

تبیین جامعه‌شناختی میزان دین‌داری و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی در بین ساکنان شهر جدید بهارستان اصفهان

دکتر رسول ربانی * (دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان)

Rarabani@ltr.ui.ac.ir

زهرا طاهری (کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان)

ztaheri2007@gmail.com

چکیده

دین‌داری عبارت است از پایبندی و آگاهی از اصول و شعائر یک مذهب؛ به گونه‌ای که این پیروی بر زندگی فردی و اجتماعی تأثیر گذار باشد. از آنجایی که دین به برآورده ساختن نیازهای پذیرفته شده اجتماعی و سود جمعی که آرزوهای گروه در آن نهفته باشد، می‌پردازد، در جوامع امروز از دین انتظار می‌رود که بتواند به جذب و ایجاد تعهد در بین پیروانش نایل شود. در این میان شهرهای جدید، به تبع دگرگونی‌ها و تحولات جمعیتی گسترده خود با چالش‌های زیادی، به ویژه در زمینه پایبندی به ارزش‌های دینی و حفظ آن مواجه هستند. هدف از مقاله حاضر، تبیین جامعه‌شناختی میزان دین‌داری ساکنان شهر جدید بهارستان و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی است.

روش اصلی تحقیق پیمایش (با استفاده از پرسش‌نامه بسته از نوع طیف لیکرت) بوده است. شیوه نمونه‌گیری با توجه به سن، جنس و محل سکونت افراد طبقه‌ای بوده که به صورت تصادفی در بین ۳۸۴ نفر از ساکنان این شهر به انجام رسیده است. یافته‌ها حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین میزان پایبندی مذهبی (دین‌داری) افراد با تأثیرپذیری آن‌ها از گروه‌های مرجع و میزان مصرف رسانه‌های داخلی و رابطه معکوس و معنادار میزان پایبندی مذهبی با متغیرهای میزان مصرف رسانه‌های خارجی و عرفی شدن و پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد است. همچنین نتایج حاصل در زمینه تأثیر دین‌داری بر سرمایه اجتماعی، با توجه به دیدگاه‌های نظری مطرح در مقاله مؤید این رابطه است.

* نویسنده مسئول

مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان ۱۳۸۷، صص ۹۱-۱۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۱۱/۲۷ تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۶

کلیدواژه ها: دین داری، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، سرمایه اجتماعی، رسانه‌های جمعی، گروه مرجع، عرفی شدن.

مقدمه

یکی از وظایف اصلی جامعه‌شناسی، مطالعه نهادهای اجتماعی و نقش آن‌ها در جامعه می‌باشد، با توجه به اهمیت و جایگاه خاص نهاد دین در نظام اجتماعی و ارتباط متقابل این نهاد با سایر نهاد های اجتماعی، بخش مهمی از مطالعات جامعه‌شناسی به بررسی کارکردهای گوناگون نهاد دین در نظام اجتماعی اختصاص یافته و بنا به ضرورت تقسیم کار علمی جامعه‌شناسی دین عهده دار رسمی این مهم شده است. چارلز، ای الوود ۱ ایجاد روحیه امید و نگاه مثبت به آینده، ایجاد سازماندهی و نظم خاص در امور فردی و اجتماعی را از نتایج و پیامدهای حضور دین در جامعه دانسته است. به نظر وی، توسعه روابط و ارتباطات اجتماعی و تلاش برای حفظ آن مهم‌ترین تبعات جدی حضور دین در جامعه است (ای. الوود، ۱۹۱۳: ۳۰۷).

مذهب چه از طریق «حضور» و چه از طریق «اهمیت» می‌تواند حس اعتماد، پیوند، هویت مشترک، همبستگی اجتماعی و روحیه همکاری و تعاون و... را در افراد ایجاد کند که در ظاهر عناصر فوق از مظاهر و پیامدهای سرمایه اجتماعی نیز می‌باشد (کتابی، ۱۳۸۳: ۱۸۰).

سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی که ممکن است افراد، گروه‌ها و جوامع برای نیل به نتایج مطلوب آن را به کار گیرند، قلمداد می‌شود و مفهومی است که در بسیاری موارد توسط تحلیل‌گران اجتماعی برای توصیف طیف وسیعی از فرایندهای اجتماعی به کار برده می‌شود و کمک می‌نماید تا به درک این پرسش که چرا برخی افراد و گروه‌ها به نتایج سیاسی، اقتصادی و یا اجتماعی مثبت‌تری نسبت به دیگران نایل می‌شوند، پی برده شود. در زمینه شکل‌گیری و تکوین سرمایه اجتماعی، بررسی دین و فرهنگ دینی بیش از هر مورد دیگری مورد نیاز است (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۷۱).

در این پژوهش نیز سعی بر آن است تا با نگاهی جامعه‌شناسانه در شهر جدید بهارستان به تبیین دین و دین‌داری افراد و عواملی که بر این امر تأثیر گذار هستند، پرداخته شود، و به سؤال‌ها و فرضیه‌های مطرح در آن پاسخ داده شود. سؤالات اصلی این تحقیق از این قرارند:

- میزان دین‌داری ساکنان شهر جدید بهارستان چقدر است؟
- چه عواملی بر دین‌داری ساکنان شهر جدید بهارستان موثر است؟
- دین‌داری چه تأثیری می‌تواند بر سرمایه اجتماعی داشته باشد؟

طرح مسأله

دین در همه زمان‌ها و جوامع از ابتدایی تا مدرن در اشکال مختلف وجود و حضور داشته است، از این واقعیت می‌توان نتیجه گرفت که دین یک نیاز فطری انسان‌ها می‌باشد که در بعد فردی پاسخ‌گوی سؤالات غایی انسان و در بعد اجتماعی سامان‌دهنده یا انسجام‌بخش مجموعه جامعه می‌باشد (واندر زانندن، ۱۹۹۶: ۳۲۶).

بدیهی است که دین به عنوان ارزشی متعالی باعث به وجود آمدن و شکل‌گیری برخی روحیات و عملکردهایی در زندگی اجتماعی افراد می‌شود که بر هیچ کس پوشیده نیست. شاید مهم‌ترین تبعات جدی دین در جامعه، تحکیم روابط اجتماعی افراد آن جامعه باشد (ای. الود، ۱۹۱۳: ۳۰۷).

مذهب به عنوان یکی از جنبه‌های فرهنگ بر فعالیت‌هایی متمرکز می‌شود که به عقیده رهروان آن، این اعمال، معنایی غایی و نهایی را برای زندگی به ارمغان می‌آورد و به حل و فصل نهایی مشکلات می‌انجامد. بسیاری از سیستم‌های دینی در ارتباط با این فعالیت‌ها، به نوعی با تقدس و حرکت به سوی خدا یاد می‌کنند (کیشی موتو، ۱۹۶۱: ۲۴۰).

دین یکی از عوامل سازنده کارکردهایی است که سرمایه اجتماعی نیز به نوعی آن‌ها را داراست. «افراد بر حسب دین و مذهبی که دارند ممکن است منشأ مشارکت باشند مانند: حضور و فعالیت در امور مساجد، تکایا، کلیساها و اماکن مذهبی و زیارتی» (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۷۶). و حتی به گفته وبر «مذهب می‌تواند

1- Vander Zanden

2- Hideo. Kishimoto

شبکه اعتمادی در بین افراد ایجاد کند که برای روابط تجاری و مبادله اقتصادی نیز ضروری باشد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۵۳). توجه به نکات فوق چنین می نمایاند که رابطه بین نهادهای اجتماعی دین و شبکه‌های ارتباطی افراد، توجه جامعه‌شناسان زیادی را به خود جلب کرده‌است و پیام‌هایی که آن نهادها به افراد جامعه ارسال می‌دارند و نظام‌هایی که فراهم می‌کنند و شبکه‌های اجتماعی که ایجاد می‌نمایند، همگی می‌توانند به عنوان منشأ و مبنای جهت ایجاد سرمایه اجتماعی عمل کنند.

امروزه تحلیل‌های نظری در حوزه دین‌بیانگر آن است که در جوامع در حال گذار، دین‌داری از جمله متغیرهای اجتماعی است که دستخوش تحولات گسترده‌ای شده‌است (توسلی و دیگران، ۱۳۸۵: ۹۷).

از آنجا که در گذشته پیوندهای قومی و خویشی به عنوان معیار همبستگی و اتحاد جوامع نقش مهمی بازی می‌کرد، امروزه با متحول شدن جوامع، حاکم شدن ارزش‌های مدرن، تنوع زندگی و مهاجرت‌ها و... این معیارها کارکرد خود را از دست داده، و پیوندهای دیگری جایگزین این نوع روابط شده‌است. شاید بتوان گفت که امروزه دین و پیامدهای آن بهتر می‌تواند نقش و کارکرد مهمی در ایجاد و حفظ همبستگی بین افراد یک جامعه برقرار کند. اهمیت بررسی این موضوع در ایران که کشوری در حال تحول و گذار می‌باشد و به ویژه این تحول در شهرهای جدید به نسبت سریع‌تر از دیگر شهرها صورت می‌گیرد، امری ضروری و قابل توجه است. و این پژوهش نیز سعی بر آن دارد تا با نگاهی جامعه‌شناسانه و ملهم از نظریات جامعه‌شناسان و صاحب نظران این امر به عوامل تأثیرگذار بر دین‌داری و تأثیر دین‌داری بر سرمایه اجتماعی در شهر جدید بهارستان پردازد.

پیشینه تحقیق

با توجه به اینکه بررسی یک واقعیت اجتماعی فقط از سوی محقق خاصی صورت نمی‌گیرد و بسیاری از محققان، نهادها و سازمان‌های خاص هر کدام بنا به برداشت، طرز تلقی و نیاز خود به یک مسأله، به دنبال رسیدن به پاسخ‌ها و پیدا کردن راه حل برای رفع موانع موجود بر سر آن هستند، دین و دین‌داری نیز از جمله واقعیت‌های مهم اجتماعی است که همواره ذهن بشر را در تمامی ابعادش به خود مشغول ساخته است. از جمله بررسی دین و ابعاد آن از سوی محققان جامعه‌شناس داخلی و خارجی نیز مورد توجه واقع شده است و هر کدام بنا به زمینه پژوهشی خویش به نتایج قابل توجهی دست یافته‌اند. در این قسمت نیز با

توجه به نزدیکی موضوع، مرتبط بودن متغیرهای مورد استفاده و بهره‌مندی پژوهش حاضر از محتوای موضوعی و نظری این مطالعات، به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌گردد.

در سال ۱۳۸۲ پیمایشی با عنوان «فاصله نسلی با تأکید بر وضعیت دین داری و ارزش‌های اجتماعی» در شهر دهدشت توسط فتحیان صفایی نژاد صورت گرفته است. نمونه مورد نظر ۲۲۰ نفر از ساکنان این شهر در سال ۱۳۸۱ بودند و هدف کلی از آن پی بردن به پیامدها و آثار تغییرات اجتماعی - فرهنگی بر فاصله نسلی بوده است. نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان می‌دهد میانگین نمره کلی دین داری نسل جوان ۴/۴۰ و میانگین نمره کلی دین داری بزرگ‌ترها ۴/۶۲ بوده است و از لحاظ دین داری میان دو نسل تفاوت وجود دارد و نسل جوان بیشتر پیرو گروه‌های ثانویه هستند و بزرگ‌ترها از گروه‌های نخستین پیروی می‌کنند، اما نقش پدر، مادر و مربیان و معلمان در نزد هر دو گروه سنی حایز اهمیت است. دیگر اینکه، هر چه پایگاه اجتماعی افراد بالاتر باشد، گرایش به ارزش‌های فرامادی بیشتر و با پایین آمدن پایگاه، گرایش به ارزش‌های مادی بیشتر خواهد بود (صفایی نژاد، ۱۳۸۲).

