

بررسی تأثیر رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی بر میزان نشاط اجتماعی در میان گردشگران مذهبی ایرانی (مورد مطالعه شهر مشهد)

عاطفه ذهبی*

چکیده

از جمله نیازهای اساسی زندگی انسان شادابی و زیستن با نشاط است؛ از آنجا که سفر یکی از راهکارها برای شاد شدن است، بنابراین گردشگری مذهبی می‌تواند به نشاط زائران بینجامد و امکان جذب آنان را به مکان مقدس به دفعات بیشتر موجب شود. عوامل مختلفی بر ایجاد نشاط و افزایش آن تأثیر گذارند که از آن جمله مذهب و دینداری و سرمایه اجتماعی می‌توانند اهمیت بالایی داشته باشند. در واقع مذهب یکی از عوامل سازنده کارکردهایی است که سرمایه اجتماعی می‌تواند آنها را داشته باشد. فعالیت‌های مذهبی دارای کارکردهایی هستند که در نهایت موجب افزایش نشاط می‌شود. پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی افراد و رابطه میان دو متغیر نامبرده با نشاط اجتماعی انجام شده است. روش پژوهش پیمایشی بوده و جامعه نمونه ۴۰۰ نفر از گردشگران مذهبی ایرانی مشهد مقدس می‌باشند. رویکرد پژوهش نیز بنیادی-کاربردی است. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه سرمایه اجتماعی و دینداری با یکدیگر می‌باشد و رابطه معنادار این دو متغیر با متغیر وابسته نشاط اجتماعی است. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل اصلی (۲۵/۹ درصد) تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی: نشاط اجتماعی، گردشگری مذهبی، سرمایه اجتماعی، دینداری، مشهد.

۱. مقدمه و بیان مسئله

شهر مشهد به عنوان شهری سیاحتی-زیارتی همه ساله پذیرای خیل عظیم توریست و گردشگر است به نحوی که صنعت توریسم در مشهد موضوعی قابل بحث و تأمل جای تحقیق و بررسی دارد. افزون بر گردشگران داخلی، برخی از توریست ها نیز خارجی اند. خیلی مرسوم نیست گردشگران خارجی غیرمسلمان وقتی به ایران سفر می کنند، حتی خارجی هایی که به شیراز و ری رفته اند، شاه چراغ و حرم عبدالعظیم را هم ببینند یا در مسیر بازدیدشان از توس، نیشابور و جاده ابریشم در بخش شمال شرقی ایران، ذهن کنجکاو و ماجراجوییشان را به سمت حرم امام رضا (علیه السلام) هم ببرند. خارجی های غیرمسلمان فقط می توانند بخش های خاصی از زیارتگاه ها را ببینند؛ مثل موزه، کتابخانه، صحن ها، حیاط و معماری بیرونی و کمتر پیش می آید به حریم زیارتگاه وارد شوند؛ اما با این حال همه آنچه می بینند برایشان جذاب است. در حرم امام رضا (علیه السلام) در مشهد بیشتر مواقع گردشگران خارجی غیرمسلمان امکان وارد شدن به مسجد تاریخی و پر بازدیدکننده «گوهرشاد» را ندارند؛ اما حرم جذابیت های دیگری دارد که ساعت ها وقت گردشگران را می گیرد، از تماشای معماری و نحوه زیارت کردن و نماز جماعت خواندن مردم گرفته تا چادرهای سفید گل داری که خانم ها سر خودشان کرده اند. همچنین بیشتر خانم های خارجی پوششی که برای ورود به حرم باید داشته باشند را دوست دارند. از نظر آنها چادر سرکردن نوعی جذابیت است و بیشتر مواقع از آن استقبال می کنند و مشکلی با این موضوع ندارند. همچنین بخش بین الملل حرم امام رضا (علیه السلام) همکاری مناسبی با گردشگران خارجی دارد و امکانات قابل توجهی را ارائه می دهد (نبوی، روزنامه اطلاعات، ۱۵ دی ۱۳۹۳، ص ۵).

گردشگری در نوبه خود به عنوان ترویج دهنده اصلی حسن نیت بین المللی و همچنین ابزاری برای توسعه درک اجتماعی^۱ و فرهنگی در سطح ملی شناخته شده به طوری که ثابت شده است که ثروت فرهنگی یک کشور تنها در آثار نهفته در آن نیست بلکه در خود مردم می باشد (آسیایی، ۱۳۸۲، ص ۲). شهر مشهد به عنوان بزرگ ترین کلان شهر مذهبی کشور، به علت وجود مضجع مطهر حضرت امام رضا (علیه السلام) و وجود جاذبه های تاریخی، طبیعی و... مورد توجه گردشگران فراوانی از اقصی نقاط ایران و جهان قرار می گیرد و این مسئله به قدری اهمیت دارد که توسعه پایدار در مشهد با محوریت گردشگری مذهبی تدوین می شود (فروغزاده و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۶۳). با توجه به اینکه امروزه نشاط اجتماعی^۲ یکی از مهم ترین نیازهای جوامع بشری در جهان است و یک نیاز حیاتی برای افراد و جامعه هست نبود آن موجب مشکلات فراوان می شود. به طوری

1. Social understanding

2. Social vitality

که ارسطو^۱ در مورد شادی می‌گوید: «شادی بهترین چیزهاست و آن قدر اهمیت دارد که سایر چیزها برای کسب آن هستند».

پژوهشگران و نظریه‌پردازان علوم زیستی و اندیشمندان علوم انسانی، شادکامی انسان را تحت تأثیر عوامل فراوانی می‌دانند که عوامل اجتماعی و معنوی از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های تأثیرگذار و اثربخش در این حیطه هستند. موفقیت و تأیید اجتماعی، ارتباط‌های اجتماعی و روابط دوستانه، خانواده، عشق و صمیمیت را می‌توان از جمله منابع و عوامل اجتماعی مؤثر بر شادکامی و نشاط به‌شمار آورد. در بعد معنوی نیز ایمان قلبی، باورهای استوار مذهبی، انجام مناسک مذهبی، دعا و عبادت، حضور در اماکن مذهبی و انجام فعالیت‌های دینی در راستای داشتن تصویر دوستانه از خداوند (تقرب به ذات مقدس الهی) می‌تواند در شادکامی افراد تأثیر مثبت داشته باشد (پولنر،^۲ ۱۹۸۹، ص ۱۵۰).

کمبود و فقدان شادی و نشاط در جامعه، افسردگی، بدبینی، ارزیابی منفی از رویدادها، بی‌علاقگی به اجتماع و کار، کم‌رنگ شدن وجدان کاری، اعتیاد به مواد مخدر، ناهنجاری‌های اجتماعی، رواج خشونت در روابط اجتماعی، طلاق، گرایش به فرهنگ بیگانه و غیر خودی و... را به بار می‌آورد (طاهریان، ۱۳۸۱ به نقل از دریکوندی، ۱۳۸۷، ص ۸۲).

با توجه به آنکه دینداری به‌طور قابل توجهی می‌تواند بر سرمایه اجتماعی افراد از جمله تعهد و تعلق اجتماعی آنها و... تأثیرگذار باشد بنابراین زیارت هم به‌عنوان یکی از مظاهر دینداری می‌تواند به تبع آن بر سرمایه اجتماعی افراد و در نتیجه نشاط آنها تأثیر عمیقی بگذارد. زیارت بخش مهمی از فعالیت‌های مربوط به گردشگری مذهبی را در بر می‌گیرد بنابراین زیارت یکی از راه‌های ارتباطی بنده با خداست و به همین خاطر سفارش بسیاری در این زمینه شده است.

از آثار دیگر زیارت بدون شک کمک به تحکیم خانواده و روابط بین اعضای خانواده است. خانواده بایستی کانون آرامش و آسایش باشد و زوجین بایستی برای هم نقش آرامشگر را داشته باشند و نشاط را در خانواده به وجود آورد و تحکیم بخشند، این همان چیزی است که قرآن از آن یاد کرده است (افروز، ۱۳۹۳، ص ۲۴).

نشاط اجتماعی از مهم‌ترین و مؤثرترین شاخصه‌های اجتماعی در گسترش رضایت عمومی از زندگی، گسترش تعاملات سازنده، رشد اعتماد عمومی و مشارکت همه‌جانبه اجتماعی چندین دهه است که به‌عنوان موضوعی بین رشته‌ای در تحقیقات اجتماعی اهمیت ویژه‌ای یافته است. بنابراین نشاط اجتماعی گردشگران مذهبی و عوامل مرتبط با این نشاط بسیار حائز اهمیت است. رضایت

1. Aristotle

2. Pollner

درونی و نشاط معنوی که به سبب زیارت و چه بسا یک زیارت رضایت‌بخش در آنها ایجاد می‌شود و تأثیری که این رضایت و نشاط معنوی بر سرمایه اجتماعی افراد و به تبع آن روابط خانوادگی، تعاملات و اعتماد اجتماعی و در نتیجه سبک زندگی افراد دارد می‌تواند به نشاط اجتماعی آنان منجر شود و در نهایت باعث ماندگاری بیشتر آنها در شهر مشهد و رونق هرچه بیشتر این شهر شود که این امر بسیار مهم و بحث‌برانگیز است. بنابراین پرسش اصلی پژوهش این است که: آیا میان میزان دینداری افراد و سرمایه اجتماعی آنها رابطه‌ای وجود دارد؟ و آیا متغیرهای مذکور و رابطه آنها بر نشاط اجتماعی تأثیرگذار هستند؟

بنابراین هدف کلی تحقیق حاضر بررسی رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی است و تأثیری که این دو متغیر بر نشاط اجتماعی زائران ایرانی می‌توانند داشته باشند؛ زیرا که نشاط زائران بسیار مهم و تأثیرگذار بر افزایش انگیزه سفرهای مجدد آنان می‌باشد و در ادامه شناخت متغیرهای مؤثر بر نشاط دارای اهمیت است. هدف جزئی نیز، بررسی رابطه میان زمینه‌های فردی با نشاط اجتماعی و بررسی رابطه میان دو متغیر دینداری و سرمایه اجتماعی با یکدیگر و رابطه این دو متغیر با نشاط اجتماعی است.

۲. پیشینه‌های تحقیق

با توجه به آنکه هر تحقیق علمی از پشتوانه‌ای پژوهشی برخوردار است، بنابراین در اینجا لازم است به برخی از پیشینه‌های تجربی داخلی و خارجی که در رابطه با موضوع مورد نظر وجود دارند اشاره شود:

- عنبری و حقی (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر نشاط اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان مناطق شهری و روستایی شهرستان دلیجان»، دریافتند نشاط یکی از ضروری‌ترین خواسته‌های فطری و نیازهای روانی انسان به‌شمار می‌رود که نقش عمده‌ای در تعالی روانی و اجتماعی افراد جامعه ایفا می‌کند. افراد مورد مطالعه برحسب متغیرهای زمینه‌ای و خانوادگی از نشاط متفاوتی برخوردار بوده‌اند. زنان متأهل بانشاط‌تر از زنان مجرد و بی‌همسر بر اثر فوت و طلاق بودند. ارتقای پایگاه اقتصادی اجتماعی در افزایش میزان نشاط اجتماعی زنان مؤثر بوده است. برحسب یافته‌های تحلیلی حاصل از رگرسیون چند متغیره، از میان عوامل اجتماعی، دو متغیر مقبولیت اجتماعی و احساس عدالت اجتماعی در مناطق روستایی و پنج مقوله رضایت از زندگی، کیفیت زندگی، اعتقادات دینی، احساس عدالت اجتماعی و پایگاه اقتصادی در مناطق شهری، بیشترین سطح تغییرات نشاط اجتماعی زنان را تبیین نموده‌اند.

خوش‌فر و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی تحت عنوان: «تأثیر سرمایه اجتماعی بر شادی

جوانان شهر بابلسر»، با این مقدمه که شاد زیستن پاسخی به چگونه زیستن است؛ به‌ویژه برای جوانانی که نقش اساسی در آینده این سرزمین دارند. ضرورت شادی برای آن است که شور، هیجان، انگیزه، پویایی و تلاش را در زندگی جوانان ایجاد می‌کند؛ به بررسی پرداخته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که در مجموع، از میان سه بعد سرمایه اجتماعی، ارتباط اجتماعی و اعتماد اجتماعی و از میان متغیرهای زمینه‌ای، پایگاه اقتصادی اجتماعی، ۲۵ درصد از پراکنش متغیر وابسته شادی را تبیین می‌کنند.

کامر^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در مقاله‌ای تحت عنوان، «رابطه بین نگرش مذهبی و شادی در کارکنان حرفه‌ای»، به بررسی نگرش مذهبی در میان کارکنان حرفه‌ای ایرانی پرداختند. این کارکنان شامل پزشکان، وکلا و مهندسان بودند که ۹۰ درصد آنها از دانشگاه‌ها فارغ‌التحصیل شده بودند و ده درصد آنها در حال فارغ‌التحصیل شدن بودند. ضرایب همبستگی به‌دست آمده بین نگرش مذهبی و شادی بسیار قابل توجه بودند به‌گونه‌ای که تمام مقیاس‌های جزئی و کلی نگرش دینی با شادی در ارتباط مثبت و معناداری بودند و افزون‌بر آن نتایج یافته‌ها حاکی از این بود که شادی با زندگی آینده در ارتباط است.

فرانسی^۲ و همکاران (۲۰۰۳) در پژوهشی تحت عنوان «ارتباط میان مذهب و شادی در میان دانشجویان آلمانی»، به این نتیجه دست یافتند که رابطه معنادار، اما ضعیفی بین مذهب و شادی در دانشجویان آلمانی برخلاف نتیجه‌گیری‌هایی که از مطالعات اخیر به‌دست آمده است، وجود دارد؛ و تأکید می‌کنند در مطالعات جدید در رابطه با ارتباط مذهب و شادی باید به تفاوت‌های فردی و شخصیتی توجه کرد.

۳. مبانی نظری

کلمن^۳ وجود سرمایه اجتماعی را در اعتماد، اطلاع‌رسانی و ضمانت اجرایی کارآمد، روابط اقتدار و میزان تکالیف در گروه می‌داند و معتقد است که سرمایه اجتماعی، منفعت عمومی تولید می‌کند، یعنی اینکه هر شخصی که در داخل شبکه تعاملی قرار دارد می‌تواند از مزایای آن بهره‌مند شود (کلمن، ۱۳۷۷، ص ۴۷۹). پوتنام^۴ نیز سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم چون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد (پورموسوی، ۱۳۸۱، ص ۷۵). از نظر پاتنام و همکاران سرمایه اجتماعی یک پیش‌بینی‌کننده قوی برای تعیین میزان شادی افراد و کیفیت زندگی در اجتماع

1. Kumer

2. Francie

3. Coleman

4. Putnam

است از این رو برای افزایش سطح شادی مردم سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی است (جعفری و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۱۴).

در میان عناصری که در جامعه سرمایه اجتماعی را به وجود می‌آورند و یا حتی خود به‌عنوان سرمایه اجتماعی قلمداد می‌گردند، دین را نباید نادیده انگاشت. دین نیز که یک عامل مثبتی بر اعتقادات است در قلمرو و ابعاد فردی و اجتماعی از جانب خداوند است و در واقع یکی از عوامل مؤثر در ایجاد شادمانی و نشاط، ایمان مذهبی است؛ زیرا انسان کمتر احساس رهاشدگی و پوچی می‌کند.

افراد متعددی مانند فوکویاما، گریلی، وارنر، روف و آمران از دین به‌عنوان عامل موجد سرمایه اجتماعی یاد نموده‌اند. در واقع مذهب از جمله عوامل سازنده کارکردهایی است که سرمایه اجتماعی می‌تواند آنها را داشته باشد و 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 (الوانی و نقوی، ۱۳۸۰، ص ۱۳). گریل^۱ (۱۹۷۵) نیز بر این باور است که فعالیت‌های مذهبی دارای کارکردهایی هستند که در نهایت موجب افزایش نشاط می‌شود و هیلز^۲ و آرگایل^۳ در بیان این کارکردها به مواردی از جمله احساس اتصال با معبودی بسیار قدرتمند و مقدس، عشق، برابری و احساس در جمع بودن اشاره می‌کنند (همان، ص ۷۸). حتی به گفته و بر مذهب می‌تواند شبکه اعتمادی در بین افراد ایجاد کند که برای روابط تجاری و مبادله اقتصادی نیز ضروری است (فوکویاما، ۱۳۷۹^۴، ص ۱۵۳). در این راستا آن‌چنان که مایرز بیان می‌دارد: «دین می‌تواند به‌گونه‌ای محسوس به بهبود کیفیت روابط خانوادگی کمک کند و به‌عنوان عاملی در جهت ایجاد سرمایه اجتماعی، گام بردارد» (ملاحسنی، ۱۳۸۱، ص ۱۲). ایوانز^۵ نیز بر نقش فعالیت‌ها و مناسک دینی در بهبود کنش‌های متقابل افراد در پیوند و اعتماد آنها به یکدیگر تأکید می‌کند. همچنین در خصوص دین اسلام نیز پارسونز معتقد است: در اسلام زمینه بروز سرمایه اجتماعی به خاطر جهت‌گیری مثبت آن به سوی دنیا و نسبت به جامعه و سیاست و تأکید فراوان بر مسئولیت‌های اجتماعی مؤمنان به مراتب افزون‌تر و قدرتمندتر از ادیان دیگر است.

اسکامن^۶، مذهب را یکی از عوامل تأثیرگذار بر رفتار و شناخت می‌داند و مذهب یعنی پرداختن به فعالیت‌های مثبت و دوری از فعالیت‌های منفی (جان بزرگی و علی محمدی، ۱۳۸۷، ص ۱۳۶). الیسون^۷ (۱۹۹۴) اعتقاد دارد که تعهد دینی و دین می‌تواند منابع اجتماعی زیادی از جمله یکپارچگی اجتماعی، حمایت اجتماعی و رضایت خاطر همراه با حمایت را بر فرد فراهم

1. Grill

2. ///

3. Argyle

4. Fokoyama

5. Evans

6. Skaman

7. Ellison

آورد و یکی از کارکردهای دین از نظر وی پدید آوردن و افزایش منابع روان‌شناختی ارزشمندی از جمله خود احترامی، عزت نفس، کنترل ارتباط فردی بر امور زندگی است که خطر فشارهای حاد و مزمن را کاهش می‌دهد و بر سلامتی و نشاط افراد تأثیر زیادی می‌گذارد (منظری توکلی و عراقی‌پور، ۱۳۸۹، ص ۳۴).

مطالب یاد شده نشان‌دهنده آن است که رابطه بین نهادهای دینی و شبکه‌های ارتباطی و فعالیت‌ها و مشارکت‌های اجتماعی توجه اندیشمندان زیادی را به خود جلب کرده است و این نتیجه حاصل می‌شود که پیامدهایی که نهادهای دینی به افراد جامعه ارسال می‌دارند چه‌بسا موجب ارتباطات اجتماعی وسیع و به تبع آن تأثیر آن بر احساس شادی و نشاط عمل کند (گنجی، ربانی و عابدی، ۱۳۸۷، ص ۷۰).

۴. فرضیات تحقیق

۱. بین متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، میزان تحصیلات) با میزان نشاط اجتماعی زائران ایرانی رابطه معناداری وجود دارد؛
۲. میان دینداری و سرمایه اجتماعی زائران ایرانی رابطه معنادار وجود دارد؛
۳. میان سرمایه اجتماعی زائران ایرانی با میزان نشاط اجتماعی آنها رابطه معنادار وجود دارد؛
۴. میان دینداری زائران ایرانی با میزان نشاط اجتماعی آنها رابطه معنادار وجود دارد.

۵. روش تحقیق

با توجه به اینکه هدف تحقیق حاضر، بررسی رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی و تأثیر این متغیرها بر نشاط اجتماعی می‌باشد از روش پیمایش استفاده شده است. پژوهش از نوع همبستگی می‌باشد. در تحقیق حاضر جامعه آماری را گردشگران مذهبی ایرانی در شهر مشهد در گروه‌های سنی مختلف (۱۵-۶۹) تشکیل می‌دهد که به‌طور کلی جمعیت آماری این گردشگران (داخلی)، که همه‌ساله به مشهد مقدس سفر می‌کنند در حدود ۲۰ میلیون نفرند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۴۰۰ نفر تعیین و از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است.

در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه که ساده‌ترین و رایج‌ترین راه گردآوری داده‌های ساختمان است، استفاده شده است (دواس^۱، ۱۳۸۷، ص ۱۴). در پرسشنامه این تحقیق سؤالات به صورت بسته است و از پرسشنامه‌های استاندارد (پرسشنامه دینداری گلاک^۲ و

1. Dewas

2. Glock

استارک^۱) استفاده شده و گویه‌های متغیر سرمایه اجتماعی محقق ساخته است. این تحقیق، از اعتبار محتوایی و اعتبار صوری برخوردار است. برای آزمون پایایی پرسشنامه، با استفاده از داده‌های آزمون مقدماتی (پیش‌آزمون) و به کمک کامپیوتر و نرم‌افزار اس پی اس اس، میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که به صورت سازه تهیه شده بودند محاسبه گردید. میزان آلفای کرونباخ متغیرهای مستقل سرمایه اجتماعی با ۱۵ گویه ۰/۷۲۲، متغیر دینداری با ۱۸ گویه ۰/۸۳ و در نهایت متغیر وابسته نشاط اجتماعی با ۲۰ گویه ۰/۹۱۶، به دست آمده است. در این پژوهش همان‌گونه که گفته شد برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اس پی اس اس، برای بیان یافته‌های توصیفی از آماره‌های میانگین، انحراف معیار، فراوانی، درصد و درصد تجمعی و برای محاسبه رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تی مستقل و آزمون آنووا یا همان تحلیل واریانس بهره گرفته شده است، همچنین برای تبیین تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته و ابعاد آن از رگرسیون خطی چند متغیره با روش گام‌به‌گام استفاده شد.

۶. یافته‌ها

یافته‌های تحقیق درباره مشخصات فردی پاسخگویان بیانگر آن است که از مجموع ۴۰۰ پاسخگو، بیشترین تعداد با ۶۶/۸ درصد از آن خانم‌ها با میانگین سنی پاسخگویان ۳۰/۶۷ سال، میانه سنی ۲۷ سال و نما نیز ۱۹ است. میزان تحصیلات بیشتر پاسخگویان مدرک لیسانس با (۳۷/۳ درصد) است که معادل ۱۴۹ نفر هستند. در توصیف وضعیت پاسخگویان با توجه به سرمایه اجتماعی آنها می‌توان دریافت که بیشترین تعداد پاسخگویان دارای سرمایه اجتماعی متوسط رو به بالا (۷۱/۳ درصد) می‌باشند. ۸۳ درصد از پاسخگویان یعنی بیشترین فراوانی دارای سطح دینداری بالایی بودند. همچنین در مورد نشاط اجتماعی پاسخگویان می‌توان دریافت بیشترین تعداد پاسخگویان دارای نشاط اجتماعی متوسطی هستند (۴۸/۸ درصد) و این نشان‌دهنده بانشاط بودن پاسخگویان است.

جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان نشاط اجتماعی

میزان	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
پایین	۱۲	۳/۰	۳/۰
متوسط	۱۹۵	۴۸/۸	۵۱/۸
بالا	۱۹۳	۴۸/۳	۱۰۰/۰
کل	۴۰۰	۱۰۰/۰	—
میانگین: ۷۵/۵۴		انحراف معیار: ۱۱/۵۴	

1. Starck

در آزمون فرضیات تحقیق برای سنجش رابطه میان متغیر وابسته (نشاط اجتماعی) با متغیرهای مستقل اصلی (سرمایه اجتماعی و دینداری) و متغیر زمینه‌ای (سن) و همچنین رابطه میان دو متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی و دینداری) با یکدیگر از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. که در این میان دو متغیر سرمایه اجتماعی و دینداری با یکدیگر و همچنین با نشاط اجتماعی رابطه معناداری دارند؛ ولی میان متغیر سن با نشاط هیچ‌گونه رابطه معناداری مشاهده نشد. رابطه میان جنس و نشاط اجتماعی با آزمون T مستقل و رابطه میان میزان تحصیلات با نشاط اجتماعی نیز با آزمون تحلیل واریانس سنجیده شد که از میان متغیرهای مذکور هیچ‌کدام با نشاط اجتماعی رابطه معناداری نداشتند. آزمون رگرسیون چند متغیره برای سنجش میزان تبیین متغیر وابسته (نشاط اجتماعی) توسط متغیرهای مستقل معنادار شده (سرمایه اجتماعی و دینداری) استفاده گردید.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون میان سرمایه اجتماعی و دینداری

سرمایه اجتماعی		ابعاد سرمایه اجتماعی								ضریب همبستگی پیرسون	
		اعتماد اجتماعی		احساس تعلق		احساس تعهد		تعاملات اجتماعی			
Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R		
۰/۰۰۰	۰/۳۹۲	۰/۰۰۰	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	۰/۲۸۵	۰/۰۰۰	۰/۲۸۴	۰/۰۰۰	۰/۲۶۵	مناسکی	ابعاد دینداری
۰/۰۰۰	۰/۳۳۰	۰/۰۰۰	۰/۲۰۷	۰/۰۰۰	۰/۲۴۴	۰/۰۰۰	۰/۲۵۰	۰/۰۰۰	۰/۲۲۳	اعتقادی	
۰/۰۰۰	۰/۳۵۲	۰/۰۰۱	۰/۱۵۸	۰/۰۰۰	۰/۲۵۵	۰/۰۰۰	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۰/۲۷۰	عاطفی	
۰/۰۰۰	۰/۲۹۵	۰/۰۰۱	۰/۱۷۳	۰/۰۰۰	۰/۲۱۰	۰/۰۰۰	۰/۲۲۹	۰/۰۰۰	۰/۲۲۲	پیامدی	
۰/۰۰۰	۰/۴۴۸	۰/۰۰۰	۰/۲۶۴	۰/۰۰۰	۰/۳۲۵	۰/۰۰۰	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۰/۳۱۸	دینداری	

جدول شماره ۲ بیانگر ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و دینداری به تفکیک ابعاد سرمایه اجتماعی و دینداری است. با توجه به داده‌های به‌دست آمده نتایج بالا نشان می‌دهد به‌طور کلی سرمایه اجتماعی با تمامی ابعاد دینداری رابطه معناداری دارد و با ابعاد مناسکی، اعتقادی و عاطفی دینداری همبستگی متوسط و مستقیمی دارد و با بعد پیامدی دینداری همبستگی ضعیف و مستقیم دارد. دینداری نیز به‌طور کل با سه بعد اول سرمایه اجتماعی دارای همبستگی مستقیم و متوسط هستند و با بعد چهارم نیز همبستگی مستقیم و ضعیف دارد و به‌طور کلی رابطه معناداری بین متغیرها برقرار است؛ به این معنا که هرچه پاسخگویان دیندارتر باشند، میزان سرمایه اجتماعی آنها نیز بالاتر است و بالعکس.

جدول ۳: ضریب همبستگی پیرسون میان سرمایه اجتماعی و نشاط اجتماعی

سرمایه اجتماعی	ابعاد سرمایه اجتماعی										ضریب همبستگی پیرسون	
	اعتماد اجتماعی		احساس تعلق		احساس تعهد		تعاملات اجتماعی		عاطفی	شناختی		اجتماعی
	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R				
	۰/۰۰۰	۰/۴۲۸	۰/۰۰۰	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	۰/۲۸۱	۰/۰۰۰	۰/۲۹۹	۰/۰۰۰	۰/۳۶۹	عاطفی	ابعاد نشاط اجتماعی
	۰/۰۰۰	۰/۴۴۱	۰/۰۰۰	۰/۲۴۶	۰/۰۰۰	۰/۳۰۹	۰/۰۰۰	۰/۳۱۶	۰/۰۰۰	۰/۳۸۹	شناختی	
	۰/۰۰۰	۰/۴۰۴	۰/۰۰۰	۰/۱۹۷	۰/۰۰۰	۰/۳۰۸	۰/۰۰۰	۰/۳۱۵	۰/۰۰۰	۰/۳۶۷	اجتماعی	
	۰/۰۰۰	۰/۲۵۷	۰/۰۰۰	۰/۱۷۵	۰/۰۰۰	۰/۲۱۸	۰/۰۰۰	۰/۱۸۸	۰/۰۰۰	۰/۱۲۹	معنوی	
	۰/۰۰۰	۰/۴۹۷	۰/۰۰۰	۰/۲۸۲	۰/۰۰۰	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۰/۳۶۲	۰/۰۰۰	۰/۴۱۲	نشاط اجتماعی	

جدول شماره ۳ بیانگر ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و نشاط اجتماعی به تفکیک ابعاد سرمایه اجتماعی و نشاط اجتماعی است. با توجه به داده‌های به دست آمده نتایج بالا نشان می‌دهد به طور کلی سرمایه اجتماعی با تمامی ابعاد نشاط رابطه معناداری دارد و با ابعاد عاطفی، شناختی و اجتماعی همبستگی متوسط و مستقیمی دارد و با بعد معنوی نشاط همبستگی ضعیف و مستقیم دارد. نشاط اجتماعی نیز به طور کل با سه بعد اول سرمایه اجتماعی دارای همبستگی مستقیم و متوسط هستند و رابطه معناداری بین متغیرها برقرار است؛ به این معنا که هرچه سرمایه اجتماعی پاسخگویان بالاتر باشد، میزان نشاط اجتماعی آنها نیز بالاتر است و هرچه سرمایه اجتماعی پایین‌تر باشد به همان نسبت نشاط اجتماعی هم پایین‌تر است.

جدول ۴: ضریب همبستگی پیرسون میان دینداری و نشاط اجتماعی

دینداری	دینداری										ضریب همبستگی پیرسون	
	بعد پیامدی		بعد عاطفی		بعد اعتقادی		بعد مناسکی		بعد عاطفی	بعد شناختی		بعد اجتماعی
	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R				
	۰/۰۰۰	۰/۲۰۰	۰/۱۴۹	۰/۰۷۲	۰/۰۰۰	۰/۱۸۹	۰/۰۰۶	۰/۱۳۶	۰/۰۰۰	۰/۲۰۰	بعد عاطفی	ابعاد نشاط اجتماعی
	۰/۰۰۰	۰/۱۸۴	۰/۲۹۶	۰/۰۵۲	۰/۰۰۱	۰/۱۵۸	۰/۰۱۵	۰/۱۲۲	۰/۰۰۰	۰/۲۰۲	بعد شناختی	
	۰/۰۰۱	۰/۱۶۳	۰/۶۳۲	۰/۰۲۴	۰/۰۰۰	۰/۲۲۰	۰/۰۱۳	۰/۱۲۴	۰/۰۰۴	۰/۱۴۲	بعد اجتماعی	
	۰/۰۰۰	۰/۵۱۹	۰/۰۰۰	۰/۲۶۲	۰/۰۰۰	۰/۴۷۱	۰/۰۰۰	۰/۴۲۳	۰/۰۰۰	۰/۴۴۵	بعد معنوی	
	۰/۰۰۰	۰/۳۲۲	۰/۰۰۰	۰/۱۲۰	۰/۰۰۰	۰/۳۱۴	۰/۰۰۰	۰/۲۴۳	۰/۰۰۰	۰/۳۰۳	نشاط اجتماعی	

جدول شماره ۴ بیانگر ضریب همبستگی پیرسون بین دینداری و نشاط اجتماعی به تفکیک ابعاد دینداری و نشاط اجتماعی است. با توجه به داده‌های به دست آمده نتایج بالا نشان می‌دهد. متغیر دینداری با ابعاد عاطفی، شناختی و اجتماعی و معنوی نشاط اجتماعی دارای همبستگی

می باشد و با بعد معنوی نشاط همبستگی شدید و مستقیم دارد (۰/۵۱۹ درصد). نشاط اجتماعی نیز با ابعاد اول دینداری (مناسکی) و بعد سوم دینداری (عاطفی) همبستگی متوسط و مستقیم دارد. همچنین رابطه همبستگی مثبت میان نشاط اجتماعی و ابعاد اعتقادی و پیامدی دینداری نیز برقرار است. بنابراین میان تمامی ابعاد متغیرهای دینداری و نشاط اجتماعی رابطه معنادار برقرار است؛ به این معنا که هرچه دینداری پاسخگویان بالاتر باشد، میزان نشاط اجتماعی آنها نیز بالاتر است و هرچه دینداری پایین تر باشد به همان نسبت نشاط اجتماعی هم پایین تر است.

جدول ۵: نتایج رگرسیون گام به گام متغیر وابسته نشاط اجتماعی

متغیر پیش بینی کننده	B	eta	T	Sig	R	R2	F	Sig
سرمایه اجتماعی	۰/۸۳۷	۰/۴۴۱	۹/۱۲۳	۰/۰۰۰	۰/۴۹۷	۰/۲۴۷	۴۴۶	۰/۰۰۰
دینداری	۰/۱۷۲	۰/۱۲۵	۲/۵۸۶	۰/۰۱۰	۰/۵۰۹	۰/۲۵۹	۶۹	۰/۰۰۰

با توجه به جدول شماره ۸، که نشان دهنده میزان تبیین متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل باقی مانده در معادله رگرسیون می باشد مشاهده می شود که، متغیر سرمایه اجتماعی وارد معادله شده که میزان ضریب همبستگی آن (R) با متغیر وابسته (نشاط اجتماعی) ۰/۴۹۷ به دست آمده است. در این مرحله، با توجه به داده های جدول بالا مشاهده می شود که قوی ترین متغیر پیش بینی کننده نشاط اجتماعی در این تحقیق در بین پاسخگویان، متغیر سرمایه اجتماعی است. این متغیر به تنهایی ۲۴/۷ درصد از واریانس نشاط اجتماعی را تبیین می کند. با ورود متغیر دینداری به مدل، ضریب تعیین به ۲۵/۹ درصد می رسد که نشان می دهد این متغیر، ۱/۲ درصد به قدرت پیش بینی مدل افزوده است.

با این تفصیل، متغیر سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و دینداری، به ترتیب قدرت پیش بینی، قادرند ۲۵/۹ درصد از میزان نشاط اجتماعی زائران حرم رضوی را در شهر مشهد تبیین نمایند. بنابراین مدل رگرسیونی تبیین شده نیز طبق آزمون تحلیل واریانس انجام شده خطی و معنادار می باشد؛ زیرا مقدار آزمون F برای تعیین معناداری اثر متغیرهای مستقل بر میزان نشاط اجتماعی برابر با ۶۹/۴۴۶ با سطح معناداری $P = ۰/۰۰۰$ است.

۷. نتیجه گیری

نشاط یک حالت روان شناختی است که با ویژگی هایی نظیر پذیرش خود، روابط مثبت با دیگران، احساس برتری بر محیط، احساس رشد شخصی و احساس شادکامی و امید مشخص می شود. گردشگری هم به عنوان یک ترویج دهنده اصلی حسن نیت بین المللی و همچنین ابزاری برای

توسعه درک اجتماعی و فرهنگی در سطح ملی شناخته شده به طوری که ثابت شده است که ثروت فرهنگی یک کشور تنها در آثار نهفته در آن نیست بلکه، در خود مردم می باشد (آسیایی، ۱۳۸۲، ص ۲). زیارت نیز بخش مهمی از فعالیت های مربوط به گردشگری مذهبی را در بر می گیرد که از آثار زیارت بدون شک کمک به تحکیم خانواده و روابط بین اعضای خانواده است. همان گونه که وجه ذهنی شادی و نشاط، مبتنی بر ادراکات و نگرش شخص است و از تجربه هیجان های مثبت و خوشنودی از زندگی نشئت می گیرد در وجه عینی و بیرونی شادی و نشاط، نیز شرایط محسوس زندگی همچون درآمد، تحصیلات، ارتباطات و فعالیت های اجتماعی، مهارت های اجتماعی، شغل و... مورد بررسی قرار می گیرد.

در این مقاله به بررسی رابطه میان متغیرهای زمینه ای (سن، جنس، میزان تحصیلات) با میزان نشاط اجتماعی و همین طور به سنجش رابطه میان سرمایه اجتماعی و دینداری با یکدیگر و رابطه دو متغیر مذکور با میزان نشاط اجتماعی در میان گردشگران مذهبی ایرانی در مشهد مقدس پرداخته شده است. از نتایج پژوهش چنین بر می آید که میان متغیرهای زمینه ای نامبرده با متغیر وابسته یعنی نشاط اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد، این در صورتی است که میان سرمایه اجتماعی و میزان نشاط اجتماعی پاسخگویان رابطه معناداری و همبستگی مثبتی (۰/۴۹۷) وجود دارد. همچنین میان متغیر دینداری با نشاط اجتماعی نیز، رابطه معناداری با میزان همبستگی (۰/۳۲۲) برقرار است. میان دو متغیر مورد نظر یعنی سرمایه اجتماعی و دینداری با متغیر نشاط اجتماعی نیز، رابطه معناداری با همبستگی مثبت (۰/۴۴۸) برقرار است.

یافته های به دست آمده در تحقیق مورد نظر با تحقیقات عنبری و حقی (۱۳۹۲) مبنی بر تأثیر عوامل فردی و اجتماعی بر نشاط و بیشترین سطح تغییرات نشاط براساس عواملی چون کیفیت زندگی، رضایت از زندگی، اعتقادات دینی، احساس عدالت اجتماعی و پایگاه اجتماعی-اقتصادی در مناطق شهری را نشان می دهد که این خود بر ارتباط شرایط اجتماعی و دین بر نشاط دلالت می کند. با توجه به اینکه افراد متعددی مانند فوکویاما، گریلی، وارنر، روف و آمرمان از دین به عنوان عامل موجد سرمایه اجتماعی یاد نموده اند گریل (۱۹۷۵) نیز این نظر را دارد که فعالیت های مذهبی دارای کارکردهایی هستند که در نهایت موجب افزایش نشاط می شود.

نتایج تحقیق کامر و همکاران (۲۰۰۸)، نیز بر رابطه مثبت و معنادار بین مقیاس های جزئی و کلی نگرش دینی و شادی و همچنین ارتباط شادی با زندگی آینده را نشان می دهد. فرانسوی و همکاران (۲۰۰۳) که در تحقیق خود بر ارتباط میان مذهب و شادی میان دانشجویان آلمانی تأکید دارند بر توجه به تفاوت های فردی و شخصیتی در این رابطه نیز تأکید دارند و با یافته های به دست آمده هماهنگ است. همچنین فرانسوی و همکاران بر عدم تفاوت معنادار بین شادی دختران و پسران

اشاره دارند که با نتایج تحقیق ما همسوست. نتایج تحقیق خوش‌فر و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و شادی نیز با یافته‌های به‌دست آمده همخوانی دارد همان‌گونه که پاتنام و همکاران سرمایه اجتماعی را یک پیش‌بینی‌کننده قوی برای تعیین میزان شادی افراد و کیفیت زندگی در اجتماع می‌دانند. به‌طور کل می‌توان گفت متغیرهای سرمایه اجتماعی و دینداری ۲۵/۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی نشاط اجتماعی را تبیین می‌کنند.

پیشنهادات

از جمله پیشنهادات پژوهشی و کاربردی که می‌توان ارائه کرد عبارت است از:

- با توجه به اینکه سالانه ۲۵ میلیون زائر ایرانی و خارجی به مشهد مقدس جذب می‌شوند و این حجم سالانه ۸۰۰ میلیارد تومان برای مشهد درآمد دارند بهتر است در حوزه‌های اسکان، امنیت، حمل و نقل، خدمات و حوزه فرهنگ به‌طور جداگانه تحقیق عمیقی صورت گیرد تا به‌منظور جذب هرچه بیشتر مسافر به مشهد در جهت توسعه بیشتر شهر نیز، برنامه‌ریزی‌هایی صورت بگیرد؛

- استفاده از پتانسیل دینداری زائران و چه بسا مجاوران در مراسم قرآن‌خوانی و مشارکت در مباحث قرآنی و نماز جماعت در جهت افزایش میزان دینداری آنها و گسترش مشارکت اجتماعی بین مردم و به تبع آن ایجاد وجد و نشاط در بین مردم؛

- آموزش روابط سهل و آسان و احترام‌آمیز و تقویت روابط اجتماعی در بین مردم و میان زائران و مجاوران در جهت ایجاد فرهنگ زائر پروری از طریق رسانه‌های جمعی و به‌خصوص صدا و سیما با تولید و پخش برنامه‌ها و برجسته ساختن مزایای این‌گونه از روابط؛

- آشنایی زائران با تفکر و تربیت اسلامی و گسترش اندیشه‌های دینی آنان به‌طور سنجیده و درست؛

- ایجاد فضای تبلیغی زیبا در شهر به نحوی که نمادهای شهری با فرهنگ اسلامی تطبیق

داشته باشد.

منابع

۱. آسیایی، مهدی (۱۳۸۲)، فرهنگ اصطلاحات صنعت گردشگری، مشهد: انتشارات سگال.
۲. افروز، غلامعلی، خانواده رضوی کانون مهر و محبت و آرامش است (۱۳۹۳)، ماهنامه بین‌المللی فرهنگی، اجتماعی و اعتقادی زائر، دوره ۲۱ (ش ۲۲۹)، ص ۲۴ و ۲۵.
۳. الوانی، سیدمهدی و میرعلی نقوی (۱۳۸۰)، «سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها»، فصلنامه مدیریت، ش ۳۳ و ۳۴، ص ۱۰-۲۵.
۴. پورموسوی، فتح‌الله (۱۳۸۱)، «جامعه مدنی و سرمایه اجتماعی»، مجله راهبرد، ش ۲۶، ص ۴۸-۹۰.
۵. جان‌بزرگی، مسعود و کاظم علی‌محمدی (۱۳۸۷)، «بررسی شادکامی با جهت‌گیری مذهبی و شادکامی روان‌شناختی در مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمته قم در سال تحصیلی ۸۵-۸۶»، فصلنامه روان‌شناختی و دین، دوره ۲ (ش ۲)، ص ۱۳۱-۱۴۶.
۶. جعفری، ابراهیم؛ محمدرضا عابدی؛ محمدجواد لیاقتدار (۱۳۸۳)، «بررسی میزان شادمانی و عوامل همبسته آن در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان»، گزارش نهایی طرح پژوهشی معاونت پژوهشی دانشگاه اصفهان، شماره طرح: ۸۲۰۱۰۱.
۷. خوش‌فر، غلامرضا؛ حیدر جانعلی‌زاده؛ فاطمه اکبرزاده و حمید دهقانی (۱۳۹۲)، «تأثیر سرمایه اجتماعی بر شادی جوانان» (مطالعه موردی شهر بابلسر)، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۱۳، ش ۵۱، ص ۲۸۳-۳۱۴.
۸. دریکوندی، هدایت‌الله (۱۳۸۷)، بررسی عوامل نشاط‌انگیز دانش‌آموزان مدارس راهنمایی پسرانه شهر اصفهان از نظر مدیران و مربیان پرورشی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، گروه برنامه‌ریزی آموزشی.
۹. دواس، دی. ای (۱۳۸۷)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، ج دهم، تهران: نشر نی.
۱۰. عنبری، موسی و سمیه حقی (۱۳۹۲)، «بررسی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر نشاط اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان مناطق شهری و روستایی شهرستان دلجان»، جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۵ (ش ۱)، ص ۱-۲۶.

۱۱. فروغزاده، سیمین؛ سعید شریعتی مزینانی و مجید دانایی سیح (۱۳۹۱)، «تحلیل جامعه‌شناختی مدت اقامت زائران ایرانی در شهر مشهد»، مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره ۶ (ش ۳ و ۴)، ص ۱۵۷-۱۷۹.
۱۲. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹)، پایان نظم، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: چاپ اطلس.
۱۳. کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر محسنی صبوری، تهران: نشر نی.
۱۴. گنجی، محمد؛ رسول ربانی؛ علی ربانی و محمدرضا عابدی (۱۳۸۷)، «فرهنگ و شادی، رویکرد نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خانوار در شهر اصفهان»، فصلنامه ارتباطات و مطالعات فرهنگی، ش ۳، ص ۴۱-۷۸.
۱۵. ملاحسنی، حسین (۱۳۸۱)، بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی و نوع دینداری در بین دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان در استان گلستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی.
۱۶. منظری توکلی، علیرضا و نجمه عراقی پور (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه بین دینداری و شادکامی در بین دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان»، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، دوره ۶ (ش ۱۹)، ص ۱۹-۴۵.
۱۷. نبوی، علی (۱۵ دی ۱۳۹۳)، «علاقه خاص خارجی‌ها به حرم امام رضا (علیه السلام)»، روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۸۹ (۲۶۰۵۹)، دوشنبه ۱۵ دی ۱۳۹۳، ص ۵ ستون راست.
18. Francis, LJ, & Zibertz, HG. & Lewise, CA. (2003), "the relationship between preligion and happiness among german students", *Pastoral psychology*, No. 51, pp. 278-279.
19. Pollner, M. (1989), "Divine Relation, Social Relations, Social Relations and-Being", *Journal of Health and Social Behavior*, 30, pp.92-104.
20. Venkatesh Kumer,G. & Aghili, M. (2008), "Relationship between Religious attitudeand happiness among empybees professional", *Journal of the indian Academy of Applied psychology*, No.34, pp. 66-69.