

The Relationship between the Amount of Use of Virtual Social Networks and Types of Religiosity Among the Youth of Yazd City

Masoud Hajizadehmeymandi *

Akbar Zare Shahabadi**

Fezeh Abolhasani***

Abstract

The aim of this research is to investigate the relationship between the use of virtual social networks and the types of religiosity of the youth of Yazd city, based on the theory of multiple worlds and the metaphor of the burger market, with the help of a researcher-made questionnaire, whose validity is through validity. Its content and reliability have been confirmed through Cronbach's alpha. The statistical population is 384 young people aged 15 to 34 in Yazd who were selected by multi-stage cluster sampling. The data were analyzed with the help of spss software and factor analysis and t, f tests, correlation coefficient and path analysis, and the results after identifying two types of popular religiosity and bricolage show that women have popular religiosity and men have strong bricolage religiosity. They have a The correlation of economic-social base with popular religiosity is negative, but with bricolage religiosity is positive and significant. Also, there is a significant relationship between the amount of use of virtual social networks and types of religiosity. Regression analysis shows that independent variables (social-economic base, non-recreational use of virtual social network and social-economic base) are 9% of changes in popular religiosity and variables (use of virtual social network, social-economic base and recreational use of virtual social network) explain 20% of the changes in bricolage religiosity.

Key words: social-economic base, bricolage religiosity, popular religiosity, virtual social network, type of religiosity.

* Associate Professor, Sociology, Yazd University ,masoudhajizadehmeymandi@gmail.com.

** Associate Professor, Sociology, Yazd University. a-zare@yazd.ac.ir.

*** PhD student, Sociology, Yazd University, Yazd, Iran, abolhasani67fa@yahoo.com.

رابطه میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و گونه‌های دینداری

در بین جوانان شهر یزد

مسعود حاجی‌زاده میمندی*

اکبر زارع شاه‌آبادی**

فضه ابوالحسنی***

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گونه‌های دینداری جوانان شهر یزد، بر مبنای نظریه تکثر زیست جهان‌ها و استعاره بازار برگر به کمک پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای است که اعتبار آن از طریق اعتبار محتوا و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ تأیید شده است. جامعه آماری ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۵ تا ۳۴ ساله شهر یزد است که با نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. داده‌ها با کمک نرم‌افزار SPSS و تحلیل عاملی و آزمون‌های t ، f ، ضریب همبستگی و تحلیل مسیر تحلیل شدند و نتایج پس از شناسایی دو گونه دینداری عامه و بریکولاژ نشان می‌دهد زنان، دینداری عامه و مردان، دینداری بریکولاژ قوی‌تری دارند. همبستگی پایگاه اقتصادی-اجتماعی با دینداری عامه منفی، اما با دینداری بریکولاژ مثبت و معنادار است. همچنین، بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و گونه‌های دینداری رابطه معنادار وجود دارد. تحلیل رگرسیونی، نشان می‌دهد متغیرهای مستقل (پایگاه اقتصادی-اجتماعی، میزان استفاده غیرتفریحی از شبکه اجتماعی مجازی و پایگاه اجتماعی اقتصادی) ۹ درصد از تغییرات دینداری عامه و متغیرهای (میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی) ۲۰ درصد از تغییرات دینداری بریکولاژ را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی: پایگاه اقتصادی-اجتماعی، دینداری بریکولاژ، دینداری عامه، شبکه اجتماعی مجازی، گونه دینداری.

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی،^۱ تحت تأثیر تکنولوژی‌های ارتباطاتی نوین و فضای مجازی، مفهومی نو و شکل جدیدی از ارتباطات محسوب می‌شود که مطالعات وسیعی را در جامعه‌شناسی به خود اختصاص داده است. رشد و گسترش اینترنت و رواج تعاملات مجازی، بر زیست اجتماعی کاربران تأثیر بسیاری گذاشته است و به تسهیل ارتباطات میان کاربران، انتقال آرا و اندیشه‌ها و افزایش سطح آگاهی کمک کرده است؛ به گونه‌ای که دایره ارتباطات انسانی، شعاعی وسیع یافته و نوع تعاملات به گونه تازه‌ای در حال تحول است.

بشر امروز در هجوم انبوه اطلاعات، ارتباطات و با قدرت و آزادی که برای خود قائل شده، به انتخاب و شکل‌دهی زیست اجتماعی و فردی خود پرداخته است. دین به‌عنوان نهاد سنتی، تحت تأثیر این گونه روابط انبوه قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که در دوره‌ای، افول و زوال امر دینی و ویرانی سایبان مقدس و مرگ خدا و قطع رابطه انسان با آسمان اعلام شد و در دوره‌ای دیگر، مفاهیم بازگشت امور دینی، افسون‌زدگی مجدد و... برای بیان حضور مجدد دین در جوامع مطرح شد؛ اما این بار با حضوری متنوع و متناسب‌سازی شده، گویا جوانان امروز در امر قدسی نیز دست به گزینش زده و در هجوم اطلاعات و گستره جهانی، اعتقادات دینی و مذهبی خود را بروزرسانی می‌کنند.

دین، پدیده‌ای قائم به وجود و حیات انسان است و انسان احوال ثابتی ندارد. لاجرم آنچه هستی و حیات و حیثیتش موقوف و منوط به وجود آدمی است، مثل آدمی، متغیرالاحوال خواهد بود (محدثی، ۱۳۹۷، ص ۷۰). به نظر می‌رسد هرچند باورها و عواطف دینی در میان جوانان حاضر و بادوام است، اما ازسویی دیگر، پذیرش و اجرای تمام ابعاد دینداری از جانب جوانان مورد تردید است (آزاده‌منصور و توکلی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۲). بنابراین، می‌توان تغییرات در نهاد دین و میزان سلطه‌اش بر دیگر نهادها را نیز شاهد بود. در این پژوهش برآنیم فراتر از آنچه که مبنی بر افول امر قدسی پیش‌بینی شده بود، دین را بنا به نظریه دوم برگر^۲ مبنی بر بازگشت دوباره امر قدسی، به‌عنوان پدیده اجتماعی زنده در عصر حاضر (اما به شکلی متفاوت از جوامع سنتی) مورد واکاوی قرار دهیم؛ زیرا تغییرات دین در جامعه ما که اسلام به‌عنوان دین اکثریت جامعه شناخته می‌شود و عواملی که باعث این تغییرات می‌شوند، حائز اهمیت است.

1. Social networks

2. Berger

امروزه نوع دینداری جوانان به‌عنوان پویاترین قشر جامعه و بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه اجتماعی مجازی که در معرض انبوه اطلاعات، تأثیرات و تغییرات جهانی قرار دارند، حائز اهمیت بالایی است. در عصر هزاره، ارتباطات و جریان اطلاعات به‌سرعت توسط رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرند و مرزهای مکان و زمان دیگر مسئله بزرگی نیست؛ زیرا با استفاده از اینترنت می‌توان بر آن غلبه کرد (برلیانی، ۲۰۱۸، ص ۱۳۶). هرچند تحقیقات بسیاری تأثیر شبکه اجتماعی مجازی را بر میزان دینداری بررسی کرده‌اند، اما تاکنون رابطه شبکه اجتماعی مجازی بر گونه‌های دینداری در تحقیقات پیشین بررسی نشده است.

آنچه نقطه قوت این پژوهش به‌شمار می‌آید، فراتر رفتن از افول دین و دین‌گریزی و کاهش میزان دینداری و توجه به شکل‌های نوین از دینداری است که بنا به‌گزینش و انتخاب جوانان شکل گرفته‌اند. با توجه به نگرانی‌هایی که از طرف مسئولان و خانواده‌ها مبنی بر دین‌گریزی جوانان طرح می‌شود، انجام تحقیقات بیشتر در مورد دینداری جوانان و تغییرات آن و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن الزامی است. بنابراین، در این پژوهش، رابطه شبکه اجتماعی مجازی، بر گونه دینداری جوانان و تغییرات رخ داده بررسی می‌شود.

مروری بر مطالعات پیشین

پژوهش‌های بسیاری در مورد دین و سنجش میزان دینداری انجام شده است؛ اما با توجه به تغییرات در دینداری در عصر جدید و ظهور گونه‌های نو دینداری، در این بخش هنوز خلأ علمی مشاهده می‌شود و کمتر پژوهشی به بررسی رابطه میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و گونه‌های دینداری پرداخته است. در بین مطالعات پیشین، پژوهشی هماهنگ با این پژوهش یافت نشد. بنابراین، در ادامه به پژوهش‌هایی اشاره می‌شود که به این پژوهش نزدیک است.

القدّه و انابتاوی^۱ (۲۰۱۸) در مقاله تأثیر ویژگی‌های وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌های مختلف در بین جوانان جامعه اردن، با هدف شناسایی سطح ارزش‌های مختلف (اجتماعی، مذهبی و سیاسی) در بین جوانان و شناسایی مهم‌ترین ویژگی‌های وبگاه‌های اجتماعی با توجه به دیدگاه پاسخ‌دهندگان و شناسایی تأثیر این ویژگی‌ها پرداخته‌اند. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، روش پیمایشی شامل ۳۸۶ نفر از جوانان جامعه اردن با ابزار پرسش‌نامه انجام شده است. مهم‌ترین نتایج این مطالعه تأیید وجود تأثیر منفی شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌های اجتماعی رایج در بین جوانان اردنی است و محتوای این سایت‌های اجتماعی تأثیر

1. Al-Qdah. & Anabtawi

قابل توجهی بر ارزش‌های اجتماعی و مذهبی داشته که منجر به فراخوان نهادهای جامعه مدنی برای ایفای نقش‌های خود برای مقابله با خطر رسانه‌های اجتماعی و گسترش آگاهی برای آموزش جوانان در مورد خطرات و تهدیدات اثرات منفی شبکه‌های اجتماعی شده است.

