

The Role of Social Networks in Answering the Religious Questions of Secondary School Students

Hossein Masoumi*

Ali Jafari**

Abstract

The purpose of this study was to investigate the role of social networks in answering religious questions of secondary school students. The research method was applied in terms of achieving the goal and the survey in terms of collecting information. The statistical population of this study was all high school students in District 1 in Ardabil. A total of 368 samples were calculated using Cochran's calculation method and through the stratified sampling method, samples were selected from schools in District One, selected from the study population. The measurement tool included a questionnaire on the role of social networks in answering students' religious questions. Data were analyzed by SPSS software. Findings showed that in the overall score, social networks can answer students' religious questions. Among the four dimensions of religiosity, social networks were able to answer doctrinal, emotional, and consequential questions. But they were not able to answer the religious questions of the students. According to the results, it can be concluded that social networks can be one of the most important tools for the development of religiosity and for answering students' doubts and questions.

Key Words: social networks, belief dimension, emotional dimension, consequential dimension, ritual dimension of religiosity.

* Master of Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Hoosein.masoumi31@gmail.com

** Assistant Professor, Educational Research Institute, Educational Research and Planning Organization, Tehran, Iran (corresponding author), alijafari.researcher@gmail.com.

نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

حسین معصومی*

علی جعفری**

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان دوره متوسطه انجام شد. روش تحقیق از نظر دستیابی به هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش، دربرگیرنده تمامی دانش‌آموزان متوسطه دوره دوم ناحیه یک در شهرستان اردبیل بود. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده و معادل ۳۶۸ نفر برآورد گردید که این تعداد با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری دارای پرسشنامه نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی دانش‌آموزان بود. داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان را دارد. از میان ابعاد چهارگانه دینداری، شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخ به سؤالات اعتقادی، عاطفی و پیامدی را داشتند، اما توانایی پاسخ به سؤالات مناسکی دین را برای دانش‌آموزان نداشتند. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه دینداری و پاسخ به شبهات و سؤالات دانش‌آموزان است. **واژگان کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی، بعد اعتقادی، بعد عاطفی، بعد پیامدی، بعد مناسکی دینداری.

* Hoossein.masoumi31@gmail.com

** کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی.

** استادیار پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
alijafari.researcher@gmail.com

تاریخ تأیید: ۱۴۰۱/۴/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۶/۳۱

مقدمه

دین یکی از عوامل مهم پدیدآورنده هویت طرفداران خود و میزان دینداری، به‌عنوان احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی از زمان‌های دور تا به امروز وجود داشته است (میرفردی و همکاران، ۱۳۹۶). مفهوم دینداری، التزام فرد به دین مورد قبول خویش است. این التزام در مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که خداوند و رابطه ایمالی با او دور می‌زند، سامان می‌پذیرد (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۶).

نیاز به دین و دیندار بودن هیچ حد و مرزی ندارد و پیروی از دین تابع هیچ محدودیت نبوده و تنها انگیزه و علاقه درونی فرد را می‌طلبد؛ بنابراین، گروه‌های مختلفی از افراد در این جهان نیازمند دین بوده و در تمامی ادیان این مسئله یک قاعده پذیرفته‌شده و کلی در دینداری محسوب می‌شود. یادگیری دین و مسائل دینی در سنین پایین، نیازمند آموزش است. آموزش و تعلیم دینی باید از سنین پایین شروع شود و لازمه این امر، دستیابی به پاسخ تمامی شبهات و سؤالات و تردیدات در حوزه دین است. دو عامل خانواده و مدرسه در شکل‌گیری اعتقادات دینی فرزندان نقش دارند در خانواده، کودک به دلیل وجود حس قوی تقلید، تلاش می‌کند رفتاری همسان با والدین خود بازسازی کند که وجود این حس قوی کمک بسیاری در یادگیری او دارد. والدین کودک می‌توانند از این احساس قوی در تربیت فرزند خود استفاده کنند و با آموزش‌های ابتدایی زمینه‌های آشنایی کودک با تعالیم دینی و مبانی اعتقادی به‌ویژه نماز را در او به‌وجود آورند (شکوهی و اصغرزاده طالبی، ۱۳۹۶).

در مدارس، معلمان کلیدی‌ترین نقش را در تربیت و پاسخ به سؤالات دینی دانش‌آموزان دارند، اما آیا مدرسه و به‌تبع آن معلمان به‌طور کامل از اطلاعات و دانش کافی برای پاسخ به تمامی سؤالات و شبهات دینی دانش‌آموزان برخوردار هستند؟ آیا دانش‌آموزان در هر زمان به این مرجع دسترسی دارند و می‌توانند بدون محدودیت به تمامی پاسخ‌ها دسترسی داشته باشند؟ در عصر حاضر منابع علمی کتابخانه‌ای در لابه‌لای مطالب خود تمامی پاسخ‌های لازم برای سؤالات مربوط به مسائل دینی را در خود جای داده است، اما متأسفانه استقبال کافی از سوی مخاطبین مبنی بر بررسی پاسخ سؤالات خود در مورد اعتقادات دینی از لابه‌لای کتب و منابع علمی به دلایل مختلف امکان‌پذیر نمی‌باشد. مصرف سرانه مطالعه کتاب در جامعه نیز پایین بوده و میل و علاقه چندانی به مطالعه کتاب در دانش‌آموزان دیده نمی‌شود. دانش‌آموزان به دنبال دسترسی آسان، سریع و دقیق به منابع برای دستیابی به پاسخ‌های دینی خود هستند. در این میان وجود فضایی با این ویژگی و ماهیت برای پاسخ به سؤالات دینی افراد لازم و ضروری است.

