



اینترنت و دین‌داری جوانان (مورد: دختران و پسران ۱۹ تا ۳۰ ساله شهر اصفهان)

محمدعلی زکی *

چکیده

اینترنت، یکی از ارکان اساسی جوامع مدرن بوده که بخش‌های مختلف جامعه را تحت تأثیر قرار داده است، اما تاکنون تحقیقات اندکی در خصوص تأثیرات اینترنت بر دین‌داری انجام شده است. از آنجا که جوانان، بخش مهمی از ساختار اجتماعی ایران هستند، تحقیق حاضر، به بررسی و تبیین رابطه اینترنت با دین‌داری جوانان پرداخته است. روش تحقیق حاضر، از نوع همبستگی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه بوده است. اطلاعات تحقیق، با استفاده از روش نمونه‌گیری از بین جوانان شهر اصفهان (۳۸۴ نفر) گردآوری شده است. پایایی پرسش‌نامه دین‌داری و اینترنت به ترتیب ۰/۹۳ و ۰/۷۸ گزارش شده است. نتایج توصیفی نشان داد که استفاده از اینترنت در جوانان کمتر از حد متوسط و دین‌داری جوانان بیشتر از حد متوسط می‌باشد. تحلیل همبستگی نشان از وجود رابطه خیلی ضعیف منفی بین اینترنت و دین‌داری داشته است. نتایج تحلیل رگرسیون معرف آن است که از بین انواع هشت‌گانه استفاده از اینترنت، تنها سه نوع چت کردن، کار و تحصیل و بازی و سرگرمی؛ بیشترین عوامل مؤثر بر دین‌داری جوانان بوده‌اند. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که سه متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی (۰/۲۷-)، استفاده از اینترنت (۰/۱۶-) و حوزه اجتماعی شهری (۰/۱۳-) به ترتیب بیشترین تأثیر منفی را بر دین‌داری جوانان داشته‌اند. متغیر طبقه اجتماعی به واسطه استفاده از اینترنت به طور غیرمستقیم نیز در دین‌داری جوانان تأثیر گذار بوده است.

واژگان کلیدی

دین‌داری، استفاده از اینترنت، جوانان، شهر اصفهان

* دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه امام حسین(ع) mazaki42@yahoo.com

نویسنده مسؤول یا طرف مکاتبه: محمدعلی زکی

مقدمه

تأثیر و نفوذ دین در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی، سبب شده تا دین و دین‌داری^۱ و مطالعات آنها، جایگاه مهمی در جامعه دینی‌ای مانند ایران داشته باشند. بررسی تاریخی، گویای آن است که بررسی و تبیین دین به مثابه نهاد اجتماعی، یکی از نخستین خاستگاه‌های پیدایش و شکل‌گیری جامعه‌شناسی بوده است. تجربه تاریخی زندگی بشر نشان می‌دهد که دین جزئی جدایی‌ناپذیر از این زندگی بوده است. دین، هم کهن‌ترین و هم نافذترین و اثرگذارترین نهاد اجتماعی در جوامع بشری از منظر تاریخی بوده است. موضوع سنجش دین‌داری همواره یکی از دغدغه‌های اساسی پژوهشگران حوزه دین بوده است. دین‌داری یا التزام دینی^۲ یکی از مفاهیمی است که پژوهشگران علوم اجتماعی که حوزه علاقه‌شان مطالعه تجربی دین است، به آن بسیار توجه کرده‌اند. اگرچه مفهوم دین‌داری پیش از سال ۱۹۶۰ در پژوهش‌های اجتماعی به کار رفته و تعریف عملیاتی شده، ولی چارچوب تحلیلی مورد نیاز برای تعریف عملیاتی این مفهوم، در طول دهه ۱۹۶۰ توسعه یافت. سپس در دهه ۱۹۷۰، با پذیرش نگرش‌ها و تکنیک‌های جدید، پژوهش درباره موضوع دین‌داری به سرعت رشد پیدا کرد. سابقه بیش از پنجاه ساله مطالعات تجربی و میدانی انواع، میزان و تغییرات دین‌داری، بیانگر اهمیت موضوع دین‌داری است. دین‌داری عبارت است از، پابندی و آگاهی از اصول و شعائر یک مذهب؛ به گونه‌ای که این پیروی بر زندگی فردی و اجتماعی تأثیرگذار باشد. دین‌داری، با دین متفاوت است، دین‌داری التزام به دین است. دینی بودن^۳ عنوان عامی است که به هر فرد یا پدیده‌ای که ارزش‌ها و نشانه‌های دینی در آن متجلی باشد، اطلاق می‌شود. تجلی ارزش‌ها و نشانه‌های دینی بودن فرد را، در نگرش، گرایش و کنش‌های آشکار و پنهان او، می‌توان، جست‌وجو کرد. فرد دین‌دار خود را مقید به رعایت دستورات و توصیه‌های دینی می‌داند. همین تقید و اهتمام او به آموزه‌ها و دستورهای دینی، او را از انسان‌های دیگر متمایز می‌سازد. بر این اساس، به دو طریق می‌توان فرد دین‌دار را از دیگران باز شناخت: نخست، پابندی و التزام دینی‌اش و دوم پیامد دین‌داری و آثار آن در فکر و جان و عمل فردی و اجتماعی او. پس به بیان کلی‌تر، دین‌داری؛ یعنی، داشتن التزام دینی به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متمایز سازد (Serejzadeh, 2007).

1. Religiosity
2. Religious Commitment
3. Religiosness

دین‌داری عبارت است از، پذیرش تمام یا بخشی از عقاید، اخلاقیات و احکام دینی به نحوی که شخص دین‌دار خود را ملزم به تبعیت و رعایت از این مجموعه بداند. پژوهش تجربی درباره دین و دین‌داری در ایران سابقه چندانی ندارد. شاید تنها در یک یا دو دهه اخیر است که محققان به ضرورت پژوهش‌های منظم و علمی در زمینه دین و دین‌داری پی برده‌اند. اولین تلاش‌های پژوهشی دین‌داری در ایران مربوط به سه تحقیق برجسته سنجش دین‌داری جوانان (Taleban, 1998)، تعریف عملیاتی دین‌داری در پژوهش‌های اجتماعی (Serejzadeh & Tavakooli, 2001) و عملکرد دینی دانشجویان و نمادهای دین‌داری در میان دانشجویان دختر (Talebi, 2001) می‌باشد. بررسی تحقیقات دین‌داری بر اساس تحلیل محتوای مقالات مجلات علمی پژوهشی ایران طی سال‌های ۱۳۷۷ تا ابتدای خرداد ماه ۱۳۹۲ (با کلید واژه دین‌داری) نشان داده و با اطمینان می‌توان، ابراز داشت که تحقیقی در زمینه تأثیر اینترنت بر دین‌داری انجام نگرفته است (Zaki, 2013).

اثرگذاری اینترنت در نظام اجتماعی موجبات طرح موضوعات جدیدی هم چون یادگیری الکترونیکی^۱، دولت الکترونیکی^۲، گردشگری الکترونیکی^۳، سواد مجازی^۴، هویت مجازی^۵ و فراغت مجازی^۶ گردیده است. دو فرآیند رسانه‌ای شدن^۷ و خانگی شدن^۸، توصیف‌کننده گذران بخش عمده‌ای از فراغت جوانان در جوامع مدرن است. جوانان، فراغت خود را بیش از پیش در خلوت سپری می‌کنند و برای سرگرم شدن به طور فزاینده‌ای به اینترنت متکی هستند که این پدیده را تحت عنوان «فراغت مجازی» مورد بررسی قرار می‌دهند (Zokaei, 2008). اینترنت در فاصله سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ در ایران رشدی حدود ۲۵۰۰ درصد داشته است. این وضعیت امکان ایجاد یک نسل را در ایران مطرح می‌کند، نسلی که در سال‌های نوجوانی با تکنولوژی‌های نوین ارتباطی آشنا شده و در حال حاضر، به سمت سنین میان‌سالی حرکت می‌کند.

این مقاله به این مسأله می‌پردازد که با وجود گسترش استفاده از اینترنت در ایران، چه از نظر تعداد و چه از نظر کیفیت استفاده، نقش این گسترش در افزایش و یا کاهش دین‌داری و یا در

1. E-Learning
2. E-Government
3. E-Tourism
4. E-Literacy
5. E-Identity
6. E-Leisure
7. Mediatization
8. Domestication

حوزه دین‌داری جوانان مشخص نشده است. بر این اساس، هدف این مقاله، تبیین میزان و کیفیت استفاده از اینترنت در جوانان ایران و تأثیر آن بر میزان دین‌داری جوانان است. بخش قابل توجه جمعیت ایران اختصاص به جوانان داشته است که اهمیت اثربخشی و هم‌چنین، کارآمدی جوانان در لایه‌های مختلف جامعه در حال حاضر و خصوصاً در آینده، زمینه‌هایی برای انجام پژوهش حاضر، با جهت‌گیری بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر حوزه دین‌داری جوانان را فراهم می‌نماید.