برلیانی^۱ (۲۰۱۸) مقاله «قداست دین در عصر رسانه‌های اجتماعی: مشاهده برخی از کاربران اندونزی در اوایل سال ۲۰۱۸» را با کمک داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق نظرسنجی و مشاهده برخی از رسانه‌های اجتماعی مذهبی اندونزی و پیروان آنها انجام داده است. پژوهشگر در لزوم استفاده متعادل ادیان از رسانه‌ها در گسترش و نشر آموزه‌های دینی از این امکان انتقاد می‌کند که کاربران با حداقل هزینه، اطلاعات دینی را دریافت کنند و معتقد است: در این مورد، فقدان تلاش مردم برای یادگیری درباره مذهب، مسلماً علت کاهش دینداری است. بنابراین، دین، امروزه در معرض ضعف تقدس در چشم مردم قرار گرفته است و به زندگی روزمره نزدیک‌تر است و می‌تواند توسط همه افراد قابل دسترس باشد.

پلاتز^۲ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «از نیمکت‌ها تا پروفایل‌ها: تأثیر فیس‌بوک بر حضور در کلیسا» با بررسی خانواده‌ها به رابطه گسترش استفاده از فیس‌بوک و کاهش مراسم مذهبی پرداخته است. این مطالعه از داده‌های بررسی ساختار خانواده جدید در سال ۲۰۱۲ برای بررسی هم‌زمانی میان افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی و کاهش دینداری در بین بزرگسالان آمریکایی استفاده می‌کند. با تحلیل یک مجموعه داده شامل ۱۹۹۶ مورد از یک نظرسنجی برخط در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲ نتایج نشان می‌دهد که رابطه منفی بین گسترش استفاده از فیس‌بوک و میزان شرکت در مراسم مذهبی وجود دارد. به‌طور خاص، تخمین زده شده که افراد در صورت استفاده از فیس‌بوک، ۴۴/۶۸ درصد کمتر در یک سال به کلیسا می‌روند.

کیگیتل^۳ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌های اجتماعی و دین: چشم‌انداز مسیحیت در ارتباط بین فیس‌بوک و ظهور کلیساها در جنوب آفریقا» با مطالعه‌ای مروری به تأثیر مثبت رسانه‌های نوین به‌ویژه فیس‌بوک به‌منظور تبلیغ مسیحیت، ارتباط مؤثر با کاربران و استفاده از تمام ظرفیت‌های آن در اهداف دینی و تعامل مجازی دینداران پرداخته است و نقصان‌های این ابزار را در این رسالت مذهبی بیان می‌کند و ضمن آسیب‌شناسی، راهکارهایی جهت هم‌افزایی تکنولوژی و دین ارائه می‌دهد.

1. Berliani

2. Platz

3. Kgatle

مک کلر^۱ (۲۰۱۶) در مطالعه «ایمان و فیس‌بوک در عصر کثرت‌گرایی: تأثیر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بر باورهای مذهبی بزرگسالان در حال ظهور» جهت مخالف رابطه بالقوه را در نظر گرفت و تلاش کرد اثرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی و کثرت‌گرایی مذهبی را نیز با استفاده از مطالعه ملی جوانان و داده‌های دین کشف کند. نگارنده متغیر وابسته خود را به‌عنوان یک دسته‌بندی منظم از سه احتمال شامل انحصارگرایی، مذهبی بودن و خلق مشخص کرده است و در رویکردی متفاوت تلاش کرده تا اثرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر پلورالیسم مذهبی در جوانان را مشخص کند. نتایج رگرسیون‌های لجستیک غیرمنظم چندجمله‌ای نشان می‌دهد که عضویت در رسانه‌های اجتماعی احتمال کثرت‌گرایی یک فرد را در مقابل انحصارگرایی سکولار بودن افزایش می‌دهد. با وجود این، هیچ مدرکی برای حمایت از این نظریه یافت نشد که زمان صرف شده در وبگاه رسانه‌های اجتماعی به‌طور قابل توجهی بر باورها تأثیر می‌گذارد.

روبینسون نیل^۲ (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای با عنوان «تقویت رابطه معنوی: تأثیر عبادت مجازی بر روی تجربه کلیسای دنیای واقعی» به دنبال پاسخ تأثیر عبادت‌های مجازی بر دنیای واقعی است که با پیمایش برخط از آموزگاران و دانشجویان و کاربران وبگاه زندگی دوم انجام شد. نتایج نشان می‌دهد ۵۷ درصد خود را مسیحی و ۴۳ درصد خود را غیرمسیحی می‌دانند. ۶۴ درصد در مورد عبادت می‌گویند حداقل ماهی یک‌بار در مراسم عبادت واقعی شرکت می‌کنند و ۲۸ درصد گفته‌اند در ماه حداقل یک‌بار در عبادت مجازی شرکت می‌کنند. بنا به نتایج، عبادت مجازی از سر کنجکاو انجام شده و برای تجربه و به‌عنوان حمایتی از عبادت واقعی رخ می‌دهد.

احمدپور (۱۴۰۱) در پژوهش «پیش‌بینی‌پذیری پایبندی به حجاب اسلامی براساس اعتقادات مذهبی و استفاده از فضای مجازی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر مقطع دبیرستان شهر ماکو)» که با جامعه آماری ۱۵۰ نفر از دانش‌آموزان انجام شده نشان می‌دهد رعایت حجاب اسلامی با نمره کل اعتقادات مذهبی و مؤلفه‌های اعتقادی، عاطفی و مناسکی ارتباط مثبت و معنادار و با وابستگی به شبکه‌های اجتماعی ارتباط منفی و معنادار دارد. همچنین، نتایج ضریب رگرسیون نیز نشان می‌دهد که ۵۰ درصد از کل واریانس رعایت حجاب اسلامی به‌وسیله اعتقادات مذهبی و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی تبیین می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که رابطه مستقیمی بین میزان دینداری و پایبندی به ارزش‌های اصیل اسلامی مانند حجاب وجود دارد و از طرف دیگر

1. McClure

2. Robinson-Nea

استفاده از فضای مجازی اگر بدون سواد رسانه‌ای باشد، می‌تواند آثار منفی از جمله کم‌رنگ شدن حجاب در دانش‌آموزان را داشته باشد.

رضاییان و ادیسی (۱۳۹۷) در مقاله «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم» با رویکرد اثبات‌گرایی و تکنیک پیمایش و جامعه آماری دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم شهر تهران از سه منطقه ۱، ۷ و ۱۶ و نمونه ۳۸۰ نفری که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای طبقه‌بندی تصادفی انتخاب شدند به این نتیجه رسیدند که با افزایش میزان استفاده و نوع شبکه اجتماعی مجازی، افراد تمایل پیدا می‌کنند تا از سنت‌های خود فاصله بگیرند و سبک زندگی مدرن را انتخاب کنند.

میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله «میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج)» با روش پیمایش و نمونه ۴۰۰ نفری به این نتیجه دست یافتند که بین میزان دینداری دانشجویان با توجه به وضعیت عضویت و نوع فعالیت آنها در شبکه‌ها تفاوتی معنادار وجود داشته و بین سابقه عضویت در شبکه‌ها و میزان دینداری آنان نیز رابطه‌ای معنادار وجود دارد؛ ولی بین میزان استفاده (فعالیت) از شبکه‌های اجتماعی و میزان دینداری، رابطه معناداری دیده نشد.

حضرتی صومعه (۱۳۹۵) پژوهش میزان دینداری زنان دانشجو و عوامل اجتماعی مؤثر در آن (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران) را با روش پیمایش و نمونه ۳۷۵ نفری از دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران با روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و تصادفی ساده به انجام رسانده است. نتایج نشان می‌دهد میزان دینداری زنان دانشجو برحسب سن و وضعیت تأهل و پایگاه اجتماعی - اقتصادی تفاوت معناداری داشته و استفاده از رسانه‌های جدید با میزان دینداری رابطه معناداری دارد.

وهایی و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی رابطه دینداری با پیشرفت تحصیلی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کردستان در سال ۱۳۹۴ به روش پیمایش با نمونه ۳۰۱ نفری به این نتیجه رسیدند که دینداری زنان سطح بالاتری نسبت به مردان دارد و بین دینداری و پیشرفت تحصیلی دانشجویان مورد بررسی تفاوت آماری معنادار وجود دارد؛ ولی همبستگی بین آنها به صورت معکوس است. کمترین و بیشترین نمره میانگین دینداری به ترتیب مربوط به بعد مناسکی و اعتقادی بود. بین جنسیت و دینداری دانشجویان مورد بررسی، تفاوت آماری معنادار وجود دارد.

مزینانی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و هویت دینی کاربران به روش پیمایش در دانشگاه‌های سطح شهر تهران پرداخته است و نتایج نشان می‌دهد

صرف حضور و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تضعیف هویت دینی کاربران تأثیر معناداری ندارد؛ ولی نوع استفاده از این شبکه‌ها، از نظر استفاده کاربردی و یا تفریحی، مدت زمان طولانی حضور در این شبکه‌ها و همچنین، هدف استفاده کاربران از این شبکه‌ها به‌علاوه طبقه و پایگاه اجتماعی آنان، در تضعیف هویت دینی کاربران و تمایل آنان در حرکت از هویت سنتی و اصیل دینی به‌سوی هویت بازتابی و مدرن تأثیرگذار بوده و حداقل اینکه هویت اصیل کاربران را در برخی از حیطه‌ها دچار تشکیک می‌کند.