در عصر حاضر رشد فناوری‌های ارتباطی جدید سبب فراهم شدن بستری است تا دانش‌آموزان در این فضاها گاهی برای بررسی سؤالات و مسائل دینی خود به کنکاش بپردازند. هرچند انتظار

می‌رود که استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دانش‌آموزان بیشتر جنبه‌های تفریحی و سرگرمی دارد، اما هنوز وجود روزه‌ای مبنی بر استفاده برخی از دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی برای مسائل دینی نیز نمی‌تواند دور از انتظار باشد. در عصر جهانی شدن، مسیر دین مسیری است که به نظر می‌رسد تحت تأثیر شبکه‌های مجازی در حال گسترش میان افراد مختلف جامعه و به‌ویژه جوانان قرار گرفته است (میرفردی و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از فناوری‌های مبتنی بر اینترنت، شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی انواع گوناگونی دارد و در میان کاربران براساس ماهیت خود، نقش‌آفرینی می‌کند. واتساپ، اینستاگرام و تلگرام محبوب‌ترین و پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی در ایران می‌باشند (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴۰۰). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، پایگاه یا مجموعه پایگاه‌هایی هستند که امکانی فراهم می‌آورد تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، اندیشه‌ها و فعالیت‌هایشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. یکی از این علاقه‌مندی‌ها در دانش‌آموزان انگیزه و شور و کنجکاوی آنان به مسائل و سؤالات دینی است، اما آیا این مسئله در جامعه امروزی از سوی پژوهشگران بررسی شده است؟ مرور مطالعات داخلی نشان می‌دهد که مسئله نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان، مورد مطالعه قرار نگرفته است و بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده به نقش فضای مجازی در رویکردهای هویت دینی و فرهنگ به مطالعه پرداخته‌اند (علیشیری و موسوی‌زاده، ۱۳۹۵؛ نژاداصغری، ۱۳۹۵؛ میرفردی و همکاران، ۱۳۹۶). از دیدگاه گلاک و استارک^۱ (۱۹۶۵) دینداری شامل ابعاد پنجگانه اعتقادی،^۲ عاطفی،^۳ پیامدی،^۴ مناسکی^۵ و فکری^۶ می‌باشد (سراج‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲).

از آنجاکه مدارس و نهاد خانواده نمی‌توانند تمامی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های آنی و دقیق را در راستای پوشش‌دهی نیازهای دینی و اعتقادی دانش‌آموزان داشته باشند، به نظر می‌رسد ارتباط تنگاتنگی میان استفاده دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی و پاسخ به سؤالات دینی آنان وجود داشته باشد؛ بنابراین، با توجه به مطالب یادشده سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که شبکه‌های اجتماعی چه نقشی در پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان دوره متوسطه دارد؟ با توجه به ادبیات نظری و پیشینه پژوهش فرضیه‌هایی به شرح ذیل ارائه گردید:

1. Glock & stark
2. Ideological
3. Emotional
4. Consequential
5. Ritualistic
6. Intellectual

- شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان را دارد؛
- شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات اعتقادی یا باوری در حوزه دین را دارند؛
- شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات بعد عاطفی حوزه دین را دارند؛
- شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به بعد پیامدی دین را دارند؛
- شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات بعد مناسکی و اعمال دینی را دارند.

پیشینه پژوهش

آهنگری و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پایبندی به اعتقادات مذهبی دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ ساله در کاشمر به این نتیجه رسیدند که میان زمان عضویت، میزان استفاده و مشارکت و آگاهی واقعی از محتویات شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پایبندی به اعتقادات مذهبی دانش‌آموزان، رابطه معناداری وجود دارد، یعنی با افزایش مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و دانش محتویات شبکه اجتماعی تلفن همراه و میزان پایبندی به باورهای دینی دانش‌آموزان کاهش می‌یابد.

تقوی و اصلانی (۱۳۹۶) در بررسی رابطه میان مصرف رسانه، دینداری و ارزش‌های خانوادگی: یک مطالعه موردی در سمنان به این نتیجه رسیدند که میان مصرف رسانه (اینترنت و ماهواره) و ارزش‌های خانواده رابطه معکوس و همچنین میان مصرف رسانه و میزان دینداری تفاوت وجود دارد. از سوی دیگر، رابطه مستقیم معناداری میان دینداری و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی یافت شد. افزایش سواد رسانه‌ای خانواده‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای با الهام از آموزه‌های دینی، ارائه مشاوره به خانواده‌ها و برگزاری کارگاه‌های آموزشی در این زمینه از جمله راهکارهایی است که نهادهای مسئول مانند رسانه‌ها و نیروی انتظامی در نظر دارند.

رستمی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مورد مطالعه: کاربران استان اصفهان» به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با هویت دینی و فرهنگ کاربران رابطه معناداری دارد.

شکوهی و اصغرزاده طالبی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر فضای مجازی بر تربیت دینی کودکان»، به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی دارای پتانسیل‌های بسیاری است که در صورت فراهم شدن شرایط و ایجاد آن تأثیرات درخور توجهی در شکل‌گیری شخصیت دارد. به طور خاص دارای فرزند خواهد بود و می‌توان از آن برای نیل به اهداف والای دینی استفاده کرد.

میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های

اجتماعی اینترنتی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یاسوج) میان میزان دینداری دانشجویان، با توجه به وضعیت عضویت و نوع فعالیت آنها در شبکه‌ها، تفاوت معناداری وجود دارد و میان عضویت پیشین در شبکه‌ها و میزان دینداری آنها رابطه معناداری وجود داشت، اما میان میزان استفاده (فعالیت) شبکه‌های اجتماعی و میزان دینداری رابطه معناداری وجود نداشت.

نژاداصغری (۱۳۹۵) در بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) بر تغییر هویت دینی کاربران، نشان داد که انواع پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی مطلق نیست، اما تحت تأثیر شرایط و عواملی مانند محتوای پیام‌ها، شخصیت روانشناختی کاربران (به‌عنوان دریافت‌کننده یا فرستنده پیام) و تکرار پیام‌ها، به تدریج می‌توانند هویت کاربران به‌طور کلی و هویت مذهبی آنها را به‌طور خاص تغییر دهند و از آنجاکه زنان عنصر مهمی از مدیریت در خانواده هستند (به‌ویژه در بعد احساسی و همچنین عنصر اصلی تربیت فرزندان) تغییر هویت در زنان (تغییر نگرش، احساسات و رفتار) ناگزیر به دیگر اعضای خانواده نیز سرایت می‌کند.

میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی رابطه میان دینداری و عضویت در شبکه‌های اجتماعی خیریه را بررسی کردند و نشان دادند که متغیر دینداری در چهار بعد آیینی، تجربی، نتیجه‌ای و اعتقادی و متغیرهای زمینه‌ای از نظر سن، تحصیلات و وضعیت تأهل مورد مطالعه قرار گرفته است، همچنین نشان داد که متغیرهای مستقل پژوهش رابطه‌ای قوی با عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی خیریه دارند.

کامبل و کانلی^۱ (۲۰۱۵) در مقاله خود با عنوان «دین و رسانه‌های نوین»، به این نتیجه دست یافتند که درک چگونگی استفاده از رسانه‌های جدید (دنیای مجازی، اینترنت، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تلفن‌های همراه) از سوی گروه‌های مذهبی، سازمان‌ها و افراد می‌تواند نحوه بروز تغییرات اجتماعی و رفتاری در قرن بیست و یکم را برجسته کند. می‌توان پیشنهاد کرد که جذب گسترده رسانه‌های جدید تأثیر مستقیمی بر هویت‌های مذهبی، جوامع و فعالیت‌های آنلاین و آفلاین داشته است. برای بسیاری، استفاده از رسانه‌های جدید آنها را قادر می‌سازد تا روزانه با دین درگیر شوند. با این حال، همچنین بحث شده است که استفاده مذهبی از رسانه‌های جدید می‌تواند بر مذهب، نگرش و رفتار سنتی کاربران تأثیرگذار باشد.

شورت^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با موضوع «ارتباط بین میزان دینداری و مصرف سایت‌های اینترنتی پورن» که در میان ۲۲۳ نفر از دانشجویان آمریکایی انجام شد، به این نتیجه دست یافت

1. Campbell & Connelly

2. Short

که افراد مذهبی، نسبت به افراد غیر مذهبی علاقه بسیار کمتری به تماشای سایت‌های پورن دارند. استفاده از سایت‌های اینترنتی پورن، میزان دینداری و معنویت دانشجویان را به‌طور قوی کاهش می‌دهد.

لائو و یین^۱ (۲۰۱۳)، در مطالعه خود با عنوان «رفتار آنلاین مخاطره‌آمیز نوجوانان: تأثیر جنسیت، مذهب و سبک فرزندپروری»، نشان دادند که مردان رفتارهای مخاطره‌آمیز بیشتری نسبت به زنان دارند. مسیحیان از نظر رفتارهای مخاطره‌آمیز آنلاین با غیر مسیحیان تفاوتی نداشتند.

کالینز مایو^۲ (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای با موضوع «جوانی و دین، با رویکردی بین‌المللی» نوع نگرش جوانان مذهبی و غیر مذهبی را به دین و امور مذهبی بررسی کرد و نشان داد دلایلی مانند فرهنگ و عرف محلی و همچنین تلاش‌های رسانه‌ها و دولت‌ها را برای شخصی‌سازی افکار و اعمال بر میزان دینداری جوانان تأثیرگذار است.

مهتا^۳ (۲۰۱۰) در مقاله «فرهنگ کالا و محدوده‌های اجتماعی-مذهبی: زنان مسلمان دهلی» تأثیر رسانه‌های مدرن در زنان مسلمان دهلی را بررسی کرده و یافته‌های این پژوهشگر نشان داد که زنان مسلمان، مفروضه‌های سنتی مصرف رسانه‌ای را کاملاً تغییر داده و سبک زندگی و الگوهای اندیشه‌شده از خود را بازبینی کرده‌اند.

مرور نتایج پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد بررسی نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی دانش‌آموزان، مسئله‌ای است که در پژوهش‌های خارجی، به‌طور معنادار به آن پرداخته نشده است، در هر صورت مرور پژوهش‌ها نشان‌دهنده فقر مطالعاتی در پژوهش‌های خارجی نسبت به پژوهش‌های داخلی است. در مورد پژوهش‌های داخلی هم مستقیماً مسئله پاسخ به سؤالات دینی مورد بررسی قرار نگرفته است و پیشینه‌های داخلی عمدتاً به بررسی دینداری و فضای مجازی پرداخته است.

چارچوب نظری تحقیق

یکی از مباحث قابل بحث در حوزه تربیتی کودکان، تربیت دینی یا دینداری است. در این زمینه، گلاک و استارک در حوزه جامعه‌شناسی دین، تجربه دینی را یکی از ابعاد پنجگانه دین به‌شمار آوردند و آن را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اندازه‌گیری تدین، وارد الگوی خود کردند و از آن زمان تاکنون، نه‌تنها کمترین تردیدی در شاخص بودن آن راه نیافته، بلکه روزه‌روز بر اهمیت و محوریت

1. Lau & Yuen

2. Collins-Mayo

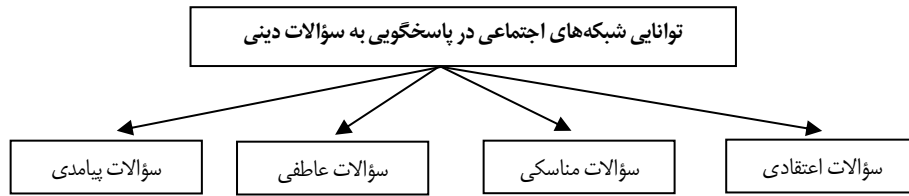
3. Mehta

آن در مطالعات دین و دینداری افزوده شده است (شجاعی‌زند و شجاعی‌زند، ۱۳۹۵، ص ۴۵). از دیدگاه آنان بر پایه تجربه دینی است که التزام دینی به زندگی معنا می‌بخشد و احساس نزدیکی به خدا، احساس امنیت در برابر مرگ، ارائه تعبیری از هستی که عقل از کشف آن ناتوان است، همگی از رهگذر چنین التزامی حاصل می‌شوند. بعد تجربی در عواطف، تصورات و احساسات مربوط به برقراری رابطه با وجودی همچون خدا که واقعیت غایی با اقتدار متعالی است، ظاهر می‌شود (سراج‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۶۰-۸۰). گستردگی و تفاوت دیدگاه‌های پژوهشگران در تعریف، موضوع و مصداق تجربه دینی، بر دشواری‌ها و مشکلات فراوان در راه عملیاتی کردن تجربه دینی، دلالت دارد و گلاک و استارک نیز از این تنگناها به خوبی آگاهی داشتند؛ از این رو، برای عملیاتی کردن آن، روشی را مطرح نمودند که در آن برای تجربه دینی، چهار مؤلفه مشخص شده است که عبارت‌اند از:

۱. شناخت؛ ۲. توجه؛ ۳. ایمان یا اعتقاد و ۴. ترس.

