

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی

شهناز هاشمی^۱

علی جعفری^۲

یاور علیپور ملباشی^۳

تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۹

چکیده

پژوهش حاضر با هدف نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی انجام گرفت. به عبارت دیگر مسأله اصلی مقاله نقش شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات و جهت‌گیری‌های فرهنگی و بازتولید ابعاد فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی است. برای دست یافتن به این مهم با رجوع به آراء گرینر، نظریات اجتماعی رسانه به عنوان چارچوب نظری انتخاب شد. نوع تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهرهای تهران، اردبیل، گرگان، شیراز و کرمانشاه در سال ۱۳۹۸ بودند. روش نمونه‌گیری به شیوه خوشه‌ای مرحله‌ای بود و تعداد نمونه ۳۸۴ نفر تعیین شد. برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها از تحلیل عاملی و تحلیل مسیر به کمک نرم‌افزار Amos استفاده شد. نتایج نشان داد که میزان استفاده شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بینش دینی، مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در گرایش دینی، مشارکت و فعال بودن شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در ارزش دینی، رفتار دینی و هویت دینی در میان جوانان ایرانی تأثیر معنادار دارد. بنابراین، شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی نقش دارد. به دیگر بیان به تأسی از نظریات کاشت و نظریات اجتماعی می‌توان مدعی شد که هر چه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است.

واژگان کلیدی: شبکه‌های مجازی، تلفن همراه، فرهنگ دینی، جوانان، هویت دینی.

۱- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

۲- دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول).

jafari.communication@gmail.com

۳- دانشیار گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، وزارت آموزش و پرورش، تهران، ایران.

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان . . .

مقدمه

در فرهنگ‌ها و جوامع دینی از جمله ایران، نقش دین در زندگی فردی و اجتماعی بسیار پررنگ است، همچنین تکیه بر اهمیت و کارکردهای دین به‌عنوان یکی از عوامل مهم جلوگیری از آسیب‌ها به‌خصوص در جوانان که امروزه بیشترین مصرف را از شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند، ضروری می‌باشد.

شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌ای جدید با ماهیتی متفاوت از رسانه‌های پیش از خود است و در عین حال تقریباً همه آن رسانه‌ها را در خود دارد. شبکه‌های اجتماعی با خود تغییرات اجتماعی به همراه می‌آورد و این تغییرات بیش از همه در میان جوانان که بیشترین تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی را تشکیل می‌دهند، رخ می‌دهد (منتظر قائم و شاقاسمی، ۱۳۸۸: ۱۲۰).

کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی مبتنی بر تلفن همراه، به خصوص جوانان که بیشترین کاربران در این عرصه را تشکیل می‌دهند، با قرار گرفتن در این فضا و سپری کردن زمان زیادی در این شبکه‌ها به‌طور عینی از فضای واقعی زندگی اجتماعی جدا شده و بیشترین تأثیرات را از این فضا می‌گیرند. امروزه برخلاف گذشته شاهد کم‌رنگ شدن نقش خانواده در هویت بخشی به فرزندان هستیم و با گسترش روزافزون فضای مجازی افراد هویت خود را در این فضا جستجو می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از تأثیرگذارترین ابزارهای ارتباطی در سال‌های اخیر است، روزانه اطلاعات وسیعی در این شبکه‌ها دریافت و یا انتشار می‌گردد. با توجه به اینکه اطلاعات جاری در این شبکه‌ها، منبع و محتوایی برای اقشار مختلف مردم و گروه‌های سنی مختلف است چگونگی ارزیابی‌ها نیز باید به شکل دیگری و متناسب با دنیای امروز و ویژگی‌های آن صورت گیرد (رستمی، ۱۳۹۴).

با فرارسیدن عصر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و گسترش فراگیر آن که به‌دنبال خود مفاهیم جدیدی چون واقعیت مجازی، فضای سایبر و . . . را به همراه آورد تغییر و تحولات زیادی در زندگی بشر ایجاد شد و ما را با جهان جدیدی مواجه ساخت. مقتضیات چنین جهانی ایجاب می‌کند لایه‌های فرهنگی و نظام تفکر انسان مورد بازکاوی و بازنگری قرار گیرد. یکی از مهمترین حوزه‌های زندگی اجتماعی انسان‌ها دین است. دین اولین و خطیرترین روشی است که طی آن به نیازهای معنوی ترتیب اثر داده می‌شود. نگرش دینی، احساس دینی، دینداری و هویت دینی مسائلی است که با توجه به خاص بودن اوضاع جهان امروز در معرض چالش قرار گرفته، و زمان آن رسیده است که متفکران حوزه دین با در نظر داشتن واقعیات جامعه فعلی، که ملغمه‌ای از تحولات اجتماعی، اقتصادی و فناورانه است به تفحص بپردازند. بدون شک بین دین و فناوری روابط دیالکتیک وجود دارد. همانگونه که پذیرش صنعت چاپ برای پیشینیان ما در گروهی موضع دین به این فناوری بود و در حال حاضر هم شاهد این اعمال نفوذ دین و معنویت در عرصه دیجیتال هستیم، فناوری و پیشرفت رسانه‌ای نیز فهم جدیدی از دین ارائه می‌کند و

صورت‌های نوینی از رفتار دینی به نمایش می‌گذارد. بالقوه می‌توان هم رابطه مثبت و سازنده و هم ارتباط منفی و مخربی بین دین و فناوری قائل شد (کیل، ۲۰۰۴: ۹، به نقل از یگانه نوبخت، ۱۳۹۸: ۱۶). از آنجا که هر فرهنگی شامل چهار بعد بینش‌ها، گرایش‌ها، ارزش‌ها و کنش‌های افراد جامعه است، می‌توان براساس آن، ابعاد چهارگانه‌ای نیز برای فرهنگ دینی ترسیم کرد که عبارتند از: بینش‌های دینی، گرایش‌ها و تمایلات دینی، ارزش‌های دینی و کنش‌ها و رفتارهای دینی. گفتنی است که میان ابعاد چهارگانه فرهنگ دینی، رابطه‌ای تعاملی و گاهی انباشتی برقرار است؛ یعنی هر یک از این ابعاد فرهنگ دینی، سبب روشنی و شکوفایی دو بعد دیگر فرهنگ دینی می‌شود (کافی، ۱۳۹۲).

شبکه‌های اجتماعی علاوه بر هویت‌سازی دینی، باعث تغییر هویتی می‌شوند و هویت‌های جدید می‌سازند. این تغییرات هم با ذات شبکه‌های اجتماعی و هم با محتوای آن قابل انجام است. بنابراین تغییر در شبکه‌های اجتماعی باعث تغییرات هویتی و دینی می‌شود (دبورین، ۲۰۰۰؛ به نقل از منتظر قائم و شاقاسمی، ۱۳۸۸: ۱۲۲).

وجود دالان‌های تو در تو و پیچیده این شبکه‌ها که بعضاً کاربر کاملاً اتفاقی وارد این دالان‌ها می‌شود و کاملاً غیرعمدی می‌بیند و می‌شنود، می‌تواند کاربران را پیرو و دنبال‌کننده خود گرداند. فی‌الواقع مسأله اصلی این مقاله این است که ابعاد فرهنگ دینی کاربران این شبکه‌ها به‌واسطه ذات پیچیده و مبهم و غیرعلنی و غیرشفاف آن در معرض خطر قرار گرفته است. بر همین اساس پژوهش حاضر در صدد است تا نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی را بررسی نماید و اینکه فرضیه‌های پژوهش را سنجش قرار دهد:

۱- بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه و بینش دینی در میان جوانان ایرانی رابطه معنادار وجود دارد.

۲- بین مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه و گرایش دینی در میان جوانان ایرانی رابطه معنادار وجود دارد.

۳- بین فعال بودن در شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه و ارزش دینی در میان جوانان ایرانی رابطه معنادار وجود دارد.

۴- بین فعال بودن در شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه و رفتار دینی در میان جوانان ایرانی رابطه معنادار وجود دارد.

۵- بین فعال بودن در شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه و هویت دینی در میان جوانان ایرانی رابطه معنادار وجود دارد.

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

پیشینه پژوهش

مسئله توجیه به هویت دینی مبحث تازه‌ای نیست با این وجود بازنمایی آن در شبکه اجتماعی در میان تحقیقات به ندرت مشاهده می‌گردد؛ میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با هدف میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج) انجام دادند. نتایج نشان داد بین میزان دینداری دانشجویان با توجه به وضعیت عضویت و نوع فعالیت آن‌ها در شبکه‌ها تفاوتی معنادار وجود داشته است و بین سابقه‌ی عضویت در شبکه‌ها و میزان دینداری آنان نیز رابطه‌ای معنادار وجود داشته است؛ ولی بین میزان استفاده (فعالیت) از شبکه‌های اجتماعی و میزان دینداری، رابطه‌ی معناداری دیده نشد. نتایج، همچنین گویای تفاوتی معنادار بین میزان دینداری دانشجویان با توجه به جنسیت و گروه تحصیلی آن‌ها بود. شامانی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین میزان استفاده جوانان منطقه ۱۲ شهر تهران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد بدین شکل که در چهار مؤلفه مدت زمان حضور، میزان استفاده، میزان فعال بودن کاربر، و میزان واقعی تلقی نمودن محتوا در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی با وضعیت هویت فرهنگی جوانان رابطه معنادار در جهت معکوس وجود دارد. هدایتی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور در زمینه تربیت دینی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تبریز) انجام دادند. نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که بین مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده، نوع استفاده (استفاده هدف‌مند)، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب شبکه‌های اجتماعی مجازی با تربیت دینی همبستگی معکوسی وجود دارد. نیکخواه و فانی (۱۳۹۳) پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و میزان دین‌داری انجام دادند. این پژوهش با روش پیمایش انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد رابطه میزان استفاده از تلویزیون داخلی با میزان دین‌داری دانشجویان به صورت مثبت و مستقیم و رابطه استفاده از تلویزیون ماهواره‌ای با میزان دین‌داری دانشجویان دختر به صورت معکوس و منفی بوده است. قاسمی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با هدف تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان انجام دادند. نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس‌بوک، رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و هویت دینی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. یافته‌های پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) در مطالعه‌شان با عنوان «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، حاکی از تأثیرپذیری هویت دینی در ابعاد پنج‌گانه تجربی، پیامدی، اعتقادی، مناسکی و شناختی از تعامل در فضای سایبر است. فرهنگی و جامع

(۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «رسانه و دین»، با استفاده از روش پیمایش در بین ۷۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه ارومیه نشان دادند که مطالب دینی اینترنت، به میزان ۰/۹۹ درصد در باورها و اعتقادهای دینی کاربران تأثیر دارد. همچنین مطالب دینی اینترنت، در بالا بردن اطلاعات ۶۷ درصد کاربران تأثیر دارد. دیویس (۲۰۱۲) در مطالعه‌اش «تنش‌های هویتی در عصر شبکه‌های اطلاعاتی؛ دیدگاه‌های جوانان درباره خطرات و فرصت‌های خود بیانگری در تجربه آنلاین»، به چگونگی تأثیر تکنولوژی‌های دیجیتال بر روی مسأله هویت و تصوراتی که جوانان درباره خود بیانگری در تجربه آنلاین دارند، می‌پردازد. شرکت‌کنندگان در این مصاحبه مثل فیلم طراحی شده تصورات خودشان را از هویت در تجربه آنلاین و غیرآنلاین ارائه نمودند. او از طریق مصاحبه‌های سازمان‌یافته در چهارچوب تصورات ذهنی جوانان به‌طور خلاصه استراتژی‌های جوانان را برای وفق‌دادن تنش‌های هویتی در میان گوناگونی شناخت‌ها و تجربه خود و همسانی در عرصه شبکه‌ای شده اطلاعات دریافت نمود. این چهارچوب تصورات ذهنی شامل تعهد به هویت خود، تعهد به هنجارهای روابط بین شخصی، هنجارهای تجربه آنلاین و ارزش‌های سطح گسترده اجتماعی که کارکرد ضمنی محدودکننده‌ای بر روی تعدد تجربه به خود دارند، می‌باشد.

تحقیقات صورت گرفته در زمینه پیشینه پژوهش هر کدام مباحث مختلفی را در مورد مسأله پژوهش به خود اختصاص داده‌اند. در کل می‌توان گفت که مباحث مربوط به پیشینه تحقیق تاحدودی و از بعضی جهات به‌عنوان منابع مهمی در راستای تحقیقات به‌کار گرفته شده‌اند. منتهی در پژوهش حاضر سعی شده است علاوه بر به‌کارگیری مباحث مهم و مورد استفاده به نگارش در آمده در این زمینه، با مطالعه و دقت در مورد مبحث مورد مطالعه و با تأکید بر جنبه‌های کاربردی آن به درک صحیح و کارآمدتری در این رابطه برسیم به‌طوری که بتوان به‌واسطه آن گامی مهم برای جامعه مورد مطالعه برداشت.

مرور نظری

نظریه کاشت یا پرورش گرینر، بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیر گذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۱).

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

نظریه کاشت یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد؟ نظریه کاشت با اشاعه برای ارائه الگویی از حلیل، تبیین شده است؛ تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۳۳۹).

در واقع، محور بحث گرینر این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه‌های مشترک محصول استفاده از فناوری و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را بر عهده دارند و به دیدی مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گرینر محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. از نظر وی رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن‌ها براساس این چنین سازوکاری فرهنگ‌پذیر می‌شوند. گرینر تا آنجا پیش می‌رود که می‌گوید، رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت اثرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آن‌ها را شکل‌دهنده جامعه دانست.

گرینر بعدها در پاسخ به انتقادات وارده بر نظریه کاشت مبنی بر لحاظ نکردن سایر متغیرهای متداخل بر کاربران، این نظریه را مورد تجدید قرار داد. وی دو مفهوم «جریان اصلی» و «تشدید» را به این نظریه اضافه کرد. با این مفاهیم این واقعیت‌ها در نظر گرفته می‌شود که میزان مواجهه با رسانه‌ای خاص، نتایج متفاوتی را برای گروه‌های اجتماعی مختلف در بردارد. جریان اصلی هنگامی رخ می‌دهد که میزان مواجهه با رسانه، به تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها منجر شود و تشدید، زمانی روی می‌دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر شود (سورین و تانکاره، ۱۳۸۶: ۳۹۲).

اکنون داعیه این نظریه این است که استفاده از رسانه با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد؛ به شیوه‌ای که مواجهه با رسانه‌ای خاص، بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی تأثیری نخواهد گذاشت. گرینر معتقد است. زمانی که شخص متغیرهای دیگر (میزان، نوع، مدت و ویژگی‌های فردی و اجتماعی) را همزمان کنترل کند، اثر باقی مانده که قابل انتساب به رسانه‌ای خاص باشد، نسبتاً کم است.

در این میان، نظریه‌های دیگری نیز در حوزه شبکه‌های اجتماعی مطرح هستند که در مجموع می‌توان آن‌ها را به دو دسته بسیار کلی تقسیم کرد (فرامرزیانی و همکاران، ۱۳۹۵):

الف) نظریه‌های اجتماعی با رویکرد مثبت (نظریه شری، تورکل و استون):

بر اساس نظریه تورکل در باب رابطه حضور در فضای مجازی و شکل‌گیری خود پست‌مدرن در بین کاربران فضای مجازی، به‌ویژه شرکت‌کنندگان در میدان‌های چند کاربردی به مثابه فضایی مجازی برای

گفتگو، بازی نقش و تعامل با سایرین باید به‌طور مداوم و منظم باشد. فضای مجازی از نظر وی، فضایی به نسبت رهایی است چرا که به کاربر اجازه می‌دهد در آن واحد، خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه‌کننده و در مجموع، همه‌کاره نمایش مطلوب خود باشد. همان‌طور که خود وی اظهار می‌دارد، از نظر وی، صفحه نمایش رایانه در حقیقت، موقعیتی جدید برای تحقق خیال‌ها و تمایلات عقلانی با نیازهای غریزی کاربران است (۱۹۹۶). آستون نیز معتقد است: فضای مجازی به‌عنوان رسانه‌ای با پهنای باند پایین، در مقایسه با تعامل چهره به چهره فرصت بیشتری را برای دخیل کردن فرایندهای تفسیر، تخیل و آرزوهای طرفین تعامل در گفتگو، فراهم می‌آورد (تورکل، ۱۹۹۵؛ به نقل از کوثری، ۱۳۸۶).

در مجموع، درونمایه اصلی دیدگاه پسامدرنیست‌هایی چون تورکل و آستون پیرامون تأثیرات هویتی حضور در فضای مجازی، حول این محور شکل گرفته که فضای مجازی، فضایی رهایی‌بخش است که برای کاربر امکان رهایی از بدن و بسیاری از محدودیت‌های دیگر را به همراه شکوفایی جنبش‌های مختلفی که پیش از این، قادر به بیان و نمایاندن آن‌ها نبود، فراهم می‌آورد (فرامرزیانی و همکاران، ۱۳۹۵).

ب) نظریه‌های اجتماعی با رویکرد منفی (نظریه کاتز، باومن، دریفوس و تاملینسون):
این دسته شامل ترکیبی از نظریات و رویکردهای به نسبت بدبینانه به تأثیرات حضور در فضای مجازی به‌ویژه در ابعاد هویتی هستند که به‌طور پراکنده و در انتقاد از نظریات و رویکردهای به نسبت خوشبینانه پسامدرنیست‌ها شکل گرفته‌اند. مسأله نخست که این دسته از نظریه‌پردازان به آن پرداخته و آن را به چالش کشیده‌اند مسأله گمنامی به‌عنوان امکانی رهایی‌بخش است. کاتز گمنامی را سازهای اجتماعی می‌داند که بر اساس توافق افراد شکل گرفته است. دنیای مجازی شاید محاسبه‌ناپذیرتر از دنیای روزمره باشد اما در مجموع، بر پایه همان قواعد و قراردادهای اجتماعی دنیای واقعی شکل گرفته است. در حقیقت، فضای مجازی نیز از طریق منابع قدرت اقتصادی و سیاسی واقعی کنترل و اداره می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۸)، مسأله دیگری که اکثر آسیب‌شناسان به آن پرداخته‌اند، مربوط به ویژگی‌های خاص تعاملات و ارتباطات در دنیای مجازی است. آنان معتقدند که تعاملات مجازی در نهایت، منجر به انزوای اجتماعی و کاهش تعاملات کاربر در دنیای واقعی وی به‌ویژه از لحاظ عمق و کیفیت می‌شود و عموماً استفاده بیشتر از اینترنت، با کاهش ارتباطات اجتماعی به‌خصوص ارتباطات نزدیک و صمیمی با اعضای خانواده، دوستان نزدیکان و غیره همراه است (فرامرزیانی و همکاران، ۱۳۹۵).

کارکردها و کژکارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی ارتباطات اساس تغییرات اجتماعی است و ورود فناوری‌های نوین منجر به این نوع تغییرات می‌شود. تلفن همراه نیز پس از آنکه روشی نوین

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

در زندگی پدید آورد، این ایده را در میان جامعه همه‌گیر کرد و روز پیامدهایی را در درون نظام موجب شد؛ چرا که پذیرش، یک تصمیم اجتماعی است و به همین دلیل، با پیامدهای اجتماعی همراه است. این فرایند اجتماعی علاوه بر پیامدهای مثبتی که از خود به جای می‌گذارد، حاوی پیام‌ها و نتایج منفی گوناگونی نیز هست که در منابع مربوط به تغییرات اجتماعی از آن با عنوان هزینه‌های تغییر اجتماعی با پیامدهای غیر کارکردهای تغییر اجتماعی یاد می‌کنند. تقریباً همه نوآوری‌ها اثراتی جانبی به دنبال دارند و هرچه قدرت نوآوری مهم‌تر، پیشرفته‌تر و جدیدتر باشد احتمال بروز چنین، پیامدهایی را افزایش می‌دهد (حاج محمدی ۱۳۸۸: ۳۰).