با بررسی پیشینه تحقیق می‌توان، سابقه پژوهش را به دو بخش اصلی تقسیم کرد:

الف. بخش اول؛ تحقیقاتی که اثرات اینترنت در سطوح و حوزه‌های مختلف جامعه را تبیین نموده‌اند: نتایج پژوهش‌های مختلف معرف تأثیر استفاده اینترنت بر احساس تنهایی و پخت کردن (Mashayekhi & Borjali, 2003)، نسبی‌نگری هنجاری دانشجویان (Godazgar & Moosapour, 2004)، ارزش‌های خانواده (Zanjanizadeh et al., 2005)، شکل‌گیری هویت (فردی و جمعی) (Gorgi, 2006)، ایجاد انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (Mohseni et al., 2007)، نظام ارزشی (Keramati Moghad et al., 2007)، افزایش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی دانشجویان دانشگاه تهران (Javaheri & Bagheri, 2008)، رفتارهای فراغتی جوانان تهرانی (Pakseresht & Nourinia, 2008)، کاهش سلامت‌روان و هم‌چنین، نقایص برخی جنبه‌های هویت (ملی و مذهبی) دانشجویان (Alavi et al., 2008)، درگیرشدگی سیاسی جوانان و بزرگسالان تحصیل‌کرده‌تر (Sardarnia, 2009)، افزایش سطح مشارکت سیاسی کاربران اینترنت (دانشجویان) در ایران (Abdollahian & Haghgoei, 2010)، توسعه فرهنگی و آموزش (Ahmadi et al., 2011)، هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز (Kabirifar & Sarafizadeh, 2011)، تغییر در هویت فردی و هویت گروهی، ارزش‌های چهارگانه دینی، اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی جوانان استان مازندران (Navabakhsh et al., 2010)، کاهش عملکرد تحصیلی و سلامت‌روان دانش‌آموزان (Ranjbar et al., 2011)، اعتماد اجتماعی دانشجویان (Hezarjaribi & Morovati, 2011)، نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی جدید در تحولات منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (اطلاع‌رسانی، سازمان‌دهی و گسترش سریع تحولات) (Aghaei et al., 2012)، سبک زندگی جوانان (Bashir & Afrasiabi, 2012) و بررسی اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فراتحلیلی با تأکید بر جوانان (Montazer Ghaem & Shaghasemi, 2009) بوده است.

ب. بخش دوم: تحقیقاتی که اثرات اینترنت در حوزه‌های دینی مذهبی را بررسی کرده‌اند: یافته‌های پژوهش احمدپور و قادرزاده (Ahmadpour & Ghaderzadeh, 2011) حاکی از آن است که هویت دینی در تعامل با فضای سایبر تضعیف می‌شود و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی نزد دانشجویان دانشگاه کردستان کاسته می‌شود. هدف پژوهش کرم‌الهی (Karamallai, 2012) بررسی آثار استفاده از اینترنت بر دین‌داری کاربران در بین دانشجویان دانشگاه دولتی و دانشگاه آزاد اسلامی شهر قم بوده است. بر اساس نتایج به دست آمده، نوع استفاده از اینترنت، رابطه معناداری با مقیاس کلی دین‌داری و برخی از ابعاد دین‌داری (عبادت‌ها و احکام دینی) و نیز نشانه‌های دین‌داری دارد. در این میان، استفاده اطلاعاتی از اینترنت رابطه مثبت با دین‌داری داشت، اما، رابطه استفاده‌های تفریحی و ارتباطی از اینترنت با میزان التزام به ابعاد و نشانه‌های دین‌داری منفی بود.

پژوهش عاملی و حاجی‌جعفری (Ameli & HajiJafari, 2012) سعی در ارایه الگویی برای تبیین روابط میان سه متغیر: تجربه‌شناسی آسیب، نگرش به آسیب‌ها و دین‌داری کاربران اینترنتی داشته است. نتایج دو پژوهش دیگر معرف آن بوده که استفاده زیاد از اینترنت باعث کاهش هویت مذهبی (Alavi et al., 2008) و هم‌چنین، تضعیف ارزش‌های دینی (Navabakhsh et al., 2010) می‌گردد.

تحقیقات خارجی متعددی در حوزه اینترنت و دین‌داری به عمل آمده که به بخشی از آنها اشاره می‌شود. داوسن (Dawson, 2000) در مقاله پژوهشی خود تحت عنوان «بررسی دین در فضای سایبر» رئوس کلی تعاملات و ارتباطات را با توجه به بحث درباره ارتباط و تعامل ویژه در جامعه‌شناسی دین مجازی عرضه می‌کند که عبارت هستند: شرکت اینترنت برای جذب نیروی دینی، نقش اینترنت در تضادها و اقتدار دینی، و کاربرد اینترنت در میانجی‌گری تجربه دینی. سرانجام، داوسن با بررسی مسیرهای احتمالی تعامل بین زندگی در جامعه مدرن، اینترنت و تغییرات معاصر در حساسیت‌های دینی در جوامع پیشرفته غربی بحث را به پایان می‌برد.

نتایج پژوهش آرمفیلد و هولبرت (Armfield & Holbert, 2003) نشان داده که روابط معنادار منفی بین دین‌داری و استفاده از اینترنت وجود داشته است. هرچه دین‌داری افراد کاهش یافته، به همان نسبت بر میزان استفاده از اینترنت آنها افزوده شده است. کمپل (Campbell, 2006) در تحقیق خود تحت عنوان دین و اینترنت به مطالعه دین آنلاین می‌پردازد. او پنج بخش برای

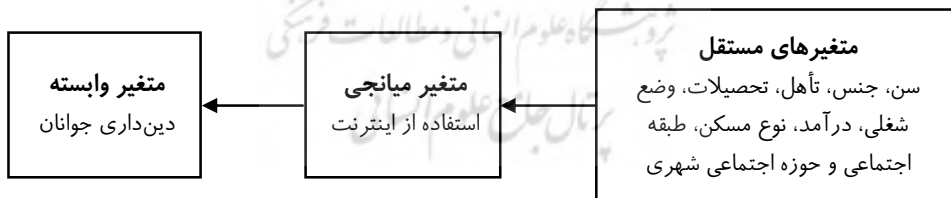
مقاله‌اش در نظر گرفته و معتقد است، این پنج قسمت برای بررسی دین آنلاین^۱ اهمیت اساسی دارند. اول این که، ضمن بیان تاریخچه‌ای مختصر از استفاده دینی از اینترنت، بر تنوع سنت‌ها و گروه‌های دینی گوناگون که به صورت آنلاین در تعامل با هم هستند، تمرکز می‌کند. دوم، به توصیف و تبیین برخی شکل‌های متداول دین که به طور آنلاین فعال هستند، می‌پردازد. سوم، جزئیات رویکردها و چشم‌اندازهای متفاوتی که به بررسی دین آنلاین پرداخته‌اند را، نقد و بررسی کرده و می‌کوشد به طبقه‌بندی برخی از این پژوهش‌ها بپردازد. چهارم، محور این مقالات را معرفی می‌کند و بر موضوعات فراگیر و متداولی که در این دهه به مطالعه دین آنلاین برای مطالعات خاص پژوهشی پرداخته‌اند تأکید می‌کند و سرانجام، به اختصار به عرصه‌ها و حوزه‌های جاری که در تحقیقات آینده به آنها نیاز است می‌پردازد. خالد (Khaled, 2007) در مقاله پژوهشی خود تحت عنوان جهانی شدن و دین، چند هدف اساسی را دنبال می‌کند. او ابتدا تعریفی از اوضاع جهانی شدن عرضه می‌کند. سپس، به طور جدی درباره رابطه میان جهانی شدن و دین، از طریق مطالعه تأثیرات متقابل و پیامدهای مثبت و منفی این دو بر یکدیگر، بحث می‌کند. سرانجام، درباره رابطه دین و جهانی شدن هم از منظر دین به ویژه اسلام و هم از نظر نکات مثبتی که برای ایجاد یکنواختی درون فرآیند جهانی شدن تعیین کننده‌اند، صحبت می‌کند.

ضرورت و اهمیت تحقیق حاضر از سه جهت قابل بررسی است: ۱. عمده تحقیقات اثرات اینترنت، مربوط به سه گروه اجتماعی دانشجویان، دانش‌آموزان و کاربران کافی‌نت‌ها بوده و به ندرت تحقیقی در حوزه جوانان انجام گرفته است. ۲. تحقیقات بسیار کمی به موضوع تأثیر اینترنت در حوزه دین‌داری در ایران پرداخته است. ۳. علاوه بر آنها تأثیر عوامل اجتماعی بر استفاده اینترنت کمتر مورد بررسی قرار گرفته شده است. بنابراین هدف پژوهش حاضر بررسی نقش استفاده اینترنت در دین‌داری و هم‌چنین تبیین تأثیر عوامل اجتماعی بر دو موضوع استفاده اینترنت و دین‌داری جوانان می‌باشد. پرسش اصلی مطالعه حاضر این است که با گسترش اینترنت در ایران، اینترنت بر دین‌داری جوانان چه قدر تأثیرگذار بوده است؟ در این معنا، مسأله این مقاله به تعامل اینترنت و دین‌داری جوانان به مثابه بخشی کارآمد و اثرگذار در ایران مربوط است و این سؤالات

پژوهشی را مورد بررسی قرار می‌دهد:

۱. استفاده از اینترنت در جوانان شهر اصفهان چگونه است؟
۲. سطوح استفاده از اینترنت و دین‌داری جوانان چگونه است؟
۳. روابط همبستگی بین عوامل فردی، اجتماعی و دین‌داری با استفاده از اینترنت چگونه است؟
۴. قدرت پیش‌بینی متغیرهای نه‌گانه عوامل فردی و اجتماعی در استفاده از اینترنت جوانان چگونه است؟
۵. قدرت پیش‌بینی متغیرهای ده‌گانه عوامل فردی و اجتماعی و استفاده از اینترنت در دین‌داری جوانان چگونه است؟
۶. تأثیر سه بعد استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان چگونه است؟
۷. تأثیر انواع هشت‌گانه استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان چگونه است؟
۸. نقش میانجی‌گری استفاده از اینترنت در رابطه بین عوامل اجتماعی و فردی با دین‌داری جوانان شهر اصفهان چگونه است؟

مدل تحلیلی تحقیق: در راستای پرسش‌های تحقیق، مدل پیشنهادی شامل متغیرهای نه‌گانه مستقل اجتماعی، متغیر استفاده از اینترنت به عنوان متغیر واسطه‌ای و در نهایت، دین‌داری جوانان به عنوان متغیر وابسته لحاظ می‌شود (نمودار ۱).



نمودار ۱. مدل تحلیلی فرضی تحقیق

روش

روش تحقیق حاضر، از نوع همبستگی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه و زمان انجام پژوهش تابستان ۱۳۹۱ بوده است. جامعه آماری کلیه جوانان ساکن شهر اصفهان به تعداد ۵۶۳۳۵۹ نفر می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر تعیین شده است. روش نمونه‌گیری

چند مرحله‌ای در نظر گرفته شده است. مرحله اول: انتخاب شش منطقه از میان مناطق یازده گانه شهرداری اصفهان با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای. مرحله دوم: انتخاب طبقه‌ای پاسخ‌گویان بر حسب جنس (۶۰ درصد زن و ۴۰ درصد مرد) و مرحله سوم: انتخاب تصادفی خانه‌ها با فاصله نمونه‌گیری سه خانه.

نتایج توصیفی پژوهش نشان داده که ۴۴/۸ درصد از نمونه مورد پژوهش را مردان (۱۷۲ نفر) و ۵۵/۲ درصد آن را زنان (۲۱۲ نفر) تشکیل داده‌اند. توزیع فراوانی جوانان بر حسب گروه‌های سنی به ترتیب گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله ۱۰۴ نفر (۲۷ درصد)، ۲۰-۴۲ ساله ۱۲۵ نفر (۳۳ درصد) بوده و بیشترین فراوانی (۱۵۳ نفر) مربوط به گروه سنی ۲۹-۲۵ سال، با ۴۰ درصد است. میانگین سنی جمعیت حدود ۲۴ سال با انحراف معیار ۴/۴۲ است. توزیع فراوانی جوانان شهر اصفهان بر حسب حوزه اجتماعی شهری نشان داده که به ترتیب حوزه اجتماعی پایین شهری ۳۲ درصد (۱۲۳ نفر)، حوزه متوسط شهری ۳۴ درصد (۱۵۱ نفر) و حوزه اجتماعی بالای شهری ۲۷ درصد (۱۱۰ نفر) گزارش شده است. از نظر وضع تأهل نتایج توصیفی بیانگر آن است که ۲۶ درصد جوانان شهر اصفهان متأهل (۱۰۰ نفر) و ۷۴ درصد آنها مجرد (۲۷۴ نفر) بوده‌اند. توزیع درآمد خانواده جوانان حاکی از آن است که به ترتیب درآمد ماهیانه خانواده جوانان شهر اصفهان کمتر از ۴۰۰ هزار ۱۷ درصد (۶۴ نفر)، بین ۴۰۱-۸۰۰ هزار تومان ۴۳ درصد (۱۶۷ نفر)، بین ۸۰۱-۱ میلیون تومان ۱۷ درصد (۶۵ نفر)، بین ۱-۳ میلیون تومان ۱۳ درصد (۴۸ نفر) و بالای سه میلیون تومان ۳ درصد (۲۹ نفر) گزارش شده‌اند. البته ۸ درصد جوانان (۲۹ نفر) درآمد ماهیانه خود را ابراز ننموده‌اند. تحصیلات جوانان، به ترتیب ۱۱ درصد افراد تحصیلات زیر دیپلم (۴۲ نفر)، ۳۱ درصد دیپلم (۱۱۸ نفر)، ۱۲ درصد کاردانی (۴۸ نفر)، ۳۸ درصد کارشناسی (۱۴۵ نفر)، ۸ درصد کارشناسی ارشد (۲۹ نفر) و ۱ درصد دکتری گزارش نمود.

نحوه اندازه‌گیری متغیرها در این تحقیق به این صورت بود که متغیر وابسته دین‌داری با استناد به مطالعه عظیمی هاشمی (Azimi Hashemi, 2004) و بر اساس الگوی آپورت عناصر سه‌گانه «شناختی»، «عاطفی» و «بعد آمادگی رفتاری» سنجیده شد. پایایی ابزار مورد نظر، به تفکیک سه بعد عاطفی، شناختی و رفتاری دین‌داری، به ترتیب ۰/۷۳، ۰/۸۱ و ۰/۸۲ گزارش شده که هر بعد شامل ده گویه و بر اساس طیف پنج نمره‌ای لیکرت تنظیم گردیده که حداقل و حداکثر نمره دین‌داری

در هر سه بعد به ترتیب ۱۰ و ۳۰ و نمره حداقل و حداکثر کل دین‌داری با توجه به ۳۰ گویه به ترتیب ۳۰ و ۱۵۰ محاسبه و ارزیابی می‌گردد.

متغیر استفاده از اینترنت به وسیله سه مؤلفه و در مجموع ۱۰ سؤال اندازه گرفته شده است: ۱. مؤلفه تجربه استفاده از اینترنت، در قالب یک سؤال پنج گزینه‌ای طیف لیکرت: ۲ سال و کمتر، بین ۳ و ۴ سال، بین ۵ و ۶ سال، بین ۷ و ۸ سال و ۸ سال و بیشتر. ۲. مؤلفه مدت زمان هفتگی استفاده از اینترنت، در قالب یک سؤال پنج گزینه‌ای طیف لیکرت: کمتر از ۳ ساعت، بین ۴ تا ۶ ساعت، بین ۷ تا ۹ ساعت، بین ۱۰ تا ۱۲ ساعت و ۱۳ ساعت و بیشتر. ۳. مؤلفه نوع استفاده از اینترنت، شامل هشت زیرمؤلفه انواع گوناگون استفاده از اینترنت در قالب یک سؤال پنج گزینه‌ای برای هشت زیرمؤلفه مورد نظر: هیچ‌گاه، به ندرت، بعضی اوقات، اغلب اوقات و همیشه. مجموع نمره افراد از ده سؤال مورد نظر بیانگر استفاده از اینترنت بوده که حداقل نمره افراد ۱۰ و حداکثر ۵۰ محاسبه می‌شود.

شایان ذکر است که در این تحقیق، حوزه اجتماعی شهری اصفهان، به سه حوزه اجتماعی شهری پایین (مناطق ۱۰ و ۱۱)، حوزه اجتماعی شهری متوسط (مناطق ۷ و ۸) و حوزه اجتماعی شهری بالا (مناطق ۵ و ۶) تقسیم شده که این انتخاب بر اساس ملاک میزان رفاه اجتماعی و اقتصادی شهر اصفهان (با تکیه بر تجربه شخصی و عرف افراد) انجام شده است. پایگاه اجتماعی - اقتصادی: به عنوان یک متغیر زمینه‌ای و به عنوان یک شاخص ترکیبی شامل چهار متغیر ۱. تحصیلات پدر. ۲. وضعیت اشتغال. ۳. نوع مسکن. ۴. متوسط درآمد، می‌باشد.

داده‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر، توسط نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها

شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای تحقیق به شرح جدول ۱ می‌باشد.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی موضوعات تحقیق جوانان اصفهان

| موضوعات تحقیق | تعداد | میانگین | انحراف معیار | حداکثر | حداقل |
|---------------------|-------|---------|--------------|--------|-------|
| بعد شناختی دین داری | ۳۸۴ | ۳۷/۹ | ۷/۴ | ۵۰ | ۱۳ |
| بعد عاطفی دین داری | ۳۸۴ | ۴۱/۸ | ۵/۹ | ۵۰ | ۱۷ |
| بعد رفتاری دین داری | ۳۸۴ | ۳۶/۵ | ۷/۷ | ۵۰ | ۱۳ |
| دین داری | ۳۸۴ | ۱۱۶/۳۷ | ۱۸/۹۴ | ۱۵۰ | ۵۸ |
| استفاده از اینترنت | ۳۸۴ | ۲۶ | ۷/۸ | ۴۵ | ۱۰ |

از میان ابعاد سه گانه دین داری، بعد عاطفی دین داری با میانگین ۴۱/۸ مشاهده گردید که نشان‌دهنده این است که جوانان اصفهانی در بعد عاطفی دین داری بیش از سایر ابعاد برتری دارند و این در حالی است که بعد آمادگی رفتاری دین داری دارای کمترین میانگین (۳۶/۵) است؛ یعنی، جوانان اصفهانی با این که از نظر عاطفی نگرش به دین دارند، اما، این نگرش نتوانسته در اعمال و رفتارهای روزمره آنها حضور پررنگی داشته باشد و کمتر حاضر به عمل بر اساس عواطف و حتی شناخت دینی خود هستند (با توجه به این که بعد رفتاری دین داری از بعد شناختی هم دارای میانگین کمتری است). کل دین داری جوانان از میانگین و انحراف معیار ۱۱۶/۳۷ و ۱۸/۹۴ برخوردار بوده است. میانگین و انحراف معیار استفاده اینترنت به ترتیب ۲۶ و ۷/۸ محاسبه شده است (جدول ۱).

سؤال اول: استفاده از اینترنت در جوانان شهر اصفهان چگونه است؟

جدول ۲. توزیع درصدی نمونه مورد مطالعه بر حسب سابقه تجربه و کار با اینترنت

| موضوع | ۲ سال و کمتر | ۳ و ۴ سال | ۵ و ۶ سال | ۷ و ۸ سال | ۸ سال و بیشتر |
|------------------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| سابقه تجربه و کار با اینترنت | ۳۳ | ۲۱ | ۲۰ | ۱۲ | ۱۳ |

جدول ۳. توزیع درصدی نمونه مورد مطالعه بر حسب میزان استفاده هفتگی از اینترنت

| موضوع | کمتر از ۳ ساعت | ۴ تا ۶ ساعت | ۷ تا ۹ ساعت | ۱۰ تا ۱۲ ساعت | ۱۳ ساعت و بیشتر |
|-------------------------------|----------------|-------------|-------------|---------------|-----------------|
| میزان استفاده اینترنت در هفته | ۵۵ | ۱۹ | ۹ | ۶ | ۱۰ |

بیشترین نسبت سابقه تجربه و کار با اینترنت جوانان اختصاص به ۲ سال و کمتر داشته است (۳۳ درصد) و ۲۱ درصد میزان سابقه کار با اینترنت را ۳ و ۴ سال ابراز نموده‌اند (جدول ۲). بیشترین نسبت میزان استفاده هفتگی اینترنت جوانان اختصاص به کمتر از ۳ ساعت داشته است (۵۵ درصد) و ۱۹ درصد میزان استفاده هفتگی با اینترنت را ۴ تا ۶ ساعت ابراز نموده‌اند (جدول ۳).

جدول ۴. توزیع فراوانی نسبی انواع هشت‌گانه استفاده از اینترنت جوانان اصفهان

| موضوع | هیچ‌گاه | به ندرت | بعضی اوقات | اغلب اوقات | همیشه | میانگین |
|-------------------|---------|---------|------------|------------|-------|---------|
| کار و تحصیل | ۱۰ | ۱۱ | ۱۷ | ۳۳ | ۲۹ | ۳/۶ |
| اطلاعات سایت‌ها | ۱۵ | ۱۲ | ۲۳ | ۳۳ | ۱۷ | ۳/۲ |
| کارهای فنی و هنری | ۲۹ | ۲۴ | ۲۰ | ۱۷ | ۱۰ | ۲/۵ |
| چت کردن | ۶۲ | ۱۶ | ۹ | ۱۰ | ۴ | ۱/۷ |
| ایمیل | ۲۹ | ۱۵ | ۲۱ | ۲۳ | ۱۲ | ۲/۷ |
| بازی و سرگرمی | ۴۱ | ۲۱ | ۱۷ | ۱۳ | ۹ | ۲/۲۷ |
| کار با وبلاگ | ۴۲ | ۲۱ | ۱۵ | ۱۵ | ۷ | ۲/۲۴ |
| پی‌گیری اخبار | ۲۴ | ۱۴ | ۱۹ | ۲۱ | ۲۱ | ۳/۰۱ |

نتایج توصیفی داده‌های تحقیق درباره انواع هشت‌گانه استفاده از اینترنت معرف آن است که بیشترین میانگین در مراتب اول تا سوم اختصاص به «فعالیت‌های مربوط به کار و تحصیل» (۳/۶)، «اطلاعات سایت‌ها» (۳/۲) و «ایمیل» (۲/۷) و کمترین میانگین (۱/۷۸) به گویه «چت کردن» مربوط است. بیشترین فراوانی نسبی شش نوع استفاده از اینترنت (کارهای فنی و هنری، چت کردن، ایمیل، بازی و سرگرمی، کار با وبلاگ و پی‌گیری اخبار) در سطح هیچ‌گاه گزارش شده است. بیشترین فراوانی نسبی دو نوع استفاده اینترنت (فعالیت مربوط به کار و تحصیل و اطلاعات سایت‌ها) در سطح اغلب اوقات گزارش شده است (جدول ۴).

سؤال دوم: سطوح استفاده از اینترنت و دین‌داری جوانان چگونه است؟

جدول ۵. توزیع فراوانی مطلق و نسبی سطوح دین‌داری و استفاده اینترنت جوانان به تفکیک جنس

| استفاده از اینترنت | | دین‌داری | | سطوح متغیرهای تحقیق |
|--------------------|-------|----------|-------|------------------------|
| درصد | تعداد | درصد | تعداد | |
| ۱۵ | ۵۷ | ۰ | ۰ | خیلی کم |
| ۳۲ | ۱۲۴ | ۳ | ۱۰ | کم |
| ۳۵ | ۱۳۴ | ۲۱ | ۸۰ | متوسط |
| ۱۶ | ۶۰ | ۴۴ | ۱۷۰ | زیاد |
| ۲ | ۹ | ۳۲ | ۱۲۴ | خیلی زیاد |
| ۱۰۰ | ۳۸۴ | ۱۰۰ | ۳۸۴ | جمع |

یافته‌های پژوهش در خصوص ابعاد دین‌داری جوانان مشخص می‌کند که ۴۴ درصد از پاسخ‌گویان جوان دارای دین‌داری زیاد می‌باشند. این در حالی است که فقط ۳ درصد از این نمونه دارای دین‌داری در سطح کم هستند و هیچ‌کدام از پاسخ‌گویان جوان، دین‌داری خیلی کمی ندارند. در خصوص سطوح استفاده از اینترنت در جوانان، نتایج توصیفی نشان داده که بیشترین جوانان میزان استفاده اینترنت خود را در سطح متوسط (۳۵ درصد) ابراز نموده‌اند و در مرتبه دوم اهمیت، ۳۲ درصد جوانان به میزان کم از اینترنت استفاده می‌کنند (جدول ۵).
سؤال سوم: روابط همبستگی بین عوامل فردی، اجتماعی و دین‌داری با استفاده از اینترنت چگونه است؟

جدول ۶. ماتریس همبستگی بین عوامل فردی، اجتماعی و دین‌داری با استفاده از اینترنت

| متغیر | سن | تحصیلات | طبقه اجتماعی | حوزه اجتماعی شهری |
|--------------------|-------|----------|---------------|-------------------|
| استفاده از اینترنت | ۰/۰۴۸ | ۰/۳۷۱ | ۰/۳۸۹ | ۰/۲۴۰ |
| | ۰/۳۴۸ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| | ۰/۱۳۶ | نوع مسکن | درآمد خانواده | دین‌داری |
| | ۰/۰۰۸ | ۰/۰۵۰ | ۰/۳۷۷ | -۰/۲۰۵ |
| | ۰/۰۰۸ | ۰/۳۳۷ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |

نتایج تحقیق در بخش تحلیل همبستگی دو به دوی متغیرهای پژوهش بیانگر آن است که روابط معنادار منفی بین دین‌داری جوانان و استفاده از اینترنت وجود داشته و میزان این رابطه ۰/۲۰۵- محاسبه شده است. روابط معناداری مثبت بین استفاده اینترنت جوانان با پنج متغیر دیگر پژوهش (تحصیلات، طبقه اجتماعی، حوزه اجتماعی شهری، وضع شغلی و درآمد خانواده) به طور جداگانه وجود داشته است. میزان ارتباط مورد تأیید به ترتیب ۰/۳۷، ۰/۳۸، ۰/۲۴، ۰/۱۳ و ۰/۳۷ ارزیابی شده است. بیشترین روابط معنادار استفاده از اینترنت جوانان با طبقه اجتماعی (۰/۳۸) و کمترین با وضع شغلی جوانان (۰/۱۳) ابراز شده است. بنابراین، با افزایش تحصیلات، افزایش حوزه اجتماعی شهری، افزایش طبقه اجتماعی، افزایش وضع شغلی و هم چنین، افزایش درآمد خانواده، به همان نسبت بر میزان استفاده اینترنت جوانان افزوده می‌گردد. ولی استفاده اینترنت جوانان، روابط معناداری آماری با دو متغیر سن و نوع مسکن را نشان نداده است (جدول ۶).

سؤال چهارم: قدرت پیش‌بینی متغیرهای نه‌گانه عوامل فردی و اجتماعی در استفاده اینترنت جوانان چگونه است؟

در بررسی قدرت پیش‌بینی متغیرهای نه‌گانه مستقل بر استفاده اینترنت جوانان از روش تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده شد. هدف از تحلیل، تعیین استفاده اینترنت (متغیر وابسته) بر اساس نه متغیر (سن، جنس، میزان درآمد، میزان تحصیلات، نوع مسکن، وضع تأهل، وضع شغلی، طبقه اجتماعی، حوزه اجتماعی شهری) به عنوان متغیرهای مستقل بودند.

جدول ۷. تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی استفاده اینترنت جوانان بر حسب نه متغیر مستقل عوامل فردی و اجتماعی به روش گام به گام

| متغیر | <i>r</i> | <i>R2</i> | <i>B</i> | <i>Beta</i> | <i>t</i> | سطح معناداری |
|--------------|----------|-----------|----------|-------------|----------|--------------|
| طبقه اجتماعی | ۰/۳۸ | ۰/۱۴۴ | ۰/۹۹ | ۰/۲۸۹ | ۵۵/۰۰۲ | ۰/۰۰۰ |
| تحصیلات | ۰/۴۸۷ | ۰/۲۳۷ | ۲/۶۰۹ | ۰/۳۹۸ | ۵۰/۴۸۹ | ۰/۰۰۰ |
| سن | ۰/۴۹۷ | ۰/۲۴۷ | -۰/۲۳۷ | -۰/۱۳۱ | ۳۵/۴۰۱ | ۰/۰۰۰ |
| جنس | ۰/۵۰۸ | ۰/۲۵۸ | -۱/۷۱۹ | -۰/۱۰۷ | ۲۸/۰۵۸ | ۰/۰۰۰ |

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که طبقه اجتماعی در مرتبه اول ۱۴/۴ درصد، در مرتبه دوم طبقه اجتماعی و تحصیلات ۲۳/۷ درصد، در مرتبه سوم با ورود سن به همراه دو متغیر پیشین ۲۴/۷

درصد و در مرتبه چهارم جنس جوانان در کنار سه متغیر قبلی در مجموع ۲۵/۸ درصد واریانس استفاده از اینترنت جوانان را تبیین می‌کنند. بنابراین، ساختار طبقاتی، میزان تحصیلات، گروه سنی و هم‌چنین، جنسیت جوانان بیشترین عوامل اجتماعی مؤثر در تبیین استفاده از اینترنت در جوانان شهر اصفهان بوده‌اند. متغیرهای خارج شده از مدل رگرسیون شامل پنج متغیر حوزه اجتماعی شهری، وضع تأهل، وضع شغلی، نوع خانه و میزان درآمد خانواده جوانان بوده‌اند. البته لازم به ذکر است که در تحلیل پیشین، چگونگی روابط جداگانه هر کدام از پنج متغیر خارج شده از مدل رگرسیون با استفاده از اینترنت جوانان مورد بررسی قرار گرفته بود. با این اشاره که استفاده از اینترنت با تمامی پنج متغیر مذکور به جز نوع مسکن روابط معناداری داشته ولی در حضور چهار متغیر طبقه اجتماعی، تحصیلات، سن و جنس تأثیری بر استفاده از اینترنت جوانان نشان نداده‌اند. ضرایب همبستگی چهار متغیر وارد شده در مدل رگرسیون با استفاده از اینترنت ۰/۵۰۸ محاسبه شده است. البته از بین چهار متغیر وارد شده در مدل رگرسیون، رابطه متغیر سن با استفاده از اینترنت به صورت منفی و معکوس گزارش شده، با این توضیح که با افزایش سن جوانان از میزان استفاده از اینترنت آنها کاسته شده است.

سؤال پنجم: قدرت پیش‌بینی متغیرهای ده‌گانه عوامل فردی و اجتماعی و استفاده از اینترنت در دین‌داری جوانان چگونه است؟

در بررسی قدرت پیش‌بینی ده متغیر بر دین‌داری جوانان از روش تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده شد. هدف از تحلیل، تعیین میزان دین‌داری جوانان (متغیر وابسته) بر اساس ده متغیر (سن، جنس، تأهل، وضع شغلی، طبقه اجتماعی، نوع مسکن، درآمد خانواده، تحصیلات، حوزه اجتماعی شهری و استفاده از اینترنت جوانان) به عنوان متغیرهای مستقل بودند.

جدول ۸. تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی دین‌داری جوانان بر حسب ده متغیر مستقل عوامل فردی، اجتماعی و استفاده از اینترنت به روش گام به گام

| متغیر | r | R^2 | B | $Beta$ | t | سطح معناداری |
|--------------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------------|
| حوزه اجتماعی شهری | ۰/۳۰۵ | ۰/۰۹۳ | -۶/۷۲۹ | -۰/۲۷۵ | -۵/۲۶۷ | ۰/۰۰۰ |
| استفاده از اینترنت | ۰/۳۵۹ | ۰/۱۲۹ | -۷/۱۷۶ | -۰/۲۰ | -۵/۲۱۴ | ۰/۰۰۰ |
| طبقه اجتماعی | ۰/۳۸۲ | ۰/۱۴۶ | -۱/۱۱۲ | -۰/۱۳۶ | -۲/۵۶۴ | ۰/۰۰۰ |

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که حوزه اجتماعی شهری در مرتبه اول ۰/۰۹۳ درصد، در مرتبه دوم حوزه اجتماعی شهری و استفاده اینترنت ۱۲/۹ درصد، در مرتبه سوم با ورود طبقه اجتماعی به همراه دو متغیر پیشین در مجموع ۱۴/۶ درصد واریانس دین‌داری جوانان را تبیین می‌کنند. بنابراین، حوزه اجتماعی شهری، استفاده از اینترنت و هم‌چنین، طبقه اجتماعی جوانان بیشترین عوامل اجتماعی مؤثر در تبیین دین‌داری جوانان شهر اصفهان بوده‌اند. متغیرهای خارج شده از مدل رگرسیون، شامل هفت متغیر: سن، جنس، وضع تأهل، وضع شغلی، نوع خانه، تحصیلات و میزان درآمد خانواده جوانان بوده‌اند. ضرایب همبستگی سه متغیر وارد شده در مدل رگرسیون با دین‌داری جوانان ۰/۳۸۲ محاسبه شده است. البته روابط سه متغیر وارد شده در مدل رگرسیون، با دین‌داری به صورت منفی و معکوس گزارش شده، با این توضیح که با افزایش حوزه اجتماعی شهری، استفاده اینترنت جوانان و هم‌چنین، افزایش طبقه اجتماعی جوانان از میزان دین‌داری جوانان کاسته شده است.

سؤال ششم: تأثیر سه بعد استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان چگونه است؟

در بررسی قدرت پیش‌بینی انواع سه‌گانه استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان، از روش تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده شد. هدف از تحلیل، تعیین میزان دین‌داری جوانان (متغیر وابسته) بر اساس سه مؤلفه استفاده از اینترنت (سابقه و تجربه استفاده اینترنت، مدت زمان استفاده هفتگی از اینترنت و نوع استفاده از اینترنت) به عنوان متغیرهای مستقل بودند.

جدول ۹. تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی دین‌داری جوانان بر حسب سه مؤلفه استفاده اینترنت به روش گام به گام

| متغیر | <i>r</i> | <i>R</i> ² | <i>B</i> | <i>Beta</i> | <i>t</i> | سطح معناداری |
|--------------------------|----------|-----------------------|----------|-------------|----------|--------------|
| میزان استفاده از اینترنت | ۰/۲۴ | ۰/۰۵۶ | -۳/۳۹ | -۰/۲۴ | ۹۱/۹۴۲ | ۰/۰۰۰ |

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میزان استفاده هفتگی از اینترنت در مرتبه اول ۰/۵۶ درصد واریانس دین‌داری جوانان را تبیین می‌کنند. بنابراین، استفاده هفتگی از اینترنت مؤثر در تبیین دین‌داری جوانان شهر اصفهان بوده است. متغیرهای خارج شده از مدل رگرسیون شامل دو مؤلفه تجربه استفاده اینترنت و هم‌چنین، نوع استفاده اینترنت جوانان بوده‌اند. البته روابط متغیر وارد شده در مدل رگرسیون، با دین‌داری جوانان به صورت منفی و معکوس گزارش شده، با این توضیح که

با افزایش استفاده هفتگی اینترنت جوانان از میزان دین‌داری جوانان کاسته شده است. البته لازم به ذکر است که در تحلیل پیشین چگونگی روابط جداگانه هر کدام از دو متغیر خارج شده از مدل رگرسیون با دین‌داری جوانان مورد بررسی قرار گرفته بود. با این اشاره که دین‌داری جوانان با نوع استفاده اینترنت روابط معناداری داشته، اما تجربه استفاده اینترنت با دین‌داری جوانان روابط معناداری نشان نداده است.

سؤال هفتم: تأثیر انواع هشت گانه استفاده اینترنت بر دین‌داری جوانان چگونه است؟ در بررسی قدرت پیش‌بینی متغیرهای مستقل انواع هشت گانه استفاده اینترنت بر دین‌داری جوانان، از روش تحلیل رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده شد. هدف از تحلیل تعیین میزان دین‌داری جوانان (متغیر وابسته) بر اساس هشت نوع استفاده اینترنت به عنوان متغیرهای مستقل بودند.

جدول ۱۰. تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی دین‌داری جوانان بر حسب هشت متغیر مستقل انواع استفاده اینترنت به روش گام به گام

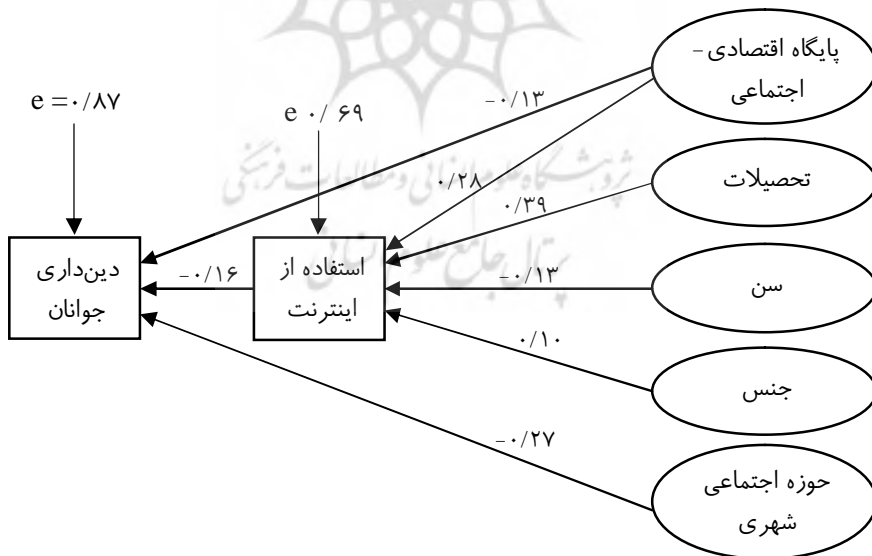
| انواع استفاده اینترنت | r | R^2 | B | $Beta$ | t | سطح معناداری |
|-----------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------------|
| چت کردن | ۰/۳۷۱ | ۰/۱۳۷ | -۵/۵۲ | -۰/۳۴ | ۶۰/۸۵۱ | ۰/۰۰۰ |
| کار و تحصیل | ۰/۳۸۷ | ۰/۱۴۹ | ۱/۸۲ | ۰/۱۲ | ۳۳/۴۶۶ | ۰/۰۰۰ |
| بازی و سرگرمی | ۰/۴۰ | ۰/۱۶ | -۱/۵۰ | -۰/۱۰۶ | ۲۴/۰۷۸ | ۰/۰۰۰ |

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که چت کردن در مرتبه اول ۱۳/۷ درصد، در مرتبه دوم چت کردن و استفاده برای کار و تحصیل ۱۴/۹ درصد، در مرتبه سوم با ورود استفاده از اینترنت برای بازی و سرگرمی به همراه دو متغیر پیشین ۱۶ درصد واریانس دین‌داری جوانان تبیین می‌شوند. بنابراین، چت کردن، استفاده برای کار و تحصیل و هم‌چنین، استفاده بازی و سرگرمی جوانان بیشترین عوامل مؤثر انواع استفاده از اینترنت در تبیین دین‌داری جوانان شهر اصفهان بوده‌اند. متغیرهای خارج شده از مدل رگرسیون شامل پنج نوع استفاده از اینترنت در بخش‌های اطلاعات سایت‌ها، کار فنی و هنری، ایمیل، وبلاگ‌ها و پی‌گیری اخبار بوده‌اند. ضرایب همبستگی سه متغیر وارد شده در مدل رگرسیون با دین‌داری جوانان ۰/۴۰ محاسبه شده است. البته از بین سه مؤلفه انواع استفاده اینترنت، متغیر وارد شده در مدل رگرسیون، رابطه دو نوع استفاده اینترنت چت کردن و بازی و

سرگرمی با دین‌داری جوانان به صورت منفی و معکوس و رابطه استفاده کار و تحصیل اینترنت با دین‌داری به صورت مثبت و مستقیم گزارش شده، با این توضیح که با افزایش چت کردن و هم‌چنین، افزایش بازی و سرگرمی از طریق اینترنت جوانان از میزان دین‌داری جوانان کاسته شده و با افزایش استفاده اینترنت در حوزه کار و تحصیل، بر میزان دین‌داری جوانان افزوده می‌شود.

سؤال هشتم: نقش میانجی‌گری استفاده از اینترنت در رابطه بین عوامل اجتماعی و فردی با دین‌داری جوانان شهر اصفهان چگونه است؟

یافته‌های مدل تحلیل مسیر تحقیق نشان می‌دهد، استفاده اینترنت، به میزان ۰/۱۶- درصد بر دین‌داری جوانان تأثیر مستقیم دارد. این تأثیر مستقیم به صورت معکوس و منفی می‌باشد. از میان متغیرهای زمینه‌ای، حوزه اجتماعی شهری، دارای بیشترین تأثیر مستقیم (۰/۲۷ درصد) می‌باشد. بعد از آن سطح طبقه اجتماعی، با ۰/۱۳ درصد دارای تأثیر مستقیم و منفی بر دین‌داری جوانان می‌باشد. به بیان دیگر، سطح طبقه اجتماعی کمترین میزان تأثیر مستقیم را بر دین‌داری جوانان دارد. از طرف دیگر، میزان اثرگذاری مستقیم حوزه اجتماعی شهری بر دین‌داری جوانان، بیشتر از میزان تأثیر مستقیم استفاده اینترنت بر دین‌داری می‌باشد.



نمودار ۲. تحلیل مسیر تأثیر عوامل اجتماعی و فردی بر دین‌داری جوانان شهر اصفهان با میانجی‌گری استفاده از اینترنت

در این میان، سه متغیر تحصیلات، سن و جنس دارای تأثیر مستقیمی بر دین داری نمی باشند و تأثیرات آن سه متغیر بر دین داری، فقط به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیر استفاده اینترنت جوانان انجام می شود. تأثیرات مستقیم سه متغیر مورد نظر بر استفاده اینترنت به ترتیب ۰/۳۹، ۰/۱۳- و ۰/۱۰ محاسبه شده است. تأثیر دو متغیر تحصیلات و جنس بر استفاده اینترنت به صورت مثبت و تأثیر متغیر سن بر استفاده اینترنت به صورت منفی گزارش شده است. مدل بیانگر آن است که ۰/۷۸ درصد از تغییرات دین داری جوانان ناشی از متغیرهای دیگری است که در این تحقیق لحاظ نشده است. هم چنین، میزان ۰/۶۹ درصد از تغییرات استفاده اینترنت جوانان ناشی از متغیرهای دیگری است که در این تحقیق لحاظ نشده است. نتایج نهایی تحلیل مسیر پژوهش بیانگر آن بوده که به ترتیب سه متغیر حوزه اجتماعی شهری، استفاده اینترنت و پایگاه اجتماعی اقتصادی تأثیر منفی بر دین داری جوانان شهر اصفهان داشته اند و گذشته از تأثیر مستقیم متغیر طبقه اجتماعی بر دین داری جوانان، از طریق متغیر استفاده اینترنت به طور غیرمستقیم نیز در دین داری جوانان تأثیر گذار بوده اند. بنابراین، اگرچه استفاده اینترنت تأثیر منفی بر دین داری داشته ولیکن به مثابه رابط و واسط بین چهار متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی، سن، تحصیلات و جنس و موضوع دین داری جوانان شهر اصفهان بوده است (نمودار ۲).

جدول ۱۱. تأثیرات متغیرهای مدل تحلیل مسیر بر دین داری جوانان شهر اصفهان

| متغیر | تأثیر مستقیم | تأثیر غیرمستقیم | تأثیر کل |
|-------------------------|--------------|-----------------|----------|
| حوزه اجتماعی شهری | -۰/۲۷ | -۰/۰۴ | -۰/۳۱ |
| استفاده اینترنت | -۰/۱۳ | -۰/۰۷ | -۰/۲۰ |
| پایگاه اقتصادی- اجتماعی | -۰/۱۳ | -۰/۰۶ | -۰/۱۹ |

تأثیر مستقیم سه متغیر حوزه اجتماعی شهری، استفاده اینترنت و هم چنین، پایگاه اجتماعی اقتصادی بر دین داری جوانان شهری اصفهان بیشتر از تأثیر غیرمستقیم هر کدام از سه متغیر منظور بر دین داری بوده است (جدول ۱۱).

بحث و نتیجه‌گیری

پیشرفت سریع اینترنت در جوامع مدرن به گونه‌ای بوده که حضور اینترنت به مثابه یکی از ارکان اساسی و حیاتی جوامع مدرن محسوب شده است. جامعه‌شناسی اینترنت سعی در بررسی، تحلیل و تبیین اثرات اینترنت بر حوزه‌های گوناگون جامعه و هم‌چنین، بررسی نقش عوامل اجتماعی مؤثر بر استفاده اینترنت دارد. تحقیقات متعددی در ایران به بررسی تأثیرات پنج‌گانه اینترنت شامل اثرات روان‌شناختی (احساس تنهایی، سلامت روانی)، اثرات اجتماعی (انزوای اجتماعی، حمایت اجتماعی، سبک زندگی، اعتماد اجتماعی، تربیت اجتماعی، اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی و انسانی)، اثرات سیاسی (جنبش‌های اجتماعی جدید، مشارکت سیاسی و درگیرشدگی مدنی)، اثرات آموزشی و تربیتی (عملکرد تحصیلی)، و اثرات فرهنگی (توسعه فرهنگی، ارزش‌های خانواده، نظام ارزشی، شکل‌گیری هویت، هویت جنسی، نسبی‌نگری هنجاری، ارزش‌های دینی) پرداخته‌اند، اما تحقیقات اندکی درباره تأثیر اینترنت بر حوزه دین‌داری در ایران انجام گرفته است.

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که استفاده اینترنت جوانان کمتر از حد متوسط (میانگین ۲/۶) و دین‌داری جوانان شهر اصفهان بیشتر از حد متوسط و نزدیک به زیاد (میانگین ۳/۸) گزارش شده و این نتایج معرف آن است که دین‌داری جوانان شهر اصفهان بیشتر از استفاده اینترنت آنان ارزیابی شده است. ابعاد سه‌گانه دین‌داری، به ترتیب عبارت‌اند از بعد عاطفی (۴/۴۶)، شناختی (۴/۰۳) و بعد رفتاری (۳/۸۴). رتبه‌گذاری آنها گویای کم‌رنگ بودن بعد رفتاری دین‌داری جوانان شهر اصفهان در مقایسه با دو بعد عاطفی و شناختی دین‌داری آنها بوده و هم‌چنین بعد احساسی دین‌داری جوانان شهر اصفهان بیشترین میانگین را در بین سه بعد دین‌داری، به خود اختصاص داده است.

هدف اصلی تحقیق، بررسی ارتباط بین استفاده اینترنت و دین‌داری جوانان شهر اصفهان بود که نتایج تحلیل همبستگی نشان از وجود رابطه معنادار منفی بین این دو متغیر داشت که البته میزان این ارتباط در سطح خیلی ضعیف ($-0/20$) ارزیابی شده است. با افزایش استفاده اینترنت جوانان، از میزان دین‌داری آنها کاسته شده است. نتایج پژوهش حاضر با تحقیقات پیشین (Armfield & Holbert, 2003, Alavi et al., 2008, Ahmadpour & Ghaderzadeh, 2011, Navabakhsh et al., 2010, Karamallai, 2012) هم‌سوئی داشته است.

بررسی تأثیر مؤلفه‌های استفاده اینترنت بر دین‌داری جوانان یکی دیگر از علایق پژوهش حاضر بوده که آزمون فرضیات تحلیل رگرسیون معرف آن بوده که میزان استفاده هفتگی اینترنت بیشترین تأثیر منفی بر دین‌داری نسبت به دو مؤلفه دیگر سابقه کار با اینترنت و نوع استفاده از اینترنت از خود نشان داده است. علاوه بر آن، نتایج بازگوکننده آن است که از بین انواع هشت گانه استفاده از اینترنت، سه نوع چت کردن (رابطه منفی)، کار و تحصیل (رابطه مثبت) و بازی و سرگرمی (رابطه منفی) بیشترین تبیین‌کننده‌های تغییرات دین‌داری جوانان شهر اصفهان بوده‌اند.

نتایج تحلیل رگرسیون پژوهش در خصوص بررسی نقش و تأثیر عوامل نه‌گانه اجتماعی، بیانگر آن بود که چهار متغیر طبقه اجتماعی، تحصیلات، سن و جنس جوانان بیشترین عوامل اجتماعی مؤثر در تبیین استفاده اینترنت جوانان محاسبه شده‌اند که چهار متغیر مورد نظر ۲۵/۸ درصد تغییرات استفاده اینترنت جوانان را تبیین می‌کنند (البته جهت رابطه سن با استفاده اینترنت به صورت منفی گزارش شده است).

یافته‌های تحلیل رگرسیون پژوهش در خصوص بررسی نقش و تأثیر عوامل نه‌گانه اجتماعی و هم‌چنین، متغیر استفاده اینترنت بر دین‌داری جوانان شهر اصفهان، بازگوکننده آن بوده که سه متغیر حوزه اجتماعی شهری، استفاده اینترنت و طبقه اجتماعی جوانان بیشترین عوامل اجتماعی منفی مؤثر در تبیین دین‌داری جوانان محاسبه شده‌اند که سه متغیر مورد نظر ۱۴/۶ درصد تغییرات دین‌داری جوانان را تبیین نموده‌اند.

نتایج نهایی تحلیل مسیر پژوهش بیانگر آن بوده که تمامی سه متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی (۰/۲۷-)، استفاده از اینترنت (۰/۱۶-) و حوزه اجتماعی شهری (۰/۱۳-) به ترتیب تأثیر منفی بر دین‌داری جوانان شهر اصفهان داشته‌اند. متغیر طبقه اجتماعی گذشته از تأثیر مستقیم، از طریق استفاده اینترنت به طور غیرمستقیم نیز در دین‌داری جوانان تأثیرگذار بوده است. اگرچه استفاده اینترنت جوانان تأثیر منفی بر دین‌داری داشته، اما استفاده اینترنت به مثابه رابط و واسط بین چهار متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی، تحصیلات سن و جنس با موضوع دین‌داری جوانان شهر اصفهان بوده است. نتایج تحلیل مسیر نشان دهنده تأثیر ساختار طبقاتی و هم‌چنین، حوزه اجتماعی محل سکونت جوانان در شهر اصفهان در کنار متغیر استفاده اینترنت بر دین‌داری جوانان بوده که با نتایج تحقیق احمدی و همکاران (Ahmadi et al., 2011) هم‌سوئی داشته است.

پیشنهاد تحقیق در راستای جلوگیری از کاهش دین‌داری جوانان، آن است که بایستی با توجه به آموزش‌های مداوم و درست، از میزان چت کردن نابجای جوانان و هم‌چنین، بازی و سرگرمی مفرط با اینترنت کاسته شده و بر میزان استفاده اینترنت در حوزه فعالیت‌های مربوط به کار و تحصیل جوانان افزوده شود. بایستی به جوانان آموزش مناسب در این خصوص ارائه شود که استفاده بیش از حد از اینترنت در طی هفته چه مخاطرات، پیامدها و کارکردهای نامناسبی در جوانان ایجاد می‌کند. در صورتی که جوانان، استفاده مطلوب و متعادل از اینترنت داشته باشند، به همان نسبت تأثیر کاهش دین‌داری جوانان کاسته می‌شود.

References

1. Abdollahian, H., & Haghgoei, A. (2010). The Internet use and political participation in Iran: Explaining the correlation. *Iranian Journal of Sociology*, 10(4), 130-159. (in Persian).
2. Aghaei, S. D., Sadeghi, S. S., & Hadi, D. (2012). Exploring the role of the Internet and new social media in developments in the Middle East and North Africa (information, organization and rapid expansion of developments). *Foreign Relations*, 4(2(14)), 7-33. (in Persian).
3. Ahmadi, H., Hashemi, S., & Ruhani, A. (2011). Study of the relationship between modern communication technologies and gender identity of high school students of Shiraz. *Sociology of Women (Journal of Women and Society)*, 1(4), 33-60. (in Persian).
4. Ahmadpour, M., & Ghaderzadeh, O. (2011). Interaction in the cyberspace and its effect on the youths' religious identity (An analysis of the results of a survey carried out in the university of Kurdistan). *Youths, Culture and Society Research*, 5, 75-99. (in Persian).
5. Alavi, S. S., Hashemian, K., & Janatifard, F. (2008). Identity status and mental health in Internet-user students in Tehran University. *Journal of Research in Behavioral Sciences*, 6(1(11)), 27-35. (in Persian).
6. Ameli, S. R., & HajiJafari, M. (2012). Dual space approach to cyber harm religion: Attitudes and experience. *Religion & Communication*, 19(1(41)), 95-127. (in Persian).
7. Armfield, G. G., & Holbert, R. L. (2003). The relationship between religiosity and Internet use. *Journal of Media and Religion*, 3, 129-144.
8. Azimi Hashemi, M. (2004). The attitudes of the young people of Mashhad (age-group 19-29) to religion (2001- 2002). *Journal of Social Sciences*, 1(2), 133-164. (in Persian).
9. Bashir, H., & Afrasiabi, M. S. (2012). Internet social networks and youths' life style: A case study of the largest Iranian virtual community. *Iranian Journal of Cultural Research*, 5(1(17)), 31-60. (in Persian).

10. Campbell, H. (2006). Religion and the Internet. Centre for the Study of Communication and Culture, *Communication Research Trends*, 25(1), 1-44.
11. Dawson, L. (2000). Researching religion in cyberspace: Issues and strategies, in J. K. Hadden and D. Cowan (eds), *Religion and the Internet: Research Prospects and Promises* (Religion and the Social Order, Vol. 8), Greenwich, CT: Elsevier.
12. Godazgar, H., & Moosapour, A. (2004). The impact of using the Internet on normative relativistic and cosmopolitan attitudes of the students of Tabriz University. *Journal of Social Sciences*, 1(3), 183-203. (in Persian).
13. Gorgi, A. (2006). Internet and Identity. *National Studies*, 7(1(25)), 53-70. (in Persian).
14. Hezarjaribi, J., & Morovati, N. (2011). Affect factors on social trust formation. (Case Study: Students of Allameh Tabatabaiee and Tehran Universities). *Welfare Planning and Social Development*, 7, 27-66. (in Persian).
15. Javaheri, F., & Bagheri, L. (2008). The impact of using Internet on social and human capital: A case study of university students in Tehran. *Journal of The Faculty of Literature and Humanities* (Kharazmi University), 15(58-59(The Special Issue of Social Sciences 4)), 33-66. (in Persian).
16. Kabirifar, F., & Sarafizadeh, A. (2011). The study of role of Internet in the cultural development. *Cultural Management*, 4(9), 45-59. (in Persian).
17. Kafashi, M. (2010). Structural equation modeling of effects of the Internet on family values. *Social Sciences Research*, 4(3), 135-154. (in Persian).
18. Karamallai, N. (2012). *Internet and Religion*. Qom: Bustan-e-Ketab Publishers. (in Persian).
19. Keramati Moghad, R., Shahidi, Sh., & Mortazavi, Sh. (2007). The study of Internet dependency and value systems of M.A. students. *Quarterly of Psychology*, 44, 414-425. (in Persian).
20. Khaled, M. (2007). Globalization and Religion. *Conference in Globalization, Conflict & The Experience of Localities Rome, Italy*, 28-29 June.
21. Mashayekhi, M., & Borjali, A. (2003). Internet use and feeling of loneliness among high school students. *Advances in Cognitive Science*, 5(1), 39-44. (in Persian).
22. Mohseni, M., Douran, B., & Sohrabi, M. H. (2007). The Internet use and users' social isolation (Café-Net Users of Tehran). *Iranian Journal of Sociology*, 7(4), 72-95. (in Persian).
23. Montazer Ghaem, M., & Shaghasemi, E. (2009). Internet and social change in Iran: A meta-analytical study emphasizing the youth generation. *Iranian Journal of Sociology*, 9(3-4), 120-142. (in Persian).
24. Navabakhsh, M., Hashemnezhad, F., & Zadshampour, V. (2010). A study of Internet and cell phone effects on the youth (15-29 years old) and identity change in Mazandaran. *The Sociology of the Youth Studies*, 1(1), 145-170. (in Persian).
25. Pakseresht, S., & Nourinia, H. (2008). A study on the effect of internet usage on leisure activities. *Cultural Studies & Communication*, 3(10), 51-78. (in Persian).

26. Ranjbar, Z., Darvizeh, Z., & Naraqizadeh, A. (2011). The comparison of quantity and quality use of Internet in relation to mental health and academic achievement of students in Tehran. *Psychological Studies*, 7(2), 11-35. (in Persian).
27. Sardarnia, Kh. A. (2009). The impact of Internet on the citizens' civil engagement. *Communication Research (Research and Assessment)*, 16(1(57)), 193-211. (in Persian).
28. Serejzadeh, H. (2007). *The challenges of religion and modernity: Sociological discussions on religiosity and secularisation*. Tehran: Tarh_e_ No. (in Persian).
29. Serejzadeh, H., & Tavakooli, M. (2001). The study of operational definition of religiosity in the social research. *Research*, 5(20-21), 45-70. (in Persian).
30. Taleban, M. R. (1998). Measurement of young's religiosity. *Research Index*, 2(7-8), 121-129. (in Persian).
31. Talebi, A. (2001). Religious function and symbols of religiosity among women students. *Research Index*, 20-21, 15-30. (in Persian).
32. Zaki, M. A. (2013). *Religious research in Iran: Trends, patterns and research subjects 1998-2013. (Content analysis papers in the scholarly journals in Iran)*. Unpublished Report. (in Persian).
33. Zanzanizadeh, H., & Javadi, A. M. (2005). Effects of the Internet on family values among high school students in the city of Mashhad. *Iranian Journal of Sociology*, 6(2), 121-146. (in Persian).
34. Zokaei, M. S. (2008). *Sociology of Iranian Youth*. Tehran: Aghah Publication. (in Persian).



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی