

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در برگزاری جلسات مذهبی در دوره شیوع بیماری کرونا؛ مورد مطالعه: جلسات مذهبی بانوان شمیران

مجید رضاییان* (نویسنده مسئول)

** سمانه سلامی

*** کوثر مهرزاده

چکیده

هدف: فعالیت هیئت‌های مذهبی، پس از شیوع کرونا، با چالش جدی روبه‌رو شده است. در این پژوهش ضمن بررسی وضعیت هیئت‌های مذکور پس از مواجهه با بیماری کرونا، به کوچ آن‌ها به فضای مجازی پرداخته شده است.

روش‌شناسی پژوهش: جامعه آماری این پژوهش هیئت‌های مذهبی بانوان شمیران است. برای گردآوری داده‌ها، از شیوه پیمایش و ابزار مصاحبه ساختاریافته و برای تجزیه و تحلیل، از روش آماری استفاده شده است.

* استادیار، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران، rezaeian@soore.ac.ir

** کارشناسی ارشد، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران،

samanesalami@gmail.com

*** کارشناسی، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران،

Mehrzade2000@gmail.com



یافته‌ها: پس از مواجهه با کرونا، ۴۵ درصد از هیئت‌های مذهبی تعطیل شده، ۲۰ درصد از آن‌ها با رعایت پروتکل‌های بهداشتی به ادامه فعالیت پرداخته و ۳۵ درصد از آن‌ها نیز به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی روی آوردند. درباره هیئت‌های مذهبی که پس از شیوع کرونا، به فعالیت خود استمرار بخشیده‌اند، می‌توان گفت در اغلب موارد، تعداد شرکت‌کنندگان در جلسات و سطح فعالیت این هیئت‌ها نسبت به قبل کاهش یافته است. همچنین به‌زعم مسئولین هیئت‌هایی که جلسات خود را در فضای مجازی تشکیل داده‌اند، در اغلب موارد سطح کیفیت، میزان اثربخشی و همچنین رضایتمندی اعضای آن‌ها نسبت به گذشته فرقی نکرده و یا حتی بیشتر شده است.

نتیجه‌گیری: هیئت‌های مذهبی دارای کارکردهای متعددی است که شبکه‌های اجتماعی مجازی نمی‌توانند همه آن را برآورده کنند و از این رو تنها یک سوم از این هیئت‌ها به استفاده از آن روی آورده‌اند. لذا انتظار می‌رود پس از بحران کرونا هیئت‌های مذهبی به‌صورت سنتی برگزار شده و یا حداکثر از ظرفیت فضای مجازی به‌صورت ترکیبی استفاده شود.

کلیدواژه‌ها: هیئت‌های مذهبی، ارتباطات سنتی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، بحران کرونا، تبلیغ دینی

مقدمه

هیئت‌های مذهبی از جمله جلوه‌های نهاد دین است که جلسات آن برای انجام برخی از مناسک مذهبی برگزار می‌شود. در جامعه دینی، هنوز جلسات مذهبی نقش مهمی در ترویج آموزه‌های دینی در الگوسازی و اسوه‌سازی و نیز تغییر سبک‌های زندگی مردم ایفا می‌کند. بدیهی است در طول زمان، شکل و نحوه برگزاری این جلسات متأثر از تحولات گوناگون تغییر کرده است، به‌نحوی که با نگاهی گذرا می‌توان دریافت در دوره‌های مختلف تاریخی بحران‌هایی منجر به اختلال در برگزاری این مجالس شده که دگرگونی در نحوه و شکل برگزاری آن را به همراه داشته است.

هیئت‌های مذهبی در ابتدا بیشتر به برگزاری مراسم عزاداری و روضه‌خوانی محدود

می‌شد ولی به تدریج کارکردهای دیگری بر آن افزوده شد، به نحوی که پیش از رویداد انقلاب اسلامی به‌عنوان یکی از پایگاه‌های نشر و ترویج آراء و افکار امام خمینی علیه السلام در آمد و نقش مؤثری در سازماندهی و بسیج افراد ایفا کرد. هیئت‌های مذهبی در دوران دفاع مقدس نیز کماکان به فعالیت خود ادامه داده و در پشتیبانی از جبهه‌های نبرد نقش به‌سزایی ایفا کردند.

تغییرات عدیده در ساختار و ماهیت هیئت‌های مذهبی موجب شده تا امروزه شاهد طیف متنوعی از انواع و اشکال این هیئت‌ها باشیم. از جمله موارد بیان‌شده می‌توان به هیئت‌های مذهبی بانوان اشاره کرد که از قدمت به‌نسبت زیادی برخوردارند. هیئت‌های یادشده در طول زمان به خوبی توانسته‌اند بستر مناسبی برای گردهمایی بانوان و تقویت روابط اجتماعی بین آنان باشند. البته این هیئت‌ها نیز مانند موارد دیگر دستخوش دگرگونی‌های مختلف شده‌اند. رویداد برخی از تحولات اجتماعی و فرهنگی بر دامنه این تغییرات افزوده است. از جمله این تحولات می‌توان به وارد شدن تعداد زیادی از زنان در عرصه‌های اجتماعی و هم‌زمان همکاری فعال و جدی آنان در انواع و اقسام مراسم و مناسک عزاداری اشاره کرد. وجود بسیاری از تحولات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی پس از جنگ تحمیلی و همچنین دگرگونی‌های پدید آمده از پیشرفت نوگرایی را می‌توان از جمله این تغییرات دانست. هرکدام از این تغییرات، موجب پدید آمدن تحولاتی در اعتقادات و دیدگاه‌های مذهبی مردم خصوصاً بانوان و درک و فهم آنان از ساختارهای اصلی مراسم مذهبی و عزاداری شد که این مراسم را با تغییرات صوری و محتوایی بسیاری مواجه کرده است. به‌طوری‌که در سال‌های پایانی دهه ۷۰ سده گذشته، شکل‌های تازه‌ای از هیئت‌های مذهبی و روضه‌خوانی توسعه پیدا کرد که عناصر و ساختار وجودی آن با انواع سنتی‌اش تفاوت زیادی داشته و دارد.

از جمله حوادثی که در دو سال گذشته، بسیاری از محافل، جلسات و ارتباطات اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده، شیوع ویروس کرونا^۱ است. شیوع این ویروس، شرایط زندگی مردم را تغییر و موجب تعطیلی مدارس، کسب‌وکارها، ممنوعیت و یا کاهش مسافرت‌ها شده است؛ که اگرچه این اقدامات در جهت کنترل بیماری بود، اما اثرات منفی

نیز بر افراد جامعه داشته است (زراعت حرفه و احمدیان، ۱۴۰۰: ۹۵). به عبارت دیگر باید عنوان کرد شیوع گسترده و ویروس کرونا از جنبه‌های مختلف، بسیاری از رویدادهای فرهنگی و مذهبی را تحت تأثیر قرار داده است. از جمله آن، نحوه برگزاری جلسات و هیئت‌های مذهبی است که برای مثال می‌توان از کاهش جلسات و تعطیلی آن‌ها تا لغو برگزاری رویدادهای مختلف و رونمایی از مدل‌های جدید را اشاره کرد.

شیوع کرونا و نحوه انتقال آن باعث شد که بسیاری از مراسم و تجمعات این جلسات به منظور پیشگیری از شیوع این بیماری، تعطیل شود. مروری بر وضعیت این جلسات در طی دو سال اخیر نشان‌دهنده آن است که این جلسات با وضعیت‌های مختلف و متفاوتی روبه‌رو شده است. در این دوران که امکان برگزاری هیئت‌های مذهبی به شکل قبلی آن ممکن نیست، برخی از دست‌اندرکاران را بر آن داشته تا برای جلوگیری از تعطیلی یا انحلال جلسات به دنبال روش‌های جایگزین برای اشکال سنتی باشند. از جمله گزینه‌های مطرح در این زمینه، استفاده از ظرفیت موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان بود که می‌تواند تا حدی خلاء ناشی از شیوع کرونا را مرتفع کند البته استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و به‌کارگیری آن برای تمامی گروه‌های سنی و تحصیلی، به یک اندازه ممکن نیست به‌ویژه آنکه استفاده از این فضا نیازمند برخی از امکانات و زیرساخت‌های لازم است که فراهم کردن آن در تمامی موارد به‌آسانی میسر نیست ولی به‌ترتیب باتوجه به آنکه در طول تاریخ هرگاه مانعی بر سر راه برگزاری جلسات مذهبی به وجود آمده، روش‌های جایگزین مورد استفاده قرار گرفته، دور از انتظار نبود که کوچ به شبکه‌های اجتماعی مجازی در زمره گزینه‌های مطرح در دوران کرونا باشد.

