerone, M., Spinellou, C., Sidoti, A. & Micciche, S. (2015). Identity, perception of parent-adolescent relation and adjustment in a group of university students. *Procedia-social and behavioral science*, 190, p. 459-464.
- Serpe R.T. & Stryker, S. (2011). *The Symbolic Interactionist Perspective and Identity Theory*. In: S.J. Schwartz, K. Luyckx & V.L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research* (pp. 267-283). New York: Springer.
- Waterman, A.S (2011). *Eudaimonic Identity Theory: Identity as Self-Discovery*. In: S.J. Schwartz, K. Luyckx & V.L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research*. New York: Springer.