

Meta-Analysis of Studies on the Relationship Between Virtual Space and Religiosity in Iran During 2011-2021

Mohsen Niazi^{*}, Mohammad Reza Heshmaty^{}
Ayoub Sakhaei^{***}, Neda Khodakarmian Gilan^{****}**

Abstract

Given the advancements in humanities and social sciences research, conducting comprehensive studies on a single topic has become increasingly challenging. As a result, researchers have turned to systematically combining existing research within a field. The objective of this study was to employ meta-analysis to analyze and draw conclusions from research conducted on the relationship between virtual space and religiosity. To this end, 18 relevant studies from 2011 to 2021 were selected for examination. After assessing the assumptions of homogeneity and publication bias, the results indicated that the effect sizes of the different studies varied, and no evidence of publication bias was found. The results reveal that the effect size of the relationship between virtual space and religiosity is 0.25, which, according to Cohen's interpretation, is considered a medium effect size. Furthermore, considering the year of the study as a moderating variable, the effect size coefficient decreased significantly, and this relationship was also statistically confirmed.

Keywords: Meta-analysis, religiosity, virtual space, effect size, Iran.

* Professor of Sociology, University of Kashan, niazim@kashanu.ac.ir

** Ph.D. Candidate of Sociology, studying Iranian social issues, University of Kashan (Corresponding Author),
rezaheshmaty1037@gmail.com

*** Assistant Professor Sociology, University of Kashan, sakhaei@kashanu.ac.ir

**** Ph.D. Candidate of Sociology, studying Iranian social issues, University of Kashan,
n.khodakarmian.g@gmail.com

Date received: 21/11/2024, Date of acceptance: 23/02/2025



Meta-Analysis of Studies on the Relationship Between Virtual Space and Religiosity in Iran During 2011-2021

Introduction

In the contemporary era, mass media plays a pivotal role in various dimensions of societal life, and in the post-industrial age, control over communication and information networks is considered a form of power. Among these, virtual space, as a novel technology, has exerted significant influences on the cultural aspects of societies and has gradually become a fundamental platform for communication. Simultaneously, religion, as a core element of individual and social identity, has consistently played a decisive role in shaping human beliefs and behaviors. The expansion of globalization and the penetration of social networks have further highlighted the importance of religion in social interactions and the formation of collective identity. Nevertheless, recent research in Iran indicates a decline in the level of religiosity and religious identity among young people, which could entail negative consequences for society. In this context, the increasing proliferation of virtual space and the dissemination of diverse content underscore the necessity of scientifically investigating the impacts of this space on religiosity, particularly among the youth. The central issue of the present study is to conduct a systematic and comprehensive review of research conducted on the relationship between virtual space and religiosity in Iran during the years 2011 to 2021. The objective of this meta-analysis is to achieve an overall estimate of the magnitude and direction of this relationship, as well as to identify potential moderating factors, especially the year of the study. The main research questions are: 1) What is the overall effect size of the relationship between virtual space and religiosity in studies conducted in Iran during 2011-2021? 2) Does the year of the study, as a moderating variable, influence the effect size of this relationship? The existing research suggests that the interaction between virtual space and religiosity is a complex and multifaceted issue. Some studies emphasize the opportunities that virtual space offers for the dissemination of religious teachings and the creation of online religious communities, while others focus on challenges such as the spread of misinformation, inappropriate content, and the reduction of face-to-face interactions in religious settings. Research conducted in Iran has also shown varying results in this area, highlighting the need for a meta-analysis to achieve a more comprehensive perspective.

Methodology

The present study employed a meta-analysis method to determine the overall effect size of the relationship between virtual space and religiosity and to examine the role of the year of the study as a moderating variable. The statistical population of this research comprised all studies conducted on the relationship between virtual space and religiosity in Iran within the time frame of 2011 to 2021. Following a systematic search in reputable databases and a careful evaluation of inclusion and exclusion criteria, 18 studies (including peer-reviewed journal articles and master's theses) with quantifiable and combinable data were selected for the final analysis. The data collection instrument consisted of the published reports of the 18 selected studies. Information such as the study title, year of publication, sample size, instruments used to measure religiosity and virtual space usage, and the correlation coefficient (r) between these two variables were extracted from each study. For data analysis and the calculation of the overall effect size, the assessment of study homogeneity, the evaluation of publication bias, and the examination of the moderating role of the year of the study, CMA2 (Comprehensive Meta-Analysis version 2) software was utilized. The strength of the relationship between virtual space and religiosity was measured using Pearson's correlation coefficient (r) as the effect size index. According to Cohen's interpretation, an effect size between 0.1 and 0.3 is considered small, between 0.3 and 0.5 is medium, and above 0.5 is large. The Q test and the I^2 index were used to assess homogeneity. Publication bias was evaluated through funnel plots, Egger's linear regression test, and Begg and Mazumdar's rank correlation test.

Discussion and Conclusion

The findings of this meta-analysis suggest that, overall, there has been a medium and negative relationship between the use of virtual space and religiosity in Iran during the years 2011-2021. This finding could be attributed to several factors, such as access to diverse and sometimes contradictory content to religious teachings, reduced face-to-face interactions in religious settings, and the cultural and value influences of virtual space. However, another important finding of this study is the significant decrease in the strength of this negative relationship over time. This may indicate a gradual adaptation of individuals and religious institutions to virtual space, the development of positive uses of this space in line with religious goals, or changes in patterns of virtual space usage. Future research is recommended to more precisely investigate the underlying and mediating factors that may moderate this relationship. Additionally, studying the

qualitative developments in how individuals and religious groups interact with virtual space over time could provide valuable insights.

Conclusion

The results of the meta-analysis revealed that the overall effect size of the relationship between virtual space and religiosity in the 18 selected studies, using a random-effects model, was -0.256 (95% confidence interval: -0.322 to -0.192). This effect size, according to Cohen's interpretation, is medium and in the negative direction, indicating that, on average, increased use of virtual space was associated with a decrease in the level of religiosity in the studied samples in Iran during 2011-2021. The Q test for homogeneity indicated that the studies were heterogeneous in terms of effect size ($Q = 158.149$, $df = 17$, $p < 0.001$), and the I^2 index also showed a high value (89.25%), confirming significant heterogeneity among the studies. The assessment of publication bias through funnel plots and statistical tests (Egger's regression and Begg and Mazumdar's rank correlation) did not reveal significant evidence of publication bias. Furthermore, the fail-safe N test indicated that a very large number of studies with a null effect would be needed to invalidate the findings, suggesting the robustness of the results. In examining the role of the year of the study as a moderating variable, meta-regression analysis was employed. The results showed that the year of the study significantly influenced the effect size of the relationship between virtual space and religiosity ($Q = 6.33$, $df = 1$, $p = 0.011$). The effect size coefficient decreased over time, meaning that the strength of the negative relationship between virtual space and religiosity was weaker in more recent studies compared to older studies.

Bibliography

- Abedi, A.; Areezi, H. and Mohammadzadeh, F (2006), "An Introduction to Meta-Analysis Research Method in Educational Research", Quarterly of the Faculty and University, Year 12, No. 4, 121-140. [In Persian].
- Ahangari, E, et al. (2018), "Investigating the relationship between the use of mobile social networks and the level of adherence to religious beliefs among students aged 12 to 18 in Kashmar city", Quarterly Journal of Khorasan Social and Cultural Studies, Article 2, Volume 12, No. 3 (47th issue), 5-36. [In Persian].
- Alavi, S.; Jannatifard, F. and Marathi, M (2010), "Comparison of National and Religious Identity in Internet Addicts and Non-Addicts", Society for Cultural Research, Institute for Humanities and Cultural Studies, Year 1, No. 1, 107-119. [In Persian].

241 Abstract

- Alvin T (1997), "Towards a New Civilization", Translated by Mohammad Reza Jafari, Tehran: Simorgh Publications, 3rd Edition. [In Persian].
- Arman H, Ramezani Baseri A. (2016). A Study of the Relation of the Internet and Satellite Programs Usage with the Religious Identity in High School Students. *qaiie*. 1(1), 39-60. [In Persian].
- Bailly, R., & Vlachopoulou, X. (2024). L'adolescent chrysalide engagé dans l'espace virtuel. *Cliniques*, 27(1), 70-81.
- Castells, M (2001), "Economy, Society and Culture", translated by Ahad Ali Qolyan and Afshin Khakbaz, second edition, Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance Publications. [In Persian].
- Chitsaz Qomi, M (2004), "Generational Gap in Iran: Myth or Reality, by Alikhani", Tehran: Jihad Daneshgahi Humanities Research Institute. [In Persian].
- Dadgaran, M (2006), "Fundamentals of Mass Communication", Tehran: Morvarid, Science Publishing. [In Persian].
- Delavar, A (2005), "Theoretical and Practical Foundations - Research in Social Sciences and Humanities", Tehran: Roshd. [In Persian].
- Esmaili, R; Vahida Rahmani, Gh (2017), "Investigating cultural changes resulting from the use of satellite media in the field of family values." (Case study: Families in Farashband County, Fars Province in 2015), *Bi-Quarterly Scientific and Research Journal of the Cultural Guard of the Islamic Revolution, Faculty of Islamic Humanities and Soft Power, Imam Hussein (AS) University of Officer Training and Guards*, Year 6, Issue 73. [In Persian].
- Farhangi, A. and Jame, R. (2010), "Media and Religion", *Cultural Research Quarterly*, Year 11, No. 10, 147-182. [In Persian].
- Farzaneh S, Falahat Shahab al-Dini Razieh. Investigating social factors affecting the tendency to use virtual social networks (Case study: female students of the second year of secondary school in Babol). 1. 2015; 1 (1): 1-22. [In Persian].
- Ghanbarian, A (2017), "The Effect of Virtual Leisure and Computer Games on Adolescents' Religious Identity", *Journal of Culture and Communication Studies*, Volume 18, Issue 39 - Serial Issue 71. [In Persian].
- Ghanbarian-Brizian, A and Darvishi, M (2016), "Investigating the Effect of Cyberspace Consumption on Religiosity and Family Values, Case Study: Isfahan", *Journal of Lifestyle Sociology*, Issue 8: 219-254. [In Persian].
- Ghasemi, V; Adlipour, S and Kianpour, M (2012), "Interaction in the virtual space of Internet social networks and its impact on the religious identity of young people, a case study of Facebook and the youth of Isfahan." *Quarterly Journal of Religion and Communication*, Volume 19, Number 42: 5-36. [In Persian].
- Ghorbanizadeh, V (2015), "Meta-Analysis Research Method with CMA2 Software", Tehran: Baztab. [In Persian].
- Giddens, a (2004), "Modernity and Identity", translated by Mofavqian, N., Tehran: Nei Publications. [In Persian].