مدل مفهومی

این پژوهش شامل یک متغیر اصلی و پنج متغیر فرعی می‌باشد. متغیر اصلی دینداری و متغیرهای فرعی شامل مؤلفه‌های دینداری که شامل ابعاد اعتقادی، مناسکی، عاطفی، فکری و پیامدی می‌باشد؛ بعد اعتقادی باورهایی را دربرمی‌گیرد که انتظار می‌رود پیروان آن دین بدان‌ها باور داشته باشند. بعد مناسکی یا عمل دینی شامل اعمال دینی مشخص نظیر عبادت، نماز، شرکت در آیین‌های مقدس خاص، روزه گرفتن و... است که انتظار می‌رود پیروان هر دین به‌جا آورند. بعد تجربی یا عاطفی، در عواطف، تصورات و احساسات مربوط به برقراری رابطه با خدا که واقعیت غایی یا اقتدار متعالی است، ظاهر می‌شود. بعد فکری و پیامدی، اطلاعات و دانش اساسی در مورد اصول عقاید دینی و کتب مقدس را که انتظار می‌رود پیروان آنها بدانند و شامل پیامدهای باور، عمل، تجربه و دانش دینی در زندگی روزمره فرد معتقد و روابط او با دیگران است (تاجیک اسماعیلی و تاجیک اسماعیلی، ۱۳۹۴). تعریف عملیاتی دینداری، نمره‌ای است که دانش‌آموزان از پرسشنامه تنظیم شده بر مبنای نقش شبکه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای دینداری گلاک و استارک به دست می‌آورند. مقیاس این پرسشنامه از نوع مقیاس فاصله‌ای بوده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، دربرگیرنده تمامی دانش‌آموزان متوسطه دوره دوم ناحیه یک در شهرستان اردبیل بود که تعداد این دانش‌آموزان حدود ۹۰۰۰ نفر می‌باشد؛ از این تعداد، ۵۰۰۰ دختر و ۴۰۰۰ پسر می‌باشد. با استفاده از روش محاسبه کوکران به روش آنالیز، تعداد ۳۶۸ نمونه از میان جامعه مورد مطالعه محاسبه شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، از تعداد نمونه‌های انتخاب‌شده براساس معیار کلی نمونه، تعداد ۲۰۴ دختر و ۱۶۴ پسر انتخاب شد. به دلیل توانایی تعمیم نتایج به دست آمده به تمامی مناطق ناحیه مورد مطالعه، با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، نمونه‌ها از میان مدارس ناحیه یک، انتخاب گردید. ابزار گردآوری پژوهش از نوع ابزار پرسشنامه می‌باشد. به منظور بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر سؤالات دینی دانش‌آموزان، از پرسشنامه دینداری گلارک و استارک (۱۹۶۵) که توسط مزلاچ^۱ ساخته شده است، استفاده گردید. این پرسشنامه در حوزه‌های دینداری و در پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج کشور استفاده شده است. این ابزار، پرسشنامه‌ای است که برآورد جدیدی از دینداری افراد و سبک‌ها و ابعاد آن را مورد سنجش قرار می‌دهد و دربرگیرنده ابعاد اعتقادی، مناسکی، عاطفی، و پیامدی است. در این پژوهش، پرسشنامه‌های مورد استفاده از سوی متخصصان این حوزه بررسی شد و مورد تأیید قرار گرفت. میزان ضریب پایایی هر یک از متغیرها نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS بررسی شد. در جدول زیر ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش نشان داده شده است:

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

مؤلفه	ضریب آلفای کرونباخ
بعد اعتقادی	۰/۸۴
بعد عاطفی	۰/۸۱
بعد مناسکی	۰/۷۴
بعد پیامدی	۰/۷۱

1. Mazlach

نتایج به دست آمده از بررسی و محاسبه ضریب پایایی نشان می دهد که میزان ضریب آلفای کرونباخ همه متغیرها بالای ۰/۷۰ است که این نشان دهنده مطلوب بودن ضریب اطمینان پرسشنامه برای گردآوری داده ها و اطلاعات است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمعیت شناسی گروه نمونه، از مقادیر فراوانی و درصد و برای تحلیل فرضیه های پژوهش براساس شرایط آماری داده ها از آزمون T-test تک متغیره استفاده شد. میزان نمره کسب شده برای هریک از مؤلفه های دینداری نشان دهنده نقش بالای استفاده از شبکه های اجتماعی و نقش آن بر هریک از مؤلفه های مربوط به حوزه دینداری است.