گنجی و هلالی ستوده (۱۳۹۰) در مقاله «رابطه گونه‌های دینداری و سرمایه اجتماعی (رویکردی نظری و تجربی در بین مردم شهرستان کاشان)» با روش پیمایش به بررسی رابطه گونه‌های شناخته‌شده دینداری در جامعه موردبررسی (غیررسمی، فقهی سیاسی، مناسکی، تعهدی - تعلق، کثرت‌گرا، ترکیبی، بی‌واسطه) و سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند. جامعه آماری موردبررسی در این تحقیق، مردم شهرستان کاشان است که از طریق فرمول کوکران ۳۸۳ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گونه‌هایی از دینداری که دارای عناصر جمععی هستند (همانند گونه‌های فقهی - سیاسی، مناسکی، تعهدی - تعلق) با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت دارند و موجب تقویت آن می‌شوند و گونه‌هایی از دینداری که عناصر فردی در آنها غالب است (همانند گونه‌های غیررسمی، بی‌واسطه)، رابطه منفی با سرمایه اجتماعی دارند. گونه‌های دینداری در جامعه موردبررسی شامل غیررسمی، فقهی سیاسی، مناسکی، تعهدی - تعلق، کثرت‌گرا، ترکیبی، بی‌واسطه تشخیص داده شده‌اند.

گفتنی است در پژوهش‌های پیشین رابطه شبکه اجتماعی مجازی بر روی دینداری موردتوجه قرار گرفته و غالب تحقیقات نوع رابطه را منفی گزارش کرده‌اند؛ اما به نظر می‌رسد هنوز خلأ پژوهشی در مورد این تأثیرات بر گونه‌های دینداری وجود دارد و مطالعات پیشین به تشخیص گونه دینداری و تأثیر متغیرها بر آنها پرداخته‌اند و این‌گونه مطالعات در جامعه آماری یزد سابقه ندارد و عموماً تنها به بررسی میزان دینداری پرداخته‌اند و به شناسایی گونه دینداری در گروه سنی جوانان پرداخته‌اند.

فرضیات پژوهش

- فرضیه اول: بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و گونه‌های دینداری رابطه وجود دارد؛
- فرضیه دوم: بین نوع استفاده از شبکه اجتماعی مجازی و گونه‌های دینداری رابطه وجود دارد؛
- فرضیه سوم: بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و گونه دینداری رابطه معنادار وجود دارد؛

فرضیه چهارم: بین جنسیت و گونه دینداری رابطه معنادار وجود دارد؛
فرضیه پنجم: بین وضعیت تأهل و گونه دینداری رابطه معنادار وجود دارد؛

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ زمانی مقطعی، از نظر هدف کاربردی، از نظر روش، پیمایشی است. ابزار تحقیق، پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای است که اعتبار صوری، محتوایی و پایایی آن سنجیده شده است. گویه‌ها با بررسی میدانی و مصاحبه اکتشافی به منظور تشخیص گونه‌های دینداری در بین جوانان در طیف پنج درجه‌ای لیکرت تدوین شده است. گویه‌های محقق ساخته با ارجاع به استادان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد مجدداً بازبینی، ارزیابی و اصلاح و در واقع، با این کار اعتبار صوری پرسش‌نامه و همچنین، پایایی ابزار با آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۸ تأیید شد. جامعه آماری جمعیت ۱۵ تا ۳۴ سال جوانان شهر یزد می‌باشد که براساس آمار رسمی سال ۱۳۹۷ این جمعیت ۲۳۷ هزار و ۳۵۰ نفر می‌باشد که با کمک فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر از آنها به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. ابتدا پنج محله شهر به‌عنوان خوشه انتخاب و داخل خوشه‌ها به روش سیستماتیک خانوارها تعیین و داخل خانوارها به تصادف، عضو جوان خانواده به‌عنوان پاسخگو برگزیده شد. پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها داده‌ها به SPSS وارد و به‌وسیله تحلیل عاملی، آزمون T, F، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل شدند.

چارچوب نظری

دین، به‌عنوان نیرویی اجتماعی، مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفته و فراتر از درگیری‌های وجودی و خارج از حصار فرد و تمایلات روانی، تجلیات جمعی چشمگیری داشته است. دین، دینداری و تغییرات آن، مورد توجه بسیاری از اندیشمندان بوده است. بنا به تعاریف گوناگون از دین، چه از نظر روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، فلسفی، همه بر این امر صحنه می‌گذارند که با پدیده‌ای پیچیده و چندبعدی روبه‌رو هستیم؛ اما در مورد میزان پایداری به دین در جوامع گوناگون نظرات بسیاری مطرح شده است و حتی از نظر کیفی نیز در جوامع و زمان‌های گوناگون با یک شکل از دینداری مواجه نیستیم. امروزه با گسترش ارتباطات و سرعت انتقال اطلاعات، دین و دینداری نیز تحت تأثیر قرار گرفته‌اند و به نظر می‌رسد فراتر از تحقق سکولاریزاسیون و افول دین با شکل‌های نوینی از دینداری مواجهیم.

نظریات متعددی که در مورد دین و آینده دین در عصر مدرن و جنبش‌های نوین دینی ارائه شده می‌تواند تأییدی بر گونه‌های جدید دینداری باشد. به‌طور مثال، ظهور دین نامرئی لاکمن^۱ که نیازمند میانجی‌گری هیچ نهادی اعم از دینی یا عرفی نمی‌باشد و دین پست مدرن باومن^۲ که به انسان اجازه می‌دهد در جهان سیال و بی‌ثبات پسامدرن روایت‌های سیال و بی‌ثبات و شخصی از دین داشته باشد و باور بدون تعلق دیوی^۳ که دین را از تمامیت‌خواهی به حاشیه می‌راند و خصوصی شدن دین والیس^۴ که انتقال دین از حوزه عمومی به حوزه خصوصی و شخصی را تبیین می‌کند، بریکولاژ هر ویولوژ^۵ که خروج دین از کنترل نهادهای رسمی و کلیسا و گزینش خلاقانه دین توسط انسان را نوید می‌دهد و باز ترکیب امر دینی اشناپر^۶ که با تحلیل رفتن ذات جمعی دین آغاز می‌شود و ترکیب نوین دین را بیان می‌کند و افول فراروایت کلان دینی لیوتار^۷ و ظهور روایت‌های خرد و شخصی از دین و همچنین، دین بی‌شکل زیمل^۸ که به سیالیت دین اعتقاد دارد و تأیید می‌کند بحران دینی مدرنیته، بحران زوال دین نیست؛ بلکه دینداری در دنیای مدرن، از قالب‌های همیشگی خود خارج شده و از عقاید جزمی و آیینی دین سنتی، فاصله گرفته و متناسب با شرایط نوین زندگی در دوران معاصر، صور گوناگونی را به خود می‌گیرد و همچنین، دینداری شخصی روزانوالن^۹ که معتقد به ظهور فرد به‌عنوان محل و منبع امر روزی حقیقت دینی به‌جای نهاد دین است و جانشین نهادهای دینی شده است و شخصاً دینداری خود را شکل می‌دهد، همه بر این موضوع تأکید دارند که جوانان می‌توانند معنویت را در رسوم و مناسک ادیان مختلف جستجو کنند و برگزینند. در این پژوهش با کمک نظریه «زیست جهان‌ها» و «استعاره بازار» برگز این تغییرات را بین جوانان شهر یزد بررسی خواهیم کرد.

برگر با توجه به تغییرات در عصر مدرن و توانمندی انسانی، نظریه افول امر قدسی را مطرح کرد. بنابر این طرح، دین در دوران جدید کارآیی خود را از دست داده و از جانب مخاطبانی که بر رنج‌های زندگی فائق آمده‌اند و با رشد تکنولوژی‌های بسیار به خود غره‌اند، حمایتی را دریافت نخواهد کرد و مورد پیروی قرار نخواهد گرفت. به‌دیگرسخن، همسو با طرح سکولاریزاسیون، دین

-
1. Thomas Luckmann
 2. Zigmunt Bauman
 3. Grace Davie
 4. Roy wallis
 5. Hervieu- leger, Daniele
 6. Dominique Schnapper
 7. Jean-François Lyotard
 8. Georg Simmel
 9. Rosanvallon Pierre

جایگاه خود را از دست داده است و با افول امر قدسی روبه‌رو هستیم؛ اما چندی از طرح این نظر نگذشت که برگر از طرح خود روی گرداند و جوامع نوین را همانند جوامع سنتی پایبند به امر قدسی دانست. پیتر برگر (۱۳۸۱) در توصیف سکولاریزاسیون این‌گونه بیان می‌کند که این باور اشتباه است که ما دنیایی سکولاریزه را تجربه می‌کنیم. دنیای امروز، به‌استثنای چند مورد، به همان اندازه گذشته، به‌شدت دینی است و حتی در برخی نقاط، دینی‌تر نیز شده است (ارویولژه و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۲۲) و هرگز شاهد افول امر قدسی نخواهیم بود؛ بلکه شاهد هستیم که جهان‌بینی‌های کلان، اقتدار خود را از دست داده‌اند؛ اما ناپود نشده‌اند. رادنی ویلیام استارک^۱ و لورنس آریاتاکنی^۲ (۱۹۹۴) پیشنهاد کردند واژه سکولاریزاسیون کنار گذاشته شود؛ زیرا معتقد بودند که ما به نظریه‌ای در باب افول دین نیاز نداریم؛ بلکه به نظریه‌ای درباره چگونگی تحول دین نیاز داریم (همان، ص ۱۳۰) و یا می‌توان به تعبیر بلا، به این نتیجه رسید که از «نمادسازی‌های متراکم» به «نمادسازی متمایز» رسیده‌ایم؛ از «استعاره بزرگ» لاکنم گذشته‌ایم و روایت‌های کلان را رها کرده‌ایم و از جوامع سنتی که با «درجه بالای یکپارچگی» اجتماعی و وجود «نظم معنایی یکپارچه‌ساز، که بخش‌های متفاوت جامعه» را در برمی‌گرفت و «جهان زیست‌مشتیکی» را شکل می‌داد (برگر و همکاران، ۱۳۸۱، ص ۷۳) به جابه‌جایی زیست‌جهان‌ها و تکثر در دنیای مدرن رسیده‌ایم (همان، ص ۷۴).

