

بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال شهر کاشمر

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۸/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۳۰

الهه آهنگری^۱

محمد طحان^۲

حسین حسین‌نژاد^۳

مریم بناءخطیبی^۴

چکیده

دین به منزله پدیده‌ای پویا، مهمترین رکن هویت در جامعه در حال گذار ایران است و نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری هویت و اعتقادات دینی افراد دارد. شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ارزش‌های اجتماعی را متحول ساخته و دگرگونی‌هایی در شیوه‌های شکل‌گیری اعتقادات دینی افراد و گروه‌ها به وجود آورده است. لذا هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال شهر کاشمر است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال کاربر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شهر کاشمر در سال ۹۶-۹۷ بودند. که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران (۲۵۰ نفر (۱۲۱ پسر و ۱۲۹ دختر) به‌عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری در دسترس و داوطلبانه انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسش‌نامه محقق ساخته شبکه اجتماعی تلفن همراه و پرسش‌نامه دینداری گلارک و استارک بود. نتایج با نرم افزار SPSS-22 و آمار استنباطی ضریب همبستگی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده

ahangarielahe@gmail.com

۱. مربی گروه روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه پیام‌نور کاشمر

t.mohammad2@gmail.com

۲. باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران. نویسنده مسؤول

hossennezad@gmail.com

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه پیام‌نور کاشمر

marjantabriz@yahoo.com

۴. دانشجوی کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی بالینی، بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

و میزان مشارکت و واقعی دانستن محتویات شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان، رابطه معناداری وجود دارد. یعنی هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و واقعی دانستن محتویات شبکه اجتماعی تلفن همراه افزایش یابد، میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان کاهش می‌یابد. شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان ۱۲-۱۸ سال تأثیر دارد. لذا افزایش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و خانواده‌ها در برخورد با محتوا و مطالب شبکه‌های اجتماعی ضروری است.

واژگان کلیدی: شبکه اجتماعی تلفن همراه، پای‌بندی دینی، وابستگی رسانه‌ای

مقدمه و بیان مسأله

دین^۱ و مذهب یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین نهادهایی است که جامعه بشری از گذشته تاکنون به خود دیده، به‌طوری که هیچ‌گاه بشر خارج از این پدیده زیست نکرده و دامن از آن برنکشیده است و از معدود نهادهایی است که از دوره‌های بسیار دور، جزء مهمی از حیات بشری را تشکیل داده و در نحوه و نوع زندگی موجود انسانی اثر گذاشته و آن را تحت تأثیر قرار داده است (فرج‌الهی، حاتمی‌فر و افرایی، ۱۳۹۲: ۴۳). دین و مذهب مانند عمیق‌ترین منبعی است که موجودیت انسان در آن پرورش یافته و تمام ابعاد آن از جمله وحدت انسان به خداوند، بدان وابسته است. بنا به گفته کارل لایل^۲، دین هر فرد واقعیت وجودی هر انسانی را مشخص می‌کند و بر جنبه ملی هویت او نیز تأثیر دارد. اعتقادات دینی با سرنوشت انسان پیوند می‌خورند و جوشش‌های این عقاید در قلب انسان، اصول دیگر زندگی را عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهند (Smith, Hanges & Dickson, 2001: 83). دین به‌عنوان نظام اعتقادی سازمان یافته همراه با مجموعه‌ای از آیین‌ها و اعمال تعریف شده که تعیین‌کننده شیوه پاسخ‌دهی افراد به تجارب زندگی است (Zulling, Ward & Horn, 2006: 258). هم‌چنین دینداری به‌عنوان جستجوی شخصی یا گروهی تقدس، که در یک بافت مقدس سنتی ظاهر می‌شود، در نظر گرفته

1. Religion
2. Carl leytle

شده است (Zinnbauer & Pargament, 2012:109).

گلاک و استارک^۱ معتقدند که همه ادیان با وجود تفاوت‌هایی در جزئیات، عرصه‌های مشترکی دارند که دینداری در آنجا متجلی می‌شود. این عرصه‌ها که می‌توان آنها را ابعاد مرکزی دینداری به حساب آورد، عبارتند از: ۱- بعد اعتقادی یا باورهای دینی: عبارت است از باورهایی که انتظار می‌رود پیروان آن شرکت در آیین‌های دینی خاص، روزه گرفتن و ... که انتظار می‌رود در هر دینی، آنها را به جا آورد. ۲- بعد تجربی یا عواطف دینی: ناظر به عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن رابطه با جوهری ربوبی هم‌چون خدا، یا واقعیتی نمایی و یا اقتداری متعالی است. ۳- بعد فکری یا دانش دینی: مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌های مبنایی در مورد معتقدات هر دین است که پیروان آن دین باید آنها را بدانند. ۴- بعد پیامدی یا آثار دینی: ناظر به آثار باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره‌ی پیروان است (آهنکوب‌نژاد، ۱۳۸۸: ۵).