روش

با توجه به هدف تحقیق حاضر که بررسی نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام در بازتولید فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی است، نوع تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه جوانان ایرانی ۱۹ تا ۲۹ ساله در سال ۱۳۹۸ بودند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای سیستماتیک استفاده شده است که از انواع نمونه‌گیری‌های احتمالی است. در این نمونه‌گیری ابتدا گروه‌های بزرگ را که خوشه می‌نامیم، گزینش می‌نماییم و سپس واحدهای نمونه‌گیری را از بین خوشه‌ها، گزینش می‌کنیم. خوشه‌ها با نمونه تصادفی ساده یا نمونه طبقه‌بندی شده انتخاب می‌شوند (فرانکفورد و نجمیاس، ۱۳۸۱: ۲۷۱). در واقع بر اساس نقشه جغرافیای ایران، به پنج خوشه که معرف فرهنگ ملی، قومی و محلی ایران باشد، تقسیم شد و در ادامه از هر خوشه یک استان و از هر استان یک شهر انتخاب گردید. شهرهای تهران، اردبیل، گلستان، شیراز و کرمانشاه در این فاز تعیین و تعداد نمونه بعد از تعیین حجم جامعه براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد.

جدول شماره (۱): جامعه آماری و حجم نمونه

خوشه	استان	شهر انتخاب شده	کل جمعیت جوان	نمونه هر شهر
۱	تهران	تهران	۲۵۰۲۹۲۹	۲۱۹
۲	اردبیل	اردبیل	۲۴۰۲۲۱	۲۰
۳	گلستان	گرگان	۳۴۳۵۹۸	۳۰
۴	فارس	شیراز	۹۰۶۰۸۸	۸۱
۵	کرمانشاه	کرمانشاه	۳۷۹۴۵۶	۳۴
جمع			۴۳۷۲۲۹۲	۳۸۴

ابزار اصلی تحقیق در مرحله میدانی، پرسشنامه محقق ساخته بود. سؤالات پرسشنامه شامل سه بخش بود؛ بخش اول را ویژگی‌های فردی و دموگرافیکی تشکیل دادند. بخش دوم به بررسی متغیر مستقل شبکه‌ای مجازی مبتنی بر تلفن همراه پرداخته است. سؤالات برای سنجش این متغیر، شامل

میزان استفاده شبکه‌های مجازی، مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی، مشارکت و فعال بودن شبکه‌های مجازی بود. بخش سوم، بررسی متغیر وابسته؛ یعنی فرهنگ دینی بود که با پنج بعد بینش دینی، گرایش دینی، ارزش دینی، رفتار دینی و هویت دینی، بر اساس تعدادی گویه که در قالب طیف لیکرت تنظیم شده‌اند، سنجیده شد.

امروزه در بیشتر پژوهش‌ها، تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی‌ترین و مهم‌ترین بخش‌های تحقیق محسوب می‌شود. داده‌های خام با استفاده از فنون آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند و پس از پردازش به شکل اطلاعات در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌گیرند. به منظور اعتبار سنجی ارزش محتوایی هر یک از شاخص‌ها در اندازه‌گیری مفاهیم مطروحه، در این بخش، به روش مدل معادلات ساختاری، اعتبار مدل طراحی شده مورد آنالیز قرار می‌گیرد. یک مدل کامل معادلات ساختاری آمیزه‌ای از نمودار مسیر و تحلیل عاملی تأییدی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده توسط ابزارهای فوق، از شاخص‌های و روش‌های آمار توصیفی برای به‌دست آوردن فراوانی، درصد، میانگین، انحراف استاندارد، و خطای استاندارد داده‌ها استفاده شده است؛ و سپس از آمار استنباطی برای به‌دست آوردن تحلیل عاملی و تحلیل مسیر به کمک نرم‌افزار Amos به کار گرفته شد.

برای برآورد پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. برای این منظور، ۳۰ نسخه از پرسشنامه توسط بخشی از جامعه آماری تحقیق تکمیل شد و پس از داده‌پردازی، ضریب آلفای کرونباخ برای گویه‌ها و سؤال‌های اشاره شده محاسبه شد.

جدول شماره (۲): آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیرها	مقدار آلفای کرونباخ
بینش دینی	۰/۸۹
گرایش دینی	۰/۸۶
ارزش دینی	۰/۸۳
رفتار دینی	۰/۸۵
هویت دینی	۰/۷۸
میزان استفاده شبکه‌های مجازی	۰/۸۶
مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی	۰/۹۱
مشارکت و فعال بودن شبکه‌های مجازی	۰/۸۶

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی:

در این قسمت به توصیف داده‌های مربوط به ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان مانند جنسیت، سن، تحصیلات و پاسخگویان پرداخته می‌شود، و برای هر مورد، وضعیت پاسخ‌دهندگان شامل تعداد فراوانی، درصد و درصد تجمعی آن بیان شده و در پایان به تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته شده است. بر اساس

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

داده‌های به‌دست آمده حاصل از پرسشنامه عمومی، اطلاعات تفصیلی درخصوص مشخصات و ویژگی‌های عمومی نمونه به‌دست آمده که به‌صورت مرتب در جداول زیر به آن‌ها اشاره می‌شود.

جدول شماره (۳): توزیع فراوانی متغیر جنسیت در نمونه

جنسیت	فراوانی هر طبقه	درصد فراوانی داده‌های هر طبقه	درصد فراوانی داده‌های معتبر هر طبقه	درصد تجمعی
مرد	۳۰۷	۸۰	۸۰	۸۰
زن	۷۷	۲۰	۲۰	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول بالا، توزیع فراوانی متغیر جنسیت را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج به دست آمده از این جدول، ۳۰۷ نفر از جامعه ۳۸۴ نفری مرد می‌باشند که ۸۰ درصد از کل نمونه را تشکیل می‌دهند. ۷۷ نفر زن می‌باشند که ۲۰ درصد از کل نمونه را در برمی‌گیرند.

جدول شماره (۴): توزیع فراوانی متغیر تحصیلات در نمونه

سن	فراوانی هر طبقه	درصد فراوانی داده‌های هر طبقه	درصد فراوانی داده‌های معتبر هر طبقه	درصد تجمعی
دیپلم	۱۲۴	۳۲	۳۲	۳۲
کارشناسی	۲۳۰	۶۰	۶۰	۹۲
کارشناسی ارشد	۳۰	۸	۸	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول فوق، توزیع فراوانی متغیر تحصیلات را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج به‌دست آمده در جدول فوق، فراوانی افرادی که تحصیلات دیپلم دارند تعداد ۱۲۴ نفر می‌باشند که ۳۲ درصد کل نمونه می‌باشد، فراوانی افرادی که تحصیلات کاردانی دارند تعداد ۲۳۰ نفر می‌باشند که ۶۰ درصد کل نمونه می‌باشد، فراوانی افرادی که تحصیلات کارشناسی دارند تعداد ۳۰ نفر می‌باشند که ۸ درصد کل نمونه می‌باشد. پیش از انجام تحلیل‌های اصلی، چند تحلیل اولیه جهت کسب بینش‌های مقدماتی در ارتباط با داده‌ها انجام گرفته است. در پژوهش حاضر در مجموع رابطه ۸ متغیر مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره‌های آزمودنی‌ها روی متغیرهای پژوهش در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول شماره (۵): یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

مقیاس	شاخص توصیفی	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره	کجی	کشیدگی
فرهنگ دینی	بینش دینی	۴/۷۲۰	۱	۵	۰/۷۵۶	-۰/۴۵۶
	گرایش دینی	۳/۵۸۹	۲	۴	۰/۳۲۳	-۰/۴۱۲

تغییرات اجتماعی - فرهنگی، سال نوزدهم، شماره هفتاد و دوم، بهار ۱۴۰۱

۰/۴۵۶	۰/۳۲۵	۵	۱	۴/۲۳۶	ارزش دینی
۰/۷۷۸	-۰/۴۶۵	۴	۲	۳/۳۵۴	رفتار دینی
۰/۳۵۶	-۰/۲۲۱	۵	۲	۳/۰۲۱	هویت دینی
۰/۷۴۵	۰/۶۵۹	۵	۳	۴/۸۸۷	میزان استفاده شبکه‌های مجازی
۰/۵۵۲	۰/۴۴۲	۵	۳	۳/۳۶۵	مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی
۰/۵۵۲	۰/۴۱۴	۵	۳	۳/۲۱۴	مشارکت و فعال بودن شبکه‌های مجازی

یافته‌های تبیینی:

در این پژوهش جهت آزمون فرضیه‌ها از همبستگی پیرسون استفاده شده است به طوری که نتایج آزمون با کمک نرم‌افزار به شرح ذیل می‌باشد. پس از بررسی و تأیید الگوها، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و P استفاده شده است. مقدار بحرانی مقداری است که از حاصل تقسیم «تخمین وزن رگرسیونی» بر «خطای استاندارد» به دست می‌آید. بر اساس سطح معناداری ۰/۰۵، مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد. کم‌تر از این مقدار، پارامتر مربوط در الگو، مهم شمرده نمی‌شود و همچنین مقادیر کوچک‌تر از ۰/۰۵ برای مقدار P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ دارد. پنج فرضیه به همراه ضریب رگرسیونی مربوطه و مقادیر شاخص‌های جزئی در ادامه در جدول مربوطه آورده شده است.

جدول شماره (۶): آزمون فرضیات پژوهش

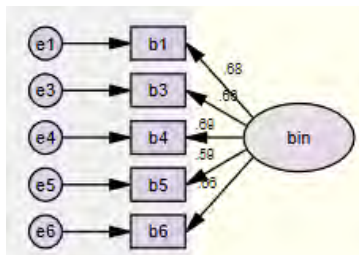
فرضیه	متغیر	مسیر	متغیر	اثر مستقیم	سطح معناداری
۱	استفاده شبکه‌های مجازی	←	بیش دینی	۰/۶۸۲۱	۰/۰۰۱
۲	عضویت در شبکه‌های مجازی	←	گرایش دینی	۰/۷۷۲۲	۰/۰۰۱
۳	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	ارزش دینی	۰/۷۶۲۱	۰/۰۰۱
۴	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	رفتار دینی	۰/۶۹۳۳	۰/۰۰۱
۵	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	هویت دینی	۰/۷۶۷۵	۰/۰۰۱

الگوهای عاملی تأییدی:

جهت مشخص کردن اینکه شاخص‌ها تا چه اندازه برای الگوهای اندازه‌گیری قابل قبول می‌باشند، ابتدا باید تمام الگوهای اندازه‌گیری را جداگانه مورد تحلیل قرار گیرد. بر مبنای اتخاذ چنین روشی ابتدا سه الگو اندازه‌گیری که مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش می‌باشند، به‌طور مجزا مورد آزمون قرار می‌گیرند. شاخص‌های کلی برازش الگو برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی) در جدول زیر ارائه شده است.

متغیر بیش دینی:

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

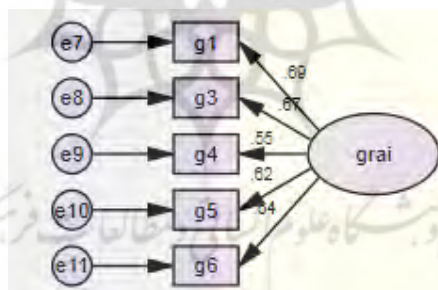


شکل شماره (۱): مدل ساختاری متغیر بیش دینی

جدول شماره (۷): شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری مدل بیش دینی

گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مقدار	بrazش قابل قبول
	سطح تحت پوشش کای اسکور	X	۰/۴۰۸	بزرگتر از ۵ درصد
شاخص‌های برازش مطلق	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۵	<math>\%90 < GFI ></math>
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۱	<math>\%90 < AGFI ></math>
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجارنشده	NNFI	۰/۹۳	<math>\%90 < NNFI ></math>
	شاخص برازش هنجارنشده	NFI	۰/۹۴	<math>\%90 < NFI ></math>
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۱	<math>\%90 < CFI ></math>
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۱	<math>\%90 < IFI ></math>
شاخص‌های برازش مقصد	شاخص برازش مقصد هنجار شده	PNFI	۰/۶۸	بالا تر از ۵۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۴۶	<math>10\% < RMSEA <</math>
	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۰۱۱	مقدار بین ۳ تا ۱

متغیر گرایش دینی:



شکل شماره (۲): مدل ساختاری متغیر گرایش دینی

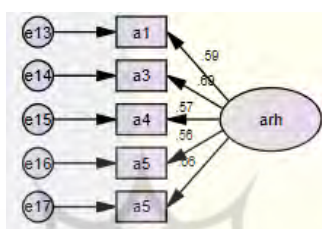
جدول شماره (۸): شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری گرایش دینی

گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مقدار	بrazش قابل قبول
	سطح تحت پوشش کای اسکور	X ²	۰/۰۷۶	بزرگتر از ۵ درصد
شاخص‌های برازش مطلق	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۵	<math>\%90 < GFI ></math>
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۶	<math>\%90 < AGFI ></math>
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجارنشده	NNFI	۰/۹۵	<math>\%90 < NNFI ></math>
	شاخص برازش هنجارنشده	NFI	۰/۹۳	<math>\%90 < NFI ></math>
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۵	<math>\%90 < CFI ></math>
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۴	<math>\%90 < IFI ></math>
شاخص برازش مقصد هنجار شده	PNFI	۰/۸۷	بالا تر از ۵۰ درصد	

تغییرات اجتماعی - فرهنگی، سال نوزدهم، شماره هفتاد و دوم، بهار ۱۴۰۱

شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۶۳	۱۰٪RMSEA<
کای‌اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۶۶	مقدار بین ۳ تا ۴	

متغیر ارزش دینی:

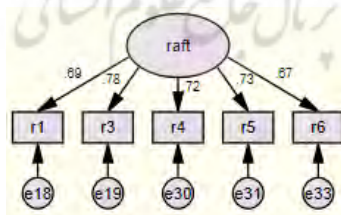


شکل شماره (۳): مدل ساختاری متغیر ارزش دینی

جدول شماره (۹): شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری مدل ارزش دینی

گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش کای اسکور	X ²	۰/۰۸۵	بزرگتر از ۵ درصد
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۸	> ۹۰٪
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۴	> ۹۰٪
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	۰/۹۴	> ۹۰٪
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۳	> ۹۰٪
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۲	> ۹۰٪
شاخص‌های برازش مقتصد	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۴	> ۹۰٪
	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۷۳	بالاتر از ۵۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۶۲	۱۰٪RMSEA<
کای‌اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۸۸	مقدار بین ۳ تا ۴	

متغیر رفتار دینی:



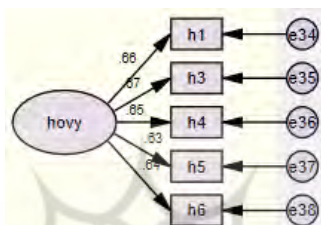
شکل شماره (۴): مدل ساختاری متغیر رفتار دینی

جدول شماره (۱۰): شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری مدل رفتار دینی

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش کای اسکور	X ²	۰/۰۷۲	بزرگتر از ۵ درصد
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۳	$\langle GFI \rangle 90\%$
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۵	$\langle AGFI \rangle 90\%$
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	۰/۹۴	$\langle NNFI \rangle 90\%$
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۴	$\langle NFI \rangle 90\%$
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۳	$\langle CFI \rangle 90\%$
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۴	$\langle IFI \rangle 90\%$
شاخص‌های برازش مقتصد	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۷۶	بالاتر از ۵۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای پرآورد	RMSEA	۰/۰۶۸	$\langle RMSEA \rangle 10\%$
	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۶۶	مقدار بین ۳ تا ۱

متغیر هویت دینی:

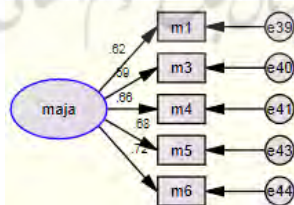


شکل شماره (۵): مدل ساختاری متغیر هویت دینی

جدول شماره (۱۱): شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری مدل هویت دینی

گروه‌بندی شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش کای اسکور	X ²	۰/۰۸۷	بزرگتر از ۵ درصد
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۵	$\langle GFI \rangle 90\%$
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۶	$\langle AGFI \rangle 90\%$
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	۰/۹۷	$\langle NNFI \rangle 90\%$
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۵	$\langle NFI \rangle 90\%$
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۴	$\langle CFI \rangle 90\%$
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۶	$\langle IFI \rangle 90\%$
شاخص‌های برازش مقتصد	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۷۵	بالاتر از ۵۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای پرآورد	RMSEA	۰/۰۶۹	$\langle RMSEA \rangle 10\%$
	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۶۶	مقدار بین ۳ تا ۱

متغیر شبکه مجازی:



شکل شماره (۶): مدل ساختاری متغیر شبکه مجازی

جدول شماره (۱۲): شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری مدل شبکه مجازی

تغییرات اجتماعی - فرهنگی، سال نوزدهم، شماره هفتاد و دوم، بهار ۱۴۰۱

گروه بندی شاخص ها	نام شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص های برازش مطلق	سطح تحت پوشش کای اسکور	X ²	۰/۰۸۹	بزرگتر از ۵ درصد
	شاخص نیکویی برازش	GFI	۰/۹۵	<math>\%90 < GFI ></math>
	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۳	<math>\%90 < AGFI ></math>
شاخص های برازش تطبیقی	شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	۰/۹۸	<math>\%90 < NNFI ></math>
	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۷	<math>\%90 < NFI ></math>
	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۵	<math>\%90 < CFI ></math>
	شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۶	<math>\%90 < IFI ></math>
شاخص های برازش مقصد	شاخص برازش مقصد هنجار شده	PNFI	۰/۸۲	بالاتر از ۵۰ درصد
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۸۵	<math>10\% < RMSEA <</math>
	کای اسکور بهنجار شده به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۵۸	مقدار بین ۱ تا ۳

نتایج حاصل از اطلاعات ارائه شده در جداول فوق به شرح زیر می باشد:

در توضیح مقدار کای اسکور (CMIN) تقسیم بر درجه آزادی، الگو و سطح معناداری آن لازم است ذکر شود که هر چه مقدار کای اسکور کوچکتر از ۳ باشد برازش الگو تدوین شده توسط پژوهشگر رضایت بخش تر و بهتر است. چنانچه مقدار P بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، می توان نتیجه گرفت که ساختار کوواریانس الگو به طور معناداری از ساختار کوواریانس مشاهده شده متفاوت نبوده و در واقع مقدار CMIN/DF برای الگو قابل قبول است. با توجه به اینکه مقدار P برای همه الگوهای اندازه گیری بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد، می توان نتیجه گرفت که مقدار CMIN/DF برای الگوهای اندازه گیری مناسب است.

یکی از معتبرترین شاخص هایی که برای بررسی برازندگی الگو به کار می رود GFI یا شاخص نیکویی برازش است. این شاخص را می توان به عنوان مشخصه ای مشابه R² در رگرسیون چندمتغیری در نظر گرفت. هرچه GFI نزدیک تر به ۱/۰۰ باشد الگو با داده ها برازش بهتری دارد. شاخص GFI برای الگو های اندازه گیری بزرگتر از ۰/۹۰ می باشد که نشان از برازش خوب داده ها از الگو دارد.

ماتریس باقیمانده یکی از ماتریس های مهمی است که هم می تواند برای ارزیابی برازش کلی (الگو تدوین شده) و هم برازش جزئی (پارامتر تعریف شده بین دو متغیر) مورد استفاده قرار گیرد. ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده یا RMR برای الگوهای مذکور کمتر از ۰/۰۵ و مقدار کمی است که این نیز بیانگر خطای اندک الگوها و برازش قابل قبول آنها است.

شاخص برازش تطبیقی یا GFI یکی از شاخص های تطبیقی است که مقادیر بین ۰/۹۰ تا ۰/۹۵ به عنوان قابل قبول بودن الگو و مقادیر بالاتر از ۰/۹۵ برای این شاخص به عنوان برازش بسیار خوب داده ها به الگو تفسیر می شود. مقدار GFI برای همه الگوهای اندازه گیری بزرگتر از ۰/۹۰ است که می توان نتیجه گرفت که داده ها به خوبی از الگوهای اندازه گیری حمایت می کنند.

شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSEA نیز همانند شاخص RMR بر مبنای تحلیل ماتریس باقیمانده قرار دارد. الگوهای قابل قبول دارای مقدار ۰/۰۸ یا کوچکتر برای این شاخص هستند. برازش الگوهایی که دارای مقادیر بالاتر از ۰/۱ هستند، ضعیف برآورد می شود. همان طور که در

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

جدول مشاهده می‌شود، مقدار این شاخص برای الگوهای اندازه‌گیری کمتر از ۰/۰۸ است که این شاخص نیز نشان از برآزش خوب الگوها توسط داده‌ها دارد.

در نهایت با توجه به مطالب بالا می‌توان نتیجه گرفت که الگوهای اندازه‌گیری از برآزش نسبتاً خوبی برخوردار هستند و به عبارتی شاخص‌های کلی این مورد را تأیید می‌کنند که داده‌ها به خوبی از الگوها حمایت می‌کنند.

پس از بررسی و تأیید الگوها، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و P استفاده شده است. مقدار بحرانی مقداری است که از حاصل تقسیم «تخمین وزن رگرسیونی» بر «خطای استاندارد» به دست می‌آید. بر اساس سطح معناداری ۰/۰۵، مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد. کم‌تر از این مقدار، پارامتر مربوط در الگو، مهم شمرده نمی‌شود و همچنین مقادیر کوچک‌تر از ۰/۰۵ برای مقدار P حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ دارد. هشت فرضیه به همراه ضریب رگرسیونی مربوطه و مقادیر شاخص‌های جزئی در ادامه در جدول مربوطه آورده شده است.

جدول شماره (۱۳): الگوی ساختاری، مسیرها و ضرایب استاندارد آن‌ها در الگوی نهایی پژوهش حاضر

فرضیه	متغیر	مسیر	متغیر	اثر مستقیم	سطح معناداری
۱	استفاده شبکه‌های مجازی	←	فرهنگ دینی	-۰/۷۴۴۲	۰/۰۰۳
۲	مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی	←	فرهنگ دینی	-۰/۶۹۸۹	۰/۰۰۰
۳	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	فرهنگ دینی	-۰/۷۱۱۲	۰/۰۰۱
۴	استفاده شبکه‌های مجازی	←	بینش دینی	-۰/۶۸۲۱	۰/۰۰۱
۵	عضویت در شبکه‌های مجازی	←	کرایش دینی	-۰/۷۷۲۲	۰/۰۰۱
۶	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	ارزش دینی	-۰/۷۶۲۱	۰/۰۰۱
۷	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	رفعار دینی	-۰/۶۹۳۳	۰/۰۰۱
۸	فعال بودن شبکه‌های مجازی	←	هویت دینی	-۰/۷۶۷۵	۰/۰۰۱

بنابراین با توجه به یافته‌های به دست آمده از تحلیل مسیر تمامی فرضیه‌های پژوهش مبنی بر اینکه متغیرهای استفاده شبکه‌های مجازی، مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی، فعال بودن شبکه‌های مجازی در فرهنگ دینی و مولفه‌های آن نقش دارند، تأیید می‌گردند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن مورد سنجش قرار گرفت و اینکه جوانان ایرانی از قابلیت‌های ارتباطی شبکه‌های اجتماعی به طرز مؤثری بهره گرفته‌اند. شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر به عنوان رسانه‌ای برای تأثیرگذاری مذهبی و ترویج مذهب در میان جوانان ایران مورد استفاده قرار گرفته است.

شبکه‌های اجتماعی توانسته در حوزه دین وارد شود و با وجود مخالفت‌هایی که مراجع دینی در ابتدا به رواج اینترنت و شبکه‌های اجتماعی ابراز می‌کردند امروزه شاهد هستیم که مراجع، روحانیون و استشهادهای دارای وبسایت‌های رسمی و کانال‌های مجازی و صفحات شبکه‌های اجتماعی هستند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌طور مؤثری با دین به تعامل بپردازند و فضای مجازی جایگاهی مناسب برای آن دسته از جوانان ایرانی است که در خود گرایش‌های مذهبی احساس می‌کنند اما نمی‌توانند خود را در چارچوب‌های تعریف شده ادیان سنتی قرار دهند (جلیلی فیروزی، ۱۳۸۵؛ تاریخ‌پوری، ۱۳۸۳؛ به نقل از منتظر قائم و شاقاسمی، ۱۳۸۸: ۱۲۷).

بر اساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده، مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی موبایل محور بر بازتولید فرهنگ دینی مؤثر است. می‌توان گفت هر چه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. بر عکس هر چه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری وی کمتر خواهد بود.

نتایج همچنین نشان داد که مشارکت و فعال بودن شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی اثر مستقیم معنادار دارد. به‌نظر گیدنز، کنش‌های روزمره به‌وسیله خود کنشگران به‌لحاظ ساختاری مقید می‌شود و تکنولوژی‌های رسانه‌ای نیز در این امر دخیل هستند. در فرایند امتداد زمان و مکان، تجربیات رسانه‌ای شده، قادر به وادار کردن رویدادهای متفاوت به درون آگاهی روزمره است که می‌تواند به احساس عدم امنیت و واژگونی واقعیت منجر می‌شود. برای وی، تجربیات رسانه‌ای شده، شرط بیرونی کنش هستند که به ما اطلاعاتی درباره دیگران می‌دهند و روایتی را که ما درباره دیگران داریم، تغییر می‌دهند (لفی، ۲۰۰۷).

بر اساس نظریه ساخت‌یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این محیط پس از شکل گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه‌های اجتماعی اینترنتی براساس باز تولید یا تکرار همان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با شبکه‌های اجتماعی مجازی برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند، بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور همزمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و باز تولید بپردازند، اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. در واقع با استفاده از نظریه ساخت‌یابی می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران با فعالیت بازاندیشانه و مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است، ولی هر چه

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

کاربران منفعل و غیرمشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، کمتر در تولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر خواهد بود.

نتایج نشان داد که مشارکت و فعال بودن شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در ارزش دینی در میان جوانان ایرانی اثر مستقیم معنادار دارد. این یافته با پژوهش‌های فرهنگی و جامع (۱۳۸۹) نشان دادند که مطالب دینی اینترنت، به میزان ۰/۹۹ درصد در باورها و اعتقادهای دینی کاربران تأثیر دارد همخوان است.

می‌توان گفت رسانه‌های جدید بیش از آنکه فقط ابزاری برای انتقال پیام باشد، خود مولد پیام هستند. گرچه این شبکه‌ها همانند سایر ابزارهای رسانه‌ای تأثیرات مثبتی نیز می‌توانند داشته باشند ولیکن هدف بیشتر تأثیرات منفی اینگونه شبکه‌ها بر فرهنگ و ارزش‌ها و باورهای کاربران این شبکه‌ها و القای مطالب با تکیه بر جذابیت‌های ایجاد شده به‌وسیله این قبیل ابزار در گروه‌های سنی مختلف و به‌طور ویژه جوانان است (گیوی، ۱۳۹۳ و حاجیانی، ۱۳۹۳). دین به منزله پدیده‌ای پویا، مهم‌ترین رکن هویت فرهنگی و اجتماعی در جامعه در حال گذار ایران است و نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت جوانان دارد. شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک، ارزش‌های اجتماعی را متحول ساخته و دگرگونی گسترده‌ای را در شیوه‌های شکل‌گیری فرهنگ دینی افراد و گروه‌ها به‌وجود آورده‌اند (فرناندس، ۱۳۹۲).

با استفاده از نظریه ساخت‌یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که شبکه اجتماعی محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند. اما این محیط پس از شکل گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه اجتماعی براساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با شبکه اجتماعی برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند؛ بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور همزمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند. اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. در واقع هر چه افراد در مواجهه با شبکه اجتماعی، فعالیت و مشارکت بیشتری داشته باشند و هر چه این فعالیت بازتابانه‌تر باشد؛ در تولید معنا سهیم می‌باشند و لذا بیشتر احتمال می‌رود که هویت دینی آن‌ها متأثر از این فضا بازتابی باشد. اما هر چه افراد در مواجهه با شبکه اجتماعی، فعالیت و مشارکت کمتری داشته باشند و هر چه این فعالیت غیربازتابانه باشد، در بازتولید معنا سهیم می‌باشند. بنابراین اثر کمتری از شبکه اجتماعی گرفته و بیشتر احتمال می‌رود که هویت دینی‌شان سنتی‌تر باقی بماند.

تقدیر و تشکر: این مقاله برگرفته از رساله دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل با عنوان نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید فرهنگ دینی در میان جوانان ایرانی می‌باشد.

منابع

- احمدپور، مریم؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵.
- احمدزاده کرمانی، روح‌الله (۱۳۹۰)، بازاندیشی در فرهنگ و رسانه، تهران: نشر چاپار.
- حاج محمدی، مریم (۱۳۸۸)، تلفن همراه و نوجوانان؛ عوامل مؤثر بر گرایش به کارکردهای استفاده از تلفن همراه در میان نوجوانان شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- حاجبانی، ابراهیم (۱۳۹۳)، جامعه‌شناسی اخلاق، تحلیل وضعیت اخلاق اجتماعی در جامعه ایران.
- رستمی بیگدیلو، شهین؛ هاشمی، عادل (۱۳۹۴)، مطالعه تأثیر اینترنت و ماهواره بر هویت دینی و ملی دانش‌آموزان، دومین همایش پژوهش‌های نوین در علوم و فناوری.
- سورین، ورنر جی؛ تانکار، جیمز دبلیو (۱۳۸۶)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
- شامانی، اسمعیل؛ واحدی، مهدی؛ نوروزی، داریوش (۱۳۹۵)، رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، دوره ۷، شماره ۲۸، ۱۶۳-۱۸۲.
- عباسی قادی، مجتبی؛ خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- فرامرزیانی، سعید؛ هاشمی، شهناز؛ فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۹۵)، نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر ارزش‌های اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان و میانسالان ساکن در شهرهای پنج استان کشور). پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۸۷، ۱۳۵-۱۱۳.

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

- فرانکفورد، چاوا؛ دیوید نجمیاس (۱۳۸۱)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (ترجمه فاضل لاریجانی، رضا فاضلی)، تهران: انتشارات سروش.
- فرناندس، بلن (۱۳۹۲)، فیسبوک عامل از بین رفتن جوامع، (ترجمه مرضیه خادمی)، فصلنامه سیاحت غرب، سال دهم، شماره ۱۱۸ و ۱۱۹.

- فرهنگی، علی‌اکبر؛ جامع، رقیه (۱۳۸۹)، رسانه و دین، نامه پژوهش فرهنگی، سال ۱۱، ش ۱۰.
- قاسمی، وحید؛ عدلی‌پور، صمد؛ کیان‌پور، مسعود (۱۳۹۱)، تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان، دین و ارتباطات، دوره ۱۹، شماره ۲ (پیاپی ۴۲)، ۳۶-۵.
- کافی، مجید (۱۳۹۲)، فرهنگ دینی، مفاهیم، نظریه‌ها و کاربرد، تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.

- کوثری، مسعود (۱۳۸۶)، جهان فرهنگی کاربران ایرانی (گزارش پژوهشی)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ادبیات.

- گیوی، مجید؛ نصر اصفهانی، معصومه (۱۳۹۳)، بررسی میزان و چگونگی استفاده از اینترنت در بین دانشجویان شهر اصفهان، فصلنامه علوم اجتماعی.

- منتظر قائم، مهدی؛ احسان شاقاسمی (۱۳۸۸)، اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فراتحلیلی با تأکید بر جوانان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۳ و ۴.

- میرفردی، اصغر؛ مختاری، مریم؛ عبدالله ولی‌نژاد. (۱۳۹۶)، میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج)، دوره ۲۸، شماره ۲، ۱۶-۱.

- نیکخواه، هدایت‌الله؛ فانی، مریم (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و میزان دین‌داری (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد)، اولین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی و علوم رفتاری.

- هدایتی، عزیز؛ زینی‌وند، یوسف؛ رسول‌زاده اقدم، صمد (۱۳۹۵)، آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور در زمینه تربیت دینی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تبریز).
مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۳۱ علمی - پژوهشی (دانشگاه آزاد)، ۴۵-۲۳.

- یگانه‌نویخت، مهدی (۱۳۹۸)، بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی جوانان (مطالعه موردی شهر هشتگرد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه دانش البرز.

- Devis, K (۲۰۱۲) Tensioof identity in a networks era: young people's perspectives on the rike and rewards of online self-expression, journal new media and society, ۱۴(۴).

- Laughey, Dan (۲۰۰۷), Key Themes in Media Theory, McGraw Hill Publication.
- Turkle, S. (۱۹۹۵). Life on Screen: Identity in The Age of The Internet New York: Simon and Schuster.
- Turkle, S. (۱۹۹۶). Who Are We? In Trend David (ed). (۲۰۰۱). Reading Digital Culture, Oxford: Black Well.

The Role of Mobile Networks Based on Mobile Phones in Reproducing the Dimensions of Religious Culture among the Young People in Iran

Abstract

The aim of the present study was to investigate the role of mobile networks based on mobile phones in reproducing the dimensions of religious culture among the young people in Iran. In other words, the main issue of the article is the role of social networks on cultural changes and orientations and the reproduction of the dimensions of religious culture among Iranian youth. To do this, Based on Gerbner's views, media social theories were selected as a theoretical framework. The type of research is applied in terms of purpose and survey in terms of implementation. The population of the study was ۱۸-۲۹ year old youths in Tehran, Ardabil, Gorgan, Shiraz and Kermanshah in ۲۰۱۹. The sampling method was cluster sampling and the sample number was ۳۸۴. To analyze the data, using Amos software, Path analysis and factor analysis were used. The results showed that the use of mobile-based virtual networks in religious insight, duration of membership in mobile-based networks in religious orientation,

نقش شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه در بازتولید ابعاد پنجگانه فرهنگ دینی در میان جوانان ...

participation and activation of mobile-based virtual networks in religious value, religious behavior and religious identity are significantly affected among Iranian youth. Therefore, mobile-based virtual networks play an important role in reproducing religious culture among Iranian youths. In other words, taken from Planting theories and social theories it can be claimed that the more the amount of use and duration of membership in social networks, the more the probability of effect on the user.

Keywords: Virtual networks, Cell-phone, Youth, Religious insights, Religious identity.