یافته ها

الف) یافته های توصیفی

داده های مربوط به جنسیت، بالا بودن فراوانی پسران را نسبت به دختران نشان می دهد. از ۳۶۸ نفر نمونه انتخاب شده ۶۶/۸ درصد آن پسر و ۳۳/۲ درصد آن دختر می باشد؛ بنابراین در این پژوهش شرکت کنندگان پسر بیشتر از دختر بود. از میان همه شبکه های بررسی شده، شبکه اجتماعی اینستاگرام بالاترین میزان استفاده میان کاربران دانش آموز را داشته است این در حالی است که پس از آن واتساپ و در آخر تلگرام فراوانی کمتری را نسبت به دیگر شبکه های اجتماعی به خود اختصاص داده است. مقادیر ساعتی که به استفاده از شبکه های اجتماعی اختصاص داده شده است، از نیم ساعت تا بالای پنج ساعت متغیر است. مقادیر درصد فراوانی نشان می دهد که میزان دو ساعت در روز نسبت به بقیه ساعات فراوانی بیشتری داشته است و بالای پنج ساعت کمترین فراوانی را برای خود اختصاص داده است. نتایج زمینه های مورد استفاده از شبکه های اجتماعی بیانگر آن است که زمینه تفریحی و سرگرمی بالاترین فراوانی را نسبت به زمینه علمی و آموزشی دارد؛ بنابراین، می توان نتیجه گرفت دانش آموزان بیشتر با هدف تفریحی و سرگرمی از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. از تعداد کل نمونه های انتخاب شده از دانش آموزان، تعداد ۲۴۸ نفر پاسخ بله و ۱۲۰ نفر پاسخ خیر را برای استفاده از شبکه های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی داشته است؛ بنابراین، می توان نتیجه گرفت که بیش از ۵۰ درصد از جمعیت نمونه ها از شبکه های اجتماعی استفاده کرده اند و به سؤالات دینی خود پاسخ داده اند. در پاسخ به این سؤال که آیا شبکه های اجتماعی این توانایی را دارند که به سؤالات دینی دانش آموزان پاسخ دهند یا خیر، نشان می دهد از تعداد کل نمونه ۲۴۹ نفر بر توانایی شبکه های اجتماعی در پاسخ دهی به سؤالات دینی دانش آموزان واقف هستند، در حالی که ۱۱۹ نفر بر این مسئله اعتقادی نداشته اند.

ب) یافته‌های استنباطی

- فرضیه اصلی: شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان را دارد.

جدول ۲. نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی

توصیف آمار				
خطای میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی
۰/۰۲۲	۰/۴۳۷	۳/۳۴	۳۶۸	

جدول ۳. نتایج آزمون t تک‌متغیره برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی

آزمون t تک‌متغیره					
نمره شاخص متوسط: ۳					
فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪	تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	ضریب t	نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی
۰/۳۸۷	۰/۳۴۲	۰/۰۰۰	۳۶۷	۱۵/۰۳	

نتایج آزمون t تک‌متغیره برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخگویی به سؤالات و پرسش‌های دینی دانش‌آموزان بیانگر آن است که مقدار حد نمره متوسط برای این متغیر به میزان ۳/۳۴ به دست آمده که از مقدار شاخص خود بیشتر است. همچنین آماره t مقدار بالایی را گزارش کرده است؛ بنابراین H_0 رد می‌شود. و می‌توان بیان کرد که شبکه‌های اجتماعی این توانایی را دارند که بتوانند پاسخگویی سؤالات دینی در دانش‌آموزان شوند.

- فرضیه اول: شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات اعتقادی یا باوری در حوزه دین را دارند.

جدول ۴. نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات اعتقادی

توصیف آمار				
خطای میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات اعتقادی
۰/۰۳۱	۰/۶۱۱	۳/۶۵	۳۶۸	

جدول ۵. نتایج آزمون t تک‌متغیره برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات اعتقادی

آزمون t تک‌متغیره					
نمره شاخص متوسط: ۳					
فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪	تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	ضریب t	نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات اعتقادی
۰/۷۲۲	۰/۶۵۹	۰/۰۰۰	۳۶۷	۲۰/۶۸	

یکی از ابعاد مربوط به سؤالات دینی دانش‌آموزان، سؤالات اعتقادی و باوری است. مقدار نمره میانگین کسب‌شده برای این متغیر در حد $3/65$ می‌باشد که از مقدار متوسط خود بیشتر است. آماره t در حد بالایی به دست آمده است. سطح معناداری کمتر از $0/05$ نیز اختلاف نمره کسب‌شده و نمره شاخص را نشان می‌دهد؛ بنابراین، با توجه به مقدار نمره به‌دست‌آمده می‌توان بیان کرد که شبکه‌های اجتماعی این توانایی را دارند که به سؤالات اعتقادی دانش‌آموزان در زمینه مسائل دینی پاسخ دهند؛ بنابراین این فرضیه مورد تأیید است.

- فرضیه دوم: شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات بعد عاطفی حوزه دین را دارند.

جدول ۶. نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات عاطفی

توصیف آمار			
تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین
۳۶۸	۳/۴۷	۰/۸۱۷	۰/۰۴۲
نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات عاطفی			

جدول ۷. نتایج آزمون t تک‌متغیره برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات عاطفی

آزمون t تک‌متغیره					
نمره شاخص متوسط: ۳					
ضریب t	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪	نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات عاطفی
				کران بالا	
۱۱/۲۴	۰/۳۶۷	۰/۰۰۰	۰/۴۷۸	کران پایین	
				کران بالا	
				۰/۵۶۲	

سؤالات عاطفی و احساسی مربوط به دین از جمله سؤالات و مباحثی است که دانش‌آموزان با آن روبه‌رو می‌شوند. در این زمینه شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به این سؤالات پاسخ دهند. میانگین نمره متوسط به‌دست‌آمده برای این متغیر $3/47$ و مقدار ضریب t در حد بالا و مقدار سطح معناداری کمتر از $0/05$ نیز نشان‌دهنده تفاوت نمره کسب‌شده با نمره متوسط شاخص است؛ بنابراین، می‌توان بیان کرد که شبکه‌های اجتماعی به دلیل کسب نمره بالاتر از متوسط در زمینه مسائل عاطفی این توانایی را دارند که بتوانند به سؤالات عاطفی دانش‌آموزان پاسخ دهند.

- فرضیه سوم: شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به بعد پیامدی دین را دارند.

جدول ۸. نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات پیامدی

توصیف آمار			
تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین
۳۶۸	۳/۲۷	۰/۷۰۷	۰/۰۳۶
توانایی شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات پیامدی دین			

جدول ۹. نتایج آزمون t تک‌متغیره برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات پیامدی

آزمون t تک‌متغیره					
نمره شاخص متوسط: ۳					
فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪	تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	ضریب t	توانایی شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات پیامدی دین و اعمال دینی
۰/۳۴۵	۰/۲۰۰	۰/۲۷۲	۰/۰۰۰	۰/۳۶۷	۷/۳۸

سؤالات و مسائل پیامدی حوزه دین و دینداری از مواردی است که دانش‌آموزان در برخورد با آن دچار ابهام می‌شوند. نتایج تحلیل این فرضیه بیان می‌کند که بعد پیامدی یا سؤالات پیامدی دین، مقدار نمره متوسط ۳/۲۷ و مقدار ضریب T بالا را به خود اختصاص داده است؛ بنابراین، می‌توان بیان کرد که با توجه به پایین بودن سطح معناداری، تفاوت معناداری میان نمره متوسط و نمره کسب‌شده وجود دارد. با توجه به بیشتر بودن نمره به‌دست‌آمده از مقدار متوسط، برای سؤالات پیامدی، می‌توان بیان کرد که از نظر دانش‌آموزان استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی، توانایی پاسخگویی به سؤالات پیامدی را برای دانش‌آموزان دارد؛ بنابراین این فرضیه مورد تأیید می‌باشد.

• فرضیه چهارم: شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات بعد مناسکی و اعمال دینی را دارند.

جدول ۱۰. نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات بعد مناسکی

توصیف آمار				
نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخگویی به سؤالات بعد مناسکی و اعمال دینی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین
	۳۶۸	۲/۹۷	۰/۹۰۳	۰/۰۴۷

جدول ۱۱. نتایج آزمون t تک‌متغیره برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی

آزمون t تک‌متغیره					
نمره شاخص متوسط: ۳					
فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪	تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	ضریب t	نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخگویی به سؤالات بعد مناسکی و اعمال دینی
۰/۰۶۲	-۰/۱۲۲	-۰/۰۲۹	۰/۵۲۶	۳۶۷	-۰/۶۳۵

سؤالات مناسکی و اعمال دینی که دانش‌آموزان با آن روبرو می‌شوند در برخی موارد سؤالاتی را برای آنان به وجود می‌آورد که در این زمینه شبکه‌های اجتماعی از طریق در اختیار قرار دادن اطلاعاتی در این زمینه می‌تواند پاسخگویی دانش‌آموزان باشند. مقدار متوسط نمره به‌دست‌آمده

برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات مناسکی دین، در حد ۲/۹۷ و مقدار سطح معناداری بالای ۰/۰۵ است؛ بنابراین می‌توان بیان کرد که تفاوت و فاصله معناداری میان نمره کسب‌شده و نمره شاخص وجود ندارد. مقدار نمره به‌دست‌آمده کمتر از حد متوسط است؛ بنابراین می‌توان بیان کرد که شبکه‌های اجتماعی از نظر پاسخ‌دهی به سؤالات مناسکی و اعمال دینی نتوانسته‌اند عملکرد خوبی داشته باشند؛ بنابراین فرضیه مورد نظر پذیرفته نمی‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مواردی که دانش‌آموزان در برخورد با مسائل مربوط به دین و دینداری با آن روبه‌رو هستند، سؤالات و پرسش‌هایی است که در برخی موارد نمی‌توانند بر آن پاسخی بیابند، در موارد بسیاری نیز عالم و کارشناس دینی فوری در اختیار نبوده تا از طریق آن به سؤالات و پاسخ‌های مناسبی دست یابند. شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای علمی، تفریحی و سرگرمی و آموزشی محسوب می‌شود که به دلیل جای دادن صفحات و کانال‌های مذهبی در آن، می‌توان به پاسخ مناسبی در زمینه‌های دینی دست یافت. فرضیه اصلی این پژوهش آن است که شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات دینی را در میان دانش‌آموزان دارند. نتایج تحلیل این فرضیه نشان داد نمره متوسط برای این متغیر بالاتر از مقدار شاخص به دست آمد و فرضیه مورد نظر تأیید شد و نشان داد از نظر دانش‌آموزان، استفاده از شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان را دارد. نتایج به‌دست‌آمده از این یافته با پژوهش‌های آهنگری و همکاران (۱۳۹۷)، تقوی و اصلانی (۱۳۹۶)؛ رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرفردی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) و شورت (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. با توجه به تأثیرگذار بودن و نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات دینی دانش‌آموزان، می‌توان نتیجه گرفت که دولت می‌تواند در مدارس از برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی مدرن و جدید و منطبق با نیازهای دینی دانش‌آموزان استفاده نماید. با توجه به دسترسی سریع و آسان به شبکه‌های اجتماعی، سازمان آموزش و پرورش می‌تواند به منظور سردرگم نشدن دانش‌آموزان در مسائل دینی، اقدام به غنی‌سازی مباحث و مسائل دینی در این شبکه‌ها نمایند که این اقدام می‌تواند در راستای تقویت برنامه‌ها و مسائل دینی دانش‌آموزان شود. خانواده در راستای تحکیم مسائل دینی دانش‌آموزان می‌تواند با تشویق آنها به استفاده از کانال‌ها و صفحات مربوط به مسائل دینی و اعتقادی نمایند.

یافته‌های فرضیه اول: نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل فرضیه اول نشان می‌دهد که میانگین نمره به‌دست‌آمده برای نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات اعتقادی دانش‌آموزان بالاتر از

متوسط است. این نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پاسخگویی سؤالات اعتقادی دانش‌آموزان باشند. نتیجه کسب‌شده از این یافته با پژوهش‌های آهنگری و همکاران (۱۳۹۷)؛ تقوی و اصلانی (۱۳۹۶)؛ رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرفردی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) و شورت (۲۰۱۵)، همسو می‌باشد. در تبیین نظری این یافته می‌توان گفت که از نظر گلارک و استارک (۱۹۶۵) بعد اعتقادی یا باورهای دینی عبارت‌اند از باورهایی که انتظار می‌رود پیروان دین به آنها باور داشته باشند؛ بنابراین، با توجه به یافته فرضیه اول شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده از سوی دانش‌آموزان، این پتانسیل و امکان را دارند که بتوانند بر باور و اعتقاداتی که ملزم به رعایت فرد دیندار است، تأثیرگذار باشند. شبکه‌های اجتماعی از طریق فراهم کردن محتوا و موضعیت و پخش مطالب اعتقادی و باوری، می‌تواند ریشه‌های اعتقاد و باور را در دانش‌آموزان محکم‌تر نمایند. می‌توان در باب این فرضیه چنین نتیجه گرفت که با تقویت عناصر حوزه‌های دینداری شبکه‌های اجتماعی در زمینه اعتقادی، اقدام به تشویق دانش‌آموزان برای دستیابی به سؤالات و مسائل مربوط در زمینه‌های اعتقادی دین نمود.

یافته‌های فرضیه دوم: فرضیه دوم پژوهش به نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات عاطفی تأکید داشت که نتایج نشان داد این فرضیه مورد تأیید بوده و شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات بعد عاطفی دین را برای دانش‌آموزان دارند. نتایج به‌دست‌آمده از این یافته با پژوهش‌های آهنگری و همکاران (۱۳۹۷)؛ تقوی و اصلانی (۱۳۹۶)؛ رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرفردی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) و شورت (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. از نظر گلارک و استارک (۱۹۶۵) بعد عاطفی دین ناظر بر عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن رابطه با جوهری ربوبی همچون خدا، یا واقعیتی غایی و یا اقتداری متعالی است؛ بنابراین در تبیین نظری فرضیه یادشده می‌توان نتیجه گرفت که افزایش میزان بهره‌گیری از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی از سوی دانش‌آموزان می‌تواند زمینه را برای ارتقای سطح نیازهای عاطفی به دین افزایش دهد. همچنین شبکه‌های اجتماعی این ظرفیت را دارند که با در اختیار قرار دادن اطلاعات و مباحث و مطالب مربوط به ابعاد عاطفی دین تصورات و دیدگاه‌های دانش‌آموزان را به دین تغییر دهند. اگر این محتویات در شبکه‌های اجتماعی در جهت مثبت باشد، دانش‌آموزان را از نظر عاطفی نسبت به دین بارور خواهد کرد از آنجایی که بعد عاطفی دین می‌تواند به داشتن رابطه جوهری و ربوبی فرد با خدا تأکید داشته باشد؛ بنابراین، این بعد از دینداری از نظر شناخت ماهیت واقعی خدا می‌تواند نقش مهمی داشته باشد.

یافته‌های فرضیه سوم: فرضیه سوم پژوهش نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در

پاسخگویی به سؤالات پیامدی دین در دانش‌آموزان نقش داشته باشد که نتایج نشان‌دهنده تأیید این فرضیه بود. این یافته در نمره کلی خود با پژوهش‌های پژوهشگرانی چون آهنگری و همکاران (۱۳۹۷)؛ تقوی و اصلانی (۱۳۹۶)؛ رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرفردی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) و شورت (۲۰۱۵) همسو می‌باشد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند از نظر پیامدی پاسخگویی سؤالات دینی دانش‌آموزان شود. در تبیین نظری این یافته می‌توان گفت که از نظر گلارک و استارک (۱۹۶۵) بعد پیامدی یا آثار دینی، ناظر به اثر باورها، اعمال و تجارت و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان است. به عبارتی در بعد پیامدی، فرد آثار و نتایج دین را در لابه‌لای زندگی روزمره خود مشاهده می‌کند. در این زمینه عمدتاً دانش‌آموزان در برخی موارد با سردرگمی روبه‌رو بوده و نتیجه را آن‌طور که در زندگی خود مشاهده نمایند، نمی‌توانند پیدا کنند. شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با فراهم کردن بستری برای دانش‌آموزان نیازهای واقعی و آثار و پیامدهای دینداری را در میان مباحث علمی و دینی از میان شبکه‌های اجتماعی و دنیای مجازی پیدا کنند. در بسیاری از موارد دانش‌آموزان در زمینه نقش دین در زندگی نیازمند مشاهده روایات داستان‌ها و الگوهای پیشین می‌باشند تا آن را با واقعیت دینداری زندگی خود مورد قیاس قرار دهند. در این زمینه شبکه‌های اجتماعی می‌توانند با تبلیغ و پخش مطالب و آثار و فواید دینداری در زندگی انسان پاسخگویی سؤالات دانش‌آموزان در این زمینه باشد.

یافته‌های فرضیه چهارم: نتایج تحلیل فرضیه چهارم که به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به سؤالات مناسکی دین تأکید داشت، نشان داد این فرضیه مورد تأیید نمی‌باشد و با توجه به مقدار نمره کسب‌شده برای بعد مناسکی، مشاهده شد شبکه‌های اجتماعی توانایی پاسخگویی به سؤالات مربوط به بعد مناسکی دین را در دانش‌آموزان ندارند. این یافته با پژوهش‌های پژوهشگرانی چون رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) و میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) ناهمسو است. در تبیین نظری این یافته می‌توان اشاره کرد که از نظر گلارک و استارک بعد مناسکی دین به مواردی نظیر اعمال دینی مشخصی همچون عبادت، نماز، شرکت در آیین‌های دینی خاص، روزه گرفتن و... است که انتظار می‌رود پیروان هر دین، آن را به‌جا آورند. با توجه به ماهیت بعد مناسکی دین که فرضیه‌های اولیه دینداری را برای فرد بازگو می‌کند، می‌توان نتیجه گرفت که این اعمال از اعمال ابتدایی و اولیه دینداری است و به نظر می‌رسد در این زمینه سؤالات یا مباحث مبهمی نمی‌تواند وجود داشته باشد؛ زیرا مباحث دینی و کتب‌های درسی به اندازه کافی به اعمال مناسکی دین ورود پیدا کرده‌اند و معلمان مدارس نیز از ابعاد و زوایای گوناگونی این مسائل را مورد

بررسی قرار داده‌اند. پس می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی از بعد پاسخگویی به سؤالات مناسبی نتوانسته‌اند عملکرد مطلوبی را از خود نشان دهند. مدارس در این زمینه باید پیش‌قدم شوند و دولت در راستای تجهیز هدفمند شبکه‌های اجتماعی برنامه‌های ویژه‌ای را در نظام آموزش و پرورش در دستور کار قرار دهد.

نتایج پژوهش نشان داد شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پاسخگوی سؤالات دینی دانش‌آموزان باشند. بیشترین استفاده دانش‌آموزان از شبکه اجتماعی اینستاگرام است. با توجه به اینکه امروزه در اینستاگرام صفحات مختلف دینی در حوزه مسائل دینی فعالیت می‌کنند به همین منظور دامنه استفاده این شبکه‌ها تا حدی گسترده شده است که می‌تواند تقریباً پاسخگوی اکثر سؤالات و شبهات دینی دانش‌آموزان شود. البته نحوه استفاده و زمان استفاده از این شبکه‌ها باید با نظارت معلمان در مدارس و والدین در محیط خانواده باشد. همچنین نتایج نشان داد به غیر از بعد مناسبی دین، شبکه‌های اجتماعی با نمره بالا توانستند به سؤالات اعتقادی، عاطفی و پیامدی در حوزه دین، پاسخگوی سؤالات دانش‌آموزان باشند.

منابع

۱. آهنگری، الهه؛ محمد طحان، حسین حسین نژاد و مریم بناء خطیبی (۱۳۹۷)، «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پایبندی به اعتقادات دینی دانش‌آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال شهر کاشمر»، فصلنامه مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان، دوره ۱۲، شماره ۳، شماره پیاپی ۴۷، ص ۳۶-۵۶.
۲. تاجیک اسماعیلی، عزیزالله و سمیه تاجیک اسماعیلی (۱۳۹۴)، «نگرش به جهانی شدن و هویت دینی دانشجویان»، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، سال ۱۰، شماره ۲۸، ص ۳۷-۴۴.
۳. تقوی، سید مهدی و شهناز اصلانی (۱۳۹۶)، «بررسی رابطه بین مصرف رسانه، دینداری و ارزش‌های خانواده: مطالعه موردی شهر سمنان»، دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی اجتماعی زنان و خانواده، دوره ۵، شماره ۲، ص ۱۸۲-۲۰۵.
۴. رحمانی، غلام عباس؛ فریدون وحیدا و رضا اسماعیلی (۱۳۹۵)، «بررسی تغییرات فرهنگی ناشی از استفاده از رسانه ماهواره در حوزه ارزش‌های خانواده»، دو فصلنامه پاسداری، فرهنگی انقلاب اسلامی، سال ۶، شماره ۱۳، ص ۱-۳۲.
۵. رستمی، محمد؛ رزیتا جمیلی اسکویی، الهه نشاط و محمدرضا فرقانی (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان»، فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ۱۱، شماره ۲، ص ۴۵-۷۲.
۶. روزنامه دنیای اقتصاد (۱۴۰۰)، محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی ایرانیان، شماره ۵۲۳۴، منتشر شده در تاریخ ۱۳ مرداد ۱۴۰۰، قابل بازیابی در آدرس:
<https://www.magiran.com/article/4205239>
۷. سراج زاده، حسین (۱۳۸۴)، چالش‌های دین و مدرنیته، چاپ دوم، تهران: انتشارات طرح نو.
۸. سراج‌زاده، سید حسین؛ فاطمه جواهری و سمیه ولایتی (۱۳۹۲)، «دین و سلامت: آزمون اثر دینداری بر سلامت در میان نمونه‌ای از دانشجویان»، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۴، شماره ۴۹، ص ۵۵-۷۷.
۹. شجاعی‌زند، حسین و علی رضا شجاعی‌زند (۱۳۹۵)، «بررسی روایی در پیمایش‌های سنجش دینداری در ایران»، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۷، شماره ۳، ص ۱۶۸-۱۹۶.

۱۰. شکوهی، صفورا و پریسا اصغرزاده طالبی (۱۳۹۶)، «تأثیر فضای مجازی بر تربیت دینی کودکان»، زندگی ناب، دوره ۵، شماره ۱۶، ص ۱۲-۲۳.
۱۱. علیشیری، سعید و احترام سادات موسوی‌زاده (۱۳۹۵)، فضای مجازی و نظام تعلیم و تربیت (فرصت‌ها و چالش‌ها)، سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، برلین-آلمان، تیرماه.
۱۲. میرزایی، خلیل؛ لیلا آقا سید حسنی و علی فلاحی (۱۳۹۵)، «رابطه دینداری و عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی نیکوکاری»، دو فصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات، سال ۲۳، شماره ۲، ص ۱۴۷-۱۷۴.
۱۳. میرفردی، اصغر؛ مریم مختاری و عبدالله ولی‌نژاد (۱۳۹۶)، «میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج)»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۸، شماره ۶۶، ص ۱-۱۶.
۱۴. نژاداصغری، زکیه (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) بر تغییر هویت دینی کاربران، همایش ملی زنان، خانواده و شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۲۶ و ۲۷ بهمن ماه، انجمن ایرانی مطالعات زنان.
15. Campbell Heidi A., Connelly, Louise. (2015), "Religion and New Media", International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), PP: 273-278
16. Collins-Mayo, S. (2012), "Youth and Religion. An International Perspective", *Theo-Web. Zeitschrift für Religion Spädagogik*, 11(1):80-94.
17. Glock, C. Y., & Stark, R. (1965), The "New Denominationalism". *Review of religious research*, 7(1), 8-17.
18. Lau, W. F., & Yuen, H.K. A. (2013), "Adolescents' risky online behaviors: The influence of gender, religion, and parenting style". *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2690-2696.
19. Mehta, S. (2010), "Commodity Culture and Porous Socio-Religious boundaries: Muslim Women in Delhi", *South Asia Research*, 30(1): 1-24.
20. Short, M.B. (2015), "The Relationship between Religiosity and Internet Pornography Use", *Journal of Religion and Health*, 54(2):571-583.