- Giorgi, A., & Annicchino, P. (2017). 'Genuine' religions and their arena of legitimation in Italy—the role of the ECtHR. *Religion, State & Society*, 45(3-4), 284-296.
- Giorgi, A., & Annicchino, P. (2020). Open Access' Genuine' religions and their arena of legitimation in Italy—the role of the ECtHR. In *The European Court of Human Rights and Minority Religions* (pp. 163-175). Routledge.
- Gunther, B (2005), "Methods of Media Research", translated by Niko, M., Tehran: General Directorate of Sima Research. [In Persian].
- Heydar, A (2008), "A Practical Guide to Meta-Analysis in Scientific Research", Tehran: Samt. [In Persian].
- Hjelm, T. (2024). Peter L. Berger on Religion: The Social Reality of Religion. Taylor & Francis.
- Hughes, S (1980), "Consciousness and Society", translated by Foladvand, Tehran: Islamic Revolution Publication and Education Organization, first edition [In Persian].
- Imamjomehzadeh, S; Zohreh, M; Rahbarqazi, M; Saeedi Abulshaqi, L (2013). Examining Relationship between Media Consumption and Lifestyle A case study of Isfahan University students, *Quarterly Journal of Communication Research*, 2013, Vol. 20, No. 2 (74), 101-120. [In Persian].
- Jenkins, R (2002), "Social Identity", translated by Yarahmadi, Tehran: Shirazeh Publishing. [In Persian].
- Karvani, A (2018), "Interaction in Cyberspace and Its Effect on the National Identity of Students at the University of Sistan and Baluchestan", *Journal of National Studies*, Issue 2: 113-128. [In Persian].
- Kaveh Gh, Tajik Esmaili, (2017), "Investigating the Relationship between Youth's Use of Social Networks and Participation in Religious Ceremonies", *Scientific Research Journal of Applied Issues of Islamic Education*, Summer 2, 2017, No. 2 (3 consecutive issues) [In Persian].
- Khoshfar, Gh; Mirzakhani, Sh (2017). The way social networks are used; backgrounds and causes (Case Study: Youth of City of Gorgan, *Media Magazine*, 29 (4). [In Persian].
- Kozer, L (2001), "Life and Thought of Sociological Grandmasters", translated by Salasi, M., Tehran: Scientific Publications. [In Persian].
- Mirfardi, Asghar; Mokhtari, Maryam; Valinejad, Abdollah (2015), "The Level of Religiosity and Its Relationship with the Use of Internet Social Networks (Case Study: Students of Yasuj University)". *Applied Sociology*. Year 28, Issue 2, Serial 66, 1-16. [In Persian].
- Mirsaed Ghazi, A and H (2002), *Audience Analysis and Opinion Survey in Mass Media*. Tehran: Ann. [In Persian].
- Mohsenian-Rad, M (2005), "Communication Studies of Human Communication (Interpersonal and Group-Collective)", Tehran: Soroush Publications. [In Persian].
- Nejati Hosseini, M (2012), "Representation of God in Persian Blogfy (Analysis of Popular Online Virtual Theologies in Iran)", *Quarterly Journal of Religion and Communication*, Year 19, Issue 1, 157-194. [In Persian].
- Nematifar, S and Saforaei, M (2019), "Investigating the Effect of Social Network Use on Hijab and Covering of Users with Emphasis on Religiosity Dimensions (Case Study: Female Users of Instagram Social Network)", *Journal of Religion and Communication*, Vol. 26 (1), 335-362. [In Persian].

243 Abstract

- Niazi, M. and Shoa, S (2016), "A Meta-Analysis on the Relationship between Cultural Capital and Body Management", *Journal of Iranian Cultural Research*, Vol. 9, No. 1, 61-81. [In Persian].
- Patricia, W (2003), "Psychology of the Internet", translated by Fazlollah Ghanadi, Tehran: Cambridge University Press, Iran No. Publishing House. [In Persian].
- Qarabaghi, H; Salehi, V; Delrouz, K (2021). Effect of Virtual Social Networks on Religious Orientation, Ethics, Academic Achievement and Leisure among the Youth in Hamedan Province, *Strategic Studies of Sports and Youth*, 20 (51), 71-96. [In Persian].
- Rostami, M (2017), "Investigating the impact of social networks on the culture and religious beliefs (identity) of users, case study: users in Isfahan province", *Quarterly Journal of Social Sciences*, Year 11, Issue 2, 45-71. [In Persian].
- Serajzadeh, M (1996), "Investigating the Relationship between Religiosity and Delinquency among Tehran High School Students," Tehran: Education Department. [In Persian].
- Shin, D. J. (2024). MARSHALL MCLUHAN'S MEDIA THEORY AND RHETORIC. *INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATIONS IN CENTRAL ASIA*.
- Sorin, V. and Tankard W. (2005), "Theories of Communication", translated by Dehghan, Tehran: University of Tehran. [In Persian].
- Taghavi, S; Aslani, Sh (2017), "Investigating the Relationship between Media Consumption, Religiosity, and Family Values: A Case Study of Semnan City", *Bi-Quarterly Journal of Social-Political Research on Women and Family*, 5 (2), 181-205. [In Persian].
- Tavassoli, Gh (1992), "Sociological Theories", Tehran: Organization for the Study and Compilation of University Humanities Books (SAMT). [In Persian].
- Weimer, R. and Dominick, J (2005), "Research and Mass Media", Translated by Seyed Emami, K., Tehran: Soroush Publications. [In Persian].
- Zaki, M (2013), "Internet and the level of religiosity of youth (Case: 19-30-year-old girls and boys in Isfahan)", *Quarterly Journal of Information and Communication Technology in Educational Sciences*, Year 4, No. 2, pp. 21-43. [In Persian].

فرا تحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و دینداری در ایران در سال‌های ۱۳۹۰-۱۴۰۰

محسن نیازی *

محمدرضا حشمتی **، ایوب سخایی ***، ندا خداکرمیان گیلان ****

چکیده

با توجه به پیشرفت تحقیقات در زمینه علوم انسانی و اجتماعی، تحقیقات جامع بر روی یک موضوع تا حد امکان دشوار است؛ بنابراین، محققان به ترکیب تحقیقات موجود در یک حوزه به منظم‌ترین روش ممکن روی آورده‌اند. هدف این پژوهش، استفاده از روش فرا تحلیل برای تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری از تحقیقات انجام‌شده در زمینه ارتباط بین فضای مجازی و دینداری است. برای این منظور، ۱۸ تحقیق مرتبط از سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ برای بررسی انتخاب شده است. پس از بررسی فرضیات همگنی و عدم سوگیری در انتشار تحقیقات، نتایج نشان داد که اندازه اثر مطالعات مختلف با هم متفاوت است و شواهدی مبنی بر سوگیری انتشار یافت نشد. نتایج نشان می‌دهد که اندازه اثر فضای مجازی و دینداری معادل ۰.۲۵ است که با توجه به تفسیر کوهن، این تأثیر به عنوان یک تأثیر متوسط مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. همچنین، با در نظر گرفتن سال انجام تحقیق به عنوان متغیر تعدیل‌کننده، ضریب اندازه اثر به طور معنی‌داری کاهش می‌یابد و این ارتباط نیز به لحاظ آماری تأیید شده است.

کلیدواژه‌ها: فرا تحلیل، دینداری، فضای مجازی، اندازه اثر، ایران.

* استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه کاشان، niazim@kashanu.ac.ir

** دانشجوی دکترا جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول)،
rezaheshmaty1037@gmail.com

*** استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه کاشان، sakhaei@kashanu.ac.ir

**** دانشجوی دکترا جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، n.khodakaramian.g@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۰۵



۱. مقدمه

امروز، وسایل ارتباط جمعی در همه کشورها نقش حیاتی را در ابعاد مختلف از جمله سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارند. اهمیت رسانه‌های گروهی به حدی است که در تقسیم‌بندی مراحل تاریخی تمدن بشر نیز مدنظر قرار می‌گیرد. بر اساس نظریه آلوین تافلر، تمدن بشری به سه دوره تقسیم می‌شود: دوره کشاورزی، دوره صنعتی و دوره فراصنعتی تقسیم می‌شود. در دوره فراصنعتی، قدرت در دست کسانی است که کنترل شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار دارند (تافلر، ۱۳۷۷: ۵۷). از میان عوامل تأثیرگذار که در بعد فرهنگی جوامع امروزی برجسته‌اند، فضای مجازی به عنوان یک فناوری نوین نقش مهمی را ایفا می‌کند. نقش فضای مجازی در توسعه کشورها غیرقابل انکار است و احتمالاً در آینده‌ای نزدیک، به مرکزی برای ارتباطات بین جوامع و افراد تبدیل خواهد شد (کاروانی، ۱۳۹۷: ۱۱۷). همچنین طبق آموزش‌های پاترشی (۱۳۸۲: ۴۰۳)، اینترنت به عنوان یک فناوری نوین، در دو جنبه اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار است و در انواع فعالیت‌های انسانی نقش بسزایی دارد. کاستلز نشان داد (۱۳۸۰: ۱۳) که اینترنت تجربه‌ی اجتماعی و انسانی را در سراسر جهان مشخص می‌کند (اشرفی، ۱۳۷۷). از سوی دیگر، دین به عنوان یکی از بنیادی‌ترین جنبه‌های هویت فردی و اجتماعی، همواره در شکل‌دهی به باورها و رفتارهای انسان‌ها نقش مهمی داشته است. تحقیقات چیت‌ساز قمی (۱۳۸۳: ۱۹۶) نشان می‌دهد که با گسترش جهانی‌شدن و نفوذ شبکه‌های اجتماعی، اهمیت دین در ارتباطات اجتماعی و شکل‌دهی به هویت جمعی بیش از پیش نمایان شده است. مطالعات اخیر در ایران، نشان می‌دهند که میزان دینداری و هویت دینی جوانان در ایران کاهش یافته است، که این موضوع می‌تواند تأثیرات منفی بر جامعه داشته باشد. با توجه به گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی و انتشار محتوای متنوع، اهمیت بررسی علمی این پدیده به ویژه در بین جوانان بیشتر شده است، که محتواهای این شبکه‌ها با اصول و آموزه‌های دینی تعارض دارد (علوی و همکاران، ۱۳۸۹؛ موسوی و کلانتری، ۱۳۹۰؛ سفیری و نعمت‌اللهی، ۱۳۹۰؛ باهنر و جعفری، ۱۳۹۱؛ کریمیان صیقلانی، ۱۳۹۱؛ احمدی و همکاران، ۱۳۹۳ و ریاحی و همکاران، ۱۳۹۳).