با توجه به تغییرات پرشتاب دنیای مدرن، برای سنت‌های دینی و نهادهای نماینده آنها، نه تنها یکپارچه‌سازی این کثرت زیست‌جهان‌های اجتماعی، در قالب جهان‌بینی واحد و جامع دینی، بیش‌ازپیش و به‌طورجدی دشوار می‌شود، بلکه حتی اصولاً مقبولیت تعاریف دینی از واقعیت، از درون، یعنی درون‌آگاهی شخصی فرد، به پرسش گرفته می‌شود و حاصل این پرسشگری‌ها، تغییر در ابعاد دین متناسب با دوران مدرن است (همان، ص ۸۷). بنابراین زیستن در جهان‌های متکثر و این حجم از تغییرات سریع و گسترش ارتباطات اینترنتی انسان را از دایره بسته خود خارج و وارد دنیایی با شبکه‌های ارتباطی بی‌شمار کرده است. این تجربه‌های متعدد و زیستن در جهان‌های متکثر، الگوهای ارزشی انسان را تغییر داده و انسان اکنون در ارتباط با دیگران متعدد به بازاندیشی اعتقادات خود می‌پردازد و دراین‌بین، نهادهای دینی با تحقق «استعاره بازار» برگر، به مراکز بازاریابی تبدیل می‌شوند که می‌کوشند، کالای خود را (سنت‌های مذهبی) به‌گونه‌ای عرضه کنند که

1. Rodney William Stark

2. Lawrence Ariathakney

موردپسند متقاضیان قرار گیرد و دین خواهان، دست به انتخاب سودمندانه‌ترین نوع دینداری بزنند. بنابراین، طبق نظر برگر با تغییرات در دینداری در دوران مدرن مواجهیم؛ نه از بین رفتن دین. بخشی از این تغییرات در دین را به‌سادگی می‌توان با بازگشت در طراحی‌ها، فلکلور و امور عادی و عامیانه‌تر شدن سبک‌های هنری و... شاهد بود. در این پژوهش، دین عامه، به‌عنوان نوعی دین مطرح شده به‌وسیله سارا شریعتی، موردبررسی قرار گرفته که حاصل تغییراتی است که از سال‌های ۶۰ میلادی در زمینه‌های فرهنگی و هنری رخ داده است. جلوه‌ای از زندگی روزمره عامه مردم که نشان از رویگردانی از نخبگان جامعه و قرار گرفتن در نقطه مقابل آنها را دارد. دینداری که آمیخته با فرهنگ سنتی، خرافه و جادو، مملو از روزمرگی‌های انسان‌های ساده، پر از امید و نذر و توسل و حاصل رسوبات نظام عقیدتی عملگرایانه‌ای است که به‌دنبال روزنه امید و گشایش است. دینداری که حاصل ناکامی توده‌هایی است که پایگاه مسلط و ذهن مسئله‌مند ندارند و بدون واکاوی اعتقادات، الهیات و مباحث کلامی، بر زندگی روزمره خود تمرکز دارند. به تعبیر الیاده و با مفهوم «معجزه طناب» به دنبال نور امیدی می‌گردند تا خود را رهایی بخشند (شریعتی، ۱۳۹۶).

دین عامه با شاخص غیرعقلانیت و باواسطه بودن، پر از مناسک و رنگ‌ها، لعاب‌ها و شمائل در دوران مدرن سر برمی‌آورد: نوعی دینداری بی‌هیاهو و خاموش. درست در کنار دین عامه که برای حل مسائل روزمره و در خدمت بهتر زیستن و بدون درگیری وجودی و اعتقادی شکل گرفته، شاهد ظهور نوعی دینداری باز و منعطف و پلورال هستیم که به‌جای دغدغه بهتر زیستن، به فهم بیشتر ابعاد دین می‌پردازد و به‌دنبال انتخاب نوع دینداری متناسب با درک و پسند خود هستند.

هرچند برای بیان تأثیر شبکه اجتماعی مجازی، نظریه‌های بسیاری در مورد اینترنت مانند «جامعه اطلاعاتی» دانیل بل،^۱ «جامعه شبکه‌ای» مانوئل کاستلز^۲ و «شاهراه اطلاعاتی» الگور^۳ حوزه عمومی هابرماس،^۴ انفجار اطلاعات، دهکده جهانی لوهان^۵ وجود دارد که در توصیف فضای مجازی نقشی بسزا دارند، اما از نظریه تکثر زیست‌جهان‌های برگر و تجربه زیستن در دنیای مجازی کمک گرفته‌ایم تا افزون بر بیان این تأثیرات، اختیار و انتخاب کنشگران را نادیده نگیریم و قدرت‌گزینش، از میان تجربه‌های بی‌شمار را برای آنها در نظر بگیریم.

1. Bell

2. Manueh Castells

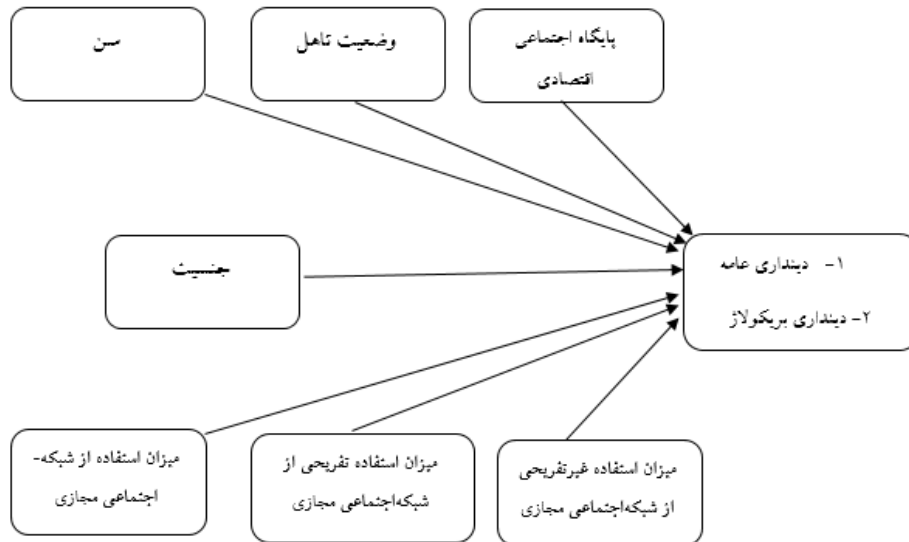
3. Al Gore

4. Jürgen Habermas

5. Marshal McLuhan

حال بنا بر طرح نظریه دوم برگر و حضور همیشگی دین در جوامع مدرن با زیست‌جهان‌های متکثر، شاهد تغییراتی در دینداری هستیم. از جمله عواملی که می‌تواند در تغییرات دینداری مؤثر باشد، رواج شبکه‌های اجتماعی اینترنتی است که هم به کثرت زیست‌جهان‌ها دامن زده و محدوده ارتباطات اجتماعی را بی‌اندازه وسعت بخشیده و هم به‌عنوان ویرتینی مجازی برای عرضه کالای دین و تحقق استعاره بازار برگر کمک کرده است. وجود این‌گونه ارتباطات فراگیر و عمومی و تحقق جامعه شبکه‌ای و تجربه فرهنگ‌های متفاوت در حوزه عمومی، کاربران را در تقابل و تعامل با یکدیگر قرار می‌دهند و عاملی می‌شوند که کاربران با تجربه‌های متعددی مواجه شوند و در ارزش‌های خود تجدید نظر کنند یا قوام بخشند. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی این امکان را فراهم می‌کنند که کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها و افکار خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و در افکار و عقاید و فعالیت‌های دیگران نیز سهیم شوند. این‌گونه بی‌زمانی و بی‌مکانی دوران مدرن، به مدد دنیای مجازی، عاملی شده که افراد را در میانه حجم انبوهی از اطلاعات دینی و عقاید مذهبی و آشنایی با زیست‌جهان مذهبی دیگر کاربران قرار می‌دهد. وجود این شبکه‌های ارتباطات اینترنتی محل گردهمایی کاربرانی شده است که فراتر از همه فاصله‌های فرهنگی و اجتماعی، اطلاعات را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند و ایده‌های جدید را معرفی می‌کنند و در نتیجه، افراد کثرت زیست‌جهان‌ها را تجربه می‌کنند. شاید بتوان گفت که این افراد نمی‌توانند یک زیست‌جهان یکپارچه و بدون چالش را تجربه کنند.