با مروری بر آنچه آورده شد می‌توان دریافت مسئله اصلی این پژوهش، نحوه فعالیت هیئت‌های مذهبی بانوان در دوران شیوع کرونا و امکان استفاده از روش‌های جایگزین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی در این دوره است. از این‌رو می‌توان پرسش اصلی پژوهش را عبارت از آن دانست که شیوع بیماری کرونا چه نقشی بر نحوه فعالیت هیئت‌های مذهبی بانوان داشته است؟ در ذیل پرسش یادشده می‌توان پرسش‌های فرعی زیر را مطرح کرد:

- هیئت‌های مذهبی مورد مطالعه از چه ویژگی‌هایی برخوردارند؟
 - هیئت‌های مذهبی مورد مطالعه برحسب معیارهای نوع‌شناسی، در چه وضعیتی قرار دارند؟
 - هیئت‌های مذهبی مورد مطالعه در مواجهه با شیوع بیماری کرونا، دچار چه وضعیتی شدند؟
 - در دوران شیوع کرونا، وضعیت هیئت‌های مذهبی فعال چگونه است؟
 - وضعیت آن دسته از هیئت‌های مذهبی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی کوچ کرده‌اند چگونه است؟
 - چه تفاوتی بین انواع هیئت‌های مذهبی و وضعیت آن‌ها پس از شیوع بیماری کرونا وجود دارد؟
- مفهوم‌شناسی: به‌منظور بسط فضای مفهومی در این قسمت به تعریف برخی از مفاهیم اصلی پژوهش پرداخته می‌شود.
- تبلیغ دینی: «تبلیغ دینی، گونه ویژه‌ای از ارتباط است که با هدف توسعه و ترویج آموزه‌های اسلامی انجام می‌شود.» (حسینی آقایی مقدم و صدیق‌اورعی، ۱۳۹۴: ۵۲) تبلیغ دینی را می‌توان عبارت از «بهره‌گیری کم‌وبیش عمدی، نظام‌مند و طراحی‌شده از نمادها به تأسی از رفتارهای منبع ارتباطی که توسط فنون ارتباطی مناسب با هدف ایجاد، تحکیم و تغییر عقاید، ارزش‌ها و درنهایت رفتار دینی افراد انجام می‌شود» دانست (سیلان‌اردستانی، ۱۳۹۵: ۳۰).
- ارتباطات سنتی: ارتباطات سنتی، نوعی از ارتباط است که بر روابط میان‌فردی متکی است و حضور عامل انسانی در دو سوی رابطه مشهود است. «ارتباطات سنتی به گونه‌هایی از ارتباطات اطلاق می‌شود که بر پایه باورها، تاریخ، فرهنگ و عقاید عمومی شکل گرفته و در عین حال آن‌ها را ترویج و تقویت می‌کند. بیشتر به‌صورت میان‌فردی و چهره‌به‌چهره است و در این نوع ارتباطات، دریافت بازخورد و عکس‌العمل مخاطب سریع و آنی است و ارتباط دوسویه و متقابل نیز به‌راحتی برقرار می‌شود» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۷۴).

هیئت‌های مذهبی: هیئت یک گروه اجتماعی با سابقه تاریخی مشخص و تجمعی از افرادی است که در راستای زنده نگه داشتن یاد و خاطره یک مناسبت مذهبی (اعیاد، ایام ولادت و شهادت ائمه) با محوریت واقعه عاشورا و قیام امام حسین علیه السلام و براساس ساختار دوگانه «واعظ» و «ذاکر» تشکیل می‌شود و اعضا، از طریق روش‌هایی معمول و آدابی مشخص (سینه‌زنی، زنجیرزنی، کف زدن) به سوگواری یا شادمانی می‌پردازند؛ شرکت در آن اختیاری و براساس یک اعتقاد و باور درونی است؛ متناسب با ویژگی‌های سازمانی و نیز مخاطبان، یک هیئت جدای از هدف اصلی اش کارکردهای دیگری را هم می‌تواند در برگیرد (مظاهری، ۱۳۸۹: ۲۷۵).

هیئت‌ها دارای تمام خصوصیات یک گروه اجتماعی کامل، یعنی دارای نظام تقسیم کار و تفکیک نقش‌های دقیق و درونی شده هستند. البته این نظم و تفکیک کار در هیئت‌ها از همان بدو پیدایش نبوده، بلکه به تدریج و به مرور زمان به صورت منسجم در آمده است. هیئت‌ها بیشتر در طول سال فعالیت دارند و جلسات مذهبی برگزار می‌کنند؛ اما در مناسبت‌های مذهبی همچون ایام شهادت امامان، برنامه‌های ویژه‌ای دارند (محدثی، ۱۳۸۸: ۵۰۴).

هیئت‌های مذهبی را می‌توان بر حسب معیارهای مختلف دسته‌بندی کرد.

زمان: هیئت‌های منظم هفتگی، ماهانه، فصلی، سالی و ایام خاص (ولادت و شهادت اهل بیت)؛

مکان: مسجد، حسینیه، مدارس، دانشگاه، هیئت‌های خانگی، ادارات و سازمان‌های دولتی و خصوصی؛

فعالیت: فعال، نیمه‌فعال، مقطعی و مناسبتی؛

محتوا: هیئت‌ها از نظر محتوا، دارای چهار جزء اصلی‌اند: قرائت قرآن، قرائت زیارت‌نامه یا دعا، سخنرانی و روضه‌خوانی. برخی از هیئت‌ها همه این اجزاء را اجرا نمی‌کنند.

اقشار جامعه: هیئت عمومی (شامل همه اقشار جامعه)، هیئت زنانه، هیئت مردانه،

هیئت جوانان، هیئت نوجوانان، هیئت میان‌سالان و هیئت‌های قومی و فامیلی (احمدی، ۱۳۹۴: ۱۸ و ۱۹).

شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایتی است که به کاربرانی که علاقه به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود با دیگران دارند، این امکان را می‌دهد. شبکه‌های اجتماعی، مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آن‌ها افراد عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکران‌شان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند. در واقع شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت است. شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌های جدیدی هستند که در مرکز توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند و هرکدام دسته‌ای از کاربران با ویژگی‌های خاص را گرد هم می‌آورند (اسلامی، ۱۳۹۱: ۱۸).

شبکه‌های اجتماعی را در ساده‌ترین تقسیم‌بندی می‌توان در دو گروه عمومی و خاص قرار داد. در شبکه‌های اجتماعی عمومی کاربران اینترنتی با انگیزه‌ها و اهداف مختلف حضور دارند و شبکه‌سازی مجازی‌شان را از طریق این وب‌سایت‌ها دنبال می‌کنند، ولی شبکه‌های اجتماعی خاص حول موضوعی ویژه شکل گرفته‌اند و تعداد کاربران‌شان نیز کمتر است (همان: ۲۹).

برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از:

۱. دسترسی و وسعت؛
۲. کم‌هزینه بودن؛
۳. چندرسانه‌ای بودن؛
۴. جمع‌گرایی و شبکه‌سازی انسانی؛
۵. تعامل‌گرایی؛
۶. بهره‌گیری بدون نیاز به مهارت و تخصص؛
۷. ارتباط فوری؛

۸. پیوستگی و مداومت (همان).

در زمینه شناخت برگزاری جلسات مذهبی بانوان پژوهش‌های چندی انجام شده است که در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌کنیم.

جدول (۱): پیشنهاد پژوهش‌های انجام شده

ردیف	پژوهشگر - سال	عنوان	نتایج
۱	دستوری (۱۳۸۹)	بررسی دگرگونی هیئت‌های مذهبی زنانه: هیئت‌های سنتی و نوین	یافته‌ها نشان داد که جنگ و پیامدهای آن و نیز گسترش نوگرایی سبب پدید آمدن دگرگونی در باورها و نگرش‌های دینی مردم، به‌ویژه زنان و نیز تغییر فهم آنان از سازه‌های اصلی مناسک دینی و سوگواری شد و این مراسم را با دگرگونی محتوایی و صورتی بسیار روبه‌رو کرده است.
۲	فیاض، کاظمی و دستوری (۱۳۸۸)	گونه‌شناسی هیئت‌های زنانه در تهران	در این پژوهش ویژگی‌های گونه‌های مختلف هیئت‌های مذهبی زنان و ویژگی اجتماعی- فرهنگی شرکت‌کنندگان آن مورد بررسی واقع شده است. به‌طورکلی سه شکل از هیئت‌های زنانه از هم تمیز داده شد و ویژگی‌های هر شکل مورد بررسی قرار گرفت.
۳	استینرت ^۱ (۲۰۲۰)	کرونا و ارزش تغییر؛ نقش رسانه‌های اجتماعی	شواهد نشان می‌دهد که در زمان بحران، مردم انگیزه ارسال مطالب احساسی را دارند. در دوره شیوع ویروس کرونا نیز وضعیت به همین منوال است. به اشتراک‌گذاری آنلاین در طول بحران ویروس کرونا

<p>ممکن است به تغییر ارزش اجتماعی کمک کند. اشتراک احساسات از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به سرایت عاطفی شود که به نوبه خود می‌تواند جو احساسی را در یک جامعه تسهیل کند و منجر به تغییر شود و براساس آن رسانه‌های اجتماعی به تغییر ارزش‌ها در دوره کرونا کمک کنند.</p>			
<p>براساس یافته‌ها و مرور منابع موجود، الگوی روابط اجتماعی و ساختارهای اجتماعی در دوران بیماری کرونا تغییر کرده و بسیاری به روابط آنلاین در مناسبات اجتماعی خود روی آورده‌اند.</p>	<p>تغییر الگوی اجتماعی در طول کووید ۱۹</p>	<p>کوتابان و چن^۱ (۲۰۲۰)</p>	<p>۴</p>
<p>این مقاله استدلال می‌کند که سیستم عامل‌های رسانه‌های اجتماعی همچنان بر درک مردم از مذهب در بسیاری از نقاط جهان تأثیر می‌گذارند. رهبران پیام‌های مذهبی در حال ارسال این موارد برای غنی‌سازی دانش دینی مردم هستند. امروزه، مردم چیزهای زیادی از طریق رسانه‌های اجتماعی در خصوص دین و مذهب یاد می‌گیرند و پیام‌های مذهبی آن‌ها را از طریق سیستم عامل‌های رسانه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند.</p>	<p>رابطه پیشرفت دانش مذهبی از طریق رسانه‌های اجتماعی</p>	<p>چوکوما^۲ (۲۰۱۸)</p>	<p>۵</p>
<p>نتایج نشان‌دهنده آن است که شبکه‌های اجتماعی</p>	<p>شبکه‌های</p>	<p>سختیول^۳</p>	<p>۶</p>

1. Kuttappan& Chen
2. CHukwuma
3. Sakkthivel

	مجازی و زنان مسلمان	(۲۰۱۵)	
	مجازی با زندگی زنان مسلمان تنیده شده است و این شبکه‌ها بر زنان مسلمان و رفتارهای آنان اثرگذار بوده است.		
۷	تبلیغ مذهب و فضای مجازی	کیل و کامیننی ^۱ (۲۰۱۱)	
	براساس نتایج به دست آمده، فضای مجازی در نحوه استفاده مردم از فن‌آوری جدید برای تحقق نیازهای معنوی و مذهبی، تأثیر قابل توجهی در ارائه‌دهندگان خدمات معنوی و مذهبی دارد.		

با مروری بر پژوهش‌های یادشده می‌توان دریافت موضوع تشکل‌های مذهبی و عوامل مؤثر بر آن مورد توجه پژوهشگران بوده است. اما آنچه در این میان کمتر مورد توجه بوده، نقش یک بحران بهداشتی نظیر اپیدمی بیماری کرونا بوده است که پدیده‌ای کم‌سابقه و با ابعادی ناشناخته است. بنابراین در جریان این پژوهش علاوه بر آنچه تاکنون دیگر پژوهشگران به آن پرداخته‌اند سعی خواهد شد تا به نقش این بیماری بر نحوه برگزاری هیئت‌های مذهبی و همچنین کوچ آن‌ها به فضای مجازی توجه شود.

نظر به آنکه موضوع پژوهش از ابعاد مختلف برخوردار است، لازم است برای تدارک نظری آن، از آراء صاحب‌نظران مختلف بهره جست.

- از جمله موارد مطرح در مبانی نظری پژوهش، نظریه کارکردهای اجتماعی رسانه است. برحسب این نظریه که خود ملهم از نظریه کارکردگرایی در جامعه‌شناسی است، بر تجزیه و تحلیل کارکرد رسانه‌های جمعی، بر نقش رسانه‌ها در حفظ نظم و ساختار اجتماعی تأکید می‌شود و به بررسی این امر می‌پردازد که رسانه‌ها چگونه برای حفظ تعادل در جامعه، نقش‌های معینی را ایفا می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹ به نقل از سلامی، ۱۴۰۰: ۳۵). مروری بر آراء صاحب‌نظران بیان‌گر وجود کارکردهای مختلف وسایل ارتباط جمعی است که از آن جمله می‌توان به نظریه لاسول در این باره اشاره کرد. وی مواردی از قبیل انتقال میراث فرهنگی، ایجاد همبستگی

اجتماعی و نظارت بر محیط را در زمره مهم‌ترین کارکردهای اجتماعی رسانه به‌شمار آورده است. (زارعیان، ۱۳۹۲: ۲)

از دیگر نظریه‌های مورد استفاد در این پژوهش، نظریه استفاده و رضامندی است. این نظریه با اتخاذ رویکردی کارکردگرایانه به ارتباطات و رسانه، مهم‌ترین نقش رسانه‌ها را برآورده ساختن نیازها و انگیزه‌های مخاطب می‌داند. بنابراین، به هر میزان که رسانه‌ها این نیازها و انگیزه‌ها را برآورده سازند، به همان میزان موجبات رضایت‌مندی مخاطب را فراهم می‌کنند. فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش به‌صورت فعال، به‌دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۷۷ به نقل از رابین).

نظریه نقش مناسب از دیگر مواردی است که در مبانی نظری پژوهش استفاده شده است. این نظریه برای اولین بار در سال ۲۰۰۰ میلادی، توسط جان دیمیک، در پیوند با نظریه استفاده و رضامندی، درخصوص رقابت رسانه‌ای و نیازجویی مخاطب مطرح شد. نظریه نقش مناسب به بررسی رقابت میان یک رسانه جدید با رسانه‌های موجود بر سر برآورده کردن انتظارات مصرف‌کننده، زمان مصرف‌کننده و ... می‌پردازد. اگر این رقابت به منصفه ظهور برسد، پیامد آن برای رسانه‌های قدیمی‌تر حذف، تعویض یا جایگزینی از جانب رسانه‌های جدیدتری است که برخی از نقش‌های رسانه‌های قدیمی‌تر را نیز در کنار نقش‌های خاص خود پذیرفته‌اند. دیمیک معمول‌ترین نتیجه چنین رقابتی را جایگزینی می‌داند و معتقد است که چنین پیامدهایی دارای اهمیت حیاتی برای صنایع رسانه‌ای و مصرف‌کنندگان است (بصیریان جهرمی و عرفان منش، ۱۳۹۰: ۴۴-۴۱ به نقل از دیمیک، ۲۰۰۰).

نظریه ارتباط جمعی خودانگیز از دیگر نظریه‌های ارتباطی است که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. از نظر کاستلز، شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشم‌گیری در عملیات و نتایج

فرآیندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۳۳۷). کاستلز در این نظریه می‌گوید من این شکل تازه از ارتباطات را به‌لحاظ تاریخی، «ارتباط جمعی خودانگیز» می‌نامم. به این دلیل «ارتباط جمعی» است که به‌طور بالقوه می‌تواند به مخاطب جهانی دست یابد و هم‌زمان «ارتباط خودانگیز» هم محسوب می‌شود، چراکه به‌لحاظ تولید پیام، خودتولید است، از نگاه توزیع یا انتشار، خودگردان و در مقام بازیابی محتوا یا پیام‌های خاصی که بر بستر شبکه گسترده جهانی (اینترنت) و شبکه‌های ارتباطی الکترونیک موجود هستند، از نگاه دریافت‌کننده/ دریافت‌کنندگان بالقوه‌اش خودگزین تلقی می‌شود. هر سه نوع ارتباطات (میان‌فردی، جمعی و خودانگیز)، هم‌زیست، میان‌کنش و مکمل‌همدیگر هستند، تا اینکه جایگزینی برای هر کدام محسوب شوند (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۴۵-۱۴۴).

از دیگر نظریه‌هایی که در این پژوهش برای تبیین نقش فضای مجازی، مورد استفاده قرار گرفته، نظریه اجتماع مجازی است. مطابق این نظریه هوارد رینگولد، اجتماعات مجازی در حال رشد در اینترنت می‌توانند در احیای ایفای نقش جدی‌تر مردم در فرآیندهای اجتماعی به شهروندان کمک کنند او به روشی کم‌وبیش سنتی، این اجتماعات را شبکه‌های خودتعریفی توصیف می‌کند که به موجب ایجاد ارتباط مستمر در زمینه اهداف و یا سلايق خاصی ترتیب یافته‌اند (خدایاری، دانشورحسینی و سعیدی، ۱۳۹۳: ۱۷۵).

در جمع‌بندی مباحث نظری و تجربی می‌توان دریافت هیئت‌های مذهبی به‌عنوان یکی از روش‌های سنتی تبلیغ دینی در ایران، دارای کارکردهای اجتماعی و فرهنگی متعددی است که البته متناسب با مقتضیات جامعه، احتمال تغییر در آن وجود دارد. همچنین می‌توان انتظار داشت از آنجاکه مخاطبین یا اعضای هیئت‌های مذهبی، در جستجوی محتوای مورد نظر خود هستند، شرکت در این جلسات تا زمانی ادامه خواهد داشت که محتوای مورد نظر مخاطبین تأمین و رضایت آن‌ها جلب شود.

درضمن این نکته را باید در نظر داشت، در رقابت بین رسانه‌ها، آن رسانه که بتواند بهتر و بیشتر نیازهای مخاطبین را برآورده کند، جایگزین روش‌های سنتی خواهد شد. رسانه‌ای که ضمن پذیرفتن نقش‌های خاص خود، برخی از نقش‌های رسانه‌های قدیمی‌تر را نیز ایفا می‌کند.

روش پژوهش

این پژوهش را می‌توان از نظر ماهیت در زمره‌ی مطالعات توصیفی، از نظر هدف جزء پژوهش‌های کاربردی و از نظر روش گردآوری، به‌عنوان پژوهش پیمایشی قلم داد کرد. جامعه آماری در این پژوهش عبارت از مسئولین تمامی هیئت‌های مذهبی زنان، از نوع مستمر در منطقه شمیران است. تعداد هیئت‌های یادشده طبق آخرین آمار دریافتی از شهرداری منطقه یک تهران، ۴۰ مورد است یادآور می‌شود واحد تحلیل در این پژوهش، گروه (هیئت) است.

در این پژوهش جهت گردآوری داده‌ها از روش پیمایش و ابزار مصاحبه ساختاریافته استفاده شده است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کمی (آماري) استفاده شده است. برای این منظور، ابتدا برای توصیف داده‌ها از درصد فراوانی و مشخصه‌های مرکزی بهره‌جسته و در ادامه برای آزمون فرضیات، متناسب با سطح اندازه‌گیری متغیرها و نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های χ^2 ، کروسکال-والیس و f استفاده شده است.

برای سنجش روایی ابزار گردآوری از روش اعتبار صوری استفاده شده است. بدین منظور، فهرست پرسش‌های مصاحبه در اختیار ۹ تن از داوران قرار گرفت و پس از دریافت نظرات آنان، نسبت به اصلاح موارد پیشنهادی، اقدام شده است.

برای تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. براین اساس پس از گردآوری داده‌ها، ضریب یادشده برای مصاحبه‌های انجام‌شده محاسبه شد و از آنجاکه مقدار آلفای کرونباخ $0/72$ بود، بنابراین می‌توان گفت ابزار گردآوری از پایایی به‌نسبت قابل قبولی برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش با توجه به پرسش‌های پژوهش، به ارائه یافته‌های پژوهش پرداخته شده است. ویژگی‌های هیئت‌های مذهبی مورد مطالعه: در این بخش به توصیف برخی از ویژگی‌های هیئت‌های مذهبی مورد مطالعه پرداخته شده است.

- هیئت‌های مورد مطالعه از نظر سابقه فعالیت دارای وضعیت متفاوتی هستند، به نحوی که کمترین آن ۴ سال و بیشترین آن ۳۵ سال سابقه فعالیت دارد. بر این پایه از مجموع هیئت‌های یادشده ۲۵ درصد ۴ تا ۱۱ سال، ۲۷/۵ درصد ۱۲ تا ۱۹ سال، ۲۵ درصد ۲۰ تا ۲۷ سال و ۲۲/۵ درصد ۲۸ تا ۳۵ سال سابقه فعالیت دارند. یادآور می‌شود میانگین سابقه فعالیت این هیئت‌ها ۱۸/۸۸ سال است.
- از دیگر نکات مهم، تعداد شرکت‌کنندگان در هیئت‌های مذهبی است. نتایج حاکی از آن است که هیئت‌های مورد مطالعه دارای جمعیت شرکت‌کننده مختلفی هستند. بر این اساس ۷۵ درصد از آن‌ها بین ۱۵ تا ۴۲ نفر، ۱۷/۵ درصد بین ۴۳ تا ۶۹ نفر، ۲/۵ درصد بین ۷۰ تا ۹۶ نفر، ۲/۵ درصد بین ۹۷ تا ۱۲۳ نفر و ۲/۵ درصد بین ۱۲۴ تا ۱۵۰ نفر عضو دارند. یادآور می‌شود، میانگین مشارکت‌کنندگان در جلسات هیئت‌های مورد مطالعه، ۳۷ نفر است.
- سن شرکت‌کنندگان در هیئت‌های مذهبی نیز از دامنه تغییرات گسترده‌ای برخوردار است. نتایج حاکی از آن است که ۵ درصد از آن‌ها دارای میانگین سنی ۱۳ تا ۲۱ سال، ۱۰ درصد ۲۲ تا ۲۹ سال، ۴۰ درصد ۳۰ تا ۳۸ سال، ۲۲/۵ درصد از ۳۹ تا ۴۵ سال و ۲۲/۵ درصد ۴۶ تا ۵۵ سال دارند.

فعالیت هیئت‌ها قبل از شیوع کرونا: هیئت‌های مذهبی پیش از شیوع کرونا دارای طیف متنوعی از فعالیت‌های مختلف بودند. از جمله مهم‌ترین فعالیت‌ها، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

از مجموع ۴۰ هیئت مورد مطالعه، در ۲۷ هیئت (۶۷/۵ درصد) مراسم روضه‌خوانی به‌عنوان یکی از فعالیت‌های اصلی، برگزار می‌شد. همچنین در ۲۶ هیئت (۶۵ درصد)،

فعالیت‌های قرآنی در زمره فعالیت‌های اصلی قرار داشت. از دیگر فعالیت‌های هیئت‌های مذهبی، برگزاری مراسم سخنرانی بود که در ۲۵ هیئت (۶۲/۵ درصد) انجام می‌گرفت. علاوه بر موارد یادشده، در ۲۱ هیئت (۵۲/۵ درصد) به برگزاری مراسم جشن یا عزاداری به مناسبت‌های مختلف پرداخته می‌شد. همچنین در ۱۵ هیئت (۳۷/۵ درصد) انجام امور خیریه در فهرست فعالیت‌های برنامه‌های جاری قرار داشت.

نحوه اطلاع‌رسانی قبل از کرونا: هیئت‌های مذهبی پیش از شیوع کرونا برای اطلاع‌رسانی به اعضای خود از روش‌های مختلف استفاده می‌کردند. از جمله این روش‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد؛

استفاده از نصب پرچم، از بیشترین فراوانی در اطلاع‌رسانی به اعضای هیئت برخوردار بود، به نحوی که از مجموع ۴۰ هیئت مورد مطالعه، ۳۲ هیئت (۳۲ درصد) از این روش بهره می‌بردند. پس از آن، استفاده از ارتباطات بین‌فردی اعم از حضوری و یا غیرحضوری در اطلاع‌رسانی به اعضای هیئت قرار داشت که در بین ۲۵ هیئت (۶۲/۵ درصد) رواج داشته و همچنین ۱۷ هیئت (۴۲/۵ درصد) برای اطلاع‌رسانی از ظرفیت موجود در مساجد و مدارس بهره می‌بردند چراکه در این‌گونه مراکز به سبب تجمع افراد، امکان برقراری ارتباطات گروهی وجود داشت. از دیگر روش‌های موجود برای اطلاع‌رسانی، نصب اعلامیه یا بنر بود که در بین ۱۶ هیئت (۴۰ درصد) رواج داشت و سرانجام باید به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره کرد که تا پیش از شیوع بیماری کرونا ۱۴ هیئت (۳۵ درصد) از این روش برای اطلاع‌رسانی به اعضای خود استفاده می‌کردند.

نوع‌شناسی هیئت‌های مذهبی: هیئت‌های مذهبی را می‌توان برحسب معیارهای گوناگون به انواع مختلف تقسیم کرد. مطالبی که در این بخش آورده می‌شود، مروری بر یافته‌های پژوهش در این باره است.

- از نظر نوع مکان، ۷/۵ درصد در مسجد، ۱۲/۵ درصد در حسینیه، ۷۷/۵ درصد هیئت خانگی و ۲/۵ درصد در مدارس برگزار می‌شوند. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به مواردی است که هیئت به صورت خانگی برگزار می‌شود.

- از نظر شکل مکان (ثابت، دوره‌ای)، ۴۰ درصد از ۴۰ هیئت‌های مورد مطالعه به‌صورت ثابت و ۶۰ درصد به صورت دوره‌ای برگزار می‌شود. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به هیئت‌هایی است که از نظر شکل مکان به صورت دوره‌ای برگزار شده است.
- از نظر زمان (هفتگی، دو هفته یکبار، ماهانه، فصلی)، ۴۷/۵ درصد هیئت‌ها هفته‌ای یکبار، ۲۵ درصد دو هفته یکبار، ۲۲/۵ درصد به‌صورت ماهانه و ۵ درصد از این هیئت‌ها به‌صورت فصلی برگزار می‌شوند. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به جلسات هفتگی است.
- از نظر استمرار در برگزاری، ۹۲ درصد مسئولین اعلام کردند که جلسات آن‌ها قبل از شیوع کرونا به‌صورت مستمر و ۷/۵ درصد به‌صورت غیرمستمر و مناسبتی برگزار می‌شد. یادآور می‌شود بر پایه آنچه آورده شده می‌توان دریافت نما یا بیشترین فراوانی مربوط به جلسات مستمر می‌باشد.
- از نظر محور فعالیت (قرآن‌محور، روضه‌محور، سخنران‌محور، موارد خاص)، ۵۲/۵ درصد هیئت‌ها قرآن‌محور، ۱۵ درصد روضه‌محور و ۳۲/۵ درصد سخنران‌محور هستند. یادآور می‌شود نما مربوط به هیئت‌های قرآن‌محور است.
- از نظر سطح فعالیت (فعال، نیمه‌فعال، مقطعی، مناسبتی)، ۸۷/۵ درصد از این هیئت‌ها فعال، ۵ درصد مقطعی و ۷/۵ درصد مناسبتی است. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به هیئت‌هایی است که به شکل فعال هستند.
- از نظر شکل فعالیت (عمومی، خصوصی، فامیلی، قومی)، ۷۵ درصد هیئت‌ها به‌صورت عمومی، ۱۵ درصد خصوصی، ۲/۵ درصد فامیلی و ۷/۵ درصد به‌صورت قومی فعالیت می‌کنند. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به هیئت‌هایی با فعالیت عمومی است.
- از نظر رنج سنی (جوان، نوجوان، تنوع سنی)، ۱۷/۵ درصد هیئت‌ها به‌لحاظ رنج سنی جوان، ۵ درصد نوجوان و ۷۷/۵ درصد دارای تنوع سنی هستند. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به تنوع سنی است.

وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با بیماری کرونا: پس از شیوع بیماری کرونا، برگزاری هیئت‌های مذهبی به دلیل اجتماع افراد در یک مکان سرپوشیده و احتمال سرایت بیماری به دیگران، با چالش جدی روبه‌رو شد. به نحوی که از آن پس هیئت‌های مذهبی در مواجهه با این بیماری به سه دسته تقسیم شدند. نحوه توزیع فراوانی هیئت‌های مذهبی برحسب سه دسته یادشده، به شرح زیر است:

از مجموع ۴۰ هیئت مورد مطالعه، ۲۰ درصد (۸ مورد) پس از شیوع کرونا با رعایت پروتکل‌های بهداشتی جلسات را برگزار می‌کنند و ۴۵ درصد (۱۸ مورد) جلسات را تعطیل کردند و ۳۵ درصد (۱۴ مورد) جلسات را در شبکه‌های اجتماعی مجازی برگزار می‌کنند. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به مواردی است که هیئت‌ها در آن به تعطیلی کشیده شده است. آزمون معناداری تفاوت بین انواع هیئت‌های مذهبی با وضعیت آن‌ها در مواجهه با بیماری کرونا: در این بخش به نتایج آزمون معناداری تفاوت بین برخی از ویژگی‌های هیئت‌های مذهبی و وضعیت آن‌ها در مواجهه با بیماری کرونا پرداخته شده است.

جدول (۲): نتایج آزمون آماری

نتیجه	سطح معناداری	ارزش	نوع آزمون	فرضیه
رد	۰/۷۴۶	۰/۲۹۶	F	به نظر می‌رسد بین سابقه تأسیس و وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با بیماری کرونا تفاوت معناداری وجود دارد
رد	۰/۲۷۶	۲/۵۷۲	کروسکال-والیس	به نظر می‌رسد بین تعداد شرکت‌کنندگان و وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.
رد	۰/۰۹۹	۴/۶۲۲	کروسکال-والیس	به نظر می‌رسد بین سن شرکت‌کنندگان و وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا تفاوت معناداری وجود دارد

تایید	۰/۰۰۱	۲۱/۵۶۷	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین نوع مکان و وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا تفاوت معناداری وجود دارد.
تایید	۰/۰۰۰	۳۲/۵۹۳	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین شکل مکان وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا رابطه معناداری وجود دارد.
تایید	۰/۰۰۰	۳۸/۶۴۸	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین زمان و وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با بیماری کرونا رابطه وجود دارد.
تایید	۰/۰۴۹	۶/۰۲۳	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین نحوه استمرار در برگزاری وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا رابطه معناداری وجود دارد.
تایید	۰/۰۰۰	۲۸/۶۰۴	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین محور اصلی فعالیت و وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا رابطه معناداری وجود دارد.
تایید	۰/۰۳۱	۱۰/۶۱۲	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین نوع فعالیت و وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا رابطه معناداری وجود دارد.
تایید	۰/۰۰۰	۲۹/۹۰۵	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین شکل فعالیت و وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با بیماری کرونا رابطه معناداری وجود دارد.
تایید	۰/۰۰۰	۳۴/۸۱۳	کای اسکویپر	به نظر می‌رسد بین رده سنی و وضعیت برگزاری جلسات پس از شیوع کرونا رابطه معناداری وجود دارد.

باتوجه به نتایج آزمون‌های آماری می‌توان دریافت تفاوت معناداری بین برخی از ویژگی‌های هیئت‌های مذهبی نظیر سابقه تأسیس، تعداد شرکت‌کنندگان و سن شرکت‌کنندگان با وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با کرونا وجود ندارد. همچنین این نتایج حاکی از وجود تفاوت معنادار بین برخی دیگر از ویژگی‌های این هیئت‌ها از قبیل:

- نوع مکان، شکل مکان، زمان برگزاری، نحوه استمرار در برگزاری، محور اصلی فعالیت، نوع فعالیت، شکل فعالیت و رده سنی با وضعیت برگزاری آن‌ها در مواجهه با بیماری کرونا است.

- توصیف وضعیت هیئت‌های مذهبی فعال بعد از شیوع کرونا: همان‌طور که پیش از این اشاره شد از مجموع هیئت‌های مذهبی مورد مطالعه، برخی در مواجهه با شیوع بیماری کرونا فعالیت خود را متوقف کرده و تعطیل شده‌اند اما در این میان برخی دیگر به صورت گوناگون به فعالیت خود ادامه داده‌اند. در این قسمت به تشریح یافته‌های پژوهش درباره آن دسته از هیئت‌های مذهبی پرداخته که کماکان به فعالیت خود تداوم بخشیدند.

وضعیت برگزاری هیئت‌های مذهبی بعد از شیوع کرونا

شیوه‌های اطلاع‌رسانی هیئت‌های مذهبی فعال پس از شیوع کرونا: پس از شیوع کرونا، آن دسته از هیئت‌های مذهبی که به انحنای مختلف فعالیت کردند، از روش‌های متنوعی برای اطلاع‌رسانی به اعضاء خود استفاده می‌کردند. از مجموع ۲۲ هیئت مذهبی فعال پس از شیوع کرونا، ۳۶/۳۶ درصد برای اطلاع‌رسانی از تماس تلفنی و ۶۳/۶۴ درصد از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. لازم به بیان است نمایا بیشترین فراوانی مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای اطلاع‌رسانی است.

بروز تغییر در تعداد شرکت‌کنندگان در هیئت‌های مذهبی فعال پس از شیوع کرونا: از مجموع ۲۲ هیئت مذهبی فعال، در ۳۱/۸۱ درصد تعداد شرکت‌کنندگان جلسات بسیار زیاد کاهش داشته، ۹/۰۹ درصد زیاد کاهش داشته، ۱۳/۶۳ درصد تا حدی کاهش داشته، ۱۸/۱۸ درصد کم کاهش داشته، ۹/۰۹ درصد هیچ‌کاهش نداشته و ۴/۵۴ درصد افزایش داشته

است. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به مواردی است که اعضاء آنها بسیار کاهش یافته است. برنامه‌های هیئت‌های مذهبی فعال پس از شیوع کرونا: در هیئت‌های مذهبی فعال، پس از شیوع کرونا نیز برنامه‌های متنوعی وجود داشته است. در این میان برنامه روضه‌خوانی از بیشترین فراوانی برخوردار بوده است به‌نحوی که از مجموع ۲۲ هیئت فعال، در ۵۹/۰۹ درصد این فعالیت انجام شده است. پس از آن، بیشترین فراوانی مربوط به فعالیت‌های قرآنی است که در ۵۴/۵۴ درصد از هیئت‌های مذهبی دایر بوده است. مراسم سخنرانی از دیگر برنامه‌هایی بود که در هیئت‌های مذهبی فعال انجام شده است، به‌نحوی که در ۵۰ درصد بدین برنامه پرداخته‌اند. ارائه خدمات مردمی در مبارزه با بیماری کرونا و پیامدهای ناشی از آن از دیگر برنامه‌هایی بود که پس از شیوع این بیماری در هیئت‌های مذهبی فعال مورد توجه قرار گرفته است. نتایج حاصله گویای آن است که ارائه این خدمات نیز در ۵۰ درصد از هیئت‌های یادشده، انجام شده است. علاوه‌بر آنچه آورده شده برگزاری مراسم جشن و عزاداری مذهبی در ۳۶/۳۶ درصد از هیئت‌های مذهبی فعال کماکان برگزار شده است. توجه به امور خیریه از دیگر برنامه‌هایی است که در محدودی از هیئت‌های مذهبی انجام شده است، به‌نحوی که می‌توان اجرای آن را در ۲۲/۷۲ درصد از هیئت‌های یادشده ملاحظه کرد. بر پایه آنچه آورده شد می‌توان دریافت نما یا بیشترین فراوانی مربوط به مراسم روضه‌خوانی در هیئت‌های مذهبی است.

تأثیر شیوع بیماری کرونا بر سطح فعالیت هیئت‌های مذهبی فعال پس از شیوع کرونا: از مجموع ۲۲ هیئت فعال پس از شیوع بیماری کرونا، سطح فعالیت ۶۳/۶ درصد در مقایسه با قبل از شیوع کرونا، کاهش یافته، ۲۷/۳ تغییری نکرده و در ۹/۱ درصد افزایش یافته است.

وضعیت هیئت‌های مذهبی پس از کوچ به شبکه‌های اجتماعی مجازی: پس از شیوع بیماری کرونا، برخی از هیئت‌های مذهبی به استفاده از ظرفیت موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ادامه فعالیت خود روی آورده‌اند. در این بخش به پاره‌ای از نکات مربوط به کوچ هیئت‌های مذهبی به شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته شده است:

- از نظر مصاحبه‌شوندگان، از مجموع ۱۴ هیئت مذهبی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی کوچ کرده‌اند، کیفیت ۲۸/۰۶ درصد نسبت به قبل از کرونا کاهش یافته است. ۵۷/۱ درصد فرقی نکرده و ۱۴/۳ درصد نسبت به قبل بهتر شده است. لازم به یادآوری است نما و میانه مربوط به طبقه‌ای است که معتقدند کیفیت هیئت‌های یادشده نسبت به قبل، فرق نکرده است.
- از مجموع مسئولین ۱۴ هیئت مذهبی که پس از شیوع بیماری کرونا از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ادامه فعالیت استفاده کرده‌اند، ۴۲/۹ درصد معتقدند استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح زیاد بر شرکت‌کنندگان تأثیر داشته است. ۲۸/۶ درصد این اثربخشی را تا حدودی دانسته و ۲۸/۶ درصد نیز تأثیر آن را در سطح کم ارزیابی کرده‌اند. نما یا بیشترین فراوانی مربوط به افرادی است که میزان اثربخشی را در سطح زیاد دانسته‌اند.
- از مجموع ۱۴ نفر مسئولین هیئت‌های مذهبی، ۷/۱۴ درصد معتقد است میزان رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان از انتقال هیئت مذهبی به شبکه‌های اجتماعی مجازی، در سطح کم است. ۲۸/۵۷ درصد رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان را تا حدودی دانسته و این در حالی است که ۶۴/۲۸ درصد آن را در سطح زیاد ارزیابی کرده‌اند. یادآور می‌شود نما مربوط به مواردی است که میزان رضایت‌مندی را در سطح زیاد، گفته‌اند.
- نقاط قوت برگزاری جلسات هیئت‌های مذهبی در شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ برگزاری هیئت‌های مذهبی از نظر مسئولین مربوطه دارای نقاط قوت متنوعی است. از جمله این نقاط می‌توان به جذب مخاطب بیشتر، دسترسی آسان‌تر به مخاطب و صرفه‌جویی در زمان، اشاره کرد که ۲۸/۵۷ درصد به وجود آن اشاره کردند همچنین ادامه زنده نگه داشتن فعالیت در کرونا از دیگر مواردی است که ۲۱/۴۲ درصد به وجود آن قائل بوده‌اند. یادآور می‌شود هرچند نقاط قوت یادشده متنوع است ولی در تمامی موارد، اکثر مصاحبه‌شوندگان، وجود آن را در هیئت‌های خود پذیرفته‌اند.

- نقاط ضعف برگزاری جلسات در شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مهم‌ترین نقطه ضعف مشاهده‌شده، عدم دسترسی شرکت‌کنندگان به امکانات شبکه‌های اجتماعی مجازی است که ۵۰ درصد به وجود آن در هیئت‌های خود قائل بوده‌اند. کاهش تعداد افراد و نداشتن زیرساخت‌ها از دیگر مواردی است که به‌عنوان نقاط ضعف در برگزاری هیئت‌های مذهبی در شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح است، به‌نحوی که ۳۵/۷۱ درصد وجود آن را مورد تأکید قرار داده‌اند. علاوه بر موارد یادشده ۲۱/۴۲ درصد، عدم وجود روابط رودرو را به‌عنوان یکی از نقاط ضعف برشمرده‌اند. درضمن ۱۴/۲۸ درصد به عدم کنترل بر روی مباحث گروه در شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره کرده‌اند. بر پایه آنچه آورده شد می‌توان دریافت هرچند نقاط ضعف گوناگونی درباره برگزاری هیئت‌های مذهبی در شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح است ولی نقاط یادشده مبتلابه تمامی هیئت‌ها نیست و تنها برخی از آن‌ها با وجود چنین نقاط ضعفی روبه‌رو هستند.
- از مجموع ۱۴ نفر مسئولین هیئت‌های مذهبی فعال در شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۱۴/۲۸ درصد معتقدند که تعداد کمی از اعضاء موفق به حضور در جلسات هیئت در شبکه‌های اجتماعی مجازی نشده‌اند. ۴۲/۵۸ درصد نیز وجود این مشکل را برای نیمی از اعضای هیئت‌های خود پذیرفته‌اند و این درحالی است که به زعم ۴۲/۵۸ درصد از آن‌ها، تعداد زیادی از اعضای هیئت موفق به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای شرکت در جلسات مذهبی، نشده‌اند.
- از مجموع مسئولین ۱۴ هیئت مذهبی فعال در شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۱۴/۲۸ درصد پیش‌بینی کرده که فعالیت آن‌ها در دوره پسا کرونا، به صورت فعلی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ادامه خواهد یافت. ۴۲/۸۵ درصد اظهار داشته در دوره پسا کرونا، فعالیت آن‌ها به وضعیت قبل از کرونا باز خواهد گشت و ۴۲/۸۵ درصد نیز بر این باورند که پس از دوران پسا کرونا فعالیت آن‌ها به‌صورت تلفیقی از وضعیت قبل از کرونا و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی خواهد بود. گفتنی

است، نما یا بیشترین فراوانی مربوط به ۲ طبقه بازگشت به وضعیت قبلی و تلفیقی از فعالیت در فضای واقعی و مجازی است.

نتیجه‌گیری

هیئت‌های مذهبی به‌عنوان یکی از روش‌های برقراری ارتباطات سنتی، بستر مناسبی برای تبلیغ دینی به‌شمار می‌رود از این رو ادامه فعالیت آن همواره مورد توجه متولیان امور دینی و مذهبی قرار داشته است. براساس آنچه در نظریه کارکردگرایی رسانه آورده شد می‌توان گفت هیئت‌های یادشده دارای کارکردهای آشکار مانند ترویج معارف قرآنی، آشنایی با آموزه‌های دینی، احیای سنت‌های مذهبی، ارج نهادن بر مقام پیشوایان دینی و برخی از کارکردهای پنهان مانند برقراری ارتباط دوستانه بین اعضا، انجام امور خیریه، برگزاری سفرهای زیارتی و غیره است.

با شیوع بیماری کرونا، برگزاری جلسات هیئت‌های مذهبی نیز با چالش جدی روبه‌رو شد. به‌نحوی که برگزاری آن به روش سنتی میسر نگردید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که از مجموع هیئت‌های مورد مطالعه ۴۵ درصد از آن‌ها ناگزیر به توقف فعالیت خود شدند. ۲۰ درصد دیگر توانستند با رعایت پروتکل‌های بهداشتی جلسات را برگزار کنند و ۳۵ درصد نیز، جلسات را در شبکه‌های اجتماعی مجازی برگزار کنند. بدیهی است هرچند در حالت اخیر، هیئت‌های مذهبی توانستند برخی از کارکردهای آشکار خود را حفظ کنند ولی به‌ترتیب، پاره‌ای از کارکردهای پنهان آن‌ها کم‌رنگ و یا حذف شد.

درباره وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با شیوع بیماری کرونا، به بررسی رابطه آن با برخی از ویژگی‌های هیئت‌های یادشده پرداخته شد نتایج آزمون‌های آماری حاکی از آن است که تفاوت معناداری بین سابقه تأسیس، تعداد شرکت‌کنندگان و سن شرکت‌کنندگان با وضعیت هیئت‌های مذهبی در مواجهه با کرونا وجود ندارد. همچنین این نتایج حاکی از وجود تفاوت معنادار بین برخی دیگر از ویژگی‌های این هیئت‌ها از قبیل:

- نوع مکان، شکل مکان، زمان برگزاری، نحوه استمرار در برگزاری، محور اصلی

فعالیت، نوع فعالیت، شکل فعالیت و رده سنی با وضعیت برگزاری آن‌ها در دوره کرونا است.

بر پایه نظریه استفاده و رضامندی، مخاطب چنانچه محتوای مورد نظر خود را از یک رسانه دریافت کند، خشنودی وی تأمین شده و به استفاده از آن رسانه ادامه می‌دهد. اعضای هیئت‌های مذهبی نیز در گذشته به دنبال کسب محتوای مورد نظر خود در جلسه این هیئت‌ها شرکت می‌کردند و باتوجه به برآورده شدن نیاز خود، به حضور در آن جلسات، ادامه می‌دادند.

شیوع بیماری کرونا موجب شد تا اعضای هیئت‌ها به دلیل عدم امکان تجمع در یک مکان خاص، نتوانند محتوای مورد نظر خود را دریافت کنند. از این رو جلسات یادشده به حالت تعطیل درآمده و یا متولیان به فکر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای عرضه محتوای مناسب برای مخاطبین خود افتادند.

برحسب نظریه نقش مناسب انتظار می‌رفت اعضای هیئت‌های مذهبی با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی، روش‌های سنتی برگزاری هیئت‌های مذهبی را ترک کرده و به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی روی آورند. بروز بیماری کرونا و شیوع آن می‌توانست زمینه‌ساز این انتقال باشد ولی نتایج پژوهش نشان داد که تنها یک سوم هیئت‌های یادشده موفق به استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی شدند و بقیه به امید خاتمه یافتن این بیماری، منتظر برگزاری جلسات هیئت‌های مذهبی به روش سنتی آن و یا حداکثر تلفیقی از آن با تکنولوژی نوین، هستند. در توجه این نکته می‌توان به کارکردهای پنهان هیئت‌های مذهبی اشاره کرد که اغلب در صورت برگزاری آن به روش سنتی، امکان‌پذیر خواهد بود و سرانجام آنکه برحسب آنچه در نظریه اجتماع مجازی آورده شد می‌توان انتظار داشت هیئت‌های مذهبی به عنوان شبکه‌های خودتعریف بتوانند با استفاده از ظرفیت فضای مجازی در ایفای نقش جدی‌تر خود در فرآیندهای اجتماعی، عملکرد بهتری داشته باشند.

پیشنهاد‌های پژوهش:

باتوجه به یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهاد‌های پژوهشی و اجرایی را به شرح زیر ارائه

کرد:

پیشنهادهای پژوهشی

- پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی علاوه بر دیدگاه مسئولین، به بررسی نظر افراد شرکت‌کننده در این هیئت‌ها نیز مبادرت شود.
- توصیه می‌شود در پژوهش‌های بعد، تمامی مقولات محتمل شناسایی شده، و به جای مصاحبه از ابزار پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات استفاده شود.
 - پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، علاوه بر هیئت‌های مذهبی بانوان، به وضعیت سایر هیئت‌های مذهبی (مردانه و تلفیقی) نیز پرداخته شود.
 - توصیه می‌شود پژوهش مستقلی درباره برگزاری هیئت‌های مذهبی در شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام شود تا بتوان بیشتر با نقاط ضعف و قوت آن آشنا شد.
 - پیشنهاد می‌شود پژوهش مستقلی درباره کارکردهای متنوع هیئت‌های مذهبی انجام شده تا بتوان ضمن آشنایی با کارکردهای آشکار و پنهان، با کارکردهای مثبت، خنثی و منفی آن نیز آشنا شد.

پیشنهادهای اجرایی

- آشنا نبودن برخی از اعضاء هیئت‌های مذهبی با نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی، موجب عدم استفاده آن‌ها از این وسایل برای برگزاری این هیئت‌ها شده است. آموزش استفاده از این امکانات، می‌تواند زمینه را برای شرکت بیشتر اعضاء در این جلسات فراهم کند.
- باتوجه به کاربرد نرم‌افزارهای رایانه‌ای در آموزش غیرحضوری به‌ویژه در سال‌های اخیر، پیشنهاد می‌شود سازمان‌های ذی‌ربط با طراحی نرم‌افزار مناسب بتواند امکان برگزاری هرچه بهتر جلسات مذهبی را در فضای مجازی فراهم کند.
- باتوجه به تجربیات به دست آمده در دوره کرونا، پیشنهاد می‌شود مسئولین هیئت‌های مذهبی در دوره پساکرونا نیز متناسب با مقتضیات هیئت خود، آمادگی

لازم را برای برگزاری جلسات مذهبی به روش‌های گوناگون (حضوری، غیرحضوری و آمیخته) داشته باشند.

منابع:

۱. احمدی، ابوالفضل (۱۳۹۴). بررسی جامعه‌شناختی رابطه سبک زندگی و هیئت‌های مذهبی. مهندسی فرهنگی، ۹(۸۳)، ۱۰-۴۰.
۲. اسلامی، مروارید (۱۳۹۱). بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی. مقاله ارائه شد در نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران.
۳. بصیریان جهرمی، حسین؛ عرفان منش، محمد امین (۱۳۹۰). مطالعه تأثیر آموزش مهارت‌های کتابخانه‌ای و تورهای آشنایی با کتابخانه بر اضطراب کتابخانه‌ای دانشجویان. فصلنامه دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات)، ۴(۱۵)، ۴۳-۵۱.
۴. حسینی آقایی مقدم، سید محمدتقی؛ صدیق‌اورعی، غلامرضا (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی تبلیغ دینی با تأکید بر مخاطبان جوان. بی‌جا: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۵. خدایاری، کلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه؛ سعیدی، حمیده (۱۳۹۳). میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد). فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۲۱(۱)، ۱۶۷-۱۹۲.
۶. دستوری، مژگان (۱۳۸۹). بررسی دگرگونی‌های هیئت‌های مذهبی زنانه: هیئت‌های سنتی و نوین. مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان. ۸(۱)، ۷۱-۹۰.
۷. زارعیان، داود (۱۳۹۲). مبانی کلی ارتباطات جمعی. تهران: مکتب ماها.
۸. زراعت حرفه، فهیمه؛ احمدیان رنجبر، رضوان (۱۴۰۰). پیامدهای منفی شیوع ویروس کرونا بر زندگی سالمندان: یک مطالعه کیفی. روانشناسی پیری، ۷(۲)، ۹۳-۱۰۶.
۹. سیلان اردستانی، حسین (۱۳۹۵). تعریف جدید از تبلیغات دینی اسلامی. مطالعات رسانه‌ای، ۱۱(۳۲ و ۳۳)، ۲۹-۴۰.
۱۰. سلامی، سمانه (۱۴۰۰). شناخت وضعیت برگزاری جلسات مذهبی بانوان شمیران و نقش شیوع بیماری کرونا بر آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه ارتباطات. دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه سوره.
۱۱. فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲). ارتباطات بین‌الملل: جامعه اطلاعاتی جهانی، گذر از الگوی حاکم. فصلنامه رسانه، ۱۴(۳)، ۱۳-۲۴.
۱۲. فیاض، ابراهیم؛ کاظمی، عباس؛ دستوری، مژگان (۱۳۸۸). گونه‌شناسی هیئت‌های زنانه در تهران. نامه علوم اجتماعی، ۱۷(۳۶)، ۱۷۹-۲۰۴.

۱۳. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات. ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

۱۴. محدثی، جواد (۱۳۸۸). فرهنگ عاشورا. قم: معروف

۱۵. مظاهری، محسن (۱۳۸۹). رسانه شیعه. تهران: شرکت چاپ و نشر بین الملل

۱۶. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: نشر همشهری.

17. Chukwuma, Okechuku (2018). Communicating For The Advancement Of Religious Knowledge Through The Social Media. *International Journal Of Multimedia, Image Processing And Pattern Recognition*. 1(2): 7-13 .
18. Kale, Sudhir. & Rajeev Kamineni (2011). *Marketing of Religion in Cyberspace*. Paper presented at the Proceedings of the ANZMAC 2003 Conference: A celebration of ehrenberg and bass: marketing knowledge, discoveries and contribution
19. Kuttappan, Joy & Chen, Zibin (2020). Changing Social Patterns during Covid-19.
20. Pempek, Yermolayeva, & Calvert (2009). College students' social networking experiences on Facebook. <https://psycnet.apa.org/record/2009-06247-004>
21. Sakkthivel, Am (2015). Influence Of Social Network Websites Over Women Consumers From Islamic Religion: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal Of Internet Banking And Commerce*.
22. Steinert, Steffen (2021). Corona and value change. The role of social media and emotional contagion, *Ethics Inf Technol.* ; 23(Suppl 1), 59–68..

The role of virtual social networks in holding religious meetings during the coronary heart disease;

Case study: Religious meetings of Shemiran women

Majid Rezaeian* (author in charge)
Samaneh Salami**
Kowsar Mehrzadeh***

Abstract

Purpose: The activities of religious delegations have faced serious challenges after the corona outbreak. In this study, while examining the situation of the mentioned delegations after facing Coronary heart disease, their migration to cyberspace has been studied.

Methodology: The statistical population is the Shemiran women's religious bodies. For data collection, survey method and interview tool were structured and for analysis, statistical method was used.

Findings: After facing Corona, 45% of religious organizations were closed, 20% of them continued to operate in accordance with health protocols, and 35% of them resorted to using virtual social networks. Regarding the religious delegations that have continued their activities after the corona outbreak, it can be said that in most cases, the number of participants in the meetings and the level of activity of these delegations has decreased compared to before. Also, according to the officials of the delegations that have organized their meetings in cyberspace, in most cases, the level of quality, the level of effectiveness and also the satisfaction of their members has not changed or even increased compared to the past.

Conclusion: Religious delegations have many functions that virtual social networks can not fulfill all of them and therefore only one third of these delegations have used it. Therefore, it is expected that after the Corona crisis,

* Assistant Professor, Faculty of Culture and Communication, Soore University, Tehran, Iran, rezaeian@soore.ac.ir.

** Master's degree, Faculty of Culture and Communication, Soore University, Tehran, Iran, samanesalami@gmail.com.

*** Bachelor's degree, Faculty of Culture and Communication, Soore University, Tehran, Iran, Mehrzade2000@gmail.com.

religious delegations will be held in their traditional way or the maximum capacity of cyberspace will be used in combination.

Keywords: Religious delegations, Traditional communication, Virtual social networks, Corona crisis, Religious propaganda