فضای مجازی و دینداری؛ دو مفهومی که در ابتدا ممکن است متضاد به نظر برسند. با این حال، پژوهش‌های متعدد نشان می‌دهند که این دو حوزه می‌توانند بر یکدیگر تأثیرگذار باشند. امروزه فناوری‌های ارتباطی و اینترنت نقش مهمی در زندگی روزمره ما ایفا می‌کنند، بررسی تعامل میان فضای مجازی و دینداری اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. فضای مجازی، با ایجاد

فرصت‌های جدید برای انتشار و دریافت اطلاعات دینی، می‌تواند بر باورها و رفتارهای مذهبی افراد تأثیر بگذارد. از سوی دیگر، دینداری نیز می‌تواند نحوه استفاده افراد از فضای مجازی را شکل دهد. این تعامل پیچیده و دوسویه، موضوع مطالعات فراوانی در حوزه‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی، روانشناسی و مطالعات دینی قرار گرفته است (Stone, 2001). یکی از چالش‌های اصلی در زمینه تعامل فضای مجازی و دینداری، مسائل مربوط به حریم خصوصی، امنیت و محتوای نامناسب است. فضای مجازی می‌تواند محیطی برای انتشار اطلاعات نادرست، شایعات و محتوای غیراخلاقی باشد که با آموزه‌های دینی در تضاد است. همچنین، نگرانی‌هایی در خصوص حفظ حریم خصوصی کاربران و امنیت داده‌های آنها در فضای آنلاین وجود دارد که می‌تواند باعث تردید در استفاده از این فضا برای فعالیت‌های دینی شود. از سوی دیگر، برخی جوامع و گروه‌های مذهبی ممکن است محدودیت‌ها و قوانین سختگیرانه‌ای را در مورد استفاده از فضای مجازی اعمال کنند که می‌تواند موجب محدودیت دسترسی به منابع دینی آنلاین و همچنین محدودیت در آزادی بیان و تبادل اطلاعات شود. این امر می‌تواند چالش‌هایی را در زمینه حقوق بشر و آزادی‌های فردی ایجاد کند. علاوه بر این، تفسیرهای متفاوت از آموزه‌های دینی در فضای آنلاین و عدم وجود یک مرجع واحد و معتبر، می‌تواند منجر به سردرگمی و اختلافات در میان پیروان یک دین شود. این موضوع لزوم آموزش سواد رسانه‌ای و قضاوت انتقادی در استفاده از منابع آنلاین را برجسته می‌کند. برای درک بهتر تأثیر این چالش‌ها بر دینداری و یافتن راهکارهای مناسب، نیاز به پژوهش‌های جامع و نظام‌مند است. در این راستا، مطالعه حاضر با هدف بررسی جامع و نظام‌مند تأثیر فضای مجازی بر دینداری، اقدام به فرا تحلیل پژوهش‌های پیشین در این حوزه نموده است. با گردآوری و تحلیل مطالعات انجام شده از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، این پژوهش سعی دارد تا به یک تصویر کلی از تأثیرات مثبت و منفی فضای مجازی بر دینداری دست یابد. با توجه به گسترش روزافزون استفاده از فضای مجازی و اهمیت دین در زندگی افراد، این فرا تحلیل می‌تواند به درک عمیق‌تر از تعامل پیچیده بین این دو پدیده و ارائه راهکارهایی برای بهره‌گیری بهتر از فضای مجازی در جهت تقویت دینداری و کاهش آسیب‌های احتمالی آن کمک کند.

۲. مبانی نظری

فضای مجازی یا اینترنت، شبکه‌ای جهانی از شبکه‌های کامپیوتری است که به میلیاردها دستگاه در سراسر جهان اجازه می‌دهد تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. فضای مجازی مفهومی بسیار

گسترده است. تعاملی بودن یکی از ویژگی‌های بارز و متمایزکننده فضای مجازی است که آن را از رسانه‌های سنتی متمایز می‌کند. این ویژگی به معنای امکان برقراری ارتباط دوسویه، آنی و مستقیم بین کاربران در هر نقطه از جهان است. تعاملی بودن فضای مجازی تحول بزرگی در نحوه ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. این ویژگی هم فرصت‌های بی‌نظیری را برای توسعه ارتباطات، همکاری و دسترسی به اطلاعات فراهم کرده است و هم چالش‌هایی را در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی ایجاد کرده است (Bailly & Vlachopoulou, 2024). فضای مجازی به عنوان یک پدیده نوظهور، تأثیرات شگرفی بر ابعاد مختلف زندگی انسان از جمله دینداری گذاشته است. این فضا با فراهم آوردن دسترسی آسان به اطلاعات دینی متنوع، فرصت‌های جدیدی را برای تعمیق باورهای دینی و ارتباط با جوامع مذهبی ایجاد کرده است. از سوی دیگر، تنوع اطلاعات، وجود نظرات متضاد و امکان ارتباط با افراد با باورهای متفاوت، می‌تواند به چالش کشیدن باورهای دینی و ایجاد شک و تردید در برخی افراد منجر شود.

پیتر برگر (Peter Berger) دین را به عنوان یک واقعیت اجتماعی می‌بیند که در ساختار جامعه نقش مهمی دارد. او بر این باور است که دین به عنوان یک نظام نمادین، به انسان‌ها معنا و جهت‌گیری می‌دهد و به ایجاد نظم اجتماعی کمک می‌کند. همچنین برگر بر فرایند سکولاریزاسیون در جوامع مدرن تأکید دارد و معتقد است که با افزایش مدرنیزاسیون، نقش سنتی دین در جامعه تضعیف می‌شود. برگر معتقد است که واقعیت اجتماعی ساخته می‌شود و از طریق تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد. دین نیز به عنوان یک واقعیت اجتماعی، محصول تعاملات انسانی و ساخته شده توسط جامعه است. وی فرایند سکولاریزاسیون را به عنوان کاهش نفوذ نهادهای دینی در زندگی اجتماعی و افزایش اهمیت عقلانیت و فردگرایی می‌داند. معتقد است دین از طریق نمادها و معناهایی که به زندگی انسان‌ها می‌بخشد، به یکپارچگی اجتماعی کمک می‌کند (Hjelm, 2024).

پیتر برگر، جامعه‌شناس برجسته و نظریه‌پرداز دین، اگرچه در زمان حیات خود به طور مستقیم به پدیده فضای مجازی نپرداخت، اما نظریات او در مورد دین، جامعه و مدرنیته می‌تواند برای تحلیل تأثیر فضای مجازی بر دین بسیار مفید باشد. فضای مجازی نیز مانند دین، یک نظام نمادین پیچیده است که معناها و ارزش‌هایی را تولید و توزیع می‌کند. شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها و سایر پلتفرم‌های آنلاین، فضاهایی برای ایجاد و به اشتراک‌گذاری نمادهای دینی هستند.

برخی معتقدند که فضای مجازی فرآیند سکولاریزاسیون را تسریع می‌کند. دسترسی آسان به اطلاعات، تنوع باورها و تضعیف نقش نهادهای دینی سنتی، همگی عواملی هستند که می‌توانند به کاهش نفوذ دین در زندگی افراد منجر شوند. با این حال، برخی دیگر بر این باورند که فضای مجازی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای احیای دین و تعاملات دینی ایجاد کند. برگر بر این باور است که واقعیت اجتماعی ساخته می‌شود و از طریق تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد. فضای مجازی نیز به عنوان یک فضای اجتماعی، در ساخت واقعیت‌های جدید و تغییر درک ما از جهان نقش دارد.

جیمز دی جیورجی (James D. G. Giorgi) فیلسوف و روانشناس ایتالیایی - آمریکایی، به عنوان یکی از پیشگامان روش‌شناسی فنومنولوژیکی در حوزه روانشناسی، دیدگاه منحصر به فردی در مورد تجربه زیسته انسان‌ها از پدیده‌ها ارائه می‌دهد. فنومنولوژی به دنبال درک مستقیم و بدون واسطه از پدیده‌ها، از جمله تجربه زیسته دین، است. جیورجی معتقد است که برای درک معنا و اهمیت دین در زندگی افراد، باید به تجربه زیسته آن‌ها از دین توجه کنیم. او با استفاده از روش‌های مصاحبه عمیق و تحلیل کیفی، به بررسی توصیفات افراد از تجربه‌های دینی خود می‌پردازد. جیورجی نشان داد که تجربه دینی هر فرد منحصر به فرد است و تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، و شخصی قرار دارد. در فضای مجازی، این تجربه حتی پیچیده‌تر می‌شود، زیرا افراد می‌توانند هویت‌های دینی چندگانه‌ای را تجربه کنند و با جوامع مجازی متنوعی تعامل داشته باشند. فنومنولوژی به ما کمک می‌کند تا به ابعاد پنهان و ناخودآگاه تجربه دینی پی ببریم. به عنوان مثال، ممکن است افرادی که در فضای مجازی فعالیت مذهبی دارند، احساس کنند که به یک جامعه معنوی تعلق دارند، در حالی که در زندگی روزمره خود احساس انزوا کنند. فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک فضای آزمایش برای تحولات معنوی عمل کند. افراد می‌توانند در این فضا، باورهای خود را به چالش بکشند، تجربه‌های جدیدی کسب کنند و به معنایابی جدیدی برسند (Giorgi & Annicchino, 2020, 2017).

از سوی دیگر مارشال مک‌لوهان (Marshall McLuhan)، فیلسوف رسانه‌ای کانادایی، با ایده‌های نوآورانه خود در مورد تأثیر رسانه‌ها بر جامعه، بینش‌های ارزشمندی را برای تحلیل رابطه دین و فضای مجازی ارائه می‌دهد. مک‌لوهان معتقد بود که رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های الکترونیکی، جهان را به یک "دهکده جهانی" تبدیل می‌کنند که در آن افراد از سراسر جهان به راحتی می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این ایده، به ویژه در عصر دیجیتال و با ظهور اینترنت، بسیار مرتبط است. مک‌لوهان معتقد بود که هر رسانه‌ای، پیام خود را دارد و بر نحوه

تفکر و درک ما از جهان تأثیر می‌گذارد. او این ایده را با عبارت معروف "رسانه، پیام است" بیان کرد. در این راستا، فضای مجازی به عنوان یک رسانه قدرتمند، تأثیرات عمیقی بر دین و معنویت گذاشته است. فضای مجازی امکان تجربه دینی را در اشکال جدید و متنوعی فراهم می‌کند. افراد می‌توانند در جوامع مجازی مذهبی شرکت کنند، به محتوای دینی دسترسی داشته باشند و با افراد هم‌کیش خود از سراسر جهان ارتباط برقرار کنند. فضای مجازی به جهانی شدن دین کمک می‌کند و باعث می‌شود تا افراد با طیف وسیعی از باورهای دینی آشنا شوند. این امر می‌تواند به همزیستی مسالمت‌آمیز ادیان کمک کند یا برعکس، منجر به تعارضات و اختلافات شود. فضای مجازی می‌تواند نقش نهادهای دینی سنتی را تغییر دهد. افراد می‌توانند به جای مراجعه به روحانیون، به دنبال پاسخ سؤالات دینی خود در فضای مجازی باشند. فضای مجازی امکان ظهور اشکال جدید از معنویت را فراهم می‌کند که لزوماً با دین‌های سنتی مرتبط نیستند (Shin, 2024).

سه نظریه‌پرداز برجسته‌ای که در متن ذکر شده‌اند، یعنی پیتز برگر، جیمز جیورجی و مارشال مک‌لوهان، هر یک از زوایای مختلفی به رابطه بین دین و فضای مجازی پرداخته‌اند. در این تحلیل، تلاش می‌شود تا این نظریات با یکدیگر تلفیق شده و یک تصویر جامع‌تر از این رابطه ارائه شود. برگر بر نقش دین در ساختار اجتماعی و ایجاد معنا و جهت‌گیری برای افراد تأکید می‌کند. وی دین را محصول تعاملات اجتماعی می‌داند که با تغییر این تعاملات، دین نیز متحول می‌شود. فرایند سکولاریزاسیون، به عنوان کاهش نفوذ نهادهای دینی، یکی از مهم‌ترین تحولات اجتماعی است که بر دین تأثیر می‌گذارد. جیورجی با رویکرد فنومنولوژیکی خود، بر تجربه زیسته افراد از دین تأکید می‌کند. وی معتقد است که دین نه تنها یک ساختار اجتماعی، بلکه یک تجربه شخصی و منحصر به فرد است. فضای مجازی این تجربه را پیچیده‌تر کرده و امکان تجربه هویت‌های دینی چندگانه را فراهم می‌کند. مک‌لوهان بر نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی واقعیت تأکید دارد. وی معتقد است که هر رسانه‌ای، از جمله فضای مجازی، پیام خود را دارد و بر نحوه تفکر و درک ما از جهان تأثیر می‌گذارد. فضای مجازی به عنوان یک دهکده جهانی، امکان دسترسی به اطلاعات دینی و تعامل با افراد هم‌کیش را از سراسر جهان فراهم می‌کند. همگی این نظریه‌پردازان بر نقش تعاملات اجتماعی در شکل‌دهی دین تأکید دارند. فضای مجازی به عنوان یک میدان اجتماعی جدید، این تعاملات را متحول کرده و به شکل‌گیری اشکال جدیدی از دین کمک کرده است. فضای مجازی هم می‌تواند فرایند سکولاریزاسیون را تسریع کند و هم فرصت‌هایی برای احیای دین ایجاد کند. دسترسی آسان به

اطلاعات و تنوع باورها می‌تواند به چالش کشیدن باورهای سنتی منجر شود، در عین حال، جوامع مجازی مذهبی می‌توانند به تقویت باورهای دینی کمک کنند. فضای مجازی تجربه زیسته دین را پیچیده‌تر کرده است. افراد می‌توانند هویت‌های دینی چندگانه‌ای را تجربه کنند و به طور همزمان به چندین جامعه مذهبی تعلق داشته باشند. هم دین و هم فضای مجازی بر اساس نمادها و معناهایی که تولید و توزیع می‌کنند، عمل می‌کنند. در فضای مجازی، این نمادها و معناها می‌توانند به سرعت تولید و منتشر شوند و بر باورها و رفتارهای افراد تاثیر بگذارند. با تلفیق نظریات برگر، جیورجی و مک‌لوهان می‌توان نتیجه گرفت که فضای مجازی تأثیرات عمیقی بر دین و معنویت گذاشته است. این تأثیرات همزمان می‌تواند منجر به تضعیف نهادهای دینی سنتی، ایجاد اشکال جدیدی از دین و تقویت تجربه شخصی و منحصر به فرد افراد از دین شود. برای درک بهتر این رابطه، نیاز به مطالعات بیشتر و جامع‌تری است.

۳. روش تحقیق

در این پژوهش از روش فرا تحلیل استفاده شده است. فرا تحلیل روشی آماری است که با ترکیب نتایج چندین پژوهش مستقل، به یک نتیجه‌گیری کلی و دقیق‌تر دست می‌یابد (نیازی و شعاع، ۱۳۹۵: ۶۹؛ هومن، ۱۳۸۷: ۲۷؛ دلاور، ۱۳۸۴). به عبارت دیگر، در فرا تحلیل، نتایج عددی مطالعات مختلف (مانند ضریب همبستگی) با استفاده از روش‌های آماری خاص ترکیب شده و یک برآورد کلی از اندازه اثر پدیده مورد مطالعه (یعنی رابطه بین فضای مجازی و دینداری) ارائه می‌شود. این روش به محققان اجازه می‌دهد تا با اطمینان بیشتری درباره وجود یا عدم وجود یک رابطه و قدرت آن اظهار نظر کنند (عابدی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۲۸؛ قربانی‌زاده، ۱۳۹۴: ۳۹). جامعه آماری این پژوهش را تمامی پژوهش‌های انجام شده در حوزه رابطه فضای مجازی و دینداری در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ تشکیل می‌دهد. پس از جستجوی گسترده در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر و بررسی دقیق معیارهای ورود و خروج، ۱۸ پژوهش (شامل مقالات علمی-پژوهشی و پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد) برای تحلیل انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها مقالات و پایان‌نامه‌های انتخاب شده، اطلاعاتی مانند عنوان پژوهش، سال انتشار، ابزار اندازه‌گیری، حجم نمونه و میزان معناداری نتایج استخراج شد. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار CMA2 استفاده شده است. قدرت رابطه بین فضای مجازی و دینداری با استفاده از شاخص r مورد سنجش قرار گرفته شده است. بر اساس این شاخص، اندازه اثرهای بین ۰.۱ تا ۰.۳ ضعیف، بین ۰.۳ تا ۰.۵ متوسط و بالاتر از ۰.۵ قوی تفسیر می‌شوند.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های انجام شده

ردیف	محقق	سال	جامعه آماری	نمونه آماری	نمونه گیری	ضرایب
۱	قرباغی، صالحی، دلروز	۱۴۰۰	۴۱۲	جوانان استان همدان	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۵۱۲
۲	نعمتی، فر، پاریزی	۱۳۹۸	۵۴۰	کاربران زن	تصادفی	۰/۲۰۹
۳	کاروانی، امینی زاده	۱۳۹۷	۴۰۰	دانشجویان	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۱۷۵
۴	تقوی، اصلاتی	۱۳۹۶	۴۰۱	شهروندان سمنان	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۲۱۷
۵	آهنگری و همکاران	۱۳۹۶	۲۵۰	دانش آموزان شهر کاشمر	دردسترس و داوطلبانه	-۰/۱۷۳
۶	قهقرخی، تاجیک اسماعیلی	۱۳۹۶	۳۸۴	دانشجویان دانشگاه شهرکرد	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۳۲
۷	قنبریان، درویشی	۱۳۹۵	۴۱۰	شهروندان اصفهانی	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۱۲۵
۸	خوش، فر، میرزاخانی	۱۳۹۵	۳۸۴	جوانان	تصادفی طبقه ای	-۰/۱۶۲
۹	تقوی صادقی	۱۳۹۵	۲۵۹	دانشجویان	سرشماری	-۰/۱۶۰
۱۰	رستمی، اسکویی، نشاط، فرقانی	۱۳۹۵	۲۰۶۵	شهروندان	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۲۹
۱۱	علی قنبریان	۱۳۹۵	۳۸۰۰	دانش آموزان	سهمیه ای	-۰/۱۷۲
۱۲	میر فردی، عبدالله نژاد	۱۳۹۴	۴۰۰	دانشجویان یاسوج	تصادفی	-۰/۶۳
۱۳	فلاحتی، شهاب الدینی	۱۳۹۴	۲۷۸	دانش آموزان	تصادفی ساده	-۰/۳۳۹
۱۴	رحمانی، وحید، اسماعیلی	۱۳۹۳	۳۶۴	شهروندان	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۳۳۰
۱۵	زکی	۱۳۹۲	۳۸۴	جوانان اصفهان	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۱۶۰
۱۶	قاسمی، عدلی، کیانیپور	۱۳۹۲	۴۲۴	کاربران جوان فیس بوک	غیر احتمالی	-۰/۰۳۵
۱۷	امام جمعه زاده، مرندی	۱۳۹۲	۱۳۸	دانشجویان	خوشه ای	۰/۱۰۱
۱۸	حیدری، باصری	۱۳۹۲	۳۷۰	دانش آموزان دوره متوسطه	خوشه ای چند مرحله ای	-۰/۴۱۹

فرا تحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و ... (محسن نیازی و دیگران) ۲۵۳

۴. یافته‌های پژوهش

در بخش پیشین، روش انجام پژوهش فراتحلیل به تفصیل تشریح شد. در این بخش، به ارائه و تفسیر یافته‌های حاصل از تحلیل ۱۸ پژوهش مرتبط با رابطه فضای مجازی و دینداری پرداخته می‌شود.

جدول ۲. نتایج رابطه فضای مجازی و دینداری

نام پژوهشگر	سال	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	z-value	p-value
قرباغی، صالحی، دلروز	۱۳۹۹	-۰/۵۱	-۰/۵۸	-۰/۴۴	-۱۱/۴۴	۰/۰۱
نعمتی، فر، پاریزی	۱۳۹۸	-۰/۲۱	-۰/۲۹	-۰/۱۳	-۴/۹۲	۰/۰۱
کاروانی، امینی زاده	۱۳۹۷	-۰/۱۸	-۰/۲۷	-۰/۰۸	-۳/۵۲	۰/۰۱
تقوی، اصلانی	۱۳۹۶	-۰/۲۲	-۰/۳۱	-۰/۱۲	-۴/۴۰	۰/۰۱
آهنگری و همکاران	۱۳۹۶	-۰/۱۷	-۰/۲۹	-۰/۰۵	-۲/۷۵	۰/۰۱
قهفرخی، تاجیک اسماعیلی	۱۳۹۶	-۰/۳۲	-۰/۴۱	-۰/۲۳	-۶/۴۷	۰/۰۱
قنبریان، درویشی	۱۳۹۵	-۰/۱۳	-۰/۲۲	-۰/۰۳	-۲/۵۴	۰/۰۱
خوش، فر، میرزاخانی	۱۳۹۵	-۰/۱۶	-۰/۲۶	-۰/۰۶	-۳/۱۹	۰/۰۱
تقوی صادقی	۱۳۹۵	-۰/۱۶	-۰/۲۸	-۰/۰۴	-۲/۵۸	۰/۰۱
رستمی، اسکویی، نشاط، فرقانی	۱۳۹۵	-۰/۲۹	-۰/۳۳	۰/۲۵	-۱۳/۵۶	۰/۰۱
علی قنبریان	۱۳۹۵	-۰/۶۳	-۰/۷۰	-۰/۵۵	-۱۲/۲۹	۰/۰۱
میر فردی، عبدالله نژاد	۱۳۹۴	-۰/۳۴	-۰/۴۴	-۰/۲۳	-۵/۵۹	۰/۰۱
فرزانه فلاحتی شهاب الدینی	۱۳۹۴	-۰/۲۲	-۰/۳۲	-۰/۱۲	-۴/۲۵	۰/۰۱
رحمانی، وحید، اسماعیلی	۱۳۹۳	-۰/۱۶	-۰/۲۶	-۰/۰۶	-۳/۱۵	۰/۰۱
زکی	۱۳۹۲	-۰/۱۶	-۰/۲۵	-۰/۰۷	-۳/۳۱	۰/۰۱
قاسمی، عدلی، کیانپور	۱۳۹۲	-۰/۱۱	-۰/۲۳	۰/۰۰	-۲/۹۱	۰/۰۱
امام جمعه زاده، مرندی	۱۳۹۲	-۰/۱۰	-۰/۲۶	۰/۰۷	-۲/۱۸	۰/۰۱
حیدری، ناصری	۱۳۹۲	-۰/۴۲	-۰/۵۰	-۰/۳۳	-۸/۵۵	۰/۰۱
اندازه اثرات ترکیبی ثابت	-	-۰.۲۶۴۸۳	-۰.۲۸۵۱۶	-۰.۲۴۴۲۷	-۲۴/۱۷۹۲	۰/۰۱
اندازه اثرات ترکیبی تصادفی	-	-۰.۲۵۸۱۶	-۰.۳۲۱۹۴	-۰.۱۹۲۰۵	-۷/۴۳۰۳۷	۰/۰۱

جدول شماره ۲ نشان‌دهنده رابطه میان فضای مجازی و دینداری با فاصله اطمینان ۹۵ درصد در تمامی پژوهش‌های منتخب است. در واقع اندازه اثر بیانگر میزان یا درجه حضور پدیده‌ها در جامعه و برابر با نسبت سطح معنی داری با شاخصی از حجم نمونه است. بر اساس

جدول زیر اندازه اثر این پژوهش‌ها از ۰.۱۰ تا ۰.۶۳ می‌باشد که بیشترین اندازه اثر مربوط به علی‌قنبریان (۱۳۹۵) و قرباغی، صالحی، دلروز (۱۳۹۰) و کمترین اندازه اثر مربوط به پژوهش‌های امام جمعه زاده، مرندی (۱۳۹۲) و عنایت و قاسمی، عدلی، کیانپور (۱۳۹۲) بوده است. این گزاره نشان می‌دهد حداقل و حداکثر رابطه میان دو متغیر فضای مجازی و دینداری در پژوهش‌های صورت گرفته در دهه ۹۰ است. همچنین اندازه اثر کل ثابت و ترکیبی نیز به ترتیب میزان ۰.۲۶- و ۰.۲۵- را نشان می‌دهد.

۱.۴ بررسی مفروضه همگنی پژوهش‌های انجام شده

در فرایند انجام پژوهش فراتحلیل یکی از مراحل مهم، تعیین همگنی پژوهش است که از طریق آزمون Q بررسی و مشخص می‌گردد. یافته‌های حاصل از این آزمون در جدول شماره ۷ نشان داده شده است. بر اساس این آزمون در حالت ناهمگنی معنادار، مدل تصادفی انتخاب و فرض می‌گردد که روابط میان متغیر مستقل و وابسته تحت تاثیر متغیر تعدیل‌گر است. نتایج به دست آمده از جدول شماره ۷ نشان می‌دهد فرض صفر مبنی بر همگن بودن پژوهش‌ها با سطح اطمینان ۹۹٪ رد شده و فرض ناهمگونی میان پژوهش‌ها تایید می‌گردد. در واقع معناداری بودن آزمون Q بیانگر وجود ناهمگنی در پژوهش‌ها است. همچنین شاخص I که بیانگر میزان ناهمگنی است نشان می‌دهد که حدود ۸۹ درصد از تغییرات کل مطالعات به ناهمگنی آن‌ها مربوط است و در نتیجه باید از الگوی آثار تصادفی برای ترکیب یافته‌ها استفاده کرد. بر اساس این آزمون رابطه میان فضای مجازی و میزان دینداری از نظر معیارهای مطالعات متفاوت است و در این حالت باید از متغیرهای تعدیل‌گر برای تعیین واریانس و محل این تفاوت‌ها استفاده نمود.

جدول ۳. بررسی مفروضه آزمون Q

	مقدار آزمون (Q)	درجه آزادی (Df)	سطح معنی‌داری (p-value)	I-squared
نتایج	۱۵۸/۱۴۹۳	۱۷	۰/۰۰۰	۸۹/۲۵۰۶۷

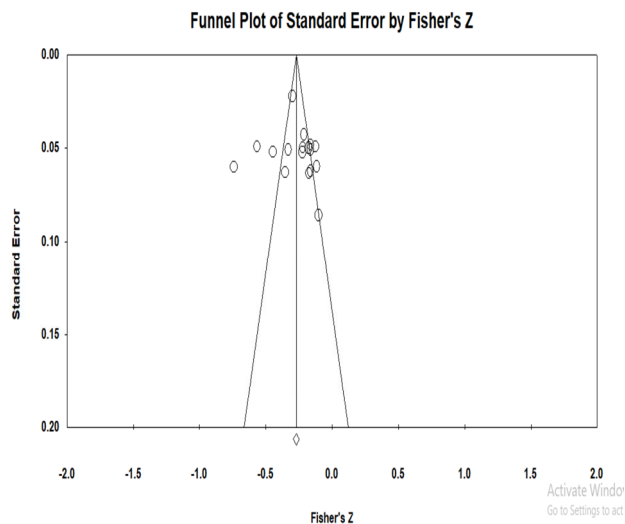
در این مرحله و پس از انجام بررسی‌ها و آزمون‌های لازم در فرایند فراتحلیل، حاصل شد که در مطالعه حاضر باید از الگوی اثر تصادفی برای ترکیب نتایج به منظور گزارش اندازه اثر استفاده نمود. بر این اساس، در جدول زیر گزارش اندازه اثر مطالعات صورت گرفته در مدل تصادفی نشان داده می‌شود.

۲.۴ بررسی مفروضه سوگیری انتشار

یکی از مفروضات اصلی فراتحلیل، مفروضه خطای انتشار می باشد که ناشی از انتشار پژوهش های چاپ شده و عدم انتشار پژوهش های چاپ نشده و انواع خطاهاست. از جمله مشکلاتی که موجب مخدوش شدن اعتبار نتایج فراتحلیل می شود، عدم دسترسی محقق به تمام مطالعاتی است که در فاصله زمانی خاص در موضوع مورد بررسی انجام شده اند (نیازی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۹) و یا اینکه پژوهش دارای حجم نمونه پایین باشد. معمول ترین و ساده ترین روش شناسایی تورش انتشار، استفاده از یک نمودار پراکندگی دوی بعدی به نام نمودار فانلیا قیفی است که در آن اثر مداخله برآورد شده از هر مطالعه در مقابل اندازه نمونه آن مطالعه رسم می شود. اگر تورش انتشار وجود نداشته باشد، انتظار این است که نمودار متقارن باشد و مقدار پراکندگی حول اندازه اثر مداخله با افزایش اندازه نمونه کاهش یابد (قربانی زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲). مرحله بعدی در فرایند انجام فراتحلیل، بررسی سوگیری انتشار است که ناشی از انتشار پژوهش های چاپ شده یا نشده و یا سایر خطاها است. به بیانی دیگر در آزمون های سوگیری انتشار به دنبال این هستیم که پژوهشگر تمامی مطالعات را در این زمینه بررسی کرده است یا خیر و در صورتی که گزاره سوگیری انتشار تایید شود، نتایج حاصل از پژوهش فراتحلیل مخدوش شده و اعتبار آن از بین می رود. در این مطالعه برای بررسی مفروضه سوگیری انتشار از روش های نمودار قیفی، رگرسیون خطی اگر و همبستگی رتبه ای بگ و مزومدار استفاده شده است.

۱.۲.۴ نمودار قیفی

از نظر تفسیری در نمودارهای قیفی شکل، مطالعاتی که خطای استاندارد کمی دارند و در بالای قیف جمع می شوند سوگیری انتشار ندارند؛ اما هرچه مطالعات به سمت پایین قیف کشیده می شوند، خطای استاندارد آنها زیاد می شود و سوگیری انتشار افزایش می یابد. نتایج حاصل از نمودار قیفی وارونه، تقریباً تداعی کننده تقارن نسبی مطالعات انجام شده است؛ اما در این خصوص، قضاوت صریحی انجام نمی شود و برای اطمینان بیشتر، باید از آزمون های مرتبط مانند روش رگرسیونی خطی اگر استفاده کرد. در این روش، فرض صفر (H_0) بیانگر متقارن بودن نمودار قیفی و سوگیری نداشتن انتشار اطلاعات و فرض خلاف (H_1) بیانگر نامتقارن بودن نمودار قیفی و سوگیری انتشار یافته ها است.



نمودار شماره ۱ نشان می‌دهد پژوهش‌های منتخب و بررسی شده در بالای نمودار متمرکز شده‌اند و در نتیجه سوگیری انتشار وجود ندارد. با این حال بر اساس نمودار کیفی، پراکنش‌ها چندان در زیر قیف تمرکز نداشته و برخی از آن‌ها در بیرون از قیف قرار دارند. به همین دلیل در ادامه برای بررسی دقیق‌تر وضعیت سوگیری انتشار از آزمون‌های رگرسیون خطی اگر و همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار استفاده می‌شود.

۲.۲.۴ رگرسیون خطی اگر

در نبود سوگیری انتشار انتظار می‌رود در تحقیقات کوچک اثر استاندارد کوچک و در تحقیقات بزرگ، اثر استاندارد بزرگ مشاهده شود. این حالت خط رگرسیونی را ایجاد می‌کند که برشی از خط رگرسیون اصلی است. اگر برش خط رگرسیونی با سطح مدنظر تفاوت داشته باشد، علت آن ممکن است سوگیری انتشار باشد. نتایج حاصل از بررسی روش رگرسیون خطی اگر، برای بررسی سوگیری انتشار در جدول شماره ۴ شرح داده شده‌اند.

جدول ۴. نتایج حاصل از بررسی روش رگرسیون خطی اگر

برش (B)	خطای استاندارد (SE)	t-value	سطح معنی داری	
			یک دامنه	دو دامنه
۰/۹۱۵	۲/۳۱	۰/۳۹۴	۰/۳۴۹	۰/۶۹۸

فرا تحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و ... (محسن نیازی و دیگران) ۲۵۷

جدول شماره ۸ نشان می‌دهد برش برابر با ۰/۹۱۵ و فاصله اطمینان برابر با ۰/۳۹۴ است. همچنین سطح معنی‌داری یک دامنه ۰/۳۴۹ و دو دامنه ۰/۶۹۸ است، بنابراین متقارن بودن نمودار کیفی و عدم سوگیری انتشار تایید می‌گردد.

۳.۲.۴ همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

جدول ۵. نتایج حاصل از بررسی روش همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

سطح معنی داری		z-value	مقدار ضریب کندال (Tau)
یک دامنه	دو دامنه		
۰/۴۶۹	۰/۹۳۳	۰/۰۷۵	-۰/۲۰۰

جدول شماره ۵ نشان می‌دهد میزان مقدار ضریب تائوکندال برابر با -۰/۲۰۰ بوده که بر اساس سطح معنی‌داری یک دامنه ۰/۴۶۹ و دو دامنه ۰/۹۳۳ بیانگر عدم وجود رابطه است، بنابراین متقارن بودن نمودار کیفی و عدم سوگیری در انتشار تایید می‌گردد.

۴.۲.۴ N ایمن از خطا

آزمون N ایمن از خطا روزنتال تعداد مطالعات گمشده (با میانگین اثر برابر با صفر) یعنی تعداد مطالعات بیانگر فرضیه صفر را پیشنهاد می‌دهد که باید به تحلیل اضافه شود تا معنادار نبودن آماری اثر کلی به دست آید. نتایج حاصل از این روش به شرح جدول زیر است.

جدول ۶. محاسبات N ایمن از خطا

مقدار	شاخص
-۲۲/۳	مقدار Z برای مطالعات مشاهده شده
۰/۰۰۰	مقدار P برای مطالعات مشاهده شده
۰/۰۵۰	آلفا
۲	باقی مانده
۱/۹۵۹	Z برای آلفا
۱۸	تعداد مطالعات مشاهده شده
۳۳۶۱	تعداد مطالعات گمشده‌ای که مقدار P را به آلفا می‌رساند

با نگاهی به جدول ۶ درمی‌یابیم باید ۲۳۶۱ مطالعه دیگر انجام و بررسی شود تا مقدار P دوسویه ترکیب شده از ۰/۰۵ تجاوز نکند و تنها در این صورت است که در نتایج نهایی محاسبات و تحلیل‌ها خطا رخ می‌دهد. این نتیجه دقت و درستی بالای اطلاعات و نتایج به دست آمده از این پژوهش را نشان می‌دهد.

۳.۴ محاسبه اندازه اثر

در این مرحله و پس از انجام بررسی‌ها و آزمون‌های لازم در فرایند فراتحلیل، حاصل شد که در مطالعه حاضر باید از الگوی اثر تصادفی برای ترکیب نتایج به منظور گزارش اندازه اثر استفاده نمود. بر این اساس، در جدول زیر گزارش اندازه اثر مطالعات صورت گرفته در مدل تصادفی نشان داده می‌شود.

جدول ۷. نتایج حاصل از اندازه اثر مطالعات

پرش	تعداد مطالعات	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	z-value	p-value
رابطه میان فضای مجازی و اینترنت	۱۸	-۰/۲۵۶	-۰/۳۲۲	-۰/۱۹۲	۷/۴۳	۰.۰۰۰

جدول شماره ۷ نشان می‌دهد میانگین اندازه اثر (اثرات ترکیبی تصادفی) رابطه میان رابطه میان فضای مجازی و دینداری در پژوهش حاضر برابر با -۰/۲۵۶ است و این میزان بر اساس نظام تفسیر اندازه اثر کوهن در محدوده اطمینان در سطح متوسط قرار دارد. بنابراین تاثیر متقابل فضای مجازی بر دینداری در سطح متوسط مورد تایید قرار گرفت.

جدول ۸ مدل کوهن، نظام تفسیر اندازه اثر ناشی از فراتحلیل

اندازه اثر	R	D
کم	۰/۱	۰/۲
متوسط	۰/۳	۰/۵
زیاد	۰/۵	۰/۸

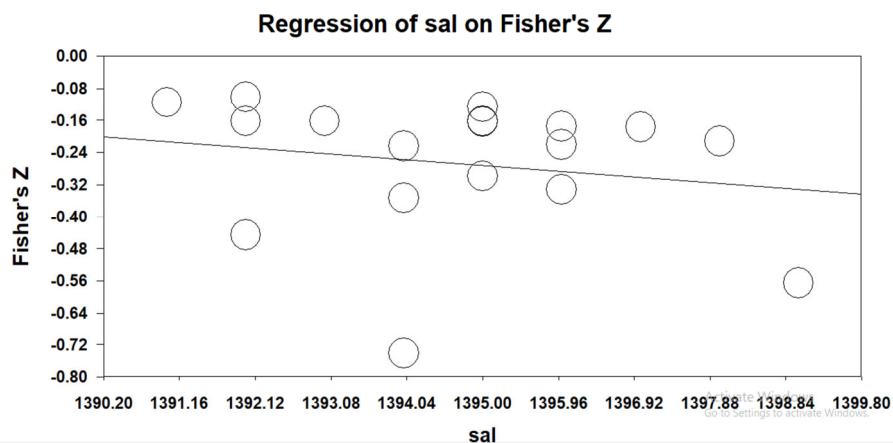
اطلاعات جدول (۸) نشان می‌دهد که میانگین اندازه اثر فضای مجازی بر دینداری (آثار ترکیبی تصادفی) در این نمونه، معادل -۰/۲۵۶ است. اندازه برآورد شده در محدوده اطمینان

فرا تحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و ... (محسن نیازی و دیگران) ۲۵۹

است، براین اساس، باید گفت تأثیر فضای مجازی بر دینداری تأیید می‌شود. همچنین، گفتنی است برآورد نقطه‌ای به دست آمده ۰/۲۵۶ بر مبنای معیار کوهن (جدول ۷) نشان‌دهنده اثر قابل قبولی (متوسط) است، پس در مجموع، باید گفت فضای مجازی به میزان متوسط رو به پایین بر میزان دینداری تأثیر دارد.

۴.۴ متغیرهای تعدیل‌گر

باتوجه به نتایج آزمون Q مبنی بر ناهمگونی مطالعات انتخاب شده و فرض موثر بودن متغیر تعدیل‌کننده، در این مرحله از فرایند انجام فراتحلیل در پژوهش حاضر سعی شد برای تبیین این ناهمگونی از متغیر تعدیل‌گر استفاده شود تا از این طریق بتوان واریانس میان پژوهش‌ها را معین نمود. از این رو از سال انجام پژوهش به عنوان متغیر تعدیل‌گر استفاده شده است.



شکل ۲. نتایج متارگرسیون برای هر یک از مطالعات

شکل ۹. نتایج متارگرسیون برای هر یک از مطالعات

برآورد ناهمگونی			تلفیق با تعدیل‌گر سال انجام پژوهش
P-Value	Df	Q	
۰/۰۱۱	۱	۶/۳۳	

براساس اطلاعات شکل (۲) و جدول (۹) مقدار Q به میزان ۹۹ درصد از نظر آماری معنادار است. با افزایش متغیر سال انجام پژوهش، نتایج حاصل از آزمون Q نشان‌دهنده کاهش چشمگیر

مقدار Q از ۱۵۵/۸۱ به ۶/۳۳ و اندازه اثر کاهش یافته و معنادار است. بنابراین، متغیر گذر زمان (سال انجام پژوهش) در رابطه بین فضای مجازی و دینداری نقش تعدیل‌کنندگی دارد. به بیان دیگر، با گذر زمان شدت رابطه معکوس بین فضای مجازی و دینداری کاهش پیدا می‌کند.

۵. نتیجه‌گیری

گسترش اینترنت می‌تواند نیاز توجه به این رسانه به عنوان یک رسانه مهم در امور و مسائل دینی را نشان دهد. می‌توان امکانات اینترنت به شکل کارا برای تبلیغ دین بهره گرفت. زندگی در محیط آنلاین، ارتباطات انسانی را توسعه داده و دگرگون کرده است؛ به طوری که بسیاری جهان را به عنوان یک دهکده متصل به هم می‌بینند که همه از احوال یکدیگر آگاه و به هم قضاوت می‌کنند. فضای مجازی امکان دسترسی به انواع مختلفی از محتوای دینی را فراهم می‌کند، از تفسیرهای مختلف متون دینی گرفته تا آموزه‌های جدید. این تنوع می‌تواند به افزایش دانش دینی کمک کند، اما ممکن است منجر به سردرگمی و اختلاف نظر در مورد مسائل دینی شود. در کنار اطلاعات مفید، فضای مجازی پر است از محتوای شبه‌علمی و اطلاعات نادرست در زمینه دین که می‌توانند باورهای دینی افراد را تحت تأثیر قرار دهند. افراد ممکن است بدون داشتن دانش کافی، متون دینی را به صورت خودسرانه تفسیر کنند، که این امر می‌تواند به ایجاد ناسازگاری‌ها و تفرقه در بین پیروان یک دین منجر شود. از سوی دیگر اگرچه فضای مجازی امکان ارتباطات گسترده را فراهم می‌کند، اما ممکن است به انزوای اجتماعی و کاهش تعاملات حضوری در محیط‌های دینی منجر شود. از سوی دیگر فضای مجازی ممکن است باورها و ارزش‌های دینی را تحت تأثیر قرار دهد، خصوصاً در مورد نسل‌های جوان که بیشتر با این محیط در تعامل هستند. رابطه فضای مجازی و دینداری از اهمیت بالایی برخوردار است. این فضا هم می‌تواند بستری برای تبلیغ و جذب افراد به دین باشد و هم در صورت استفاده سوء، به عامل ایجاد تناقضات و خشونت‌های اجتماعی تبدیل شود.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که فضای مجازی می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر دینداری افراد داشته باشد. با این حال، لازم به ذکر است که سوگیری انتشار در مطالعات این حوزه، ممکن است منجر به برجسته‌سازی نتایج مثبت و نادیده گرفتن مطالعاتی شود که به نتایج منفی یا خنثی دست یافته‌اند. این موضوع، ضرورت انجام مطالعات جامع‌تر و عمیق‌تر در این زمینه را بیش از پیش نمایان می‌سازد. یافته‌های این پژوهش نیز نشان می‌دهد که در مطالعاتی که بررسی شده‌اند، سوگیری انتشار وجود ندارد. این به این معنا است که مطالعاتی که

نتایج مختلفی را نشان می‌دهند، به طور یکسان فرصت انتشار یافته‌اند. در این زمینه می‌توان گفت مطالعاتی که در این حوزه انجام شده‌اند، از کیفیت بالایی برخوردار باشند و یا ممکن است از روش تحقیق مناسب استفاده کرده باشند. در نتیجه، نتایج آن‌ها قابل اعتمادتر بوده و کمتر تحت تأثیر سوگیری‌های انتشار قرار گرفته‌اند. همچنین ممکن است محققان و مجلات در این حوزه به اهمیت ارائه یک تصویر کامل از رابطه فضای مجازی و دینداری پی برده باشند.

یکی دیگر از یافته‌های این پژوهش تأثیر متوسط فضای مجازی بر دینداری است. این یافته، یافته جالب و پیچیده است. این بدان معناست که فضای مجازی به تنهایی نمی‌تواند به عنوان عامل اصلی افزایش یا کاهش دینداری در نظر گرفته شود، بلکه عوامل متعدد دیگری نیز در این زمینه نقش دارند. فضای مجازی به روش‌های مختلفی می‌تواند بر دینداری افراد تأثیرگذار باشد. فضای مجازی امکان دسترسی آسان به طیف گسترده‌ای از اطلاعات دینی، تفسیرها و دیدگاه‌های مختلف را فراهم می‌کند. این امر می‌تواند باعث افزایش آگاهی مذهبی، تقویت ایمان و یا حتی ایجاد تردید و پرسش‌های جدید شود. شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های آنلاین مذهبی، فرصتی برای برقراری ارتباط با افراد هم‌کیش و مشارکت در فعالیت‌های مذهبی را فراهم می‌کنند. این ارتباطات می‌تواند بر تقویت هویت مذهبی و مشارکت در فعالیت‌های دینی تأثیرگذار باشد. در فضای مجازی، افراد با دیدگاه‌های مختلف مذهبی مواجه می‌شوند که می‌تواند باعث چالش کشیدن باورهای فردی و ایجاد تغییرات در نگرش‌های دینی شود. محتوای موجود در فضای مجازی، از جمله فیلم‌ها، سریال‌ها، بازی‌ها و مطالب خبری، می‌تواند بر ارزش‌ها، باورها و رفتارهای افراد تأثیرگذار باشد. برخی از این محتواها ممکن است با ارزش‌های دینی در تضاد باشد و بر دینداری افراد تأثیر منفی بگذارد.

عواملی مانند سن، جنسیت، سطح تحصیلات، شخصیت و پیشینه مذهبی فرد، در نحوه تعامل او با فضای مجازی و تأثیر آن بر دینداری نقش مهمی دارند. همچنین عوامل اجتماعی مانند فرهنگ، خانواده، دوستان و گروه‌های اجتماعی نیز می‌توانند بر نحوه استفاده افراد از فضای مجازی و تأثیر آن بر دینداری تأثیرگذار باشند. علاوه بر این‌ها نحوه استفاده افراد از فضای مجازی، از جمله مدت زمان استفاده، نوع محتوا و فعالیت‌های آنلاین، بر تأثیر آن بر دینداری موثر است.

از سوی دیگر تأثیر فضای مجازی بر دینداری ممکن است در فرهنگ‌ها و جوامع مختلف متفاوت باشد. در جوامعی که دین نقش محوری در زندگی اجتماعی دارد، ممکن است این تأثیر متفاوت از جوامعی باشد که دین نقش کمتری در زندگی روزمره افراد ایفا می‌کند. جوانان

به دلیل استفاده بیشتر از فضای مجازی، ممکن است بیشتر تحت تاثیر آن قرار گیرند. علاوه بر این، تاثیر فضای مجازی بر دینداری ممکن است در ادیان مختلف متفاوت باشد. برخی ادیان ممکن است نسبت به تغییرات ناشی از فضای مجازی منعطف‌تر باشند و برخی دیگر ممکن است محافظه‌کارتر باشند.

یکی دیگر از یافته‌های مهم این پژوهش این است که با گذر زمان رابطه معکوس بین فضای مجازی و دینداری کاهش پیدا می‌کند. با گسترش استفاده از فضای مجازی، افراد به تدریج با این فضا آشنا شده و نحوه تعامل با آن را یاد می‌گیرند. در نتیجه، اثرات منفی اولیه این فضا بر دینداری کاهش یافته و تعاملات پیچیده‌تری بین این دو شکل می‌گیرد. همچنین ممکن است با گذشت زمان، محتوای موجود در فضای مجازی متنوع‌تر و غنی‌تر شده است. این تنوع باعث شده تا افراد بتوانند محتوای مرتبط با ارزش‌ها و باورهای دینی خود را نیز در این فضا پیدا کنند. نگرش افراد نسبت به دین و فناوری با گذشت زمان تغییر کرده است. بسیاری از افراد به دنبال تلفیق دین و فناوری هستند و این امر باعث کاهش تضاد بین این دو حوزه شده است.

این یافته نشان می‌دهد که رابطه انسان و فناوری، به ویژه در حوزه دین، یک رابطه پویا و در حال تغییر است. با گذشت زمان، انسان‌ها یاد می‌گیرند که چگونه از فناوری به نفع خود و ارزش‌های خود استفاده کنند. افزایش آگاهی و سواد رسانه‌ای در افراد می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا به صورت انتقادی به محتوای موجود در فضای مجازی نگاه کنند و از اثرات منفی آن بر دینداری خود جلوگیری کنند. تربیت دینی مناسب و مستمر می‌تواند به افراد کمک کند تا در مواجهه با چالش‌های فضای مجازی، هویت دینی خود را حفظ کرده و به آن پایبند بمانند. همچنین نیاز به مطالعات بیشتر و عمیق‌تر در زمینه رابطه بین فضای مجازی و دینداری وجود دارد.

در این ارتباط باید گفت این فراتحلیل‌ها محدودیت‌هایی دارند و نتایج آن‌ها باید با احتیاط تفسیر شوند. تحقیقات بیشتری برای بررسی دقیق‌تر این رابطه و شناسایی عوامل تعدیل‌کننده آن مورد نیاز است. فضای مجازی یک حوزه بسیار وسیع است و همه جنبه‌های آن نمی‌توانند بر دینداری تاثیر یکسانی داشته باشند. بنابراین، عدم تمرکز بر یک جنبه خاص می‌تواند باعث ابهام در نتایج شود. داده‌های مورد استفاده در فراتحلیل احتمالاً از مطالعات مختلف با روش‌ها و معیارهای متفاوت حاصل می‌شوند. همگونی پایین داده‌ها می‌تواند نتیجه‌گیری کلی را مشکل کند و احتمال خطا را افزایش دهد. احتمال دارد برخی مطالعات مرتبط با موضوع ما در فراتحلیل گنجانده نشده باشند که می‌توانست به دلیل محدودیت‌های جستجوی منابع یا

فرا تحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و ... (محسن نیازی و دیگران) ۲۶۳

معیارهای انتخاب مطالعات باشد. این امر می‌تواند باعث شود که نتایج کامل نباشند یا به سمت نتایج خاصی پیش‌داوری شود. روش‌های آماری مورد استفاده در مطالعات مختلف می‌توانند متفاوت باشند که همگونی نتایج را تحت تاثیر قرار می‌دهد. همچنین، استفاده از روش‌های نامناسب آماری می‌تواند باعث نتایج غلط شود. فضای مجازی در حال گذار و تغییر مداوم است و این می‌تواند بر صحت نتایج طولانی‌مدت تاثیر بگذارد. پس از آن، نتایجی که امروز به دست می‌آیند، ممکن است در آینده نزدیک معتبر نباشند.

با در نظر گرفتن نتایج تحقیق در زمینه فرا تحلیل رابطه بین دینداری و فضای مجازی، برخی از پیشنهادها که می‌توانند برای تحقیقات آینده و همچنین برای آگاهی‌رسانی و اقدامات عملی مفید باشند، شامل موارد زیر هستند:

۱. تفکیک فضای مجازی: تحقیقات آینده باید بین جنبه‌های مختلف فضای مجازی تفاوت قائل شوند. هر جنبه می‌تواند تاثیرات متفاوتی بر دینداری داشته باشد. برای مثال، شبکه‌های اجتماعی را می‌توان از بازی‌های آنلاین متمایز کرد و احتمالاً هر کدام نیازمند رویکردهای متفاوتی هستند.

۲. توجه به شرایط محلی و فرهنگی: تحقیقات آینده باید شرایط محلی، فرهنگی و تاریخی را در نظر بگیرند، چرا که دینداری و استفاده از فضای مجازی می‌توانند در جوامع مختلف به طرز چشمگیری متفاوت باشند.

۳. بررسی روند زمانی: انجام مطالعات طولی برای درک روند تغییر رابطه فضای مجازی و دینداری با گذشت زمان می‌تواند روشن‌گر باشد. این امر می‌تواند به ما بگوید که چگونه این رابطه با گذر زمان تغییر می‌کند و آیا روند فعلی ادامه خواهد یافت یا خیر.

۴. بررسی نقش فناوری‌های نوظهور: با توجه به تغییر مداوم فضای مجازی، بررسی نقش فناوری‌های نوظهور مانند واقعیت مجازی و افزایش واقعیت می‌تواند جالب باشد. این فناوری‌ها می‌توانند تجربه فرد را به طور قابل توجهی تغییر دهند و تاثیرات جدیدی بر دینداری داشته باشند.

کتاب‌نامه

امام جمعه‌زاده، سیدجواد، زهره مرندی، محمودرضا رهبرقاسی و لیلا سعیدی ابواسحق (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان»، پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۰، شماره ۷۴، ۱۲۰-۱۰۱.

- آهنگری، الهه، و دیگران (۱۳۹۷)، «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پابندی به اعتقادات دینی دانش آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال شهر کاشمر»، فصلنامه مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان، مقاله ۲، دوره ۱۲، ش ۳ (پیاپی ۴۷)، ۵-۳۶.
- اسماعیلی، رضا؛ وحید رحمانی، غلام عباس (۱۳۹۶)، «بررسی تغییرات فرهنگی ناشی از استفاده از رسانه ماهواره در حوزه ارزش‌های خانواده». (مورد مطالعه: خانواده‌های شهرستان فراشبند فارس در سال ۹۴)، دوفصلنامه علمی - پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، سال ششم، شماره ۷۳.
- پاتریشیا، ولیس (۱۳۸۲)، «روان‌شناسی اینترنت»، ترجمه فضل‌الله قنادی، تهران: انتشارات دانشگاه کمبریج، مؤسسه انتشاراتی ایران نو.
- تقوی، سید مهدی؛ اصلانی، شهناز (۱۳۹۶)، «بررسی رابطه بین مصرف رسانه، دینداری و ارزش‌های خانواده: مطالعه موردی شهر سمنان»، دوفصلنامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده، ۵ (۲)، ۱۸۱-۲۰۵.
- توسلی، غلامرضا. (۱۳۷۱)، «نظریه‌های جامعه‌شناسی»، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱)، «هویت اجتماعی»، ترجمه: یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد. (۱۳۸۳)، «گسست نسلی در ایران: افسانه یا واقعیت، به اهتمام علیخانی»، تهران: پژوهشکده علوم انسانی جهاد دانشگاهی.
- حیدری، آرمان و رضایی باصری، عباس (۱۳۹۴)، «بررسی رابطه استفاده از اینترنت، برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای و هویت دینی دانش‌آموزان»، فصلنامه مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی، دوره ۱، شماره ۱. خوش‌فر، غلامرضا و شهربانو میرزاخانی (۱۳۹۷)، «چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی؛ زمینه‌ها و عوامل (مورد مطالعه: جوانان شهر گرگان)»، مجله رسانه، سال ۲۹، شماره ۴ (پیاپی ۱۱۳) دادگران، محمد (۱۳۸۵)، «مبانی ارتباطات جمعی»، تهران: مروارید، چاپ علم.
- دلاور، علی (۱۳۸۴)، «مبانی نظری و عملی - پژوهش در علوم اجتماعی و علوم انسانی»، تهران: رشد.
- رستمی محمد (۱۳۹۶)، «بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان»، فصلنامه علوم اجتماعی، سال یازدهم، شماره دوم، ۴۵-۷۱.
- زکی، محمد علی (۱۳۹۲)، «اینترنت و میزان دینداری جوانان (مورد: دختران و پسران ۱۹ تا ۳۰ ساله شهر اصفهان)»، فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال ۴، شماره ۲، ص ۴۳-۲۱.
- سراج‌زاده، محمدرضا (۱۳۷۵)، «بررسی رابطه دین‌داری و بزهکاری دانش‌آموزان دبیرستان‌های تهران»، تهران: اداره آموزش و پرورش.
- سورین، ورنجی و تانکار دلیو (۱۳۸۴)، «نظریه‌های ارتباطات»، ترجمه: دهقان، تهران: دانشگاه تهران.

فرا تحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و ... (محسن نیازی و دیگران) ۲۶۵

عابدی، احمد؛ عریضی، حمیدرضا. و محمدزاده، فاطمه (۱۳۸۵)، «درآمدی بر روش پژوهش فراتحلیل در تحقیقات آموزشی»، فصلنامه حوزه و دانشگاه، سال ۱۲، شماره ۴، ۱۴۰-۱۲۱.

علوی، سلمان؛ جنتی فرد، فرشته. و مرآئی، محمدرضا (۱۳۸۹)، «مقایسه هویت ملی و مذهبی در افراد معتاد به اینترنت و غیرمعتاد»، جامعه پژوهش فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۱، شماره ۱، ۱۰۷-۱۱۹.

فرزانه، سیف‌الله؛ فلاحی شهاب‌الدینی، راضیه. (۱۳۹۴)، «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر دوره دوم شهر بابل)»، دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، سال اول، شماره یک.

فرهنگی، علی اکبر. و جامع، رقیه. (۱۳۸۹)، «رسانه و دین»، فصلنامه پژوهش فرهنگی، سال ۱۱، شماره ۱۰، ۱۴۷-۱۸۲.

قاسمی، وحید؛ عدلی پور، صمد و کیان پور، مسعود (۱۳۹۱)، «تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان». فصلنامه دین و ارتباطات، دوره ۱۹، شماره ۴۲: ۵-۳۶.

قرباغی، حسن؛ صالحی، وحید، دلروز، کاظم (۱۴۰۰)، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان استان همدان»، مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، دوره ۲۰، شماره ۵۱، ۷۱-۹۶.

قربانی‌زاده، وجه الله (۱۳۹۴)، «روش تحقیق فراتحلیل با نرم‌افزار CMA۲»، تهران: بازتاب.

قنبریان بریزیان، علی و مریم درویشی (۱۳۹۵)، «بررسی تأثیر مصرف فضای مجازی بر دینداری و ارزش‌های خانواده، مطالعه موردی: اصفهان»، فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، شماره ۸: ۲۱۹-۲۵۴.

قنبریان، علی (۱۳۹۶)، «تأثیر فراغت مجازی و بازی‌های رایانه‌ای بر هویت دینی نوجوانان»، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۱۸، شماره ۳۹ - شماره پیاپی ۷۱.

کاروانی، عبدالطیف (۱۳۹۷)، «تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان»، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۲: ۱۲۸-۱۱۳.

کاستلز مانوئل (۱۳۸۰)، «اقتصاد، جامعه و فرهنگ»، ترجمه احد علی قلیان و افشین خاکباز، چاپ دوم، تهران: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کاوه قهفرخی، محمدجواد تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۹۶)، «بررسی رابطه بین استفاده جوانان از شبکه‌های اجتماعی و شرکت در مراسم مذهبی»، مجله علمی پژوهشی مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی، سال دوم تابستان ۱۳۹۶ شماره ۲ (پیاپی ۳).

کوزر، لوئیس (۱۳۸۰)، «زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی»، ترجمه: ثلاثی، م.، تهران: نشر علمی.

گونتر، بری (۱۳۸۴)، «روش‌های تحقیق رسانه‌ای»، ترجمه: نیکو، م.، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳)، «تجدد و تشخیص»، ترجمه: موفقیان، ن.، تهران: نشر نی.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۴)، «ارتباط‌شناسی ارتباطات انسانی (میان‌فردی و گروهی جمعی)»، تهران: انتشارات سروش.
- میرفردی، اصغر؛ مختاری، مریم؛ ولی‌نژاد، عبدالله (۱۳۹۴)، «میزان دین‌داری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج)». جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و هشتم، شماره دوم، پیاپی ۶۶، ۱-۱۶.
- میرسعید قاضی، علی و حامد اسماعیلی (۱۳۸۱)، مخاطب‌شناسی و افکار سنجی در رسانه‌های جمعی. تهران: آن.
- نجاتی حسینی، محمود (۱۳۹۱)، «بازنمایی خدا در بلاگ‌های فارسی (تحلیل الهیات مردم‌پسند مجازی اینترنتی در ایران)»، فصلنامه دین و ارتباطات، سال ۱۹، شماره ۱، ۱۹۴-۱۵۷.
- نعمتی‌فر، سید نصرت‌اله و صفورایی، محمدمهدی (۱۳۹۸)، «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دینداری (مورد مطالعه: کاربران زن شبکه اجتماعی اینستاگرام)»، نشریه دین و ارتباطات، ش ۲۶ (۱)، ۳۳۵-۳۶۲.
- نیازی، محسن. و شعاع، صدیقه (۱۳۹۵)، «فراتحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن»، مجله تحقیقات فرهنگی ایران، سال ۹، شماره ۱، ۸۱-۶۱.
- ویمر، راجر. و دومینیک، جوزف (۱۳۸۴)، «تحقیق و رسانه‌های جمعی»، ترجمه: سیدامامی، ک.، تهران: انتشارات سروش.
- الوین تافلر (۱۳۷۶)، «به سوی تمدن جدید»، ترجمه محمدرضا جعفری، تهران: نشر سیمرخ چاپ سوم.
- هومن، حیدر علی (۱۳۸۷)، «راهنمای عملی فراتحلیل در پژوهش علمی»، تهران: سمت.
- هیوز، استوارت (۱۳۶۹)، «آگاهی و جامعه»، ترجمه: فولادوند، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، چاپ اول.

Bailly, R., & Vlachopoulou, X. (2024). L'adolescent chrysalide engagé dans l'espace virtuel. Cliniques, 27(1), 70-81.

Giorgi, A., & Annicchino, P. (2017). 'Genuine' religions and their arena of legitimization in Italy—the role of the ECtHR. Religion, State & Society, 45(3-4), 284-296.

Giorgi, A., & Annicchino, P. (2020). Open Access' Genuine' religions and their arena of legitimization in Italy—the role of the ECtHR. In The European Court of Human Rights and Minority Religions (pp. 163-175). Routledge.

Hjelm, T. (2024). Peter L. Berger on Religion: The Social Reality of Religion. Taylor & Francis.

Shin, D. J. (2024). MARSHALL MCLUHAN'S MEDIA THEORY AND RHETORIC. INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATIONS IN CENTRAL ASIA .