دورکیم^۲ (۱۳۹۴: ۳۳) دین را نظامی منسجم 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. این در حالی است که ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، مانند شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، دگرگونی‌های بنیادینی را در تعاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است (سلطانی، ۱۳۹۵: ۱۲۸). شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در جایگاهی مابین رسانه‌های شخصی، اجتماعی و رسانه‌های جمعی قرار گرفته است و می‌تواند در موقعیت‌های مختلف ارتباطی، اهداف شخصی، گروه‌های متشکل از هم‌تایان و همین‌طور اهداف عمومی باشد. تلفن همراه یک مجرای آنی برای دسترسی به تولید محتوای رسانه‌ای مشارکتی و توسعه بخشیدن به حلقه‌های ارتباطی متقابل میان کاربر شخصی و رسانه‌های جمعی و اجتماعی را به صورت برخط و رقومی فراهم می‌کند (آکسمن و سانتو، ۱۳۹۳: ۷۹).

امروزه ترکیب و همگرا شدن قابلیت‌های ارتباطات میان‌فردی، جمعی و خودانگیز^۳

1. Glock & Stark

2. Durkheim

3. Mass-self Communication

در تلفن همراه، کاربران را قادر ساخته است تا دستگاه‌های رایانه شخصی، دوربین‌های رقومی، خطوط اینترنت پرسرعت و نرم‌افزارهای (اپلیکیشن‌های) رایانه‌ای متنوع را با قیمت پایین و فراگیری بالا در دسترس داشته باشند. به این ترتیب، هر کاربر تلفن همراه به راحتی و در مدت زمان چند ثانیه می‌تواند شبکه‌ای از مخاطبان یا کنشگران هدفمند و شخصی شده خود را از محتوایی که خود تولیدگر آن بوده است، مطلع و اختیار توزیع و بازنشر آن را به دیگران تفویض کند (بصیریان جهرمی، عبدالحسینی و بردبار، ۱۳۹۵: ۶۱). این وسیله در عرصه‌های مختلف زندگانی انسان‌ها حضور پیدا کرده و با توجه به ظرفیت‌های فراوان خود، تبدیل به یک کالای فرهنگی-اجتماعی شده است. شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه از یک سو، دارای برخی اثرات مطلوب کارکردی مانند اطلاع‌رسانی خبری، سیاسی، فرهنگی - اعتقادی و تخلیه روانی افراد ایجاد کننده ارتباط است و از سوی دیگر، کارکردهای نامطلوبی مثل ایجاد حس بی‌پروایی جنسی، افزایش مصرف نمایشی، ایجاد فضای امن برای افراد کجرو، ایجاد شبکه‌های ارتباطی پنهان، وابستگی و اعتیاد موبایلی و ... که محققان بعضاً بدان‌ها اشاره کرده‌اند نیز می‌باشد (موسوی و شفیق، ۱۳۹۵: ۱۴۶). این رسانه‌ها هویت فردی، کنش جمعی، روش‌های تولید، عادت مصرف و شیوه‌های کنشگری را در مقایسه با آنچه در دنیای واقعی بوده، با قدرت روزافزون خود متمایز ساخته‌اند (Castells, 2007: 242).

نظریه ساخت‌یابی گیدنز^۱ بیان می‌کند شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است که افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این محیط پس از شکل‌گیری محدودیت‌هایی را بر عواملان اعمال می‌کند. درواقع، با استفاده از نظریه ساخت‌یابی می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران با فعالیت‌های بازاندیشانه و مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها نیز بیشتر است (قاسمی، عدلی‌پور و کیان‌پور، ۱۳۹۲: ۱۷). احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) در تحقیقی نشان دادند که تعامل در فضای مجازی بر هویت دینی جوانان تأثیر می‌گذارد. قاسمی، عدلی‌پور و کیان‌پور (۱۳۹۲) نیز نشان

1. Giddens

دادند که تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر دینداری جوانان تأثیر می‌گذارد. سلطانی (۱۳۹۵: ۱۴۰) در مطالعه‌ای نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کلیه ابعاد هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

ابعاد گوناگون زندگی افراد به‌طور همه جانبه‌ای تحت تأثیر رسانه‌های نوین از جمله اینترنت و شبکه‌های اجتماعی قرار گرفته است، به طوری که نمی‌توان آثار و پیامدهای این فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی را انکار کرد (قاسمی، عدلی‌پور و کیان‌پور، ۱۳۹۲: ۲۲). لذا با توجه به تغییرات به‌وجود آمده در سطوح ملی و بین‌المللی، شاخص‌های دینداری ایرانی نیز دچار چالش عمیقی شده است. از میان آحاد ملت ایران، نوجوانان و جوانان بیشتر تحت تأثیر این تحولات قرار گرفته‌اند و به نحوی دچار چالش‌هایی، در اعتقادات دینی و گسیختگی در امر هویت‌یابی گشته‌اند. به همین سبب مسأله پای‌بندی به اعتقادات دینی، یکی از مهم‌ترین مسائل است و از آنجا که نوجوانان و جوانان یکی از مهم‌ترین اقشاری هستند که به‌دلیل خصوصیات مربوط به دوره رشد خود، بیشتر تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه قرار می‌گیرند، لذا مطالعه و تحقیق در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر روی مذهب و اعتقادات دینی نوجوانان و جوانان، امری مهم و ضروری است. به همین دلیل هدف پژوهش حاضر پاسخگویی به این سؤال است که آیا بین شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال شهر کاشمر رابطه وجود دارد یا خیر؟