تحقیق پیمایشی دیگری با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر پابندی به ارزش‌های دینی، مطالعه موردی دانش آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز» است که توسط لهسایی زاده و دیگران در میان یک نمونه ۳۸۰ نفری از دانش آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز در سال تحصیلی ۸۱-۸۰ انجام گرفته است. متغیرهای مستقل در این تحقیق عبارتند از: متغیرهای جمعیتی شامل: والدین، رشته تحصیلی، درآمد پدر و وسایل رفاهی؛ متغیرهای مربوط به کارگزاران جامعه پذیری مذهبی، شامل: والدین، گروه همسالان، عوامل درون مدرسه ای (بسیج و شورای دانش آموزی دیران دینی) و متغیر میزان استفاده مذهبی از وسایل ارتباطی. متغیر وابسته؛ یعنی نظام ارزشی دینی هم در دو بعد باور دینی و رفتار دینی مورد سنجش واقع شده است. نتایج به دست آمده بیانگر رابطه معنادار اغلب متغیرها با متغیر وابسته و بالا بودن پابندی دانش آموزان به ارزش‌های دینی است. از نتایج دیگر این پژوهش، پابندی بیشتر زنان به ارزش‌های دینی نسبت به مردان است و اینکه هر چه عوامل جامعه پذیری مذهبی از طرف والدین، دوستان مدرسه و دیران دینی بیشتر و کامل تر صورت گیرد، میزان پابندی دانش آموزان به ارزش‌های دینی نیز بیشتر خواهد شد. همین طور هر چه استفاده کنندگان از وسایل ارتباط جمعی موضوعات مذهبی

را بیشتر دنبال کنند و مورد استفاده قرار دهند، پابندی آن‌ها به ارزش‌های دینی بیشتر خواهد بود (لهسایی زاده و دیگران، ۱۳۸۳).

نتایج پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها در ایران که در میان ۱۶۸۲۴ نفر افراد ۱۵ ساله و بالاتر ساکن در ۲۸ مرکز استان کشور در سال ۱۳۸۰، به طور تصادفی در بین مردم صورت گرفته، حاکی از این واقعیت است که اگرچه نفی سکولاریسم در ایران بیش از پذیرش آن است، اما نتایج به دست آمده، حاکی از درصد قابل توجهی از افراد است که به سمت سکولاریسم گرایش مثبت دارند؛ به گونه‌ای که: ۳۹/۲٪ افراد دوستی با افراد غیر مذهبی را بدون اشکال دانسته، ۳۵/۶٪ افراد معتقد به دین‌دار بودن بدون انجام اعمال مذهبی و ۳۶/۴٪ افراد معتقد به جدایی دین از سیاست برای پاک ماندن دین و ۴۲٪ نیز موافق واگذاری مقام‌های دولتی به افراد سکولار هستند. از دیگر نتایج آن، گرایش سکولار به موازات افزایش سن، کاهش و به موازات افزایش تحصیل افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، جوان‌ترها بیشتر از افراد مسن و افراد تحصیل کرده بیشتر از افراد بی‌سواد یا کم‌سواد گرایش به سکولار دارند (تاجیک، ۱۳۸۲: ۷۷-۸۰).

صباغ پور در تحقیقی با عنوان بررسی نگرش‌های سیاسی - مذهبی جوانان پسر تهرانی، عوامل مؤثر بر نگرش‌های مذهبی را، پایگاه اجتماعی، میزان استفاده از رسانه‌های گروهی رسمی و غیررسمی، میزان پذیرش ارزش‌های اجتماعی و میزان پابندی به گروه‌های مرجع دانسته است. او همچنین نتیجه گرفته است که پایگاه اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های گروهی غیررسمی روی نگرش مذهبی اثر منفی داشته است و کسانی که پذیرش اجتماعی در آن‌ها بالا است و از رسانه‌های رسمی استفاده می‌کنند نگرش مذهبی بالایی از خود نشان داده‌اند. میزان بستگی به گروه‌های مرجع بسته به ماهیت این گروه، تأثیر مثبت و منفی بر روی نگرش مذهبی جوانان داشته است (صباغ پور، ۱۳۷۳: ۴۵).

تحقیقاتی در زمینه رابطه طبقات اجتماعی و دین صورت گرفته است، از جمله مطالعات گلد اشمیت^۱، وینر بالیتینا^۲ و لیستون پوپ^۳ نشان می‌دهد بیشتر اعضای مجامع کلیسا‌های بنیادگرا را افراد طبقات پایین (کارگر کارخانه‌ها) تشکیل می‌دهند. لیستون پوپ از تحقیقاتش درباره روابط میان طبقه اجتماعی و دین چنین نتیجه می‌گیرد: هر اجتماع آمریکایی یک انگیزه مسلط برای قشر بندی دارد؛ انگیزه‌ای که

1 - Gold Schmidt

2 - Winer Buletana

3- Liston Pop

نهادهای مذهبی ارتباط تنگاتنگی با آنان دارند. هر کلیسای پروتستان صبغه طبقاتی خاصی دارد و سعی می کند از گروه اجتماعی معینی عضوگیری کند. سازمان های مذهبی در دو حد نهایی مقیاس اجتماعی؛ یعنی در میان خیلی ثروتمند و خیلی فقیر نفوذ کمتری دارند. در یک معنای کلی، کلیساها به طور اساسی به طبقه متوسط مرتبط اند (تامین، ۱۳۷۳: ۱۲).

مایرز ۱ نیز به گون های غیر محسوس با نمونه ای از ۲۰۳۳ نفر افراد ازدواج کرده (والدین) و نیز فرزندان آنها که در سال ۱۹۷۲ نوزده سال داشتند، به بررسی سرمایه اجتماعی در درون خانواده در ارتباط با دین داری پرداخته است. دین داری والدین، کیفیت روابط خانواده، مؤلفه های مذهبی بودن والدین، خوشبختی والدین، حمایت والدین، سخت گیری مناسب، کار کردن شوهر و کار نکردن زن و توانایی والدین در اداره امورات خانه نکات قابل توجه در پژوهش وی است. نتایج به دست آمده، بیانگر آن است که، دین داری والدین تأثیر مهمی روی دین داری فرزندان شان دارد. به عبارت دیگر، فرزندان هنگامی دین داری بالایی دارند که پدران شان دین دار و مادران شان عقاید مشابهی با آنان دارند. با بالا رفتن تحصیلات پدر، دین داری افراد افزایش می یابد و اگر پدر تصمیم گیرنده اصلی باشد تأثیرش بیشتر است. همچنین گسترش مشارکت والدین در نیروی کار و دین داری فرزندان مؤثر است. به طور کلی، در این تحقیق تحصیلات پدر، مشارکت در نیروی کار و روابط قدرت در خانه نشان می دهد که توانایی والدین در انتقال دین داری در خانواده های سنتی بیشتر است و دین داری جوانان بیشتر به وسیله دین داری والدین تعیین می گردد (ملاحسنی، ۱۳۸۱: ۱۲).

از نظر کلمن ۲ یکی از عواملی که در ایجاد و نابودی سرمایه اجتماعی تأثیر می گذارد، ایدئولوژی است. ایدئولوژی می تواند با تحمیل این خواست به فرد که به سود چیزی یا کسی غیر از خودش عمل کند، سرمایه اجتماعی به وجود آورد. این امر در آثاری که ایدئولوژی مذهبی در وادار کردن افراد، به توجه به منافع دیگران دارد، آشکار است. تأثیر مستقیم و نسبتاً شگفت انگیزی از مقایسه مدارس مذهبی با غیر مذهبی نشان می دهد که مدارس خصوصی وابسته به سازمان های مذهبی در آمریکا، به رغم معیارهای انضباطی انعطاف ناپذیرترشان، میزان ترک تحصیل بسیار کمتری از مدارس خصوصی غیر مذهبی یا

1 - Mayers

2 - Colman

مدارس دولتی دارند. علت آشکار آن، سرمایه اجتماعی است که در مدارس وابسته به سازمان های مذهبی وجود دارد و در بیشتر مدارس دیگر، خصوصی یا دولتی وجود ندارد. این امر تا اندازه ای ناشی از ارتباطات اجتماعی - ساختاری بین مدرسه و والدین، از طریق اجتماع مذهبی است و همین طور تا اندازه ای به اصل ناشی از آیین مذهبی بستگی دارد که هر فردی از نظر خداوند مهم است. یک نتیجه این اصل، این است که جوانان خیلی کمتر احتمال دارد که از طریق بی توجهی از نظر اداری از دست بروند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۹۰).

به طور خلاصه با توجه به تحقیقات صورت گرفته در زمینه دین داری و عوامل مؤثر بر آن می توان بیان داشت بیشتر این تحقیقات محدود به زمینه خاصی بوده و توجه چندانی به هم خوانی این عوامل در کنار یکدیگر نشده است. لذا در این پژوهش سعی گردید تا با در نظر داشتن آن دست از ابعاد مؤثر بر دین داری و مهم ترین پیامد آن که به لحاظ تئوریک با جامعه مورد مطالعه نزدیک باشد به بررسی این عوامل پرداخته شود. به همین منظور، برای تبیین جامعه شناختی دین داری و عوامل تأثیر گذار بر دین داری (پایبندی مذهبی) با توجه به مفاهیم، نظریات و تحقیقات ذکر شده در مقاله و ملهم گرفتن از آن، بر آیین تا فرضیات مطرح را به بوته آزمون گذاریم. بر این اساس متغیرهای مستقل و یا عوامل تأثیر گذار بر دین داری در پژوهش حاضر عبارتند از: پایگاه اجتماعی - اقتصادی، تأثیر گذاری مذهبی گروه های مرجع، میزان مصرف رسانه های جمعی (داخلی و خارجی)، عرفی شدن و سن. سرمایه اجتماعی نیز به عنوان پیامد دین داری در جایگاه متغیر مستقل قرار می گیرد. همچنین متغیرهای زمین های مانند: جنس، وضعیت تأهل، نوع قومیت و سطح تحصیلات را نیز با دین داری مورد بررسی قرار می دهیم تا به نتایج جالب توجه و دقیق تری در این زمینه دست یابیم.

چارچوب نظری

در زمینه عوامل مؤثری که بر دین داری و پایبندی مذهبی افراد تأثیر گذار هستند، نظریه های مختلفی از سوی صاحب نظران مطرح در این حوزه ارائه گردیده است. در این قسمت از پژوهش سعی بر آن شده، نظریه هایی انتخاب گردد، که با چارچوب اصلی مقاله و متغیرهای برگرفته از آن مرتبط باشد. در زیر به برخی از مهم ترین آن ها اشاره می شود:

نظریه وبر در مورد دین داری طبقات اجتماع

وبر در کتاب «اخلاق پروتستان و روح سرمایه داری» در سال ۱۹۰۴ به بررسی ارتباط بین ایمان دینی و اخلاق دینی و عملی، به ویژه اصول اخلاقی در فعالیت اقتصادی جوامع غربی از قرن ۱۶ تا زمان خود می پردازد. وی در این راستا به تبیین خود دین پرداخته است، بلکه پیوندهای میان انواع گوناگون دین و گروه‌های خاص اجتماعی و تأثیر انواع دیدگاه‌های مذهبی بر دیگر جنبه‌های زندگی اجتماعی، به ویژه رفتار اقتصادی را دنبال می‌کرد. او مذاهب را به دو دسته آن جهانی- که زندگی در این جهان را کاملاً ضد ارزش دانسته، و آن را آماده شدن برای زندگی واقعی پس از مرگ می‌داند- و این جهانی- که بر اهمیت زندگی فعلی تأکید می‌کند- تقسیم می‌نماید (شایگان، ۱۳۷۷: ۳۲).

در خصوص درجه یا شدت احساسات مذهبی، تحقیقات او نشان داده است که همه گروه‌های تشکیل دهنده جامعه به یک اندازه دیندار نیستند (همیلتون، ۱۳۷۷: ۲۴۶-۲۴۵).

به نظر وبر ادراک هر کسی از اغراض خود، تابع افکار و حتی افکار مابعدالطبیعی یا مذهبی اوست. بدین ترتیب، رفتار اقتصادی هر شخصی، تابعی از جهان بینی عام اوست و علاقه ای که هر کس نسبت به این یا آن فعالیت اقتصادی پیدا می‌کند، از نظام ارزشی یا از یک جهان بینی کامل او نسبت به هستی انفکاک ناپذیر می‌شود (آرون، ۱۳۷۷: ۶۰۸).

از این نظریه می‌توان نتیجه گرفت که دین داری در بین طبقات اجتماعی متفاوت است و میانگین دین داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی- اقتصادی تفاوت می‌پذیرد.

تئوری فیشن باین-آیزن و دیگر افراد مهم

در این تئوری فشار اجتماعی روی شخص برای انجام یک رفتار مهم است؛ بدین معنی که شخص توجه دارد که تا چه حد رفتارش مورد تأیید یا توبیخ افراد و یا گروه‌های خاصی قرار خواهد گرفت. این افراد یا گروه‌ها در واقع نقش یک مرجع هدایت کننده رفتار را دارند که ممکن است والدین، دوستان، همکاران و یا اهالی یک محل باشند. این متغیر خود به دو عامل دیگر تجزیه می‌شود: انگیزه فرد از انتظارات دیگران و ارزیابی از سوی دیگر افراد مهم (رفیع پور، ۱۳۷۴: ۱۳).

تنوری شیبتانی و گروه مرجع

شیبتانی از اصطلاح گروه مرجع کلی ۱ استفاده می کند و آن را گروهی می داند که « نقش یک چهار چوب مرجع را ایفا می کند ... ، عقاید یک سیستم اجتماعی وسیع را منعکس می سازد» و با به وجود آوردن یک چهارچوب ارزشیابی اعضای سیستم اجتماعی یا گروه، خود و دیگران را ارزیابی و کنترل می نمایند (رفیع پور، ۱۳۷۴: ۱۳).

با توجه به این نظرات می توان اظهار داشت که جامعه پذیری افراد، به ویژه جامعه پذیری مذهبی آنان از نقش گروه های مرجعی چون والدین، دوستان، همسالان، رسانه ها، روحانیون، هنرمندان و ... تأثیر می پذیرد. پس می توان این فرضیه را استخراج کرد که بین نقش گروه های مرجع و دین داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

در ادامه بحث گروه های مرجع و نقش به سزای آنان در جامعه پذیری افراد، می توان بیان داشت که وسایل ارتباط جمعی در طول چند سال اخیر، همواره از نقش آموزشی- پرورشی خانواده و مدرسه کاسته و در مقابل بر اهمیت نقش آموزشی خود افزوده اند. در میان عوامل متعددی که در تکوین آگاهی ها، نگرش ها و دگرگونی در رفتارهای افراد مداخله دارند، نقش رسانه های گروهی غالباً به عنوان یکی از مهم ترین آنها شناخته شده است (گانترلر ۲، ۲۰۰۲: ۲۹۵). پس می توان به این نتیجه رسید که رسانه ها و نقش آموزشی آنان در رشد آگاهی و تغییر نگرش افراد سهم بسزایی ایفا نموده و از جمله عواملی است که دین داری افراد را تحت الشعاع خود قرار می دهد. پس با این بیانات می توان این فرضیه را استنباط نمود که بین میزان مصرف رسانه های جمعی، اعم از رسانه های داخلی و خارجی و دین داری افراد رابطه وجود دارد.

نظریه ماکس وبر، کارل دبلیو و شجاعی زند در زمینه عرفی شدن

«ماکس وبر» بیش از همه در مورد عرفی شدن به بحث پرداخته است. «وی از عقلانیت، عمومیت یافتن ملاحظات هدف- وسیله و افزایش سهم کنش های عقلانی معطوف به هدف نسبت به دیگر انواع کنش را مطرح نظر دارد، به چیزی نظیر عرفی شدن فرد توجه دارد و وقتی که پای عقلانیت را به دیوان سالاری

1- Generalized Reference

2- Gauntlir

و اقتصاد و مناسبات اجتماعی می کشاند، از عرفی شدن جامعه سخن می راند. به عقیده ویر، نقطه عزیمت بشر، جهان سراسر مقدس و سرشار از موجودات قدسی بوده است و سرمنزل نهایی او جهانی است افسون زدایی شده و به غایت عقلانی که فاقد هر نوع قدسیت و فرهمندی است» (شجاعی زند، ۱۳۸۰: ۱۷۱-۱۷۲).

«کارل دبلر ۱» عرفی شدن را یک مفهومی چند بعدی می داند و میان سه عرصه دینی، فردی و اجتماعی این مفهوم تمایز قایل شده و این سطوح را چنین بیان می کند:

۱- تغییر و تحول درون دینی که به هر چه دنیوی تر شدن دین می انجامد؛

۲- کاهش در تضمین و التزام دینی فرد؛

۳- لاییک شدن در سطح کلان اجتماعی که موجب تمایز ساختاری و عملکردی نهادها می گردد (ویلیم، ۱۳۷۷: ۱۴۰).

شجاعی زند در مقاله ای با عنوان «مسیرهای محتمل در عرفی شدن ایران» این مسأله را در ایران ناشی از دو دلیل عمده «کارآمدی» یا عدم کارآمدی نظام و «الگوی توسعه» ای می داند که برای مدیریت این جامعه برگزیده می شود. ناکارآمدی های شدید حکومت دینی در تمهید حداقل های زندگی شرافتمندانه انسان این عصر می تواند گام های مسلمانان را در تعقیب ایده جامعه و حکومت دینی متزلزل سازد و در نتیجه آن ها را از پیگیری آرمان های دینی به عنوان بخشی از زندگی مأیوس و منصرف نماید. همچنین نسخه برداری از الگوهای توسعه غربی می تواند جامعه و افراد متدین را در عمل عرفی سازد (شجاعی زند، ۱۳۸۵: ۳۳-۴۵). با توجه به این نظریات می توان استنباط کرد که هر چه افراد به سمت عرفی شدن بیشتر گرایش پیدا کنند، به همان نسبت از دین داری آن ها کاسته می شود.

تنوری های چرخه زندگی و تغییر اجتماعی در زمینه مراحل زندگی

این فرضیه، مبتنی بر این است که باورها، گرایش ها و رفتارهای افراد، با افزایش سن و عبور از مراحل مختلف زندگی دچار دگرگونی های بنیادین می شوند. آنچه در سنین جوانی اهمیت و اولویت دارد، رفته رفته با ورود فرد به مرحله تحصیل، یافتن کار، تشکیل خانواده، بازنشستگی و بالاخره سالخوردگی،

اهمیت خود را از دست داده، با چیزهای دیگر جایگزین می‌شود. رفتارها و باورهای مذهبی نیز از جمله اموریست که می‌تواند مشمول چنین تغییراتی واقع شود (کاظمی پور، ۱۳۸۲: ۲۱-۲۲).

فرضیه تغییر اجتماعی که با نوگرایی و سن مرتبط است، نیز بیانگر آن است که تفاوت رفتار جوامع مختلف تن‌ها ناشی از ترکیب سنی آنها نیست، بلکه در زندگی هر نسل و در هر دوره‌ای از حیات یک جامعه تحولات شگرفی روی می‌دهند که نحوه نگرش افراد آن جامعه را به خود و جهان پیرامونشان به کلی تغییر می‌دهند که این تغییرات به نوبه خود، به شکل رفتارهای متفاوتی بروز می‌کنند. این تحولات دگرگون‌ساز عمده افراد واقع در گروه‌های سنی جوان را که در مرحله شکل‌گیری شخصیت خود هستند، تحت تأثیر قرار می‌دهند، اما گروه‌های سنی دیگر را نیز کمابیش متأثر می‌کنند. هرچند شدت و بزرگی این تحولات بیشتر باشد، تفاوت‌های ماقبل و مابعد آنها نیز مشهودترند (همان، ۲۳). حال با استفاده از این دو فرضیه می‌توان عنوان کرد که بین سن و دین‌داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

تنوری‌های سرمایه اجتماعی و دین‌داری

از پیامدها و کارکرد مذهب در جامعه، می‌توان از سرمایه اجتماعی نام برد. به عبارت دیگر، شاید بتوان گفت که مهم‌ترین کارکرد و پیامد مذهب در جامعه، ایجاد سرمایه اجتماعی است که از طریق آن پیوند بین افراد و همچنین شبکه‌های اجتماعی گسترده، تکوین یافته و استوار می‌ماند (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۳۲).

ایوانز بر نقش فعالیت‌ها و مناسک دینی در بهبود کنش‌های متقابل افراد در پیوند و اعتماد آنها به یک‌دیگر تأکید می‌کند و معتقد است که رفتار دینی با سایر مؤمنان، دوستان و اعضای خانواده می‌تواند گامی در جهت ایجاد سرمایه اجتماعی تلقی گردد (ایوانز و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۶۲-۱۶۵).

دین و نهاد‌های دینی حداقل با توسل به سه مجموعه از ساز و کارها در ایجاد سرمایه اجتماعی مؤثرند.

۱- نهاد‌های مذهبی این ایده را تبلیغ می‌کنند که روابط مثبت در میان اعضای خانواده و افراد جامعه امری قابل تحسین است. عقاید اسلامی، مسیحی و سایر ادیان خود را در اجرای فریضه فوق تشویق کرده و آموزش‌های مذهبی بر پایه مواظبتی پایه ریزی شده که همواره ایجاد پیوند سالم و قابل اطمینان بین افراد را توصیه و تأیید می‌کند.

۲- نهادهای مذهبی از مکانیسم هایی استفاده می کنند که از آن راه به حمایت رسمی از افراد و خانواده ها می پردازند. کلیساها و دیگر سازمان های مذهبی بیشتر فعالیت های خاص را برای تقویت تعامل و روابط مثبت میان اعضای جامعه سازمان دهی می کنند. از یک سو آن ها از طریق حضور در مراکز مذهبی، اوقاتی را با هم می گذرانند و از سوی دیگر با ایجاد اردوگاه های خانواده گوی به ارایه کمک های مشورتی، آموزشی و پرورشی و ... مبادرت می ورزند که فرصت های پیوند بین افراد را تقویت می کنند. به نظر می رسد هر چه افراد از طریق حضور در مراکز عبادی، بیشتر در کنش متقابل با یکدیگر قرار گیرند، رابطه آن ها با یکدیگر مثبت و گرم تر خواهد گردید (خنده رو، ۱۳۸۷: ۶۳).

۳- سومین مجموعه از مکانیسم ها شامل نقش مذهب در ایجاد فروبستگی در رابطه اجتماعی از طریق متصل کردن دوستان و اعضای خانواده در یک گروه اجتماعی همانند است. یعنی اتصال و همبستگی بین اجزاء و عناصر یک مجموعه مد نظر است و نقش دین در این اتصال می باشد (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۸۰). کاندلند ۱ نیز مطرح می سازد که دین از طریق ایجاد شبکه های اجتماعی و خانوادگی، ارتباطات با سایر هم نوعان، وظیفه شناسی، احترام نسبت به دیگران، صداقت و اعمال هنجارهای همبستگی، می تواند مبنای سرمایه اجتماعی قلمداد گردد. مذهب یک نیروی وحدت بخش است و حتی شاید بتوان گفت که خود به عنوان سرمایه اجتماعی در جامعه می تواند قلمداد گردد (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۳۴). با توجه به وجود ارتباط بین مذهبی بودن و سرمایه اجتماعی به لحاظ نظری شاید بتوان این فرضیه را تدوین نمود که هر چه افراد از لحاظ دین داری و پابندی به آن در سطح بالایی قرار داشته باشند، به همان نسبت نیز از سرمایه اجتماعی بیشتری برخوردار خواهند بود.

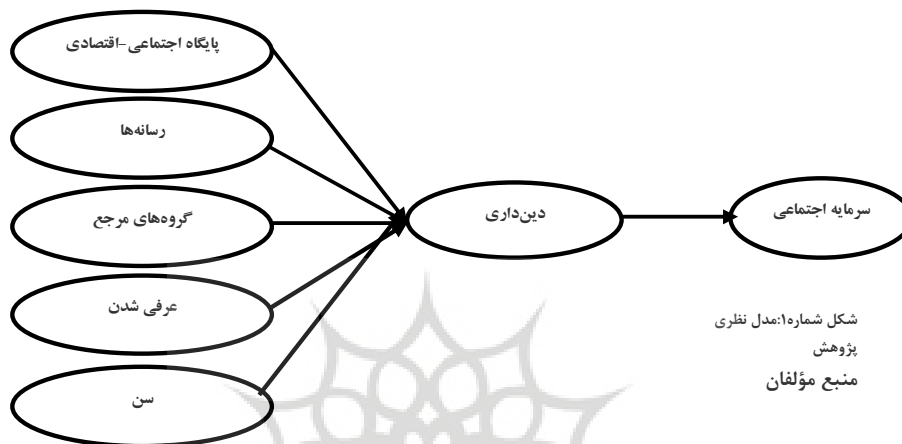
فرضیه های پژوهش

- ۱- میانگین دین داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی - اقتصادی تفاوت می پذیرد.
- ۲- بین میزان مصرف رسانه های جمعی (داخلی) و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۳- بین میزان مصرف رسانه های جمعی (خارجی) و دین داری رابطه غیر مستقیم وجود دارد.
- ۴- بین تأثیر گذاری مذهبی گروه های مرجع و دین داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

۵- بین عرفی شدن و دین داری رابطه غیر مستقیم (معکوس) وجود دارد.

۶- بین سن و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.

۷- بین دین داری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.



تعریف مفاهیم و متغیرهای پژوهش

در این قسمت از پژوهش سعی بر آن است تا ابتدا متغیرهای مورد مطالعه را به اختصار تعریف کنیم و در ادامه، عملیاتی کردن آن‌ها را ارائه نماییم. متغیر وابسته اصلی این پژوهش دین داری و متغیر سرمایه اجتماعی فقط برای متغیر دین داری وابسته می‌باشد و دیگر متغیرهای مطرح در جایگاه متغیر مستقل در خصوص متغیر دین داری می‌باشند.

تعریف نظری و عملیاتی کردن متغیرهای وابسته

منظور از متغیر وابسته، متغیر یا متغیرهایی است که در جریان یک تحقیق، متأثر از متغیر یا متغیرهای دیگرند (ساروخانی، ۱۳۷۸: ۱۲۸).

۱- دین داری ۱: از آن جایی که نسبت جامعه ایران با دین، نسبتی ساختاری و نظام مند است و در همه عرصه‌ها از خصوصی‌ترین تا عمومی‌ترین حوزه‌های زندگی افراد تأثیر دارد، یک فرد دیندار را می‌توان

کسی که با آگاهی از اصول و شعائر یک مذهب به پیروی از آن می پردازد، به نحوی که این پیروی بر زندگی فردی و اجتماعی وی تأثیر گذار است، تعریف نمود (شهابی، ۱۳۸۲: ۴۰۴). و به عبارت مختصرتر، دین داری عبارت است از میزان علاقه و احترامی که پیروان یک دین برای آن قایل هستند (سراج زاده، ۱۳۷۷: ۱۰۵).

در تدوین تعریف عملیاتی دین داری از مدل معروف گلاک و استارک، به دلیل سنخیت نسبی آن با ابعاد دین داری در اسلام و هم تناسب کارکردی آن که مورد تأیید علمای طراز اول معاصر جهان اسلام قرار گرفته (افشانی، ۱۳۸۱: ۸۰)، استفاده گردیده است (برای سنجش هر گویه سطح سنجش رتبه ای (طیف لیکرت) و برای ابعاد (جمع نمرات گویه‌ها) و متغیر مورد نظر (جمع نمرات ابعاد) سطح سنجش فاصل‌های لحاظ شده است) ۱.

۱-۱- بعد ایدئولوژیک ۲ یا اعتقادی و باورهای دینی ۳: بیشتر مبتنی بر اعتقادات است تا احساسات و عبارت است از باورهایی که انتظار می رود پیروان دین مورد نظر به آنها اعتقاد داشته باشند. در واقع، باورهای دینی عبارتند از: نوعی ادراک دینی برخاسته از موقعیت دینی که به فرد بینش خاصی نسبت به حقایق اصول دین می دهد. برای عملیاتی کردن این بعد از سه گویه که عبارتند از: شناخت خدا، اعتقاد به حضرت محمد و وجود عالم آخرت استفاده گردید.

۱-۲- بعد تجربی ۴ یا عواطف دینی: متشکل از احساسات، ادراکات و تأثیرات است که توسط یک سوژه (فرد) تجربه می شود و مربوط به رابطه فرد با خداوند است. برای سنجش این بعد از سه گویه که عبارتند از: احساس نزدیکی به خدا، آرامش در اماکن مذهبی و شروع کار با نام خدا استفاده گردید.

۱-۳- بعد پیامدی ۵ یا آثار دینی: ناظر به آثار باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره است. به عبارت دیگر، تأثیر و انعکاس دین در رفتارهای زندگی روزمره است. دقت در حلال و حرام، هراس از عمل غیر مذهبی و کمک به مستمندان گویه های این بعد هستند.

۱- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می باشد.

- 2 - Ideological
- 3 - Believers
- 4 - Experience
- 5- Consequence

۱-۴- بعد اعمال دینی ۱ یا مناسکی: خود به دو دسته مناسک ۲ مثل نماز، روزه و پرستش و دعا ۳ تقسیم می‌شود. گویه های این بعد عبارتند از: انجام اعمال واجب دینی، قرائت قرآن و گرفتن روزه.

۱-۵- بعد دانش دینی ۴: مشتمل بر اطلاعات و دانسته های مبنایی در مورد معتقدات هر دین است که پیروان آن دین باید آن‌ها را بدانند و در واقع، شامل حداقل شناخت از اصول و فروع و سنت‌ها و تاریخ دین است؛ به گونه ای که فرد خود را ملزم به انجام اعمال دینی دانسته یا حداقل به آن گرایش پیدا کند. آشنایی با قرآن، آشنایی با تاریخ اسلام و آشنایی با احکام، از گویه‌های تشکیل دهنده این بعد هستند.

۲- سرمایه اجتماعی ۵: کلمن سرمایه اجتماعی را به وسیله کارکردش تعریف نموده است. به نظر او سرمایه اجتماعی هنگامی ایجاد می‌شود که روابط میان اشخاص به شیوه ای تغییر یابد که کنش را آسان سازد. بنابراین سرمایه اجتماعی یک شیء واحدی نیست، بلکه جنبه های متفاوت ساختاری را در بر می‌گیرد که کنش جمعی و فردی را ترویج می‌نماید (روزنفلد، ۲۰۱۶: ۲۸۴).

برای بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی، آن را با توجه به نظریات مطرح به سه دسته اعتماد، آگاهی و مشارکت تقسیم گردید. به منظور سنجش بعد اعتماد، از گویه هایی چون: اعتماد در بین اعضای خانواده، اعتماد در بین دوستان، آشنایان و فامیل و اعتماد کردن به غریبه ها و حکومت استفاده گردید. به منظور سنجش بعد آگاهی از گویه هایی چون: آگاهی از اوضاع و احوال فامیل و دوست و آشنا، آشنایی با نهادهای غیر دولتی و مردمی و شناخت نسبت به مسایل سیاسی کشور و دیگر کشورها استفاده گردید. همین طور برای سنجش بعد مشارکت، گویه هایی چون مشارکت در تصمیم گیری و فعالیت‌های خانواده، مشورت و همکاری با دوستان، آشنایان، هم محلی ها و افراد ناشناس و نیز با حکومت چون شرکت در انتخابات، راهپیمایی ها و... مورد استفاده واقع گردید. (برای هر گویه از سطح سنجش رتبه ای (طیف لیکرت) و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های لحاظ شده است) ۷.

- 1- Practices
- 2 -Ritual
- 3 -Devotion
- 4- Religious Knowledge
- 5-Social Capital
- 6- Rosenfeld. Richard

۷- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می‌باشد.

تعریف نظری و عملیاتی کردن متغیرهای مستقل

منظور از متغیرهای مستقل، متغیرهایی است که (در جریان یک تحقیق) بر دیگر متغیرها تأثیر می گذارند (ساروخانی، ۱۳۷۸: ۱۲۷).

۱- جنسیت: شامل مرد یا زن است. (سطح سنجش اسمی).

۲- سن: تعداد سال‌های عمر شده فرد است که در این تحقیق، افراد بالای ۱۵ سال مدنظر است (سطح سنجش فاصله‌ای).

۳- وضعیت تأهل: شامل وضعیت مجرد، متأهل، بدون همسر (در اثر فوت یا طلاق). (سطح سنجش اسمی).

۴- پایگاه اجتماعی ۱: توجه، اعتبار و ارزشی است که جامعه برای نقش اجتماعی فرد، گروه و طبقه اجتماعی قایل است. پایگاه اجتماعی، ارتباط نزدیک با وضعیت و موقعیت افراد، گروه‌ها و طبقات در شرایط و روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دارد و مؤخر بر آن شرایط است (آراسته خو، ۱۳۸۱: ۲۹۷). با توجه به شرایط ساختاری جامعه، این متغیر را بر حسب میزان درآمد ماهیانه خانواده (مقدار پولی که فرد ماهیانه دریافت می کند (سطح سنجش فاصله‌ای)؛ داشتن اتومبیل شخصی و تخمین قیمت آن (سطح سنجش ترتیبی)، میزان تحصیلات پدر و مادر (شامل: بی سواد، ابتدایی، سیکل، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس و (تحصیلات حوزوی سطح)، فوق لیسانس و (تحصیلات حوزوی خارج)، دکترای عمومی، دکترای تخصصی (سطح سنجش ترتیبی) و جمع این مقولات مورد سنجش قرار دادیم.

۵- رسانه‌های جمعی ۲: رسانه‌های گروهی تمامی وسایل و ابزارهای ارتباطی را شامل می شود که در اختیار گروه‌های کثیری از مردم قرار می گیرد، و سهمی عمده از فعالیت‌های آموزشی را به خود اختصاص می دهند (گانتلر، ۲۰۰۲: ۲۹۵). (برای هر گویه از سطح سنجش رتبه ای و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های استفاده شده است) ۳.

در تعریف عملیاتی میزان مصرف رسانه‌های جمعی، آن را به دو دسته داخلی و خارجی تقسیم نمودیم.

1-Social Status

2-Mass Media

۳- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می باشد.

- ۵-۱- رسانه‌های داخلی عبارتند از: تماشای برنامه‌های تلویزیون، گوش دادن برنامه‌های رادیویی داخلی، استفاده از مجلات و روزنامه‌های داخل کشور.
- ۵-۲- رسانه‌های خارجی که شامل: مصرف فیلم‌های ویدئویی به زبان اصلی و هم به زبان فارسی، تماشای ماهواره و گوش دادن به رادیوهای بیگانه است.
- ۶- گروه مرجع ۱: یا گروه الگو به گروهی اطلاق می‌گردد که فرد در مقایسه‌های خویش به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک خود قرار می‌دهد (رفیع پور، ۱۳۷۷: ۴۴۲). به منظور بررسی نقش و تأثیرگذاری مذهبی گروه‌های مرجع، آن را به دو دسته درون گروهی و برون گروهی تقسیم نمودیم. (برای هر گویه سطح سنجش رتبه‌ای (طیف لیکرت) و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های استفاده شده است) ۲.
- ۶-۱- گروه‌های مرجع درون گروهی عبارتند از: والدین، دیگر اعضای خانواده (خواهر، برادر و همسر)، دوستان صمیمی، همسالان، آشنایان و همسایگان.
- ۶-۲- گروه‌های مرجع برون گروهی شامل: مربیان، معلمان، اساتید، شخصیت‌های دینی و مذهبی، ورزشکاران و شخصیت‌های تلویزیون.
- ۷- عرفی شدن ۳: عرفی شدن در یک بیان عام، فرآیندی است که طی آن، موقعیت و اهمیت دین نزد فرد و در عرصه اجتماع تنزل می‌یابد و برداشتهایی صرفاً دنیوی از تعالیم و عنایات دینی غالب می‌گردد (شجاعی زند، ۱۳۸۵: ۳۳). آشکارترین تجلیات عرفی شدن در رفتار افراد نمایان گردیده و مهم‌ترین جلوه آن کاهلی در پابندی به فرامین دینی و بی‌توجهی به نواهی دینی است که به عنوان یکی از شاخص‌های عرفی شدن فرد شناخته شده است که منشأ آن بی‌تفاوتی و بی‌اعتنایی در انجام تکالیف مورد انتظار دین به سبب زایل شدن اعتقاد به درستی و اثر بخشی آن است.
- عرفی شدن را نیز با توجه به ابعاد آن؛ فرهنگی (گویه‌هایی از قبیل: اجازه چاپ به کتب غیر مذهبی، اجازه به تدریس معلمان غیرمسلمان) اجتماعی (گویه‌هایی مانند: اصل انسانیت در معاشرت، اهمیت اجرای قانون

1-Reference Group

۲- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می‌باشد.

3-Secularization

نه اسلامی بودن آن یا نبودن آن و...)، سیاسی (دخالت ندادن دین در سیاست، دخالت افراد معتقد به سایر ادیان در امور دولت و...) تقسیم نمودیم. (برای گویه‌ها سطح سنجش رتبه ای و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های لحاظ شده است) ۱.

روش تحقیق و مراحل آن

۱) چارچوب نظری از طریق روش اسنادی ۲، روش پاسخ‌گویی به سؤالات به روش پیمایشی ۳، سطح تحلیل سطح خرد و به لحاظ معیار زمان از نوع تحقیق ماهیت کاربردی و به لحاظ ژرفایی از نوع پنهانگر و واحد تحلیل فرد است.

۲) جامعه آماری در این پژوهش کلیه افراد ۱۵ سال به بالای ساکن در شهر بهارستان است که بر اساس آمارهای موجود، جمعیت ۱۵-۶۴ ساله در سال ۱۳۸۵، ۳۳۹۰۷ نفر هستند (بهارستان، نیو تاون، ۱۳۸۷). حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران با سطح اطمینان ۰/۹۵٪ و معادل با ۳۸۴ محاسبه شد. که جزئیات آن به شیوه زیر است:

$$n = \frac{t^2 \cdot pq}{d^2} = 384 \Leftrightarrow n = \frac{1.96^2 \times .5 \times .5}{.05^2} = 384$$

$$1 + \frac{1}{N} \cdot \left(\frac{t^2 \cdot pq}{d^2} - 1 \right) \quad 1 + \frac{1}{33907} \times \left(\frac{1.96^2 \times .5 \times .5}{.05^2} \right)$$

$$t=1.96, \quad p=.50, \quad q=.50, \quad d=.05, \quad N=33907$$

۳) روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری طبقه‌ای بر اساس متغیرهای جنس، سن و منطقه محل سکونت ۴ است.

۱- بالاترین نمره برای هر گویه ۵ و کمترین نمره ۱ می‌باشد.

2 - Documentary Method

3- Survey Method

۴- طبقه‌بندی بر حسب محل سکونت با توجه به مشاهده و پرسش از ساکنان بوده است.

جدول شماره ۱: تفکیک جمعیت شهر بهارستان بر حسب جنسیت

درصد	تعداد	
۰/۱۰۰	۴۴۵۰۸	کل
۰/۵۱	۲۲۶۳۳	مرد
۰/۴۹	۲۱۸۷۵	زن

جدول شماره ۲: تفکیک گروه‌های سنی در شهر بهارستان بر حسب سن

سن	تعداد	درصد کل	تعداد حجم نمونه	درصد حجم نمونه
۱۹-۱۵	۵۰۴۱	۱۱/۳	۵۷	۱۴/۸۴
۲۴-۲۰	۶۴۲۵	۱۴/۴	۷۳	۱۹/۰
۲۹-۲۵	۵۰۸۷	۱۱/۴	۵۸	۱۵/۱
۳۴-۳۰	۳۸۷۵	۸/۷	۴۴	۱۱/۴۵
۳۹-۳۵	۳۵۵۰	۸/۰	۴۰	۱۰/۴۱
۴۴-۴۰	۳۱۶۸	۷/۱	۳۶	۹/۳۷
۴۹-۴۵	۲۷۳۸	۶/۲	۳۱	۸/۰۷
۵۴-۵۰	۲۰۰۳	۴/۵	۲۳	۵/۹۸
۵۹-۵۵	۱۲۵۲	۲/۸	۱۴	۳/۶۴
۶۴-۶۰	۷۶۸	۱/۷	۸	۲/۰۸
جمع کل	۳۳۹۰۷	۱۰۰/۰	۳۸۴	۱۰۰/۰

در نمونه‌گیری طبقه‌ای، واحدهای جامعه مورد مطالعه در طبقه‌هایی که از نظر صفت متغیر همگن‌تر هستند، گروه‌بندی می‌شوند، تا تغییرات آن‌ها در درون گروه‌ها کمتر شود. پس از آن هر یک از طبقه‌ها تعدادی نمونه انتخاب می‌شود. معمولاً برای طبقه‌بندی واحدهای جامعه، متغیری به عنوان ملاک در نظر گرفته می‌شود که با صفت متغیر مورد مطالعه بستگی داشته باشد (سرمد و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۸۴).

پس از محاسبه حجم نمونه و تعداد درصد در هر طبقه، پرسش‌نامه‌ها به صورت حضوری و تصادفی در بین افراد ساکن در این شهر توزیع و جمع‌آوری گردید.

۴) ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه می‌باشد که پس از تعیین شاخص‌های لازم برای متغیرهای پژوهش گویه‌هایی طراحی و در قالب پرسش‌نامه‌های که اعتبار‌اصوری (منظور شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا

معرف‌های پژوهش است که از طریق مراجعه داوران برای اطمینان در این امر به گروهی از متخصصان مراجعه می‌کنیم که هر یک در تحقیق مورد نظر کار کرده‌اند (اتسلندر، ۱۳۷۴: ۳۴). و اعتبار سازه (احکام شامل رابطه بین مفاهیم نظری و ابزار اندازه‌گیری در چارچوب نظریه می‌شود. این امر یک آزمایش روش شناسانه به منظور بررسی تعریف کاربردی یک مفهوم است (همان، ۴۳). استفاده شده‌است، که پس از تهیه و تنظیم پرسش‌نامه با توجه به چارچوب نظری، آن را به اساتید و صاحب‌نظران روش تحقیق نشان داده و نهایتاً با توجه به اظهار نظر آن‌ها به رفع ایراد پرسش‌نامه اقدام شده است.

و پایایی ۱ (منظور در صورت تکرار یک پرسش در مواقع دیگر به نتایج یکسان برسیم. اگر مردم در موقع مکرر به پرسش، پاسخ یکسانی بدهند آن پرسش دارای پایایی است) (دواس، ۱۳۸۱: ۶۲). که برای بررسی پایایی متغیرهای مورد مطالعه، از ضرایب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول شماره ۳: ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌ها در پرسش‌نامه

پرسش‌نامه		متغیرها
ضریب روایی	تعداد گویه‌ها	
۰/۶۲	۳	اعتقادی
۰/۷۸	۳	عاطفی
۰/۶۹	۳	پیامدی
۰/۸۱	۳	مناسکی
۰/۷۰	۳	شناختی
۰/۶۸	۳	آگاهی
۰/۷۱	۳	اعتماد
۰/۷۳	۳	مشارکت
۰/۷۰	۲	فرهنگی
۰/۷۲	۲	اجتماعی
۰/۶۸	۲	سیاسی
۰/۷۲	۳	داخلی
۰/۶۹	۳	خارجی
۰/۸۰	۳	درون گروهی
۰/۷۶	۳	برون گروهی

استفاده از فرمول کرونباخ برای هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسش نامه و یا آزمونهایی که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کنند، به کار می رود (سرمد و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۶۹). و دامنه آن از ۰ تا ۱ در نوسان است.

۴) تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گردید. به طوری که از آمارهای توصیفی (درصد، توزیع فراوانی و...) و استنباطی متناسب با سطح سنجش داده ها (مقایسه میانگین، ضرایب همبستگی، تحلیل رگرسیون، تحلیل واریانس و...) به کار گرفته شد.

نتایج توصیفی پژوهش

نتایج پژوهش نشان می دهد که از بین نمونه انتخاب شده ۵۶/۳٪ مرد و ۴۳/۸٪ زن و از لحاظ وضعیت تأهل ۴۴/۳٪ مجرد، ۴۸/۲٪ متأهل و ۷/۶٪ سایر (بیوه، مطلقه و...) هستند.

به لحاظ نوع قومیت بالاترین درصد مربوط به قوم فارس با ۵۸/۶٪ و پایین ترین درصد مربوط به دو قوم عرب و کرد با ۱/۳٪ بوده، بقیه اقوام به ترتیب: لر با ۲۰/۳٪ درصد، ترک با ۲٪ و سایر با ۶/۳٪ هستند.

در بین نمونه، بالاترین درصد مربوط به درآمد بین ۴۰۰-۲۰۱ هزار تومان با ۴۷/۴٪ و پایین ترین درصد مربوط به درآمد ۶۰۱ هزار تومان به بالا با حدود ۷/۰٪ است.

از بین نمونه ۳۷/۲٪ از پاسخ گویان بدون اتومبیل هستند. و بالاترین درصد ۲۵/۳٪ مربوط به قیمت اتومبیل بین ۵-۱۰ میلیون تومان و پایین ترین درصد ۷/۸٪ مربوط به ۳-۱ میلیون تومان است. به لحاظ سطح تحصیلی پاسخ گویان، بالاترین میزان سواد تحصیلات دیپلم با ۴۷/۴٪ و کمترین میزان مربوط به بیسوادان با ۲/۱٪ است.

همچنین بالاترین درصد مربوط به سطح سواد پدر پاسخ گو، گروه ابتدایی با ۲۵/۴٪ و سطح سواد مادر پاسخ گو مربوط به گروه بیسواد و ابتدایی با ۲۸/۴٪ و پایین ترین درصد سطح سواد پدر مربوط به فوق دیپلم، لیسانس و بالاتر است از آن با ۴/۴٪ و سطح سواد مادر با تحصیلات لیسانس و بالاتر است که حدود ۱/۲٪ است.

از بین نمونه برگزیده شده بیشترین گروه شغلی مربوط به کارمندان با ۲۱/۴٪ و کمترین درصد مربوط به وکلا با ۰/۳٪ و بقیه گروه‌های شغلی به ترتیب: سایر با ۱۷/۷٪، کارگر ۱۶/۷٪، مغازه دار ۱۲/۲٪، راننده ۱۱/۲٪، معلم و بازنشسته با ۷/۸٪، مهندس ۴/۲٪ و بیکار ۰/۸٪ می‌باشد.

برحسب تعداد سال‌های سکونت به ترتیب زیر یک‌سال با ۰/۵ درصد، ۱-۳ سال با ۵۲/۱ درصد، ۴-۷ سال با ۳۵/۲٪، ۸-۱۱ سال با ۱۰/۹٪، ۱۲-۱۵ سال با ۰/۵٪ و ۱۵ سال و بالاتر با ۰/۸٪ در شهر بهارستان اقامت گزیده اند.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب متوسط نمره دین داری

نمره دین داری	کم	متوسط	زیاد
تعداد	۱۵	۱۲۶	۲۴۳
درصد	۳/۹	۳۲/۸	۶۳/۳

جدول فوق بیانگر توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب متوسط نمره ابعاد دین داری می‌باشد. از متوسط نمره دین داری در بین کل پاسخ گویان (۴/۸۷) به دست آمد، که آن‌ها را به سه گروه مساوی با دامنه (۰/۸۲) مشخص نموده و سه گروه با نمرات پایین، متوسط و زیاد تعیین گردید. از کل نمونه ۶۳/۳٪ کسانی بودند که نمره آن‌ها بین ۴/۸۷ تا ۴/۰۵ بود، در گروه زیاد قرار گرفتند؛ ۳۲/۸ درصد، نمره بین ۴/۰۴ تا ۳/۲۲٪ کسب نمودند و در گروه متوسط افراد دیندار قرار گرفتند؛ و ۳/۹٪ باقیمانده، کسانی هستند که نمره بین ۳/۲۱ تا ۲/۴۰ کسب نموده و از لحاظ پایبندی مذهبی در سطح پایینی از دین داری قرار دارند. (کمترین میانگین نمره دین داری ۲/۴۰ و بالاترین نمره ۴/۸۷) ۱.

نتایج پژوهش در رابطه با سطح دین داری پاسخ گویان بیانگر آن می‌باشد که، میزان دین داری ساکنان بهارستان را می‌توان در سطح بالایی ارزیابی نمود.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب ابعاد دین داری

ایجاد دین داری	میانگین	انحراف میانگین	میان	مد	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیده گی	دامنه	کمینه	بیشینه
اعتقادی	۴/۳۸۵	۰/۰۲۰۲۷	۵/۰۰۰۰	۵/۰۰	۰/۳۹۶۷۸	۰/۱۵۷۴۳	-۲/۰۶۹	۵/۳۹۴	۲/۶۷	۲/۳۳	۵/۰۰
مناسکی	۴/۱۵۸۰	۰/۰۴۱۵۴	۴/۳۳۳۳	۵/۰۰	۰/۸۱۳۹۶	۰/۶۶۲۵۳	-۱/۰۴۷	۰/۹۹۶	۴/۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰
عاطفی	۴/۳۸۸۹	۰/۰۳۵۶۲	۴/۶۶۶۷	۵/۰۰	۰/۶۹۷۹۹	۰/۴۸۷۱۹	-۱/۴۰۱	۱/۹۶۴	۳/۳۳	۱/۶۷	۵/۰۰
پیامدی	۴/۲۱۱۸	۰/۰۴۲۳۴	۴/۳۳۳۳	۵/۰۰	۰/۸۳۹۷۱	۰/۶۸۸۴۱	-۱/۰۳۹	۰/۳۱۱	۳/۳۳	۱/۶۷	۵/۰۰
شناختی	۲/۹۵۵۷	۰/۰۳۵۳۱	۳/۰۰۰۰	۳/۰۰	۰/۶۹۱۹۱	۰/۴۷۸۷۴	-۰/۶۰۹	۲/۲۰۳	۴/۶۷	۰/۳۳	۵/۰۰

به منظور کسب، مقایسه و سنجش اهمیت ابعاد دین داری (اعتقادی، مناسکی، عاطفی، پیامدی و شناختی) هر کدام از این ابعاد را با شاخص های مرکزی و پراکنندگی مورد سنجش قرار دادیم. با مشاهده نمره میانگین ها بین ابعاد دین داری می توان نتیجه گرفت که در بین پاسخ گویان بعد اعتقادی (میانگین = ۴/۷۶۸۵)، عاطفی (میانگین = ۴/۳۸۸۹)، پیامدی (میانگین = ۴/۲۱۱۸)، مناسکی (میانگین = ۴/۱۵۸۰) و شناختی (میانگین = ۲/۹۵۵۷) از بیشترین تا کمترین اهمیت را نزد پاسخ گویان برخوردار می باشند. در جدول شماره ۵ جزئیات این امر آمده است.

آزمون فرضیات پژوهش

فرضیه شماره ۱: میانگین دین داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی - اقتصادی تفاوت می پذیرد.

جدول شماره ۶: آزمون تحلیل واریانس تفاوت میانگین دین داری بر حسب پایگاه

اجتماعی - اقتصادی

واریانس	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	کمیت (F)	سطح معنی داری
بین گروهی	۱/۱۹۷	۲	۰/۵۹۹	۱/۸۷۸	۰/۰۴۵
درون گروهی	۱۲۱/۴۲۸	۳۸۱	۰/۳۱۹		
جمع کل	۱۲۲/۶۲۵	۳۸۳			

در بررسی بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و دین داری از نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ($1/878 =$ مقدار F و $0/045 =$ سطح معنی داری) می توان نتیجه گرفت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی تفاوت می پذیرد. نتایج پس آزمون توکی در جدول شماره ۷ نیز بیانگر مقایسه زوجی گروههایی است که از لحاظ میانگین دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی با یکدیگر متفاوت می باشند.

**جدول شماره ۷: نتایج پس آزمون توکی برای آزمون تحلیل واریانس دین داری
بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی**

سطح معنی داری	انحراف معیار	تفاوت میانگین (i-j)	پایگاه اجتماعی- اقتصادی (j)	پایگاه اجتماعی- اقتصادی (i)
0/047	0/18375	-0/2778	متوسط	پایین
0/039	0/18068	-0/2333	بالا	
0/048	0/10233	0/2487	پایین	متوسط
0/028	0/08575	0/3629	بالا	

نتایج پس آزمون توکی در جدول شماره ۷ نیز بیانگر مقایسه زوجی گروههایی است که از لحاظ میانگین دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی با یکدیگر متفاوت می باشند. به عبارتی، افرادی که در پایگاه اجتماعی- اقتصادی بالاتری قرار دارند، میزان دین داری و پایبندی آنان به اصول مذهبی نسبت به دیگر اقشار جامعه در سطح پایین تری قرار دارد و هر چه پایگاه اجتماعی- اقتصادی افراد در رده های پایین اجتماع قرار داشته باشد، میزان پایبندی آنان به فرایض دینی در سطح بالاتری قرار دارد. (لازم به توضیح است که برای رتبه بندی طبقه اجتماعی همانند متغیر دین داری آن را به سه گروه با دامنه مساوی تقسیم بندی نمودیم).

جدول شماره ۸: آزمون همبستگی پیرسون بین مجموع متغیرهای مستقل و دین داری

سطح معنی داری	ضریب همبستگی	دین داری
۰/۰۰۴	۰/۱۴۶ (***)	تأثیر گذاری مذهبی گروه‌های مرجع
۰/۰۰۰	۰/۲۰۵ (***)	میزان مصرف رسانه‌های داخلی
۰/۰۰۰	-۰/۱۷۹ (***)	میزان مصرف رسانه‌های خارجی
۰/۰۰۰	-۰/۲۸۴ (***)	عرفی شدن
۰/۰۰۱	۰/۱۶۶ (***)	سن

فرضیه شماره ۲: بین گروه‌های مرجع و دین داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون (۰/۱۴۶ = مقدار و ۰/۰۰۴ = سطح معناداری) بین متغیرهای تأثیر گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین داری می‌توان به درستی اذعان داشت که رابطه بین تأثیر گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین داری مثبت و معنادار است. البته، شایان ذکر است که گروه‌های مرجع در مقاله حاضر گروه‌های مرجع داخلی و بیشتر سنتی جامعه، از قبیل والدین، معلمان، شخصیت‌های مذهبی و ... هستند، و اگر امکان بررسی گروه‌های مرجع در دیگر زمینه‌ها مانند گزینه‌های خارجی و یا مدرن وجود داشت ممکن بود این فرضیه به شکلی دیگر پاسخ داده می‌شد. به هر صورت، نتایج به دست آمده از این دو متغیر با توجه به در نظر داشتن جنبه‌های لحاظ شده در پژوهش مثبت و معنادار است.

فرضیه شماره ۳: بین رسانه‌های داخلی و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.

با بررسی میزان مصرف رسانه‌های داخلی و دین داری با توجه به نتایج همبستگی پیرسون (۰/۲۰۵ = مقدار و ۰/۰۰۰ = سطح معناداری) می‌توان بیان داشت که رابطه بین این دو متغیر مستقیم و معنادار است؛ یعنی

افرادی که بیشتر تحت تأثیر رسانه‌های داخلی (مانند: تلویزیون، رادیو، مجله و روزنامه) قرار دارند، به لحاظ سطح دین داری نیز در سطح بالایی قرار دارند و کسانی که از این قبیل رسانه‌ها بهره کمتری برده، یا از آن استفاده نمی‌کنند، از میزان دین داری کمتری برخوردار هستند. پس می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های داخلی در واقع عنصر تقویت کننده دین داری و ابعاد آن هستند، نه کاهش دهنده آن.

فرضیه شماره ۴: بین رسانه‌های خارجی و دین داری رابطه غیرمستقیم وجود دارد.

آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.179$ = مقدار و $r = 0.000$ = سطح معنا داری) بین متغیر میزان مصرف رسانه‌های خارجی و دین داری حاکی از رابطه معکوس و معنادار بین دو متغیر ذکر شده است. به عبارتی تأثیر رسانه‌های خارجی بر روی متغیر دین داری تأثیری عکس دارد؛ یعنی افرادی که تحت تأثیر رسانه‌های خارجی مانند: ماهواره، رادیوهای بیگانه و مصرف فیلم‌های ویدئویی خارجی هستند، به نسبت کسانی که از این رسانه‌ها کمتر استفاده کرده یا اصلاً در معرض آن قرار ندارند، از میزان دین داری به نسبت کمتری برخوردار هستند. پس با توجه به نتایج به دست آمده از دو آزمون پیرسون در رابطه مصرف رسانه‌های داخلی و خارجی با دین داری می‌توان بیان داشت که نقش این دو رسانه در زندگی مردم به گونه‌ای است که، رسانه‌های داخلی نقش تقویت کننده و رسانه‌های خارجی نقش تقلیل دهنده و یا به عبارتی تخریب گرایانه در دین داری افراد دارند، و این دو به لحاظ تأثیر گذاری از یکدیگر متمایز هستند.

فرضیه شماره ۵: بین عرفی شدن و دین داری رابطه غیرمستقیم وجود دارد.

در بررسی رابطه بین دو متغیر عرفی شدن و دین داری با توجه به نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون ($r = -0.284$ = مقدار و $r = 0.000$ = سطح معنا داری) می‌توان اظهار داشت که رابطه بین این دو متغیر معکوس و معنادار است. به عبارتی، هر چه فرد گرایش‌های دنیوی و غیر دینی را در زندگی خویش دنبال

۱- در این پژوهش به چند دلیل سینما لحاظ نشده است، زیرا سینما برخلاف رادیو، تلویزیون که با مخاطبان عام سرو کار داشته، بیشتر تحت نظارت دولت و سیاست‌های آن، بیشتر با مخاطبان خاص سرو کار دارد و فرآورده‌های آن بیشتر رویه غرب گرایانه، تجملی و لوکس و... است، اگر چه در برخی مواقع فیلم‌های معناگرا و مذهبی نیز در آن پخش می‌شود، اما باید توجه داشت که این نوع محصولات به ندرت تهیه و توزیع می‌گردد و اکثر محصولات سینمایی بیشتر جنبه تجاری داشته، و تولید کنندگان آن بیشتر به فکر فروش در گیشه هستند و کمتر به دیگر ابعاد زندگی مردم، به خصوص بعد دینی توجه دارند.

کند، از میزان دین‌داری وی کاسته خواهد شد و هر چه فرد نسبت به مسائل دینی پابندی بیشتری داشته باشد گرایش‌های غیر دینی در زندگی آنان رنگ کمتری به خود می‌گیرد.

فرضیه شماره ۶: بین سن و دین‌داری رابطه مستقیم وجود دارد.

با توجه نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.166$ = مقدار و $r = 0.001$ = سطح معنا داری) بین متغیر سن و دین‌داری می‌توان بیان داشت که رابطه سن و دین‌داری مستقیم و معنادار است. به عبارتی، با بالاتر رفتن سن افراد میزان دین‌داری و پابندی آنان به مذهب، میزان انجام عبادات، اعتقاد به زندگی پس از مرگ و... بیشتر می‌شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که هر چه سن افراد بالاتر رود، به همان نسبت دین‌داری آنان نیز افزایش خواهد یافت.

فرضیه شماره ۷: بین دین‌داری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

جدول شماره ۹: آزمون همبستگی پیرسون بین دین‌داری و سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی	دین‌داری	
۰/۲۵۵	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی پیرسون سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰	.	سطح معنا داری
۳۸۴	۳۸۴	تعداد

با بررسی رابطه بین متغیر دین‌داری و سرمایه اجتماعی و نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون ($r = 0.255$ = مقدار و $r = 0.000$ = سطح معنا داری) می‌توان بیان داشت که رابطه بین دین‌داری و سرمایه اجتماعی مثبت و معنادار است. به عبارتی افرادی که از سطح دین‌داری بیشتری برخوردارند، دارای سرمایه اجتماعی قوی‌تری نسبت به کسانی که از میزان دین‌داری کمتری برخوردار می‌باشند، هستند؛ یعنی دین‌داری به عنوان عنصر تأیید و تأکید کننده مهمی در برخورداری افراد از سرمایه اجتماعی است، یا به عبارت روشن‌تر عامل دین در ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی بین افراد نقشی به سزا و تأثیرگذار ایفا می‌کند.

بررسی متغیرهای زمینه‌ای پژوهش

فرضیه شماره ۸: میانگین دین‌داری افراد بر حسب جنس تفاوت می‌پذیرد.

برای بررسی تفاوت پذیری میانگین دین داری پاسخ گویان بر حسب جنس از آزمون t-test استفاده شده است. این آزمون در صورتی اجرا می شود که متغیر وابسته فاصل های و متغیر مستقل اسمی دو حالتی باشد. در اینجا می خواهیم بدانیم آیا دین داری در بین زنان و مردان یکسان می باشد، یا بین آنها تفاوت می پذیرد. نتایج به دست آمده از این آزمون ($F=5/455$ مقدار $t=0/000$ سطح معنی داری) بیانگر وجود تفاوت میانگین دین داری در بین زنان و مردان می باشد و به عبارتی میانگین دین داری در بین دو گروه مردان و زنان یکسان نمی باشد و با مقایسه میانگین ها در بین دو گروه (مردان با میانگین $=3/9864$ و زنان با میانگین $=4/2381$) زنان را دیندارتر از مردان مشاهده می نمایم.

فرضیه شماره ۹: میانگین دین داری افراد بر حسب وضعیت تأهل تفاوت می پذیرد.

به علت اینکه سطح سنجش متغیر های مورد نظر در سطح اسمی چند مقوله ای و فاصل های قرار دارند، برای آزمون تفاوت میانگین دین داری بر حسب وضعیت تأهل از واریانس یکطرفه ۱ استفاده گردید. با توجه به مقادیر $F=11/003$ مقدار $F=0/000$ سطح معنی داری، می توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری به لحاظ دین داری در بین افراد مجرد، متأهل و سایر وجود دارد، که به ترتیب: سایر با میانگین $=4/2943$ ، متأهل ها با میانگین $=4/1759$ و مجردها با میانگین $=3/9765$ از بیشترین تا کمترین میانگین دین داری برخوردار هستند.

فرضیه شماره ۱۰: بین میزان تحصیلات و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.

با توجه نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون ($F=0/645$ مقدار $F=0/024$ سطح معنی داری) بین متغیر میزان تحصیلات و دین داری می توان بیان داشت که رابطه میزان تحصیلات و دین داری مستقیم و معنادار است. به عبارتی، با بالاتر رفتن میزان تحصیلات افراد میزان دین داری و پابندی آنان به مذهب، میزان انجام عبادات، اعتقاد به زندگی پس از مرگ و... بیشتر می شود. پس می توان نتیجه گرفت که هرچه میزان تحصیلات افراد بالاتر رود، به همان نسبت دین داری آنان نیز افزایش خواهد یافت.

فرضیه شماره ۱۱: میانگین دین داری بر حسب نوع قومیت تفاوت می پذیرد.

نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس ($F=0/904$ مقدار $F=0/479$ سطح معنی داری) بیانگر عدم تفاوت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین دین داری بر حسب نوع قومیت می باشد. به عبارتی

نوع قومیت پاسخ گویان هیچ تأثیری در دین داری آنان نمی گذارد و میانگین دین داری در بین آنها تا حدودی یکسان می باشد.

تحلیل رگرسیونی

در قسمت های قبل رابطه متغیرها، براساس فرضیات تحقیق به صورت دو به دو مورد بررسی قرار گرفت. اکنون با استفاده از رگرسیون چند متغیری سعی داریم، تأثیر مجموع متغیرهای مستقل را بر متغیر وابسته مورد بررسی قرار دهیم. رگرسیون چند متغیری روشی است برای تحلیل مشارکت جمعی و فردی دو یا چند متغیر مستقل X_i در تغییرات یک متغیر وابسته. کار رگرسیون چند متغیری این است که به تبیین واریانس وابسته کمک کند و این وظیفه را تا حدود زیادی از طریق برآورد مشارکت متغیرها (دو یا چند متغیر مستقل، در این واریانس به انجام می رساند. اهمیت اصلی این روش در امکان به کارگیری آن برای تبیین هم زمان روابط چند متغیر مستقل با متغیر وابسته می باشد. نتایج تحلیل رگرسیونی بین متغیرهای وارد شده به مدل در تحلیل با متغیر دین داری حاکی از ضریب تعیین (R^2) معادل ۰/۳۹ می باشد. این ضریب بیانگر آن است که در حدود ۰/۳۹ از واریانس یا پراکندگی متغیر دین داری توسط متغیرهای مستقل موجود در مدل تجربی تحقیق تبیین می گردد و بقیه واریانس پراکندگی، توسط متغیرهایی تبیین می شود که در تحقیق ما وارد نشده است. بنابراین می توان گفت که متغیرهای موجود در تحلیل، حدود ۳۹٪ از واریانس متغیر وابسته را تبیین می نمایند.

جدول شماره ۱۰: نتایج تجزیه واریانس تحلیل رگرسیون

Sig	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients			
		Beta	Std. Error	β		
.۰۰۰	۱۷/۲۴۵	----	.۲۰۶	۳/۳۴۲	مقدار ثابت	
.۰۱۵۳	-۰/۱۲۶	-۰/۰۰۷	.۰۰۵۲	.۰۰۰۷	پایگاه اجتماعی- اقتصادی	۱
.۰۰۰۷	۲/۲۲۳	.۱۳۸	.۰۰۲۷	.۰۰۷۴	رسانه های داخلی	۲
.۰۰۲۹	-۱/۹۷۶	-۰/۱۱۳	.۰۰۲۰	-۰/۰۳۹	رسانه های خارجی	۳
.۰۰۰۰	۲/۱۱۹	.۰۱۰۵	.۰۰۲۷	.۰۰۵۷	گروه های مرجع	۴
.۰۰۰۰	-۵/۰۵۵	-۰/۲۶۶	.۰۰۳۷	-۰/۱۸۶	عرفی شدن	۵
.۰۰۴۳	.۰/۱۲۲	.۰/۰۱۱	.۰۰۳۸	.۰/۱۷۶	سن	۶

همچنین جدول نشان می دهد از بین متغیرهایی تبیین گر دین داری در پژوهش، به ترتیب اهمیت عبارتند از: عرفی شدن $\beta = -0/266$ ، رسانه های داخلی $\beta = 0/138$ ، رسانه های خارجی $\beta = -0/113$ ، گروه های مرجع $\beta = 0/105$ ، سن $\beta = 0/011$ ، و پایگاه اجتماعی-اقتصادی $\beta = -0/007$. از بین این عوامل، متغیر عرفی شدن و رسانه های خارجی و پایگاه اجتماعی-اقتصادی تأثیری منفی بر روی دین داری دارد. در حالی که با افزایش، رسانه های داخلی، گروه های مرجع و سن در رابطه با دین داری افزایش می یابد. ضریب معناداری در جدول شماره ۹ نشان می دهد، با $p \leq 0/05$ می توان نتایج تحقیق را به جامعه آماری تعمیم داد. در جدول ذیل تحلیل واریانس برای آزمون معناداری شکل رگرسیونی نمایش داده شده است.

جدول شماره ۱۱: تحلیل واریانس برای آزمون معناداری شکل رگرسیونی
(بر آورد واریانس)

کل	مجموع مجذورات	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورات	کمیت (F)	سطح معنی داری (sig)
مجموع مجذورات رگرسیون	۱۶/۲۸۸	۷	۲/۲۱۰	۱۱/۶۲۸	۰/۰۰۰
مجموع مجذورات باقیمانده	۶۸/۱۱۲	۳۷۶	۰/۱۶۵	—	—
مجموع مجذورات کل	۸۴/۵۲۱	۳۸۳	—	—	—

F اهمیت ضریب همبستگی را نشان می دهد که برابر ۱۱/۶۲۸ گزارش شده است. در مجموع می توان، نتایج تحقیق را به کل جامعه آماری با اطمینان قابل قبولی تعمیم داد.

بحث و نتیجه گیری

جهان امروزه دچار تحول اساسی در تمامی زمینه ها شده است و این تحول به ویژه در زندگی افراد به وقوع پیوسته است. در این وضعیت دین در بین جوامع در حال گذار به نوعی متفاوت دچار تغییر شده است. پیامدهای مدرنیته و عرفی شدن، عصر ارتباطات و ... به نوعی در زندگی دینی و باورهای افراد تأثیر

گذاشته است و از طرفی، بافت جامعه سنتی و دینی در ایران و به خصوص مذهب تشیع نیز چالش هایی با این پیامد داشته است.

با توجه به تغییر و تحولات صورت گرفته در ایران و پیامدهای ناشی از آن این انتظار می رود که دین داری در بین مردم ایران رنگ کمتری به خود گرفته باشد و افراد بیشتر به سمت عرفی شدن و کم اهمیت دادن به مذهب گرایش داشته باشند. در شهر جدید بهارستان که این پژوهش در بین ساکنان آن انجام گرفته است، به نظر می رسد که دین و پابندی مذهبی در بین این افراد نیز همین مسیر را طی نموده باشد، چرا که شهرهای جدید بستر تغییر و تحولات به نسبت سریع تری از دیگر شهرها بوده و این شهرها چه به لحاظ ساختار فیزیکی شهر (ساختمانها، میادین، خیابانها و...) و چه به لحاظ ساختار اجتماعی (داشتن روابط، شناخت و...) با نوع قدیمی تر شهرهای ایران تفاوت بیشتری داشته و انتظار می رود این دگرگونی در ساختار فیزیکی و اجتماعی نه تنها در زندگی اجتماعی فرد بلکه در زندگی خصوصی آن به ویژه زندگی دینی آن نیز تأثیر مهمی گذاشته باشد. اما نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد که علی رغم این تحولات و پیامدهای ناشی از آن سطح دین داری افراد در بین نمونه انتخاب شده دارای میزان متوسط به بالایی (۶۳ درصد از کل) است. به عبارتی، مذهب و نقش آن در زندگی افراد هنوز تأثیر به سزایی دارد، اگر چه ممکن است این حضور را در بین افراد جامعه و حوزه عمومی به صورت پررنگ مشاهده نکنیم (مانند جنبه های اجتماعی دین: برپایی نماز جماعت، نوع پوشش زنان (چادر) و...). اما بیشتر شاهد خصوصی و فردی شدن دین (خواندن نماز به صورت فرادی و...) هستیم. به عبارتی، دین در لایه های زیرین زندگی مردم هنوز جایگاه خود را حفظ نموده، ولی این تغییرات صورت گرفته در ظاهر امر و لایه های بیرونی خود را نمایان کرده است. بر اساس نتایج به دست آمده از ابعاد دین داری، می توان گفت که بعد اعتقادی در میان مردم علی رغم تحولات گسترده هنوز پا برجاست، اما بعد شناختی اسلام، در بین آنها بسیار کم رنگ است، با توجه به گسترش سواد و تأثیر گذاری رسانه های جمعی، می توان آگاهی و شناخت به اصول و احکام دین مبین اسلام را راحت تر در اختیار مردم قرار داد، تا از این طریق با شناخت درست از این اوامر پایه های دینی خود را محکم تر نموده، بهتر بتوانند از این اصول در زندگی خود بهره ببرند.

همچنین، سعی گردید تا با توجه به تحقیقات صورت گرفته در داخل و همین طور خارج از کشور در خصوص دین‌داری و عوامل مؤثر بر آن، علاوه بر آزمون فرضیاتی که در بین آن‌ها صورت گرفته، تلاش گردید از حالت توصیف و آزمون فراتر رفته، و به تبیین و تأیید متغیرها با مدل رگرسیونی پرداخته شود. بر همین اساس، متغیرهای مستقل که در این پژوهش بر روی دین‌داری بررسی شدند، عبارتند از: پایگاه اجتماعی-اقتصادی، تأثیر‌گذاری مذهبی گروه‌های مرجع، میزان مصرف رسانه‌های جمعی (داخلی و خارجی)، عرفی شدن و همچنین تأثیر‌گذاری (یا به عبارت بهتر پیامد) دین‌داری بر سرمایه اجتماعی نیز بررسی گردید.

نتایج نشان می‌دهد که در بین نمونه انتخاب شده، دین‌داری در بین طبقات اجتماعی متفاوت است و میانگین دین‌داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی-اقتصادی تفاوت می‌پذیرد. و این امر با نظریه وبر در خصوص دین‌داری متفاوت هر کدام از طبقات جامعه با یک‌دیگر هم‌خوانی دارد؛ بدین معنی که ادراک هر کسی از اغراض خود، تابع افکار و حتی افکار مابعدالطبیعی یا مذهبی اوست. گروه‌های خاص اجتماعی در جنبه‌های زندگی اجتماعی، به ویژه رفتار اقتصادیشان با تأثیر از دیدگاه‌های مذهبی خود عمل می‌کند و همین طور درجه یا شدت احساسات مذهبی، گروه‌های تشکیل دهنده جامعه به یک اندازه نمی‌باشد.

در بررسی رابطه بین تأثیر‌گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین‌داری رابطه مستقیم و معنادار مشاهده گردید. نظریات شیوتانی و تئوری فیشن باین-آیزن در مورد تأثیر‌گذاری گروه‌های مرجع بر روی افراد نیز بیانگر تأیید آن است. به عبارتی، طبق این نظریات می‌توان بیان داشت که شخص توجه دارد که تا چه حد رفتارش مورد تأیید یا توییح افراد و یا گروه‌های خاصی (پدر و مادر، دوستان نزدیک و همکاران و یا اهالی یک محل) که در واقع نقش یک مرجع هدایت‌کننده رفتار را دارند، قرار خواهد گرفت، و از طرفی، گروه مرجع یک چهارچوب ارزشیابی را به وجود می‌آورد که بر اساس آن اعضای سیستم اجتماعی یا گروه، خود و دیگران را ارزیابی و کنترل می‌نمایند. بر این اساس، هر چه که در یک گروه به عنوان یک مقیاس ارزشی گروهی جایفتد، بر روی قضاوت و ارزشیابی تک تک افراد تأثیرگذار است. پس دین‌داری یا عدم دین‌داری این افراد نیز از جمله عناصر اثر‌گذاری است که افراد را در جهت آن

هدایت می‌کند. و بهتر آن است که با تقویت نمودن گروه‌های مرجع، دین‌پذیری جوانان با برنامه ریزی و دقت بیشتری دنبال شود.

با توجه به نتایج به دست آمده از میزان مصرف رسانه‌های داخلی و دین‌داری که رابطه‌ای مثبت و معنادار بود و بین میزان مصرف رسانه‌های خارجی و دین‌داری رابطه‌ای معکوس و معنادار، می‌توان بیان داشت که امروزه وسایل ارتباط جمعی در کنار نقش خانواده و مدرسه نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار و مرجع بر آگاهی‌ها، نگرش‌ها و دگرگونی در رفتارهای افراد مداخله و سهم به‌سزایی ایفا می‌نمایند. این مشاهدات و مقایسه تأثیرپذیری دو نوع متفاوت میزان مصرف رسانه‌های جمعی؛ یعنی داخلی و خارجی بیانگر آن است که رسانه‌های داخلی با توجه به ساختار حکومت و ایدئولوژی حاکم بر آن در ترویج فرهنگ دینی مردم نقش مهمی داشته و تا حدودی توانسته است رسالت خود را در این زمینه حفظ نماید، اما رسانه‌های خارجی متأثر از سیاست‌ها و برنامه ریزی‌های صاحبان اصلی خود بیشتر به تبلیغ زندگی غیردینی و کالایی شدن فرد توجه داشته، مصرف‌کنندگان خود را نیز در همین مسیر قرار می‌دهند. در نتیجه، مصرف‌کنندگان این نوع کالاها به سمت زندگی مادی و کمتر معنوی کشیده می‌شوند. که این عامل نیز می‌تواند در عرفی شدن فرد تأثیر به‌سزایی داشته باشد. با این اوصاف از آنجا که رسانه‌های داخلی، به ویژه تلویزیون مسئول حفظ و تداوم ارزش‌های دینی در جامعه محسوب می‌شوند و بیشتر مردم به منظور پرکردن اوقات فراغت خود از آن بهره می‌برند، از مسئولان و متولیان امور انتظار می‌رود که با بیشتر و بهتر ساختن برنامه‌های مذهبی و مناسبتی باعث جذب مردم به سمت برنامه‌های داخلی و به ویژه ارتقای سطح آگاهی آنان از دین گردیده، از تهاجم فرهنگی غرب که از طریق رسانه‌های خارجی به خصوص ماهواره‌ها صورت می‌گیرد، جلوگیری نمایند.

در بررسی رابطه بین عرفی شدن و دین‌داری، نتایج حاکی از رابطه معکوس و معنادار بین این دو متغیر است؛ یعنی تغییر و تحول درون دینی که به هر چه دنیوی‌تر شدن دین و کاهش در تضمین و التزام دینی فرد می‌انجامد و نسخه برداری از الگوهای توسعه غربی می‌تواند جامعه و افراد متدین را در عمل عرفی سازد. در نتیجه، آن‌ها از پیگیری آرمان‌های دینی به عنوان بخشی از زندگی مأیوس و منصرف شده، به گرایش‌های دنیوی بیشتر تمایل دارند و برای دین در زندگی فردی و جمعی خود چندان اهمیتی قایل نبوده، نسبت به دیگر افراد از سطح دین‌داری کمتری برخوردار هستند. از آنجا که در بین نمونه انتخاب

شده از ساکنان بهارستان، با توجه به میزان دین‌داری به دست آمده که نسبتاً سطح بالایی از دین‌داری را دارا می‌باشند، می‌توان گفت آن دست‌افزادی که بیشتر تحت تأثیر الگوهای توسعه غربی (به ویژه رسانه‌ها و تبلیغات غربی و ...) هستند، به سمت عرفی شدن نیز گرایش پیدا می‌کنند، و نظریات وبر، دبلر و شجاعی زند در این زمینه نیز مؤید این نتایج در این جامعه آماری می‌باشد. البته این متغیر در این پژوهش بدون تأثیرات غیرمستقیم بر عرفی شدن به این نتیجه دست یافته است و چه بسا با دخالت نمودن دیگر متغیرها به عنوان متغیرهای واسط و یا غیرمستقیم بر عرفی شدن، بهتر بتوان این رابطه را مورد سنجش قرار داد.

در بررسی متغیر سن با دین‌داری نیز بر اساس فرضیه چرخه زندگی که باورها، گرایش‌ها و رفتارهای افراد، با افزایش سن و عبور از مراحل مختلف زندگی دچار دگرگونی‌های بنیادین و تغییر اولویت در رفتارها و باورها، به ویژه رفتارها و باورهای مذهبی که به ارتباط مستقیم و مستمر میان سن و اعتقاد به زندگی پس از مرگ، میزان انجام عبادات و میزان مشارکت در مناسک جمعی می‌گردد و نیز فرضیه تغییر اجتماعی که بیشتر تحولات دگرگون ساز در یک جامعه را عمده‌افراد واقع در گروه‌های سنی جوان که در مرحله شکل‌گیری شخصیت خود هستند، می‌داند، می‌توان بیان داشت که یک جامعه جوان، در مقایسه با جامع‌های سالخورده، دارای سطح پایین‌تر پایداری به اعتقادات و مناسک مذهبی جمعی و فردی است. پس فرضیه مطرح در این پژوهش؛ یعنی رابطه مستقیم و معنادار بین سن و دین‌داری تأیید گردید. البته باید افزود که تفاوت میزان دین‌داری نسل جوان و بزرگسالان، متأثر از وجود تکنولوژی و تحولات به وقوع پیوسته در عصر حاضر می‌باشد. به همین منظور، لازم است تا نهادهای مرتبط با جوانان مانند: مدرسه، دانشگاه و... در جهت ترغیب و تقویت ریشه‌های دینی آنان گام برداشته، و دین‌داری نسل جوان را با توجه به نیازهای امروزی آنان تعبیر و تفسیر کنند.

با معنادار و مثبت شدن رابطه دین‌داری و سرمایه اجتماعی می‌توان بیان داشت که دین به عنوان یک عنصر مهم تأثیرگذار، باعث ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی در جامعه می‌گردد، چرا که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از مشترکات و اصول پذیرفته شده‌ای برای افراد یک جامعه یا گروه و خانواده است که آن‌ها را در رسیدن به هدفی مشترک مهیا و آماده می‌سازد (گابریلسون، ۲۰۰۶: ۶۵۸). پس می‌توان با توجه به

دیدگاه ایوانز که بر نقش فعالیت‌ها و مناسک دینی در بهبود کنش‌های متقابل افراد در پیوند و اعتماد آن‌ها به یک‌دیگر تأکید دارد و معتقد به ایجاد سرمایه اجتماعی از طریق رفتار دینی با سایر مؤمنان، دوستان و اعضای خانواده است، و کاندلند که مبنای سرمایه اجتماعی را دین تلقی نموده، آن را به عنوان یک نیروی وحدت بخش از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی، ارتباطات با سایر هم‌نوعان، وظیفه‌شناسی، احترام نسبت به دیگران، صداقت و اعمال هنجارهای همبستگی می‌داند، می‌توان گفت که افرادی که به لحاظ دین‌داری در سطح بالایی قرار دارند، به همان نسبت با دیگران ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند و این ارتباط باعث ایجاد حس اعتماد و نوع دوستی و بالا رفتن روحیه مشارکت و در نتیجه حفظ و تداوم سرمایه اجتماعی می‌گردد. پس لازم است که این امر توسط مسؤولان و نهادهای ذی ربط مورد توجه قرار گرفته، با فراهم آوردن زمینه‌های مناسب جهت مشارکت مذهبی و بزرگداشت مراسم دینی به ایجاد روحیه دینی و تقویت آن همت گمارند. همچنین اگر در کنار برپایی این قبیل مراسم، مرکزی جهت پاسخ‌گویی به سؤال‌های دینی مردم و ارائه برنامه‌هایی جهت رفع ابهام از شبهات دینی وجود داشته باشد. بهتر می‌توان از این عنصر سازنده اجتماعی بهره گرفت.

همین طور با بررسی متغیرهای زمینه‌ای با دین‌داری: نتایج به دست آمده بیانگر میانگین دین‌داری بیشتر زنان از مردان، میانگین دین‌داری سایر گروه‌ها (مطلقه‌ها، بیوه‌ها و...) بیشتر از متأهلان و متأهلان بیشتر از مجردها، رابطه معنادار و مثبت بین میزان تحصیلات و دین‌داری و عدم وجود تفاوت میانگین دین‌داری در بین اقوام مختلف می‌باشد.

فهرست منابع

- آراسته خو، محمد (۱۳۸۱): فرهنگ اصطلاحات علمی-اجتماعی، تهران، چاپخس، چاپ سوم.
- آرون، ریمون (۱۳۷۷): مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه: باقر پرهام، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- اتسلندر، پیتر (۱۳۷۴): روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی، ترجمه: بیژن کاظم زاده، مشهد، انتشارات قدس رضوی.
- افشانی، علیرضا (۱۳۸۱): بررسی چگونگی تساهل سیاسی در تشکل‌های دانشجویی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.

- ایوانز، دیوید (۱۳۸۰): بررسی مجدد رابطه دین و جرم، ترجمه: علی سلیمی، نشریه حوزه و دانشگاه، شماره ۲۳.
- تاجیک، محمد رضا (۱۳۸۲): دهه سوم: تخمین ها و تدبیرها، تهران، نشر فرهنگ گفتمان.
- تامین، ملوین (۱۳۷۳): جامعه شناسی قشر بندی و نابرابری های اجتماعی، ترجمه: عبدالحسین نیک گهر، تهران، توتیا.
- توسلی، غلامعباس و ابوالفضل مرشدی (۱۳۸۵): بررسی سطح دین داری و گرایش های دینی دانشجویان «مطالعه موردی: دانشگاه صنعتی امیرکبیر»، مجله جامعه شناسی ایران، دوره هفتم، شماره ۴.
- خنده رو، مهدی (۱۳۸۷): بررسی سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل گیری آن در سطح محله (مطالعه موردی محله های منطقه ۹ شهرستان مشهد)، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.
- دواس، دی. ای (۱۳۸۱): پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نائی، چاپ اول، تهران، نشر نی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۷): آشفستگی و یا آنومی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۴): سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، تهران، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستائی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۸): روش های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ج ۱.
- سراج زاده، سید حسن (۱۳۷۷): «نگرش ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهران و دلالت های آن بر نظریه سکولاریشن»، نمایه پژوهش، شماره ۷ و ۸.
- سرمد، زهره و بازرگان و حجازی (۱۳۸۰): روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه.
- شایگان، فریبا (۱۳۷۷): طرح پژوهشی بررسی عوامل مؤثر بر حضور و مشارکت مردم در مساجد، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۰): دین، جامعه، عرفی شدن (جستارهایی در جامعه شناسی دین)، تهران، نشر مرکز.
- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۵): «مسیرهای محتمل در عرفی شدن ایران»، مجله جامعه شناسی ایران، دوره هفتم.
- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۵): مسیحیت، اسلام و مسأله عرفی شدن، پایان نامه دکتری جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.

شهابی، سیامک (۱۳۸۲): بررسی اولویت های ارزشی جوانان روستایی و عوامل مؤثر بر آن، اصفهان، گروه تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، ج ۲ و ۱.

صباغ پور، علی اصغر (۱۳۷۳): بررسی نگرش های سیاسی - مذهبی جوانان پسر تهرانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

صفائی نژاد، فتحیان (۱۳۸۲): فاصله نسلی با تأکید بر وضعیت دین داری و ارزش های اجتماعی (مطالعه موردی شهر دهدشت)، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.

فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹): پایان نظم: بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه: غلامعباس توسلی، تهران، نشر: جامعه ایرانیان.

کاظمی پور، عبدالمحمد (۱۳۸۲): باورها و رفتارهای مذهبی در ایران ۱۳۷۹-۱۳۵۲، تهران، طرح های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کتابی، محمود و دیگران (۱۳۸۳): دین، سرمایه اجتماعی و توسعه اجتماعی - فرهنگی، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، جلد هفدهم، شماره ۲.

کلین، جیمز (۱۳۷۷): بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.

گنجی، محمد (۱۳۸۳): تبیین وضعیت دین داری دانشجویان «مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان»، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.

لهسایی زاده، عبدالعلی و جهانگیر جهانگیری و علی شریفی (۱۳۸۳): «بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر پابندی به ارزش های دینی مطالعه موردی دانش آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز»، مشهد: مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره اول.

ملاحسنی، حسین (۱۳۸۱): بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوع دین داری در بین دانش آموزان سال سوم دبیرستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.

ویلیم، ژان پل (۱۳۷۷): جامعه شناسی ادیان، ترجمه: عبدالکریم گواهی، تهران، نشر تبیان.

همیلتون، ملکم (۱۳۷۷): جامعه شناسی دین، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران، نشر تبیان.

www. Baharestan New Town Development co.ir.

Charles A. Ellwood. (1993): *The social function of religion*, *The American Journal of Sociology*, Vol, 19, No. 3. (no., 1913). Pp. 289-307, Available at .

- Gauntlirt. David. (2002): *Media, Gender and Identity*, Available at: <http://www.theory.org.uk> (2008).
- Hideo.Kishimoto. (1961): *An operational definition of religion* Numen, Vol.8, Fasc.3 (Dec.,1961),Pp.239-240.
- Rosenfeld, Richard, Messner, Steven F, Baumer,Eric P,(2001): *Social capital and Homicide. Social Forces*, Vol.80, Issue I:283-309.
- Teena. Gabrielson. (2006): *Woman- thought,social capital,and the generative state:mary Austin and intergrative civic ideal in progressive thought*, American Journal of Political Science ,Vol.50,No.3.(Jul.,2006),Pp.650-663.
- Vander Zanden .James W, (1993-1996): *Sociology the core (third and fourth edition)*, Mc Graw- Hill, Inc, New York.