بنابه گسترش شبکه اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر حوزه دین، این ویرتین‌های مجازی عرصه‌ای برای ارائه محصولات دینی است که با ارائه الگوهای متنوع فرهنگی و ارزشی - برای مخاطبان، مطابق «استعاره بازار» برگر - به رونق این بازار و افزایش قدرت انتخاب مخاطبان کمک کرده‌اند. مخاطبان در این بازار با دریافت پیام‌ها می‌کوشند با پردازش اطلاعات و گزینش و چینش آنها در کنار هم بهترین و سودمندانه‌ترین انتخاب را داشته باشند و از قالب‌های دینی ارائه‌شده در جوامع سنتی فاصله بگیرند. به‌دیگر سخن، می‌توان «انقلاب خاموش» اینگلهارت را در حوزه دینداری بشر مشاهده کرد. نوع اطلاعات مبادله شده و نوع کاربرد این رسانه‌ها می‌تواند در نوع دینداری جوانان تأثیرگذار باشد. رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی می‌توانند منابعی غنی از اطلاعات مورد نظر کاربران باشند. مطابق تحقیق مک کلر (۲۰۱۶) و کیگیتل (۲۰۱۸)، زیست‌جهان متنوع و وسیع مجازی متناسب با نوع استفاده کاربران می‌تواند عرصه‌ای باشد برای انتخاب و گزینش نوع دینداری جوانان باشد.



نمودار ۱. مدل مفهومی متغیرهای پژوهش

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

جنسیت و وضعیت تأهل

متغیرهای زمینه‌ای مانند جنسیت و وضعیت تأهل که به تفاوت‌های روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی بین زنان و مردان مربوط می‌شود، در دو گروه زن و مرد و مجرد و متأهل تقسیم‌بندی و مورد سؤال واقع شده است.

پایگاه اجتماعی - اقتصادی

برای محاسبه پایگاه اجتماعی - اقتصادی در تحقیقات از ترکیب مؤلفه‌های بسیاری استفاده شده است. این متغیر در این پژوهش از ترکیب متغیرهای تحصیلات، درآمد و نوع شغل به‌دست آمده است، متغیرها به‌صورت ترتیبی مورد سؤال قرار گرفته‌اند.

دینداری عامه

دین عامه را دین خاموش یا پنهان نامیده‌اند؛ دینی که نه با کلام بلکه با رفتار بیان می‌شود مثل روشن کردن یک شمع، نذر، قربانی، نماز و نیایش. دینی که خاموش است، الهیات، کلام و علوم دینی ندارد و برخلاف دین نخبگان که خود را شرح می‌دهد و تفسیر می‌کند، دین عامه، تنها برای

استمداد، توسل، شفاعت و حاجت به سخن می‌آید. دین پنهان است، چون در اعماق جامعه نشت کرده و ماندگار است. دین عامه را دین آیین و «مراحل گذار» خوانده‌اند: تولد، بلوغ، ازدواج و مرگ. دینی که در همه نقاط عطف زندگی مردم، با آنها همراه است. دین عامه را دینی با واسطه دانسته‌اند؛ دینی که در حاشیه زندگی می‌کند؛ به مرکز و گوهر دین که اندیشه خداست و کتاب مقدس و سنت پیامبر، تنها با واسطه نزدیک می‌شود؛ با واسطه نمایندگان دین، قدیسین و ائمه؛ از این‌روست که در حیات دینی مردم، واسطه‌ها حضور عینی‌تری دارند. دین عامه دینی ترکیبی است؛ دینی که خالص نیست؛ چون دین گسست نیست، دین تداوم و انباشت سنت است (شریعتی، ۱۳۹۴).

دینداری بریکولاژ

در این نوع دین، فرد به تفاوت در آرا و عقاید خود با دیگران آگاه بوده و می‌کوشد نقاط همگرایی خود با دیگران را پررنگ کند و با عدم ابراز تفاوت‌های اعتقادی خود با دیگران، وارد کشمکش نشود. با بیان آنچه به‌عنوان «بازار دین» به‌وسیله برگر مطرح شد، این بار افراد جامعه در حوزه عمومی نسبت به انتخاب نوع دین‌ورزی خود اعمال سلیقه می‌کنند و با فاصله گرفتن از دین سنتی و با کمک عنصر ترجیح و انتخاب و اعمال سلیقه، دینداری خود را آن‌گونه که خود می‌پسندند، شکل می‌دهند.

انسان پرورش‌یافته در دنیای مدرن و در انبوه تجربیات، دیگر خود را اسیر قطعیت دنیای سنتی نمی‌داند و تلاش می‌کند تا بخشی از آموزه‌های دینی را بپذیرد و بخشی دیگر را فروگذارد. می‌کوشد با نگاهی پلورال آموزه‌های دینی را با کمک عقل خود فهم و گزینش کند. برای رسیدن به حقیقت راه‌های متعددی قائل است و آزادی در اعتقاد و فهم آن را بسیار مهم می‌داند. در حل مسائل خود با عقل خود می‌کوشد راه برون‌رفت از مسائل را بیابد. برای خود قدرت بالایی در کنترل زندگی قائل است. ادیان دیگر را نوعی تجلی قدرت مطلق می‌داند و حقیقت مطلق را در انحصار هیچ‌کدام از ادیان و مذاهب نمی‌بیند. در این دینداری، کثرت در نوع دین‌ورزی به‌عنوان واقعیت اجتماعی پذیرفته شده است و در کنار پیروان دیگر ادیان مسالمت‌جویانه زندگی می‌کند.

شبکه اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی:^۱ شبکه‌های اجتماعی برخط، عموماً سرویس برخط، پلتفرم یا وبگاهی محسوب می‌شوند که مردم در آنها می‌توانند نظرات، علاقه‌مندی‌ها و در یک کلام محتوا ایجاد کنند و با دوستان و دیگران به اشتراک بگذارند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۱). در این

1. VirtualSocialNetwork

پژوهش، افزون بر میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، نوع استفاده از شبکه اجتماعی مجازی تفریحی (استفاده‌ای که صرفاً تخصصی و برای هدف خاصی نباشد) یا غیرتفریحی (استفاده از شبکه‌های به منظور پیگیری موضوعات تخصصی) بررسی شده است. متغیرهای این پیمایش در جدول ۱، به وسیله گویه‌های مربوطه اندازه‌گیری و پایایی آنها محاسبه شده است.

جدول ۱. توصیف متغیرهای مختلف تحقیق و پایایی متغیرها

شاخص	شرح رفتار	تعداد گویه	پایایی
دینداری عامه	غذای نذری که در مراسم مذهبی، توزیع می‌شود را متبرک می‌دانم. در ایام محرم و صفر، نصب پارچه‌های سیاه، علم و بیرق و آماده‌سازی شهر، در بزرگداشت این ایام اهمیت دارد. شرکت در مراسم عزاداری محرم و صفر برای من اولویت دارد. به شرکت در مراسم اعتکاف علاقه دارم. به اینکه بتوانم در پیاده‌روی اربعین شرکت کنم علاقه دارم. برای سادات (فرزندان پیامبر) احترام قائل هستم. رفتن به زیارت برای من بسیار اهمیت دارد و احساس خوبی پیدا می‌کنم. به شفا گرفتن بیماران معتقدم. با دعا کردن، نذر کردن و انداختن سفره و... به رفع مشکلاتم، امیدوارتر می‌شوم. ظهور منجی نزدیک است و بسیاری از نشانه‌های آن تحقق یافته است. بعضی از زمان‌ها و مکان‌ها مقدس و متبرک هستند و من برای آنها حرمت قائل هستم. در امور مهم زندگی مثل ازدواج و کار و... و سرنوشت انسان، شانس و اقبال تأثیر دارد.	۱۳	۰/۸۶
دینداری برون‌گرا	– به نظر من دین، یک امر خصوصی است و نیاز به متولی (مبلغان و روحانیون و...) ندارد. معتقدم دین، هیچ مقرراتی را برای اداره جامعه ارائه نکرده و همه را به عقل انسان‌ها واگذار کرده. فکر می‌کنم هرکس خود، می‌تواند تشخیص دهد کدام عمل درست است و کدام عمل درست نیست. در تصمیم‌گیری‌های خود در زندگی تنها به عقل خود مراجعه می‌کنم نه توصیه‌های دینی. آن بخش از احکام شرعی را که برایم موجه نیست و دلیل آن را نمی‌دانم انجام نمی‌دهم. در برقرار کردن رابطه دوستانه با افرادی که با من دین و مذهب مشترکی ندارند، مشکلی نمی‌بینم. تنها حقیقت اهمیت دارد، فرقی نمی‌کند که فرد کدام دین و مذهب را برای رسیدن به آن انتخاب کند. معتقدم دیندار بودن هیچ منافاتی با گوش دادن موسیقی ندارد. راه‌های بسیاری برای رسیدن به حقیقت وجود دارد.	۹	۰/۸۶
میزان استفاده از شبکه اجتماعی	– یوتیوب – گوگل پلاس – فرندستر – توییتر – واتس آپ – تلگرام – اینستاگرام – پیام‌رسان‌های داخلی، سروش	۸	–
میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی	یافتن دوستان جدید و قدیم – دیدن عکس‌ها، پروفایل‌ها، و آلبوم دوستان. فقط خواندن وال‌ها و موضوعات به بحث گذاشته شده. اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال و موضوعات به بحث گذاشته شده. شروع بحث تازه در بین گروه‌های عضو. میزان کاربری تفریحی (موسیقی، دانلود عکس و فیلم و بازی و...)	۶	۰/۸۰