فرضیه‌ها پژوهش

- ۱) بین مدت زمان عضویت در شبکه اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی رابطه وجود دارد.
- ۲) بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی رابطه وجود دارد.
- ۳) بین میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی رابطه

وجود دارد.

۴) بین واقعی تلقی کردن محتوای شبکه های اجتماعی تلفن همراه و پای بندی دینی رابطه وجود دارد.

۵) بین ابعاد پابندی دینی و شبکه های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانش آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال کاربر شبکه های اجتماعی تلفن همراه شهرستان کاشمر در سال ۹۶-۹۷ هستند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۵۰ نفر تعیین شد (۱۲۱ پسر و ۱۲۹ دختر)، که به روش نمونه گیری در دسترس و داوطلبانه به عنوان نمونه انتخاب شدند. آزمودنی ها به پرسش نامه های تحقیق پاسخ دادند. داده های جمع آوری شده با نرم افزار SPSS-22 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جهت جمع آوری اطلاعات دو نوع پرسش نامه استفاده شد:

۱- پرسش نامه محقق ساخته شبکه اجتماعی تلفن همراه

در ساخت این پرسش نامه از متون و منابع موجود استفاده شد و روایی آن توسط جمعی از اساتید دانشگاه مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه، تعداد ۳۰ پرسشنامه در بین دانشجویان قرار گرفت و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، میزان پایایی آن عدد ۰/۸۶ به دست آمد نتایج در جدول ۱ نشان دهنده پایایی قابل اعتماد این پرسشنامه بوده است.

جدول (۱) آلفای کرونباخ پرسش نامه محقق ساخته شبکه های اجتماعی تلفن همراه

خرده مقیاس ها	آلفای کرونباخ
مدت زمان عضویت	۰/۸۳
میزان استفاده	۰/۸۱
میزان مشارکت و فعالیت	۰/۸۶
واقعی تلقی کردن محتوا	۰/۸۵

۲- پرسش‌نامه دینداری گلاک و استارک

این پرسشنامه توسط گلاک و استارک برای سنجیدن نگرش‌ها و باورهای دینی و دینداری ساخته شده است. برای استاندارد کردن در کشورهای مختلف اروپا، آمریکا، آفریقا و آسیا و بر روی پیروان ادیان مسیحیت، یهودیت و اسلام اجرا و با دین اسلام هم انطباق یافته است (سراج زاده، ۱۳۷۷: ۱۰۵). پرسشنامه حاضر یک سنجه پنج‌بعدی است که شامل ابعاد پنج‌گانه اعتقادی، عاطفی، پیامدی، مناسکی و فکری به سنجش دینداری می‌پردازد.

- بعد اعتقادی یا باورهای دینی عبارت است از باورهایی که انتظار می‌رود پیروان آن دین، به آنها اعتقاد داشته باشند.

- بعد مناسکی یا اعمال دینی، شامل اعمال دینی مشخصی هم‌چون عبادت، نماز، شرکت در آئین‌های دینی خاص، روزه گرفتن و ... است که انتظار می‌رود پیروان هر دین، آنها را به‌جا آورند.

- بعد تجربی یا عواطف دینی، ناظر بر عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن رابطه با جوهری ربوبی هم‌چون خدا، یا واقعیتی غایی و یا اقتداری متعالی است.

- بعد فکری دین یا دانش دینی، مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌های مبنایی در مورد معتقدات هر دین است که پیروان آن دین، باید آنها را بدانند.

- بعد پیامدی یا آثار دینی، ناظر به اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان است.

مقیاس اندازه‌گیری مورد استفاده در این سنجش، طیف لیکرت می‌باشد که هر گویه پنج‌ارزشی «کاملاً موافق، موافق، بینابین، مخالف و کاملاً مخالف» را در بر می‌گیرد و ارزش‌های هر گویه بین ۴-۰ متغیر می‌باشد. حاصل جمع عددی ارزش هر یک از گویه‌ها در کل نمره آزمودنی را نشان می‌دهد که بین ۱۰۴-۰ نوسان دارد. در تعیین میزان دینداری سه طبقه فرض می‌شود که نمرات ۲۵٪ بالا و پائین، میزان دینداری قوی و ضعیف را نشان می‌دهد و ۵۰٪ نمرات بین دو کرانه نشانگر دینداری متوسط می‌باشد. لذا نمرات ۲۶-۰ بیانگر دینداری ضعیف، نمرات ۲۶-۷۸ بیانگر دینداری متوسط

و اندازه‌های ۱۰۴-۷۸ مبین دینداری بالا می‌باشد. روایی پرسشنامه از لحاظ صوری و محتوایی توسط چند تن از اساتید و متخصصان بررسی و تأیید شد. میزان اعتبار این پرسشنامه در مطالعات مختلف بر روی نمونه‌های مختلف متفاوت تعیین شده که به دلیل استاندارد بودن، دارای پایایی بالایی است که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است (فرج‌اللهی، حاتمی‌فر و افرایی، ۱۳۹۲: ۴۷).

جدول ۲) الفای کرونباخ پرسشنامه دینداری گلاک و استارک

خرده مقیاس‌ها	آلفای کرونباخ
اعتقادی	۰/۸۱
پیامدی	۰/۷۲
مناسکی	۰/۸۳
عاطفی	۰/۷۵
شناختی	۰/۸۲
آلفای کل	۰/۸۳

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش ارائه می‌شود. بخش توصیفی به معرفی سیمای پاسخ‌گویان می‌پردازد و بخش استنباطی به آزمون فرضیات تحقیق اختصاص دارد.

نتایج توصیفی

جدول ۳) توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب میانگین سن

ردیف	سن	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر
۱	۱۲-۱۳	۳۳	۱۳/۱	۱۳/۳
۲	۱۳-۱۴	۲۴	۹/۶	۹/۷
۳	۱۴-۱۵	۵۱	۲۰/۳	۲۰/۶
۴	۱۵-۱۶	۶۵	۲۵/۹	۲۶/۲
۵	۱۶-۱۷	۴۹	۱۹/۵	۱۹/۸
۶	۱۷-۱۸	۲۶	۱۰/۴	۱۰/۵
	جمع	۲۴۸	۹۸/۸	۱۰۰/۰
	مجموع	۲۵۰	۱۰۰/۰	

با توجه به جدول ۳ فراوانی فوق، باید اظهار داشت از مجموعه ۲۵۰ نفر پاسخ‌گو بر حسب سن، بیشترین نسبت یعنی ۲۵/۹٪ یا ۶۵ نفر بین ۱۵-۱۶ ساله بوده‌اند و کمترین نسبت یعنی ۹/۶٪ یا ۲۴ نفر بین ۱۳-۱۴ ساله بوده‌اند.

جدول ۴) میزان پای‌بندی دینی افراد و شاخص‌های آن بر حسب فراوانی و درصد

پای‌بندی دینی	پیامدی	شناختی	مناسکی	اعتقادی	عاطفی		
۶۵	۱۸	۱	۳	۲	۱	فراوانی	خیلی ضعیف
۲۶	۷/۲	۰/۴	۱/۲	۰/۸۰	۰/۴	درصد	
۵۳	۳۴	۵۴	۲۹	۶	۲۶	فراوانی	ضعیف
۲۱/۲	۱۳/۶	۲۱/۶	۱۱/۶	۲/۴	۱۰/۴	درصد	
۹۲	۱۶۰	۴۸	۶۵	۹۶	۶۷	فراوانی	متوسط
۳۶/۸	۶۴	۱۹/۲	۲۶	۳۸/۴	۲۶/۸	درصد	
۲۲	۲۳	۷۱	۷۴	۵۴	۸۰	فراوانی	قوی
۷/۲	۹/۲	۰/۳۰	۳۱/۶	۳۶/۸	۳۲	درصد	
۱۸	۱۵	۷۶	۷۹	۹۲	۷۶	فراوانی	خیلی قوی
۸/۸	۶	۲۸/۴	۲۹/۶	۲۱/۶	۳۰/۴	درصد	
۲۵۰	۲۵۰	۲۵۰	۲۵۰	۲۵۰	۲۵۰	فراوانی	کل
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

در جدول ۴ میزان پای‌بندی دینی افراد و شاخص‌های آن قابل مشاهده است. بر اساس این جدول مشاهده می‌شود که در متغیر پای‌بندی دینی، ۳۶/۸٪ پاسخ‌گویان میزان پای‌بندی‌شان در حد متوسط است.

تحلیل استنباطی

پژوهش حاضر دارای چهار فرضیه بود که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیات، از آزمون آماری رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS-22 استفاده شده است.

جدول ۵) بررسی رابطه مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی

متغیر	مقدار همبستگی	سطح معناداری	تعداد نمونه	آزمون فرضیه
مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی	-۰/۱۷۳	۰/۰۰۰	۲۵۰	رابطه وجود دارد

نتایج جدول ۵ نشان داد که بین مدت زمان عضویت در شبکه اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی رابطه معنادار معکوسی وجود دارد. یعنی هر چه مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بیشتر باشد، پایبندی دینی کاربران تضعیف می‌شود. فرضیه اول با سطح اطمینان ۹۹٪ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود.