یافته‌ها

با توجه به نتایج داده‌ها، ۴۷/۷ درصد (۱۸۳ نفر) از پاسخگویان را مردان و ۵۲/۳ درصد (۲۰۱ نفر) را زنان تشکیل داده‌اند. ۱۹۵ نفر (۵۰/۸ درصد) از پاسخگویان، مجرد و ۱۸۹ (۴۹/۲ درصد) نفر از پاسخگویان، متأهل بوده‌اند. کمترین میزان سن ۱۵ سال و بالاترین سن ۳۴ سال و میانگین سن ۲۱/۸۳ و اکثریت پاسخگویان (۹/۹ درصد)، ۳۰ ساله بوده‌اند. از میان پاسخگویان، سطح سواد ۵/۲ درصد سیکل و پایین‌تر، کاردانی ۱۳/۸ درصد، دیپلم ۳۴/۴ درصد، کارشناسی ۳۷/۵ درصد و کارشناسی ارشد ۷ درصد و صرفاً ۲/۱ درصد دکتری و بالاتر بوده‌اند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ۱۵/۱ درصد از پاسخگویان فاقد درآمد هستند، ۲۲/۹ درصد کمتر یک میلیون تومان، ۲۲/۷ درصد بین یک تا یک و نیم میلیون تومان، ۱۰/۲ درصد بین یک و نیم تا ۲ میلیون تومان و ۹/۱ درصد بین ۲ تا ۳ میلیون و ۱ هزار تا ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و ۷ درصد بین ۲ تا ۳ میلیون و ۵۰۱ هزار تا ۳ میلیون و ۱۰/۷ درصد بالای ۳ میلیون تومان بوده است. در بیان وضعیت اشتغال پاسخگویان، ۲۹/۴ درصد از پاسخگویان بیکار و ۷۰/۶ درصد شاغل هستند. از نظر پایگاه اقتصادی - اجتماعی، اکثریت پاسخگویان پایگاه اقتصادی - اجتماعی (۴۹/۲) متوسط دارند و ۳۹/۳ درصد در پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین و ۱۱/۵ درصد پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالایی دارند. برای سنجش و تشخیص گونه دینداری در جامعه موردنظر از تحلیل عامل استفاده شده که نتایج حاصل $\text{sig} = 0/00$ $\text{KMO} = 0/994$ دو گونه دینداری عامه و بریکولاژ را نشان می‌دهد.

جدول ۲. متغیر برحسب توزیع فراوانی

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار	میانگین نظری	t	sig
میزان استفاده از شبکه اجتماعی	۸	۴۰	۱۷/۰۵	۵/۸۴	۲۴	۲۳/۲۹	۰/۰۰
میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی	۶	۳۰	۱۶/۵۲	۵/۲۳	۱۸	۵/۵۱	۰/۰۰
میزان استفاده غیر تفریحی از شبکه اجتماعی	۴	۲۰	۱۰/۲۱	۴/۲۰	۱۲	۸/۳۱	۰/۰۰
دینداری عامه	۱۲	۹۷	۴۶	۱۰/۳۲	۳۶	۱۸/۹۹	۰/۰۰
دینداری بریکولاژ	۱۵	۴۵	۳۰/۴۸	۶/۱۸	۲۷	۱۱/۰۲	۰/۰۰

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۲ و سطح معناداری قابل قبول ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) بین میانگین تمام متغیرها با میانگین نظری نمونه اختلاف معناداری وجود دارد. میانگین استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی ۱۷/۰۵ و پایین‌تر از میانگین نظری است. همچنین، میانگین میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی ۱۶/۵۲ و میانگین میزان استفاده غیر تفریحی نیز ۱۰/۲۱ نیز

پایین تر از میانگین نظری می باشد. جامعه مورد مطالعه از نظر دینداری عامه (میانگین ۴۶) و دینداری بریکولاژ (میانگین ۳۰/۴۸) هر دو در سطح بالاتری از میانگین نظری هستند. فرضیه: بین سن و گونه دینداری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳. رابطه بین متغیر سن و گونه دینداری

سن	Sig	ضریب پیرسون
دینداری عامه	۰/۱۸۴	۰/۰۶۹
دینداری بریکولاژ	۰/۰۰۷	-۰/۱۴۳

مطابق نتیجه آزمون پیرسون بین متغیر فاصله ای سن و گونه دینداری، بین دینداری عامه و سن رابطه معناداری وجود ندارد؛ اما در دینداری بریکولاژ این رابطه به صورت معنادار و معکوس وجود دارد؛ یعنی با افزایش سن پاسخگویان تمایل به دینداری گزینشی و ترکیبی کاهش می یابد. فرضیه: بین جنسیت و وضعیت تأهل با گونه های دینداری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴. نتایج آزمون تفاوت میانگین گونه دینداری در جوانان برحسب تأهل و جنسیت

متغیر	گروه	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معناداری
دینداری عامه	زن	۴۷/۵۳	۱۰/۷۰	۲/۷۸۶	۳۸۲	۰/۰۰۶
	مرد	۴۴/۶۱	۹/۷۸			
	مجرد	۴۴/۶۸	۱۱/۵۰۵			
	متأهل	۴۷/۳۶	۸/۷۶۸			
دینداری بریکولاژ	زن	۲۹/۴۶	۶/۴۸	۳/۱۰۸	۳۸۲	۰/۰۰۰
	مرد	۳۱/۴۰	۵/۷۶			
	مجرد	۳۱/۵۷	۵/۹۶۱			
	متأهل	۲۹/۳۵	۶/۲۲۶			

براساس اطلاعات جدول ۳، میانگین دینداری عامه زنان (۴۷/۵۳) بیشتر از میانگین دینداری عامه مردان (۴۴/۶۱) است که این تفاوت از نظر آماری (sig=۰/۰۰۶) معنادار است. همچنین، براساس نتایج آزمون t مستقل، میانگین دینداری عامه در میان افراد متأهل (۴۷/۳۶۵) به طرز معناداری (sig=۰/۰۱۳) بیشتر از افراد مجرد (۴۴/۶۸۷) است.

اما میانگین دینداری بریکولاژ زنان (۲۹/۴۶) با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۰) با میانگین دینداری بریکولاژ مردان (۳۱/۴۰) تفاوت معناداری دارد. همچنین، دینداری بریکولاژ با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۰) در بین مجردها (۳۱/۵۷) با متأهلها (۲۹/۳۵) تفاوت معناداری دارد. فرضیه: بین پایگاه اجتماعی اقتصادی و گونه های دینداری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵. رابطه بین پایگاه اجتماعی اقتصادی و گونه‌های دینداری

ضریب اسپیرمن	Sig	پایگاه اجتماعی اقتصادی
-۰/۲۴۱	۰/۰۰	دینداری عامه
۰/۲۱۳	۰/۰۰	دینداری بریکولاژ

مطابق نتایج جدول ۵ رابطه بین پایگاه اجتماعی اقتصادی و دینداری عامه معنادار و معکوس می‌باشد و رابطه بین پایگاه اجتماعی اقتصادی و دینداری رابطه مستقیم و معناداری است (پایگاه اجتماعی اقتصادی را به متغیر ترتیبی تبدیل کرده‌ایم).

جدول ۶. خروجی آزمون پیرسون بین متغیرهای مستقل و گونه دینداری

متغیرها	سن	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	دینداری عامه	دینداری بریکولاژ	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	میزان استفاده غیر تفرییحی از شبکه اجتماعی	میزان استفاده تفرییحی از شبکه اجتماعی
سن	۱						
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	۰/۰۶۴	۱					
دینداری عامه	۰/۰۶۹	**۰/۲۴۳	۱				
دینداری بریکولاژ	**۰/۱۴۲	**۰/۲۲۰	**۰/۲۷۳	۱			
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	**۰/۲۸۰	**۰/۲۲۲	**۰/۲۱۷	**۰/۳۹۳	۱		
میزان استفاده تفرییحی از شبکه اجتماعی	**۰/۲۵۳	*۰/۱۲۹	*۰/۱۲۴	**۰/۳۵۹	**۰/۵۷۲	۱	
میزان استفاده غیر تفرییحی از شبکه اجتماعی	-۰/۰۸۵	**۰/۱۸۰	**۰/۲۱۵	**۰/۲۸۴	**۰/۴۶۸	**۰/۴۸۳	۱

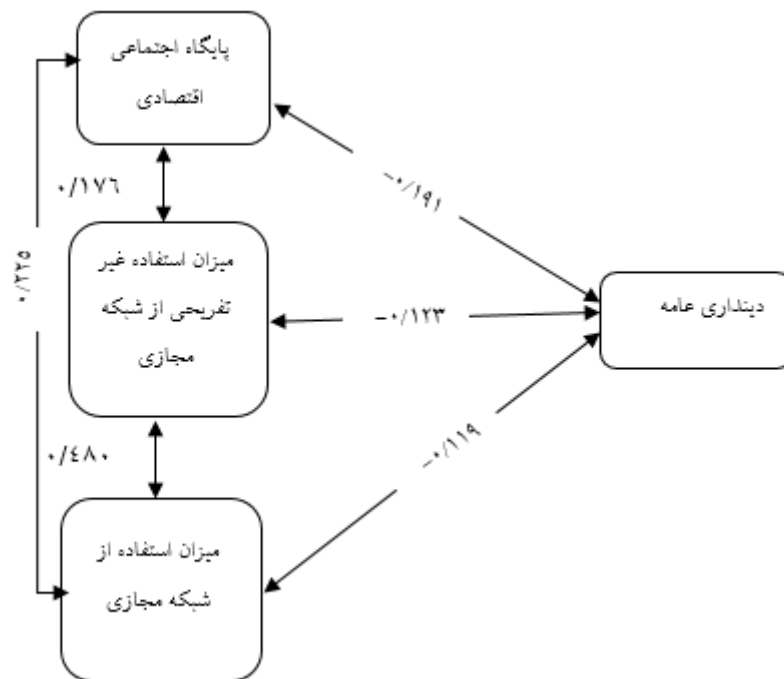
با توجه به نتایج آزمون بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، میزان استفاده تفریحی و میزان استفاده غیر تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی و دینداری بریکولاژ همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد؛ اما بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، میزان استفاده تفریحی و میزان استفاده غیر تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی و دینداری عامه همبستگی منفی و معنادار وجود دارد. همچنین، بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد و دینداری عامه رابطه معنادار و منفی مشاهده می‌شود؛ اما این رابطه بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد و دینداری بریکولاژ رابطه معنادار و مثبت است.

رگرسیون چندگانه برای سنجش اثر متغیرهای مستقل بر متغیر دینداری عامه و بریکولاژ

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای مستقل بر دینداری عامه

نوع اثر	سطح معنا داری	t	ضرایب استاندارد شده (Beta)	ضرایب استاندارد نشده		متغیرهای مستقل	
				خطای معیار	B		
کل	مستقیم	غیر مستقیم					
						پایگاه اقتصادی - اجتماعی	
-۰/۴۱۵	-۰/۲۲۴	-۰/۱۹۱	۰/۰۰۰	-۳/۷۳۶	-۰/۱۹۱	۰/۱۸۲	-۰/۶۸۲
							میزان استفاده غیر تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی
-۰/۰۴۲	-۰/۰۹	-۰/۱۲۳	۰/۰۳۱	-۲/۱۶۲	-۰/۱۲۳	۰/۱۴۳	-۰/۳۱۰
							میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی
-۰/۰۷۷	-۰/۰۵۸	-۰/۱۱۹	۰/۰۳۹	-۲/۰۷۱	-۰/۱۱۹	۰/۱۰۳	-۰/۲۱۲
ضریب همبستگی چندگانه			ضریب تعیین		ضریب تعیین تعدیل شده		
۰/۳۱۴			۰/۰۹۹		۰/۰۹۱		

براساس نتایج جدول ۷، متغیرهای میزان استفاده غیرتفریحی از شبکه اجتماعی مجازی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی تقریباً ۹ درصد از واریانس دینداری عامه را تبیین کرده است. همچنین، نتایج تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر دینداری عامه، نشان می‌دهد که متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی، بیشترین تأثیر مستقیم ($\beta=0/191$) را بر دینداری عامه دارد و متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با ضریب کل $0/415$ دارای بیشترین تأثیر بر دینداری عامه است.

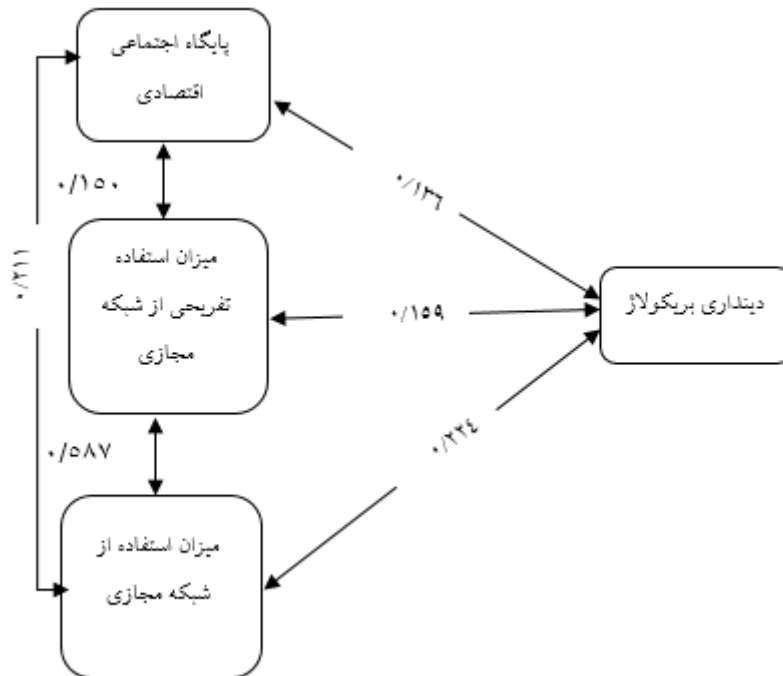


نمودار ۲. مدل مسیر دینداری عامه

جدول ۸. نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای مستقل بر دینداری بریکولاژ

نوع اثر	سطح معنی داری	t	ضرایب استاندارد شده (Beta)	ضرایب استاندارد نشده		متغیرهای مستقل
				B	خطای معیار	
کل	مستقیم	غیر مستقیم				
۰/۱۷۸	۰/۰۴۲	۰/۱۳۶	۰/۱۳۶	۰/۱۰۸	۰/۲۹۶	پایگاه اقتصادی - اجتماعی
۰/۱۵۱	۰/۱۶۳	۰/۲۲۴	۰/۲۲۴	۰/۰۷۰	۰/۲۴۸	میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی
۰/۱۳۲	۰/۱۲۹	۰/۱۵۹	۰/۱۵۹	۰/۰۷۶	۰/۱۹۵	میزان استفاده تفریحی از شبکه اجتماعی مجازی
ضریب همبستگی چندگانه			ضریب تعیین		ضریب تعیین تعدیل شده	
۰/۴۴۷			۰/۲۰۰		۰/۱۸۹	

بر اساس نتایج جدول ۸، متغیرهای میزان استفاده از شبکه مجازی، میزان استفاده تفریحی از شبکه مجازی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی، می تواند ۲۰ درصد از واریانس دینداری بریکولاژ را تبیین کند. نتایج تحلیل مسیر اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر دینداری بریکولاژ را نشان می دهد که متغیر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی، بیشترین تأثیر مستقیم ($\beta=0/224$) را بر دینداری بریکولاژ دارد. همچنین، نشان می دهد که متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با ضریب کل ۰/۱۷۸ دارای بیشترین تأثیر بر دینداری بریکولاژ است.



نمودار ۳. مدل مسیر دینداری بریکولاژ

بحث و نتیجه‌گیری

دین، به‌عنوان نهادی قدیمی، در همه جوامع حضوری پررنگ دارد و می‌توان گفت حتی دیگر نهادها نیز تحت سلطه و حاکمیت دین فعالیت می‌کنند. گذر از دنیای سنتی و گام گذاشتن در دنیای مدرن، گسترش علم و قدرت کنترل اعجاب‌آور بشر بر محیط و کاهش ناتوانی بشر، به طرح ایده تحقق سکولاریزاسیون انجامید. ظهور مفاهیمی چون مرگ خدا، افول امر دینی، کسوف امر قدسی و درهم شکستن سایبان مقدس، همه در تأیید کاهش قدرت دین در جوامع رواج یافت؛ اما کمتر از چند دهه، امکان زیست انسان، بدون امور مقدس و ماورایی، قطع رابطه با آسمان و بی‌نیازی از دین، با رواج مفاهیمی مانند بازگشت خدایان و ظهور امر قدسی مورد تردید واقع شد. بنابراین، شاهد چرخش از ادعای تحقق سکولاریزاسیون به سمت تحقق دوباره امر دینی هستیم؛ اما تحقق به شکلی دیگر.

مؤلفه‌های عصر مدرن، گسترش و تغییر شکل ارتباطات و زیستن به‌گونه‌ای دیگر، عاملی شده است که «استعاره‌های بزرگ» به «استعاره‌های کوچک» و «نمادسازی‌های متراکم» به نمادهای خرد تبدیل شوند و نهاد دین نیز از این تغییرات مستثنا نیست. بنابراین، دین با همان شوکت حضور

در جوامع سنتی، جلوه نمی‌کند و با گونه‌های متنوعی از دینداری مواجهیم. به مدد رواج ارتباطات سریع اینترنتی و تحقق دهکده جهانی و کاهش محدودیت‌های زمانی و مکانی، کاربران این امکان را می‌یابند که حتی با وجود نداشتن ارتباط فیزیکی، خود را در یک اجتماع تصور کنند.

بنابه نظر برگر، انسان در دنیای مدرن، زیستن در جهان‌های متعددی را تجربه می‌کند که این تجربه‌های متعدد و متکثر شامل حال دین و آگاهی‌های مذهبی نیز می‌شود. کاربران فعالانه در دنیای مجازی زندگی می‌کنند، تجربه‌های متعدد دینی دیگر کاربران را دریافت می‌کنند و در نهایت با انعطاف بیشتری به بازانندیشی در اعتقادات مذهبی خود می‌پردازند. در این پژوهش پس از کشف دوگونه دینداری عامه و بریکولاژ رابطه میزان استفاده از شبکه مجازی اجتماعی، بر گونه‌های دینداری جوانان شهر یزد، به روش پیمایش و با ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته که از اعتبار صوری و محتوایی و پایایی برخوردار بوده، بررسی شده است. تحقیقات متعددی رابطه معکوس و معنادار بین دینداری و استفاده از شبکه اجتماعی مجازی را تأیید کرده‌اند؛ از جمله مزینانی (۱۳۹۳)، مجردی (۱۳۹۳)، الفده و انابتاوی (۲۰۱۸). در این پژوهش به جای تأثیر شبکه اجتماعی مجازی، بر میزان دینداری، تأثیر شبکه‌ها را بر گونه‌های دینداری سنجیده‌ایم. بنابراین، به علت نبود پژوهش‌هایی با این محوریت، تنها به مطالعات پیشین دست‌یافته‌ایم که تغییرات میزان دینداری را سنجیده‌اند.

مطابق نتایج این پژوهش، دینداری عامه که درگیر مسائل روزمره انسان‌ها و دینی امیدوارانه و آمیخته با روزمرگی، توسل، توکل است، در میان زنان جوان و جوانان متأهلی بیشتر است که درگیر بحران‌های زندگی و حل آنها هستند؛ دینداری که درگیر روزمرگی‌ها و حل آنها به کمک نذر، شمع، توسل و... است. شاید این رابطه را بتوان با روحیات عاطفی و خلیات زنان گره زد؛ زیرا زنان برای حل مسائل خود به راه‌های آسان و غیر معقول‌تری علاقه‌مند هستند. همچنین، دینداری بریکولاژ، در بین مردان جوان و جوانان مجردی پررنگ‌تر است که ذهنی مسئله‌پرورتر و فرصت بیشتری برای بررسی انتقادی و عقلانی در دینداری خود دارند؛ دینداری‌ای که نیازمند زمان بیشتر برای اندیشیدن و یافتن راه‌حل عقلانی برای مسائل اعتقادی خود است. این نتیجه همسو با تحقیق کیگتل (۲۰۱۸) و مک کلر (۲۰۱۶) است که بیان می‌کنند: شبکه‌های مجازی می‌توانند تحولاتی را در دینداری ایجاد کنند.

از نظر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با بالاتر رفتن پایگاه افراد و سطح تحصیلات و به دنبال آن افزایش آگاهی افراد، دینداری عامه کمتری دیده شده و در نقطه مقابل پابندی به دینداری بریکولاژ بیشتر می‌شود که پر از دغدغه عقلانی است. به علت نبود سابقه پژوهشی در زمینه گونه دینداری،

با قطعیت نمی‌توان همسویی یا عدم همسویی نتایج این پژوهش را با دیگر پژوهش‌ها بیان کرد؛ اما در پژوهش حضرتی صومعه (۱۳۹۵) رابطه معکوس پایگاه اقتصادی - اجتماعی با دینداری بیان شده است.

در این پژوهش رابطه مستقیم میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، چه برای تفریح و چه استفاده غیرتفریحی بر دینداری بریکولاژ تأیید شده است. بنا به نظریه تکثر زیست‌جهان‌های برگر استفاده از شبکه اجتماعی مجازی، کاربران را با دنیای گسترده و کاربران بی‌شماری آشنا می‌کند. این رسانه‌ها به‌عنوان ویرینی مجازی (استعاره بازار) به کاربران این امکان را می‌دهد که با آگاهی از اعتقادات و تجربه‌های دینی دیگران و حتی ادیان مختلف، در مورد اعتقادات خود بیندیشند و با فهم عاقلانه، کنش‌های دینی خود را انتخاب کنند که این نتیجه همسو با تحقیق کیگتیل (۲۰۱۸) و مک کلر (۲۰۱۶) است و همچنین، با تحقیق میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) و مزینانی (۱۳۹۳) مشابهت دارد که بر نوع استفاده از شبکه‌های مجازی تأکید دارند.

بررسی‌ها در مورد شبکه اجتماعی مجازی و دینداری عامه رابطه غیرمستقیم را نشان می‌دهد. دینداری عامه با مؤلفه‌های عاطفی بودن، امیدوارانه، باواسطه بودن و مناسکی بودن، از جانب پیروان، چندان میل به تغییر و تجدیدنظر ندارد و پیروان بیشتر درگیر حل مسائل روزمره خود با توسل و نذر و ... هستند؛ بنابراین پایبند بودن به سنت‌ها، عواطف با ارتباطات مجازی ارتباط غیرمستقیم دارد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود؛ با توجه به اینکه در غالب تحقیقات پیشین تأثیر رسانه‌های مجازی بر دینداری منفی اعلام شده، از تنوع رخ داده در دینداری جوانان غفلت نشود و تحقیقات بیشتری بر روی گونه‌های دینداری و در گروه سنی نوجوان نیز صورت بگیرد. به نظر می‌رسد مقتضیات عصر جدید ایجاب می‌کند تا فراتر از سنجش میزان دینداری، گونه‌های آن را نیز بررسی شود.

منابع

۱. آزاده منصور، اعظم، و توکلی، عاصفه (۱۳۸۶). فردگرایی، جمع‌گرایی و دینداری. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۳ (۹)، ۱۰۱-۱۲۵.
۲. احمدپور، علی (۱۴۰۱). پیش‌بینی‌پذیری پایبندی به حجاب اسلامی براساس اعتقادات مذهبی و استفاده از فضای مجازی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر مقطع دبیرستان شهر ماکو). اسلام و علوم اجتماعی، ۱۴ (۲۷)، ۱۸۳-۱۹۷.
۳. ارویولزه، دانیل، ویلم، ژان‌پل، و دیگران (۱۳۹۵). دین در جوامع مدرن، گردآورنده و مترجم: علیرضا خدامی. تهران: نشر نی.
۴. برگر، پیتر، برگر، بریجیت، و کلنر، هانسفرد (۱۳۸۱). ذهن بی‌خانمان، ترجمه محمد ساوجی. تهران: نشر نی.
۵. حضرتی صومعه، زهرا (۱۳۹۵). میزان دینداری زنان دانشجو و عوامل اجتماعی مؤثر در آن (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران). مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان سابق)، ۱۹، (۷۳)، ۱۲۵-۱۵۱.
۶. رضاییان، عالیه، و ادیسی، افسانه (۲۰۱۸). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم. مطالعات میان فرهنگی، ۱۳ (۳۴)، ۹-۳۵.
۷. شریعتی، سارا (۱۳۹۴). دین عامه، دین خاموشی. انجمن جامعه‌شناسی ایران. گزارش نشست ۴ اسفند ۱۳۹۴.
۸. شریعتی، سارا (۱۳۹۶). دین عامه، معانی و چرایی. سایت ششم. نشست ۶ دی ۱۳۹۶.
۹. کاظمی، حسنا، عقیلی، وحید، و دلاور، علی (۱۳۹۷). نقش شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری ارتباطات بین فرهنگی. رسانه و فرهنگ، ۸ (۱)، ۱۹۹-۲۱۸.
۱۰. گنجی، محمد، و هلالی ستوده، مینا (۱۳۹۰). رابطه گونه‌های دینداری و سرمایه اجتماعی (رویکردی نظری و تجربی در بین مردم شهرستان کاشان). جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۲ (۲)، ۹۵-۱۲۰.
۱۱. مجردی، وحید، اسلامی، علی، و سعید، جمال (۱۳۹۳). بررسی وضعیت استفاده از شبکه‌های مجازی در بین دانشجویان. فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، ۸۵-۹۹.
۱۲. محدثی، حسن (۱۳۹۷). روایت ایرانی جامعه‌شناسی دین. تهران: تیسرا.

۱۳. مزینانی، کاظم (۱۳۹۳). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و هویت دینی کاربران. فصلنامه ره آورد نور، ۱۳(۴۶)، ۲۲-۳۶.
۱۴. میرفردی، اصغر، مختاری، مریم، و ولی‌نژاد، عبدالله (۱۳۹۶). میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج). جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۸(۲)، ۱-۱۶.
۱۵. وهابی، احمد، یعقوبی، مختار، وهابی، بشری، صیادی، مهناز، و آزادی، نمامعلی (۱۳۹۴). بررسی رابطه دینداری با پیشرفت تحصیلی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کردستان در سال ۱۳۹۴. مجله علوم پزشکی زانکو، ۶۰(۶۰)، ۷۱-۸۲.
16. Al-Qdah, T. & Anabtawi, F. (2018). The impact of The Characteristics of social networking sites on different values among young people in the society of Jordan. *Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS)*, 7(3), 172-186.
17. Berliani, F. (2018, July). The Sanctity Of Religion In The Era Of Social Media: An Observation To Some Indonesian Da'wah Account Followers In The Early 2018. In *The 5 the World Conference on Islamic Thought & Civilization Securing The Future* (pp. 133-138).
18. Kgate, M. S. (2018). Social media and religion: Missiological perspective on the link between Facebook and the emergence of prophetic churches in southern Africa. *Verbum et Ecclesia*, 39(1), 1-6.
19. McClure, P. K. (2016). Faith and Facebook in a Pluralistic Age: The Effects of Social Networking Sites on the Religious Beliefs of Emerging Adults. *Sociological Perspectives*, 59(4), 813-844.
20. Platz, T. (2018). *From Pews to Profiles: The Impact of Facebook on Church Attendance*. The Univeristy of Wisconsin-Whitewater.
21. Robinson-Neal, Andréé. (2008). Enhancing the Spiritual Relationship: The Impact of Virtual Worship on the Real World Church Experience. *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 3(1). Retrieved May 27, 2009, from:
http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/frontdoor.php?source_opus=8296.