جدول ۶) بررسی رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی

متغیر	مقدار همبستگی	سطح معناداری	تعداد نمونه	آزمون فرضیه
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی	-۰/۳۰	۰/۰۰۰۵	۲۵۰	رابطه وجود دارد

نتایج همبستگی (جدول ۶) نشان داد بین دو متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی افراد به میزان ۳۰٪ رابطه معکوس وجود دارد. یعنی هر چه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری پایبندی دینی دانش‌آموزان بیشتر می‌شود. یعنی با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، میزان پایبندی دینی دانش‌آموزان کاهش می‌یابد ($p < ۰/۰۵$).

جدول ۷) بررسی رابطه میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی

متغیر	مقدار همبستگی	سطح معناداری	تعداد نمونه	آزمون فرضیه
فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و هویت دینی	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰۵	۲۵۰	رابطه وجود دارد

نتایج جدول ۷ نشان داد بین میزان مشارکت و فعال بودن دانش‌آموزان در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پایبندی دینی آنها رابطه معناداری وجود دارد. یعنی هر چه

دانش‌آموزان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه فعال و مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری آنها بیشتر است و به عکس هرچه در استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه منفعل و غیر مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری پای‌بندی دینی آنها کمتر خواهد بود. با توجه به سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که با افزایش مشارکت و فعالیت دانش‌آموزان در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، پای‌بندی دینی آنها تضعیف می‌شود.

جدول ۸) بررسی رابطه واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی

متغیر	مقدار همبستگی	سطح معناداری	تعداد نمونه	آزمون فرضیه
واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی	۰/۱۳۷	۰/۰۰۰	۲۵۰	رابطه وجود دارد

نتایج این فرضیه نشان داد که بین واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد. یعنی هر چه کاربران محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه را واقعی تلقی کنند، احتمال تأثیرپذیری پای‌بندی دینی آنها بیشتر است و بر عکس هر چه دانش‌آموزان محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه را غیرواقعی تلقی کنند، احتمال تأثیرپذیری آنها کمتر است. لذا فرضیه پژوهش تأیید می‌شود ($p < ۰/۰۰۰$).

جدول ۹) سنجش رابطه ابعاد پای‌بندی دینی با تعامل در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه

ابعاد پای‌بندی دینی	شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه		
	مقدار کندال	گاما	کای اسکوئر
عاطفی	-۰/۰۸۲	-۰/۱۵۵	۱۰/۱۶۷
شناختی	-۰/۰۵۹	۰/۰۹۰	۱۴/۹۵۰
اعتقادی	-۰/۰۸۵	-۰/۲۸۰	۸/۶۵۰
مناسکی	-۰/۱۳۰	-۰/۳۲۰	۱۴/۰۸۰
پیامدی	-۰/۱۳۵	-۰/۲۴۰	۱۵/۱۸۰

در جدول ۹ به شاخص‌ها و ابعاد پای‌بندی دینی در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه اشاره شده است. بر اساس نتایج تحلیل‌های دو متغیری، می‌توان گفت که در

میان ابعاد پای‌بندی دینی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، بیشترین تأثیر را بر ابعاد پیامدی و رفتاری و کمترین تأثیر را بر بعد شناختی داشته است. بنابراین می‌توان گفت کمترین احساس تعلق خاطر دانش‌آموزان، نسبت به ابعاد پیامدی و رفتاری پای‌بندی دینی ابراز شده است. از سوی دیگر، گرایش و تعلق خاطر جوانان نسبت به بعد شناختی پای‌بندی دینی، در تعامل با شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه است.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (مدت زمان عضویت، استفاده از شبکه اجتماعی تلفن همراه، میزان فعالیت و واقعی بودن محتوا) بر میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی (پیامدی، رفتاری، عاطفی، شناختی و اعتقادی) پرداخته شد. پرسشنامه بین ۲۵۰ نفر از دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال توزیع شد. نتایج فرضیه اول نشان داد که بین مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی رابطه معنادار معکوسی وجود دارد. یعنی هر چه مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بیشتر باشد، پای‌بندی دینی کاربران تضعیف می‌شود. نتایج همبستگی فرضیه دوم نشان داد بین دو متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی افراد به میزان ۳۰٪ رابطه معکوس وجود دارد، یعنی هر چه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری پای‌بندی دینی دانش‌آموزان بیشتر می‌شود و با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، میزان پای‌بندی دینی دانش‌آموزان کاهش می‌یابد. همچنین نتایج نشان داد بین میزان مشارکت و فعال بودن دانش‌آموزان در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی آنها رابطه معناداری وجود دارد، یعنی هر چه دانش‌آموزان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه فعال و مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری آنها بیشتر است و به عکس هر چه در استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه منفعل و غیر مشارکت‌جو باشند، احتمال تأثیرپذیری پای‌بندی دینی آنها کمتر خواهد بود. علاوه بر این، نتایج نشان داد بین واقعی تلقی کردن محتوای

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و پای‌بندی دینی دانش‌آموزان، رابطه وجود دارد. یعنی هر چه کاربران محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه را واقعی تلقی کنند، احتمال تأثیرپذیری پای‌بندی دینی آنها بیشتر است و بر عکس، هر چه دانش‌آموزان محتوای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه را غیرواقعی تلقی کنند، احتمال تأثیرپذیری آنها کمتر است. نتیجه فرضیه پنجم نیز نشان داد ابعاد پای‌بندی دینی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، بیشترین تأثیر را بر ابعاد پیامدی و رفتاری و کمترین تأثیر را بر بعد شناختی داشته است. بنابراین می‌توان گفت کمترین احساس تعلق خاطر دانش‌آموزان نسبت به ابعاد پیامدی و رفتاری پای‌بندی دینی ابراز شده است. از سوی دیگر، گرایش و تعلق خاطر جوانان نسبت به بعد شناختی پای‌بندی دینی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه است. یافته‌های پژوهش (Tyler, 2012)؛ عباسی قادی (۱۳۸۶)؛ احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)؛ علی‌پور، قاسمی و میرمحمدتبار (۱۳۹۳: ۱۸)؛ قاسمی، عدلی‌پور و کیان‌پور (۱۳۹۲: ۳۱) و شب‌نم و اطهری (۱۳۹۵: ۵۷) نیز حاکی از این امر است که اعتقادات و باورها و در نهایت پای‌بندی دینی دانش‌آموزانی که از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کنند، ضعیف‌تر از دیگر دانش‌آموزان است. طبق عقیده رسانه‌ها نیز میزان استفاده، مدت عضویت و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر پای‌بندی دینی کاربران مؤثر است (قاسمی، عدلی‌پور و کیان‌پور، ۱۳۹۲: ۲۳). که مطابق با نتایج این پژوهش است.

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه یکی از ابزارهای بسیار مهم و تأثیرگذار در عقاید، رفتار و فرهنگ محسوب می‌شوند، زیرا این رسانه‌ها شامل مجموعه بسیار گسترده‌ای از پیام‌ها، تصاویر و افکاری هستند که عمدتاً از جامعه سازنده رسانه شروع شده و در مسیری شبکه‌ای به سایر جوامع نیز ورود و نفوذ می‌کند. برنامه‌های مبتنی بر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در کشورهای در حال توسعه، باعث پذیرش افکار جدید و روش‌های زندگی وارداتی در بین قشر نوجوان و جوان جامعه میزبان می‌شود و همین امر باعث می‌شود که جوانان از عمل به بسیاری از عادات و رسوم سنتی جامعه خود، که از مؤلفه‌های مهم پای‌بندی به اعتقادات دینی آنان محسوب

می‌شود، سرباز زند و دائم به تقلید فرهنگ بیگانه پرداخته و در مقابل بیشتر آنچه مبتنی بر میراث فرهنگی و تمدن‌شان است، دورتر شوند (شاماتی، واحدی و نوروزی، ۱۳۹۵: ۱۷۵).

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، گسترش دهنده فرهنگ مادی‌نگری و لذت‌جویی و فردگرایانه غربی هستند و این باعث کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در نوجوانان و جوانان می‌شود. افزایش دسترسی و بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و افزایش مدت زمان استفاده و نوع مصرف بر ذهن و بینش، شیوه و سبک دینداری دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارد و از آنجا که ایجادکنندگان و پیام‌فرستندگان و برنامه‌سازان این فناوری ارتباطی و اطلاعاتی عمدتاً کشورهای توسعه یافته غربی هستند، تعجبی ندارد که انبوه فیلم‌ها و سایت‌های پر مخاطب آنها هویت فرهنگی، قومی، ملی و دینی کشورهای مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار داده و یا تضعیف نماید.

در جمع‌بندی می‌توان اذعان داشت که شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه که نسلی نو از سامانه‌های اینترنتی اجتماع‌محور و بر پایه هنجارهای جوامع غربی هستند، در حال گسترش روزافزون در تمامی نقاط جهان می‌باشند و استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در بین دانش‌آموزان رواج زیادی پیدا کرده و فضایی امن برای فعالیت افراد نمی‌باشد. این شبکه‌های اجتماعی، هویت اشخاص را دچار سستی و انحراف می‌کند و فضای اخلاقی حاکم بر آن به‌گونه‌ای است که برای نسل نوجوان و جوان سالم نمی‌باشد. جان سولر و لئون جیمز^۱ معتقدند شبکه‌های اجتماعی اثرات متفاوتی بر ذهن و رفتار آدمی می‌گذارد. ترکل^۲ معتقد است ارتباط دردسترس، فرد را در یک رابطه جدید با هویتش قرار می‌دهد. شبکه‌های اجتماعی، پایداری معانی و فقدان واقعیت‌های جهانی شناخته شده را به چالش می‌کشد. به عبارت دیگر، ترکل می‌گوید زمانی که مردم در شبکه‌های مجازی مشارکت می‌کنند، آنها نه تنها نویسنده متن خود می‌شوند، بلکه نویسنده خود نیز می‌گردند و این کار را با ساختن خودهایی جدید از طریق تعامل اجتماعی انجام می‌دهند. در این زمان شما هم آن شخصیت ساخته شده هستید و هم

1. John Soler and Leon James

2. Turkle

آن شخصیت نیستید، کسی هستید که تظاهر به بودنش می‌کنید (مجردی، اسلامی و جمال، ۱۳۹۳: ۸۹). هم‌چنین افزایش ارتباطات جهانی و جهانی شدن موجب ایجاد تغییرات بسیاری در جوامع مختلف شده است. رواج ارزش‌های گوناگون، قرار گرفتن در معرض اندیشه‌ها و گرایش‌های مختلف از جمله عوامل تهدید کننده تعلق خاطر به پای‌بندی دینی به‌خصوص در میان جوانان و نوجوانان است. در واقع، پای‌بندی دینی به‌وسیله تهاجم فرهنگی تهدید می‌شود. گیدنز تأمل و بازاندیشی در مورد هویت را به دوران تازه منحصر می‌داند. در متن چالش‌های دنیای تازه است که سنت، طبیعت مرجعیت خود را از دست داده و فرد در یک فضای آکنده از اطلاعات، پیوسته به تأمل درباره هستی خویش می‌پردازد (نش، ۱۳۹۵: ۹۴).

با توجه به رویکرد گیدنز می‌توان چنین گفت که فرد در جریان هویت‌یابی خود به‌طور عام و پای‌بندی دینی به‌طور خاص، موجودی صرفاً منفعل و پذیرنده نیست، بلکه به تفسیر هویت خویش می‌پردازد. این تفسیر بریده بریده و منقطع نیست، بلکه از مقداری ثبات و استمرار برخوردار است. بر این اساس، می‌توان گفت پای‌بندی دینی از مهم‌ترین عناصر ایجاد کننده همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد و به‌عبارتی، عملیات تشابه‌سازی و تمایزبخشی را انجام می‌دهد. به‌طور مثال، دین اسلام و مذهب شیعه، به‌طور همزمان ضمن ایجاد تشابه‌دینی در بین افراد جامعه ایران، آنها را از سایر ادیان متمایز می‌سازد، اما این مسأله از عامل دیگری نیز سرچشمه می‌گیرد و آن شبکه اجتماعی تلفن همراه است. در جامعه ما از اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و ماهواره به‌صورت منطقی استفاده نمی‌شود و این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر مروج فرهنگ مادی‌گر و لذت‌جو و فردگرایانه غربی هستند که یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن، کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در افراد است (شبنم و اطهری، ۱۳۹۵: ۶۶).

تعامل در شبکه‌های اجتماعی تاثیر دوگانه‌ای بر ابعاد پای‌بندی دینی افراد دارد، به‌طوری که افزایش دسترسی و بهره‌مندی از مجاری نوین اطلاعاتی و ارتباطی و افزایش

مدت زمان استفاده و نوع مصرف به دلیل تلطیف افق ذهنی و بینشی و ارتقاء و گسترش جهت گیری شناختی، عاطفی و عملی از یک سو، از شدت ابعاد پیامدی و تجربی کاسته می شود و از سوی دیگر، پای بندی دینی افراد در بعد شناختی تقویت می شود. در واقع، اطلاعات یاد شده بر این واقعیت دلالت می کند که افراد متناسب با نوع نیازهای دینی و مذهبی خود از اینترنت و شبکه های اجتماعی تلفن همراه استفاده می کنند و به همان ترتیب، استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن مدار بر شیوه و سبک دینداری آنها تأثیر می گذارد و انعطاف پذیری نسبت به قرابت های دینی مختلف را افزایش می دهد (علی پور، قاسمی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۳: ۶).

با توجه به گسترش روزافزون رسانه های نوین هم چون شبکه های اجتماعی تلفن همراه، بویژه در جوامع در هر حال گذار، روند نوسازی به تضعیف پیوندهای سنتی می انجامد. این رسانه ها می توانند در نگرش ها و رفتار شهروندان تأثیر گذارده و باعث کاهش همدلی، احساس تعلق ملی و انسجام اجتماعی شوند. اینگلههارت^۱ با طرح مفهوم انقلاب خاموش، بر این باور است که ورود سریع ارزش ها و اندیشه های جدید از طریق فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می تواند گسست های جدی در میانی هویتی جامعه ایجاد کند هم چنان که کاستلز (۱۳۸۵: ۱۶۵) بیان کرده است ماهواره و اینترنت با دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات، نقش تعیین کننده ای در تغییر و شکل دهی فرهنگ ها و هویت شهروندان ایفاء می کنند. لذا پیشنهاد می شود برنامه ریزی دقیق در رابطه با برنامه های پای بندی دینی نوجوانان و جوانان صورت گیرد. به منظور آگاهی از وضعیت جدید ارتباطی و رشد و پویایی ابعاد مختلف هویتی نسل جدید پژوهشی انجام شود و آموزش های لازم از طریق رسانه ها، خانواده و نهادهای آموزشی در ارتباط با استفاده صحیح از شبکه های اجتماعی و آثار منفی استفاده نادرست از آنها، ارائه گردد.

منابع

- آکسمن، ویرپی؛ سانتو، تیوونن (۱۳۹۳). *کارکردهای رسانه‌ای تلفن همراه و پیامدهای آن*. ترجمه احسان موحدیان و احمدرضا شاه‌علی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- آهنکوب‌نژاد، محمدرضا (۱۳۸۸). "مطالعه میزان پای‌بندی دینی جوانان شهر اهواز". *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، سال دوم، ش ۲ (پاییز و زمستان): ۱-۲۴.
- احمدپور، مریم؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۹). "تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان)". *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، سال سوم، ش ۵ (بهار و تابستان): ۷۵-۹۹.
- بصیریان جهرمی، حسین؛ عبدالحسینی، محمد؛ بردبار، ملیکا (۱۳۹۵). "رسانه‌های اجتماعی و مدیریت بحران نقش تلفن‌های همراه هوشمند در کنشگری اجتماعی". *فصلنامه رسانه*، سال بیست و هفتم، ش ۱ (بهار): ۵۸-۸۳.
- دورکیم، امیل (۱۳۹۴). *صور/ابتدایی حیات دینی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.
- سراج زده، حسن (۱۳۷۷). "نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آن برای نظریه سکولار شدن". *فصلنامه اطلاع رسانی پژوهشی*، دوره سوم، ش ۹ و ۱۰ (پاییز و زمستان): ۱۰۵-۱۱۸.
- سلطانی، اختر (۱۳۹۵). "بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)". *فصلنامه علمی - ترویجی فرهنگ ایلام*، دوره هفدهم، ش ۵۰ و ۵۱ (بهار و تابستان): ۱۲۵-۱۴۴.
- شاماتی، اسمعیل؛ واحدی، مهدی؛ نوروزی، داریوش (۱۳۹۵). "رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران". *فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، دوره هفتم، ش ۲۸ (زمستان): ۱۶۴-۱۸۲.

- شبینم، شبینم؛ اطهری، اسدالله (۱۳۹۵). "تأثیر شبکه‌های اجتماعی لاین و تلگرام بر هویت فرهنگی دانشجویان ارشد و دکتری رشته مدیریت امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران". *فصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و علوم اجتماعی*، دوره هشتم، ش ۱۵ (بهار و تابستان): ۶۳-۸۲.
- عباسی قادی، مجتبی (۱۳۸۶). "بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران". *فصلنامه رسانه*، دوره هیجدهم، ش ۶۹ (بهار): ۱۷۳-۱۹۸.
- علی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید؛ میرمحمدتبار، احمد (۱۳۹۳). "تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان". *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره هفتم، ش ۱ (بهار): ۱-۲۸.
- فرج‌اللهی، مهران؛ حاتمی‌فر، خدیجه؛ افزایی، هادی (۱۳۹۲). "بررسی میزان پایبندی دینی دانشجویان دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی تاکستان". *فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، دوره سوم، ش ۶ (بهار): ۴۰-۶۲.
- قاسمی، وحید؛ عدلی‌پور، صمد؛ کیان‌پور، مسعود (۱۳۹۲). "تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (مطالعه موردی: فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان)". *دوفصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات*، سال نوزدهم، ش ۴۲ (تابستان): ۵-۳۶.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). "عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت و هویت". ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
- مجردی، وحید؛ اسلامی، علی؛ جمال، سعید (۱۳۹۳). "بررسی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بین دانشجویان استان خراسان شمالی". *فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی*، دوره یکم، ش ۴ (زمستان): ۸۶-۹۹.
- موسوی، کمال‌الدین؛ شفیق، یاسمین (۱۳۹۵). "اعتیاد به موبایل در جوانان تهرانی: یک بررسی جامعه‌شناختی". *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفدهم، ش ۴ (زمستان): ۱۳۹-۱۶۴.
- نش، کیت (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت*.

ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: آذر.

- Castells, Manuel (2007). "Power and Counter-power in the Network Society". *International Journal of Communication*, Vol. 1, No. 1: 238-266.
- Smith, D. B.; Hanges, P. J.; Dickson, M. W. (2001). "Personal Selection and the Five Factor Model: Reexamining the Effects of Applicants Frame of Reference". *Journal of Applied Psychology*, Vol. 86, No. 2: 80-93.
- Tyler, T. (2012). "Social networking and Globalization". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 1: 37- 44.
- Zinnbauer, B. J.; Pargament, K. (2012). "Religion and Spirituality Handbook for the Psychology of Religion". New York: Guilford Press: 78-114.
- Zulling, K. J.; Ward, R. M.; Horn, T. (2006). "The Association between Perceived Spirituality, Religiosity and Life Satisfaction: The Mediating Role of Self-Rated Health". *Social Indicators Research*, Vol. 79, No. 2: 255-274.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی