

میزان دینداری زنان دانشجو و عوامل اجتماعی مؤثر در آن

(مطالعه‌ی موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

زهرا حضرتی صومعه*

چکیده

هدف این پژوهش بررسی میزان دینداری دانشجویان زن و عوامل اجتماعی مؤثر در آن است. چارچوب نظری پژوهش حاضر بر اساس نظریات گلاک و استارک و پیتر برگر و تامس لاکمن و روش آن پیمایشی و از نوع توصیفی و تبیینی است که با تکنیک «پرسش‌نامه توأم با مصاحبه و مشاهده» در بین ۳۷۵ نفر از دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران که با روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و تصادفی ساده انتخاب شدند، انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشانگر این بودند که میانگین دینداری کلی دانشجویان متوسط رو به بالاست. دینداری در بعد اعتقادی بالا و در بعد مناسکی (اعمال جمعی) پایین است. میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب سن، وضعیت تأهل و پایگاه اقتصادی و اجتماعی تفاوت معناداری را نشان داد و نیز متغیرهای استفاده از رسانه‌های جدید، رضایت از زندگی و نوگرایی با میزان دینداری دانشجویان رابطه دارند. همچنین، یافته‌های مستخرج از مدل رگرسیون چندگانه نشان داد که ۶ متغیر استفاده از رسانه‌های جدید، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، رضایت از زندگی، نوگرایی، سن و وضعیت تأهل توانستند متغیر دینداری را تبیین کنند.

واژگان کلیدی

دینداری، رسانه‌های جدید، رضایت از زندگی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، دانشجویان.

*- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تاکستان، دکترای جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل اجتماعی (hazrati14@yahoo.com)

تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۲ تاریخ پذیرش: ۹۵/۹/۹

۱- مقدمه و بیان مسئله

دین به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی در تقسیم‌بندی جامعه‌شناسان جایگاه خاصی دارد. جامعه‌شناسان در یک تقسیم‌بندی کلی نهادهای اجتماعی را به پنج دسته، نهاد آموزش، خانواده، دین، سیاست و اقتصاد تقسیم می‌کنند. از آنجا که دین یک پدیده‌ی گروهی و در یک رابطه‌ی متقابل با دیگر نهادهای اجتماعی است، انتظار می‌رود که هم در نهادهای دیگر جامعه تأثیر بگذارد و هم از آنها تأثیر بپذیرد؛ (رضا دوست و دیگران، ۱۳۹۱: ۳۸-۱، به نقل از Jhonstone, 1998:1).

دین به عنوان یک نهاد اجتماعی^۱ با خصیصه‌ی فردی و اجتماعی از ارزش‌ها و قواعد اجتماعی پشتیبانی می‌کند و جهت‌دهنده و مظهر قدرت جامعه و انسان، بسترساز ارتباطات انسانی و موجب ثبات، استمرار و همبستگی جامعه^۲ است. از سوی دیگر دین ارزش‌ها را می‌آفریند و هنجارها را شکل می‌دهد، به ارزش‌های ثابت اخلاقی قداست می‌بخشد، زندگی انسان از آن معنی می‌گیرد و راهنمای مؤثری برای هدایت و سعادت انسان در دنیا و آخرت است (پوریانی، ۱۳۸۸: ۲۳).

همچنین نهاد دین کارکردهای متنوعی چون کمک به افراد برای پیدا کردن هویت اخلاقی، پاسخ‌گویی به سؤالات افراد درباره‌ی خدا، جهان و انسان، بالا بردن روحیه‌ی اجتماعی افراد، کسب ایمان، آرامش ذهن و روان، ایجاد روحیه‌ی همکاری و انسجام اجتماعی و همبستگی اجتماعی و ... را بر عهده دارد (حضرتی صومعه و مبارک، ۱۳۹۴: ۷۰).

دین به عنوان یک نظام معرفتی و فرهنگی مهم در دوره‌های مختلف تاریخی حضوری فعال داشته است. از نقطه نظر مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی دین یک واقعیت تاریخی - اجتماعی و نهادی اولیه است (فراستخواه، ۱۳۷۷: ۱۳۱). بانیان جامعه‌شناسی همچون کنت، مارکس، وبر و دورکیم، توجه ویژه‌ای به نقش دین در جامعه مبذول داشته‌اند. در نتیجه تلاش‌های این متفکران، مفاهیم و دیدگاه‌های نظری بسیاری به وجود آمده که هنوز هم راهنمای پژوهش‌های جامعه‌شناسان درباره‌ی دین است. علاوه بر آن برخی از محققان متأخر از قبیل پیتر برگر، تامس لاکمن، یواخیم واخ، کیلفورد گیرتس، ژان پل ویلم، فیل ذاکرمن، ملکم همیلتون و بالاخره گلاک و استارک و دیگران سهم بزرگی در گسترش مطالعات مربوط به دین دارند.

تحلیل‌های نظری بیانگر آن است که در جوامع در حال گذار دینداری یکی از متغیرهای اجتماعی است که دستخوش تحولات گسترده‌ای می‌شود (دورکیم، ۱۳۸۳؛ Berger, 1967). دینداری در جامعه‌ی ایران هم از این تحول مستثنی نیست. پیتر برگر این تغییرات را نخستین بار در مهم‌ترین نهادهای حامل مدرنیته (اقتصاد، صنعت، دولت و ...) دنبال می‌کند (Berger, 1967).

1- Social Institutions

2- Solidarity of Society

بررسی تغییرات ایجاد شده در میزان دینداری می‌تواند موفقیت‌ها و کاستی‌های برنامه‌های اجرا شده در حوزه‌ی مسائل دینی را به ما نشان دهد. به وسیله دین می‌توان کنترل اجتماعی^۱ یا به قول دورکیم، انسجام و وحدت اجتماعی را تقویت کرد. بی‌تردید جامعه در شکل‌دهی به تصورات دینی اعضای خود نقش کلیدی ایفا می‌کند و این افراد جامعه هستند که القائات جامعه را می‌پذیرند و به آن شکل مطلوب خود را می‌دهند (جلالی مقدم، ۱۳۷۹: ۱۰).

در جامعه‌ی امروز، با گسترش تقسیم کار^۲ و تخصصی شدن امور و به وجود آمدن نهادها و ساختارهای اجتماعی جدید، زیست جهان‌های^۳ متعددی در جامعه شکل می‌گیرد. به بیان دیگر جامعه با چندگانه شدن^۴ زیست جهان‌ها مواجه می‌شود و وظیفه‌ی قدیمی دین تهدید جدی می‌شود (برگر و دیگران، ۱۳۸۱: ۷۳). هم‌زمان با اینکه بخش‌های مختلف جامعه تحت سیطره‌ی زیست جهان‌های متعدد در می‌آید، فرد نیز در زندگی روزمره‌ی خود پیوسته با دگرگانی روبه‌رو می‌شود که در زیست جهان‌های دیگری به سر می‌برند؛ لذا لزوماً نمادها و تعاریف دینی او را تأیید نمی‌کنند و حتی گاهی آنها را انکار می‌کنند.

امروزه، جوانان ایرانی از یک طرف تحت تأثیر فرهنگ دینی جامعه‌ی خود هستند - فرهنگی که نزد خانواده‌ها و اجتماعات محلی محترم است - و از طرفی دیگر متأثر از نهادهای آموزشی^۵، رسانه‌های جمعی (داخلی و خارجی) و عناصر ساختی دنیای مدرن هستند و نسل جوان از برخی مشکلات اقتصادی و اجتماعی که ناشی از بی‌ثباتی‌های خاص قبل و بعد جنگ است در رنج بوده‌اند (سراج زاده، ۱۳۸۳: ۱۹۰).

امروزه، نهادهای جدیدی مانند مدارس، رسانه‌های جمعی، دانشگاه‌ها و... در کنار نهاد قدیمی خانواده هر یک ارزشی خاص را اشاعه می‌دهند و این امر سبب نامتجانسی جامعه شده و افراد جدیدی هم که وارد این جامعه می‌شوند در معرض تغییر قرار دارند و ایده‌هایشان با ایده‌های نسل قبل متفاوت می‌شود. عدم تولید نمادهای دینی مبتنی بر شرایط روز، به تضعیف برداشت و ادراک نمادهای دینی - که نقش توجیه‌کننده‌ی مهمی در انتقال معانی مذهبی دارند - منجر می‌شود و در نهایت قطع پیوند آنها با نظام معنی را ممکن است در پیش داشته باشد و به تعدد معانی آنها منجر شود (میرسندسی، ۱۳۸۳: ۱۵۶). پژوهشگران حوزه‌ی جامعه‌شناسی دین معتقدند که دینداری در جامعه‌ی کنونی ایران و در میان جوانان با تغییراتی در اندیشه و عملکرد مواجه

- 1- Social Control
- 2- Division of Labor
- 3- Life Worlds
- 4-Pluralization
- 5- Educational Institotions

است. امروزه، پدیده‌هایی همچون ورود ابزار و وسایل ارتباط جمعی، آموزش و پرورش گسترده و غیره ارزش‌ها و روابط سنتی را مورد پرسش قرار داده و تغییراتی را در دینداری نسل جدید به وجود آورده‌اند. از آنجا که دانشجویان، مدیران فردای جامعه هستند، مطالعه‌ی روحیات و نگرش‌های آنها در عرصه‌های مختلف به خصوص به لحاظ دینداری و جهت‌گیری دینی می‌تواند از وضعیت آتی جامعه به خصوص نگرش مدیران، کارشناسان و کارگزاران فردای جامعه‌ی ایران دورنمایی ترسیم کند.

دانشگاه که کارکرد تولید علم و فناوری را در جامعه بر عهده دارد، یکی از حاملان مدرنیته محسوب می‌شود. بنابراین می‌توان دانشجویان را یکی از حاملان آگاهی مدرن در جوامع در حال توسعه در نظر گرفت که بیشترین تأثیر را از آن می‌پذیرند (توسلی و مرشدی، ۱۳۸۵: ۹۷). به نظر می‌رسد در دانشگاه‌های ایران در حال حاضر دو مجموعه‌ی ارزشی (علم و دین) در کنار یکدیگر و گاه در چالش با هم حضور دارند و دانشجویان به درجاتی از این دو مجموعه ارزشی تأثیر می‌پذیرند. همچنین چالش اشاره شده، چالشی است پایدار که ریشه در ضرورت‌های کارکردی جامعه دارد و منتج از شرایط ساختاری است. از یک سو، در ساختار کلان نظام جهانی، برای حفظ درجه‌ای از استقلال، فرهنگ، هویت و عدم جذب کامل در آن تکیه بر فرهنگ بومی و اسلامی ضرورتی است که نمی‌توان بر آن چشم بست. از سوی دیگر، برای ادامه‌ی حیات در شرایط کنونی جهان، علم و در پی آن فناوری به عنوان ابزار قدرت، ضرورتی است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. این امر به نوبه‌ی خود با بسط ارزش‌ها و باورهایی همراهی دارد که برخی موارد در چالش با ارزش‌های مقوم بخش هویت دینی و ملی قرار می‌گیرد (موحد و حمیدزاده، ۱۳۸۹).

با توجه به بالا بودن میزان جمعیت جوان و به خصوص دانشجویان و توجه به این نکته که مدیران و اداره‌کنندگان فردای جامعه، دانشجویان هستند و به دلیل حضور چشمگیر زنان در عرصه‌های علمی کشور و با توجه به هم‌رأیی جامعه‌شناسان بر دیندار بودن بیشتر زنان نسبت به مردان و نقش مهمی که آنها در آینده‌ی علمی کشور ایفاء خواهند کرد، مطالعه و بررسی نگرش‌ها، روحیات و اعتقادات آنها در عرصه‌های گوناگون به ویژه از بعد دینداری به شناخت دقیق‌تری از دغدغه‌های دانشجویان منجر خواهد شد.

یکی از یافته‌هایی که معمولاً در پژوهش‌های حوزه‌ی دین طرح می‌شود، دینداری بیشتر زنان نسبت به مردان است و اینکه زنان بیش از مردان علاقه‌مند به انجام مناسک دینی هستند. چرایی این تفاوت زمانی پرنرنگ‌تر می‌شود که سایر یافته‌های پژوهشی نیز ادعای دیندارتر بودن زنان از مردان را تأیید می‌کند. بر اساس نتایج تحقیقات متفاوت، در دینداری ایرانیان تفاوت جنسیتی وجود دارد و به طور معناداری زنان دیندارتر از مردان هستند. در تحقیقات داخلی نیز پژوهش‌های

سراج‌زاده، آزاد ارمکی، توسلی، نجفی و ابراهیمی این موضوع را نشان می‌دهند. تحقیقات رونالد اینگلهارت در سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۵ در ایران نیز این تفاوت را نشان داده است و شاهدی دیگر بر این موضوع است (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، ۱۳۹۵).

بنابراین این ضرورت احساس شد که سطح برخورداری دانشجویان زن از دینداری و راه‌کارهای ترغیب آنها به دین بررسی شود، چرا که سنجش دینداری می‌تواند یک سری از مسائل - نظیر اینکه چه عواملی در میزان آن اهمیت دارد- را روشن کند. در پژوهش حاضر، یک هدف اصلی و شش هدف فرعی دنبال شد؛ هدف اصلی عبارت است از «میزان دینداری زنان دانشجو و عوامل اجتماعی مؤثر در آن (مطالعه‌ی موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)» و اهداف فرعی عبارتند از «بررسی بعد اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی دینداری دانشجویان زن»؛ «بررسی رابطه‌ی متغیرهای زمینه‌ای (سن، وضعیت تأهل، پایگاه اقتصادی- اجتماعی)»؛ «استفاده از رسانه‌های جدید (شبکه‌های اجتماعی مجازی، ماهواره، اینترنت)»؛ «رضایت از زندگی»؛ «نوگرایی دانشجویان زن» و «میزان دینداری دانشجویان زن و ارائه‌ی راه‌کارهای مناسب جهت ترغیب دانشجویان زن به دینداری» می‌باشند.

۲- پیشینه‌ی پژوهش

در موضوع دینداری، چه در داخل و چه در خارج از کشور مطالعات بسیاری وجود دارد که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود. ادیبی سده و دیگران در بررسی رابطه‌ی بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان دینداری در بین دانشجویان دانشگاه کاشان به این نتیجه رسیدند که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی دانشجویان و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد. میانگین میزان پای‌بندی دانشجویان نسبت به هر یک از ابعاد چهارگانه‌ی دینداری (اعتقادی، تجربی، پیامدی و مناسکی)، بر اساس پایگاه اقتصادی - اجتماعی شان متفاوت است (ادیبی سده و دیگران، ۱۳۹۲). همچنین رضادوست و دیگران برخی از عوامل مؤثر در میزان دینداری (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز) را بررسی جامعه‌شناسی کردند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد سکولاریزه شدن تأثیر معنی‌دار و معکوسی در میزان دینداری دارد و بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و میزان دینداری رابطه‌ی معنادار و معکوسی وجود دارد. همچنین میزان دنیوی شدن در مردان بیشتر است (رضادوست و دیگران، ۱۳۹۱). یافته‌های پژوهش غریب با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان دینداری دانشجویان دانشگاه آزاد واحد نوشهر» نشانگر این بود که دینداری دانشجویان در حد متوسط رو به پایین است. میزان دینداری با متغیرهای جنسیت، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، رسانه‌های جمعی، نوگرایی و تعلق سیاسی رابطه‌ی معنی‌داری دارد (غریب، ۱۳۹۰). همچنین با

توجه به نقش انکارناپذیر رسانه‌های جمعی، نوربخش و دیگران در پژوهش خود تأثیر انواع رسانه در دینداری دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور را بررسی کردند. تغییر نگرش به دین، به دنبال تغییراتی که حضور رسانه‌های جهانی و محلی به آن دامن می‌زنند، در کوتاه‌مدت و درازمدت به تغییراتی در انواع دینداری دانشجویان در جامعه‌ی معاصر منجر خواهد شد. هر چند انواع رسانه‌ها در انواع دینداری اثرگذارند، اما عوامل اثرگذارتری از رسانه‌ها از جمله نهاد خانواده و آموزشی وجود دارند که شکل‌گیری انواع دینداری را تبیین می‌کنند (نوربخش و دیگران، ۱۳۹۱). یافته‌های پژوهش میرزایی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی میزان دینداری دانشجویان دانشگاه افسری امام علی (ع) با استفاده از یک مدل بومی» نشان داد که باور دینی دانشجویان (میانگین ۲/۹۶ از ۳) بالاست اما پای‌بندی ایشان به اخلاقیات (میانگین ۲/۴۱ از ۳) در مقایسه با دیگر ابعاد کمتر است. این در حالی است که بیشتر دانشجویان دانشگاه افسری دینداری قوی (۳/۸۱ درصد) دارند (میرزایی، ۱۳۹۰). یافته‌های پژوهش مرشدی در بررسی سطح دینداری و گرایش‌های دینداری دانشجویان دانشگاه صنعتی نشان داد که باورهای دینی دانشجویان در حد بالا و پای‌بندی آنها به انجام مناسک فردی دینی در حد متوسط به بالایی است، اما پای‌بندی آنها به انجام دادن اعمال جمعی دینی در حد کم ارزیابی می‌شود. همچنین گرایش به دین خصوصی، برخورد گزینشی با دین و گرایش به تکثرگرایی دینی رواج زیادی بین دانشجویان دارد (مرشدی، ۱۳۸۵). شجاعی زند مدلی برای سنجش دینداری در ایران ارائه داد. در مدل وی، دین ۵ بعد اعتقاد، ایمان، عبادت، اخلاق و شرع دارد و دینداری نیز شامل ۵ بعد معتقد بودن، مؤمن بودن، اهل عبادت بودن، اخلاقی عمل کردن و متشرع بودن، است. وی نشانه‌های دینداری را داشتن معلومات دینی، داشتن ظاهر دینی، ابراز هویت دینی، داشتن اهتمام شعائری، داشتن مشارکت دینی، داشتن معاشرت دینی، اهتمام دینی در خانواده دانسته و پیامدهای دینداری را بینش الهی، اهل معنا بودن، متخلق بودن و متقی بودن معرفی کرده است (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴). یافته‌های پژوهش گنجی با عنوان «تبیین وضعیت دینداری دانشجویان دانشگاه اصفهان» نشان داد که ابعاد اعتقادی، عاطفی، پیامدی، شناختی و مناسکی به ترتیب بیشترین فراوانی در بین دانشجویان را دارند و محرومیت مطلق و محرومیت نسبی رابطه‌ی معنی‌دار و معکوسی با دینداری دانشجویان دارند، اما گزینش عقلانی، شیوه‌ی عرضه‌ی دین از سوی مبلغان دینی و سرمایه‌ی اجتماعی، رابطه‌ی معنی‌دار و مستقیمی با دینداری دانشجویان دارد (گنجی، ۱۳۸۳).

استدلال مولو در پژوهش عقاید مذهبی دانشجویان ترکیه این است که جامعه‌پذیری مذهبی در بین دانشجویان ترکیه ارتقاء یافته است. دانشجویان در سال ۱۹۹۱ نسبت به سال ۱۹۷۸ جهت‌گیری مذهبی قوی داشته‌اند؛ به خصوص اینکه دانشجویان اعتقاد به خدا، روز قیامت، وجود

بهشت و جهنم، روز داوری و اینکه قرآن در برگیرنده‌ی دستورات الهی است را در سال ۱۹۹۱ نسبت به سال ۱۹۷۸ بیشتر پذیرفته‌اند. همچنین بیشتر دانشجویان، این گویه را که فقط مسلمانان به بهشت می‌روند، رد کرده‌اند و نیز اغلب آنها با این گویه که «اگر انسان‌ها درستکار باشند ولی مذهبی نباشند به بهشت می‌روند»، موافق بوده‌اند (موتلو، ۱۹۹۸-۱۹۷۸). فرانسویس و کارتر پژوهشی روی دانش‌آموزان در مدارس دینی و غیردینی در انگلیس انجام داده و به این نتیجه رسیده‌اند که رفتار مذهبی والدین همبستگی مثبت با رفتارهای فرزندان‌شان دارد. هانس و برگر نیز به این نتیجه رسیدند که آموزش مذهبی در خانواده به ویژه توسط مادر تأثیر مستقیم و مثبتی بر روی مذهبی شدن بچه‌ها دارد (Hallahmi & Argyle, 1997: 99). جورج استولز در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر در دینداری» در سوییس به این نتایج دست یافت که محرومیت و تئوری بازار دین در دین مسیحیت به عنوان عوامل مؤثر در میزان دینداری افراد است و نیز زنان در مقایسه با مردان دینداری بیشتری دارند و هویت قومی عاملی مؤثر در دینداری است (Stolz, 2008). فلری در پژوهش خود به این نتیجه رسید که دینداری همبستگی منفی و معناداری با پایگاه اجتماعی دارد. افراد پایگاه اجتماعی پایین، دینداری بالاتری دارند. همچنین دینداری در میان کسانی که سواد کمتری دارند، بیشتر است (Flere, 2009).

با مرور تحقیقات انجام شده، معلوم می‌شود که هیچ یک از آنها به صورت مشخص به مطالعه‌ی دانشجویان زن نپرداخته‌اند. با توجه به نقش اثرگذار زنان تحصیلکرده در خانواده و جامعه، این پژوهش بر روی دانشجویان زن متمرکز شد. همچنین در بیشتر پژوهش‌ها یا عوامل اجتماعی مؤثر در دینداری و یا خود دینداری بررسی شده است ولی این پژوهش درصدد بررسی دینداری در ابعاد مختلف آن و نیز عوامل اجتماعی مؤثر در دینداری است.

۳- چارچوب نظری و فرضیات پژوهش

۳-۱- چارچوب نظری پژوهش

در پژوهش حاضر، الگوی دینداری گلاک و استارک و نظریه‌ی جامعه‌شناسی شناخت برگر و لاکمن به عنوان چارچوب نظری پژوهش برگزیده شد.

به نظر گلاک و استارک به رغم آنکه ادیان جهانی در جزئیات بسیار متفاوت‌اند، اما حوزه‌های کلی دارند که دینداری در آن حوزه‌ها و یا آن ابعاد جلوه‌گر می‌شود. آنها برای دینداری چهار بعد اصلی عمل، باور، تجربه، دانش یا معرفت را تحت عنوان ابعاد عمومی الزام دینی مطرح کرده‌اند. این ابعاد چهارگانه، در سطح مقیاس‌های اولیه به پنج شاخص یا مقیاس تقسیم شده‌اند که افزایش آن، ناشی از تفکیک بعد عمل به دو بخش شاخص مناسکی و عبادی است. در مقیاس ثانویه، شاخص‌ها در نهایت به

هشت عدد افزایش یافته است که شاخص‌های ناظر بر روابط اجتماعی دینداران هم به آن اضافه شده است (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۱۵). در زیر شرحی از الگوی دینداری مورد نظر آنها آورده می‌شود.

الف. بعد باور: بعد باور آن چیزی است که انتظار می‌رود، پیروان یک دین بدان اعتقاد داشته باشند. گلاک و استارک این باورها را در هر دین به سه نوع تقسیم کرده‌اند: باورهای پایه‌ای مسلم، که ناظر بر شهادت به وجود خدا و معرفی ذات و صفات اوست. باورهای غایتگرا، که هدف و خواست خدا از خلقت انسان و نقش او در راه نیل به این هدف است و در نهایت باورهای زمینه‌ساز که روش‌های تأمین اهداف و خواست خداوند و اصول اخلاقی را که بشر برای تحقق آن اهداف باید به آنها توجه کند، در برمی‌گیرد. گلاک و استارک بعد باور یا عقیدتی را بعد ایدئولوژیکی نیز نامیده‌اند.

ب. بعد مناسکی (عمل): نظام اعتقادی در هر دینی وجود دارد، اما این اعتقادات به صورت مناسک نمود عینی می‌یابند. تمام ادیان بنا بر اقتضای نوع الهیات خود، نحوه‌ی خاصی از عمل و زیست را بر مؤمن الزام می‌کنند که همان عمل دینی است. این عمل خواه ناخواه، در پرتو نظام فقهی و اخلاقی سامان می‌گیرد. بعد عمل یا مناسک، اعمال دینی مشخصی نظیر عبادت‌های فردی، نماز، روزه، صدقه، زکات و ... را در برمی‌گیرد. گلاک و استارک در تشریح بعد مناسکی بر این نکته تأکید کرده‌اند که در عملیاتی کردن این بعد، علاوه بر مشارکت در فعالیت‌های مناسکی، تفاوت‌های مربوط به ماهیت یک عمل و معنای آن عمل نزد فاعلان آن نیز بررسی می‌شود (آرون، ۱۳۸۶: ۴۰۵).

ج. بعد تجربی: تجربه‌ی دینی با احساسات، تجربیات و درون فرد دیندار مرتبط است. احساسات و عواطف دینی وجه عالی‌تری از دینداری است که کاملاً قلبی و درونی بوده و برخلاف مناسک و مراسم آیینی نمود بیرونی ندارد. دیندارانی که این بعد را کسب می‌کنند مخلص نامیده می‌شوند. گلاک و استارک تجربه‌ی دینی را چندین نوع می‌دانند: نوع تأییدی یعنی حس مؤدت و تأیید به وجود خدا؛ نوع ترغیبی، یعنی گزینش آگاهانه‌ی خدا و اشتیاق به او؛ نوع شیدایی، یعنی حس صمیمیت و شور و وجد نسبت به خدا؛ نوع وحیانی، یعنی معتمد خدا واقع شدن و کارگزار و فرستاده‌ی خدا بودن (مهدی‌زاده، ۱۳۸۵: ۲۵).

د. بعد دانشی (بعد معرفتی): بعد دانشی با بعد عقیدتی بسیار نزدیک است. تفاوت این دو بعد مربوط به آگاهی و شناخت در اعتقادات در بعد دانش است. معرفت دینی، آگاهی به متون دینی است که می‌تواند الگویی برای باور، عمل و تجربه‌ی دینی باشد. از نظر گلاک و استارک، بعد معرفتی مطالبی است که مردم از طریق عالمان دینی درباره‌ی مذهب می‌آموزند.

هـ. بعد پیامدی: این بعد، به دلیل بیشترین انتقادات، در میان ابعاد الگوی دینداری گلاک و استارک پس از مدتی حذف شد؛ از جمله اینکه، بعد پیامدی فی‌نفسه پیامد دینداری است نه بعدی از آن. بعد پیامدی دینداری که با این انتقاد از الگوی دینداری کنار گذاشته شد، به اعمالی

گفته می‌شود که از عقاید، احساسات و اعمال مذهبی ریشه می‌گیرد و از ثمرات و نتایج ایمان در زندگی و کنش‌های بشر است. از نظر این دو محقق، بررسی بعد پیامدی جدا از سایر ابعاد امکان‌پذیر نیست. رفتارهای دینی می‌توانند در معنای پیامدی سنج‌های از دینداری باشند که به استواری ایمان مذهبی منجر می‌شود. الگوی دینداری گلاک و استارک، از نخستین الگوهایی است که بسیاری از الگوهای دینداری بعدی، ابعاد خود را از آن وام گرفته‌اند.

به عقیده‌ی برگر و لاکمن موضوع جامعه‌شناسی شناخت، بررسی رابطه‌ی ساخت یا زمینه‌ی اجتماعی و اندیشه‌ی آدم یا به طور کلی تعیین اندیشه و شناخت انسان است (میرسندسی، ۱۳۸۳: ۱۴۰).

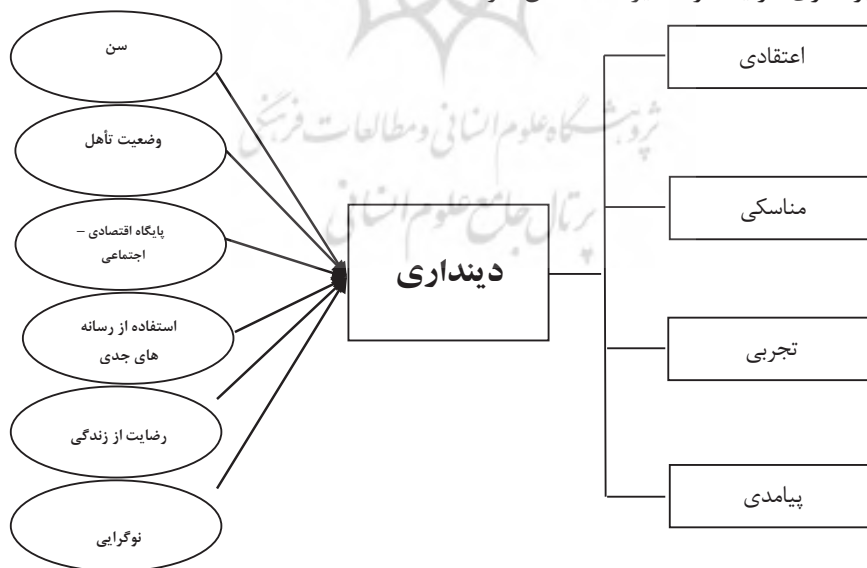
برگر و لاکمن معتقدند که یک نظام معنی مشترک واقعیات روزمره را به عنوان امری بدیهی و مسلم برای انسان‌ها متصور است. این نظام بدیهی در طول زمان به کندی تغییر می‌پذیرد. آنها اعتقاد دارند که افراد در تعامل اجتماعی و موقعیت‌های رودررو الگوهای پیش ساخته‌ی ذهنشان را درک می‌کنند و ارگانسیم انسانی در تعامل با محیط، مراحل تکامل خویش را طی می‌کند. رابطه‌ی انسان با دنیای اجتماعی رابطه‌ی دیالکتیکی است. این دیالکتیک با انتقال دنیای اجتماعی به نسل جدید به وجود می‌آید. در این مرحله است که دنیای نهادی نیازمند مشروعیت است، زیرا در جریان انتقال واقعیات، دنیای پرمایگی و انباشت به وقوع می‌پیوندد (حسین‌زاده و دیگران، ۱۳۸۸: ۶۲). انحراف از هنجارها زمانی رخ می‌دهد که نهادها به واقعیت‌هایی تبدیل شده باشند که پیوندشان را با زمینه‌های ارتباطی خویش در فرآیندهای اجتماعی مشخصی که از آنها پدید آمده‌اند گسیخته باشند (میرسندسی، ۱۳۸۳: ۱۴۶ و برگر و لاکمن، ۱۳۷۵: ۱۷۴).

از نظر برگر، مفاهیم جهان مذهبی با فرآیندهای خاص تحت عنوان ساختار توجیه‌گری اعتبار خود را حفظ و تحکیم می‌کنند. اگر این ساختار تضعیف شود و یا از بین برود، تسلط اعتقادات مذهبی هم بر اذهان انسان‌ها به آسانی از دست می‌رود. از آنجا که مقررات، نقش‌ها، الزام‌ها و نهادهای اجتماعی بسیار شکننده‌اند، ضروری است که پیوسته یادآوری شود که چه باید کرد، همچنین باید معانی متبلور در فرهنگ‌ها و نهادها همیشه گوشزد شود. این یادآوری را مناسب انجام می‌دهند. اجتماع مذهبی نقش مهمی در تداوم باورپذیری ایفاء می‌کند. برگر به نقش توجیه مذهبی تأکید می‌کند و این را یکی از مهم‌ترین دژهای بشر در برابر بی‌هنجاری در سراسر تاریخ می‌داند (همان: ۱۴۹).

همان‌طور که گفته شد، یکی از مهم‌ترین رهیافتی که فرضیات پژوهش از آن استخراج شده است، رهیافت برگر و لاکمن است. دیالکتیک رابطه‌ی انسان با محیط، شامل تبادلات پدیده‌های اجتماعی با هم است. در جریان این دیالکتیک و تبادلات، معانی از طریق فرمول‌های توجیه

کننده‌ی مختلفی تفسیر و تبیین می‌شود. در زندگی گذشته، این تبیین توجه‌گری را دین به خوبی انجام می‌داد، اما در دنیای امروز، با پیدایش زیست‌جهان‌های متعدد (معانی فرعی متعدد) نقش دین کاسته شده و در حوزه‌ی دین، دنیاهای فرعی متعدد و رقیب هم شکل گرفته‌اند. بنابراین تجربیات دینی افراد، تحت تأثیر نظام‌های معانی متفاوت و متضادی قرار می‌گیرند و دین نیز قادر به جای دادن همه‌ی این نظام‌های معنی جدید نخواهد بود. بنا بر آنچه بیان شد، عواملی که در این پژوهش در دینداری مؤثرند و از دید محقق به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده‌اند، نقش دنیاهای فرعی و جهان زیست‌های اشاره شده در رهیافت برگر و لاکمن هستند. برای سنجش دینداری از رهیافت دینداری گلاک و استارک در چهار بعد اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی استفاده شده است.

با توجه به نظریه‌ی جامعه‌شناسی شناخت برگر و لاکمن برای درک بهتر عوامل اجتماعی مؤثر در میزان دینداری دانشجویان زن تعداد ۶ متغیر تأثیرگذار در دینداری استخراج شد که عبارت‌اند از: پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سن، تأهل، نوگرایی، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و رضایت از زندگی. به منظور عملیاتی کردن متغیرها و ایجاد پل ارتباطی معقولی بین چارچوب نظری و فرضیه‌ها، الگویی نظری-تبیینی تدوین شد. این الگو مؤید تأثیرهای متفاوت متغیرهای مستقل در دینداری است. مدلی که پیش روست با پشتوانه‌ی نظری طراحی شده و بعد از تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات، روابط بین متغیرهای مدل جرح و تعدیل شده و میزان شدت و نحوه‌ی تأثیرگذاری هر یک از متغیرها مشخص خواهد شد.



شکل شماره ۱- مدل نظری پژوهش

۳-۲- فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه‌هایی که محقق در این پژوهش مطرح کرده به شرح زیر است:
- ۱- میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب سن متفاوت است.
 - ۲- میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب وضعیت تأهل متفاوت است.
 - ۳- میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی متفاوت است.
 - ۴- بین میزان رضایت دانشجویان زن از زندگی و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.
 - ۵- بین میزان استفاده‌ی دانشجویان زن از رسانه‌های جدید و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.
 - ۶- بین میزان نوگرایی دانشجویان زن و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.

۴- روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر پیمایشی و از نوع توصیفی و تبیینی است. در این پژوهش، از روش اسنادی برای بررسی مفاهیم و تئوری‌های مربوط به موضوع پژوهش و از روش پیمایشی برای بررسی چگونگی توزیع و روابط میان متغیرهای پژوهش استفاده می‌شود. از آنجا که پژوهش حاضر عوامل اجتماعی مؤثر در میزان دینداری دانشجویان زن دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات در مقطع زمانی سال ۱۳۹۴ را بررسی می‌کند، از نوع مقطعی است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر، کلیه‌ی دانشجویان زن دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران در سال ۱۳۹۴ است که برای انتخاب حجم نمونه از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران استفاده شد و عدد ۳۷۵ به‌دست آمد. روش نمونه‌گیری این پژوهش از نوع سهمیه‌ای و تصادفی ساده است که بر اساس دو مقطع تحصیلی (کارشناسی ارشد و دکتری)، از نمونه‌گیری سهمیه‌ای استفاده شد و نمونه‌ها تصادفی انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته و ابزار تکمیلی مصاحبه و مشاهده است. اعتبار استفاده شده در این پژوهش، اعتبار صوری^۱ است. در این باره، پرسش‌نامه تهیه شده به تعدادی از اساتید خبره و برگزیده‌ی جامعه‌شناسی داده شد و وفاق آنها در مورد شاخص‌ها، دلیل روشنی بر اعتبار پرسش‌نامه‌ی طراحی شده است. در این تحقیق برای سنجش قابلیت اعتماد پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. بدین صورت که پرسش‌نامه‌ی اولیه‌ی تحقیق در بین نمونه‌ای شامل ۳۰ نفر از دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران که کاملاً تصادفی انتخاب شدند، پخش شد (پیش‌آزمون)، سپس از طریق نرم‌افزار (SPSS) برای هر کدام از ابعاد دینداری گویه‌های آنها از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد. با توجه به اینکه

ضریب آلفای شاخص‌های این پژوهش، بالای ۷۰٪ به دست آمد؛ لذا گویه‌های طراحی شده، دارای قابلیت اعتماد (پایایی) دارد.

۵- تعریف متغیرها

در این بخش ابتدا تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش و در ادامه گویه‌ها و سوالات مرتبط در خصوص سنجش متغیرها آمده است.

۵-۱- پایگاه اقتصادی - اجتماعی

پایگاه اقتصادی - اجتماعی موقعیتی است که افراد در گروه‌های اجتماعی یا در مراتب اجتماعی یک گروه، در مقایسه با گروه‌های دیگر احراز می‌کنند. این موقعیت در عمل حقوق و مزایای شخص را تعیین می‌کند. افراد با پایگاه یکسان در بیشتر مواقع «الگوهای رفتاری و نگرشی» مشابهی نیز دارند (فرخی، ۱۳۸۹). با توجه به اینکه در این تحقیق، تحصیلات، شغل و درآمد به عنوان معیارهای طبقه‌ی اجتماعی هستند، در عملیاتی کردن این متغیر سؤالاتی چون شغل و تحصیلات و درآمد خود فرد، همسر، پدر و مادر طرح شده است.

۵-۲- رسانه‌های جدید

برای سنجش رسانه‌های جدید در این پژوهش از ۳ شاخص استفاده از اینترنت، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده شده است. برای سنجش متغیر استفاده از رسانه‌های جدید در بین پاسخ‌گویان از گویه‌های ۵ گزینه‌ای استفاده شده است.

۵-۳- رضایت از زندگی

بیانگر نگرش مثبت فرد نسبت به جهانی که در آن زندگی می‌کند و در واقع همان احساس خشنودی است که در پی دستیابی به آن، زمان چندان کوتاهی را سپری می‌کند. فلسفه‌ای است که شخص آگاهانه برای زندگی خویش انتخاب کرده و ناخودآگاه آن را در ذهن دارد (محسنی، ۱۳۸۲: ۸). در این تحقیق، سه قلمرو برای رضایت از زندگی می‌توان تعریف کرد که هر یک مبتنی بر بخشی از نیازهای فرد است:

الف- رضایت ناشی از برخورداری: در این مورد منظور برخورداری از مواردی همچون مسکن، درآمد، وضعیت بهداشت و سلامتی و وضعیت تغذیه و اوقات فراغت است.

ب- رضایت ناشی از ارتباط: شامل نوع، میزان و کیفیت روابط اجتماعی است؛ برای نمونه می‌توان به روابط خانوادگی، روابط با همسایه‌ها و ارتباط با دوستان و همکاران ... اشاره کرد.

ج- رضایت ناشی از بودن: اینکه ما هستیم در قضاوت ما از زندگی مؤثر است. این بخش از رضایت به نیاز به خویشتن‌یابی و احساس تسلط‌گرایی روی خود و محیط باز می‌گردد در اینجا به رابطه‌ی اجتماعی توجه می‌شود. رابطه‌ی اجتماعی از حیث نوع، شدت و درگیری عاطفی در رضایت از زندگی اثر کمی می‌گذارد. میزان رابطه‌ی اجتماعی شامل هر نوع رابطه نخستین و ثانوی در رضایت فرد مؤثر است. اساساً رابطه اجتماعی منبع رضایت در زندگی محسوب و شامل رابطه با اعضای خانواده، دوستان و همکاران، هم‌محلله‌ای‌ها و هم‌شهری‌ها می‌شود.

۵-۴- نوگرایی

نوگرایی به معنای نگرش نوین به زندگی و قرار گرفتن در چارچوب فکری و رفتاری انسان است که در ۷ جهت‌گیری علمی، عام‌گرایانه، تساوی‌طلبانه، استقلال‌طلبانه، پیشرفت، مدنی و دموکراتیک مطرح می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۵: ۹۸).

در این پژوهش، نگرش افراد نسبت به نوگرایی با تحصیلات، ضابطه‌مداری، برابری زنان و مردان در عرصه‌های مختلف، استقلال داشتن در جنبه‌های مختلف زندگی، موفقیت و لزوم برنامه‌ریزی در این جهت، کسب خبر و آگاهی از اوضاع و احوال دنیا و آزادی در عرصه‌های مختلف جامعه سنجیده شد.

۵-۵- دینداری

به عقیده‌ی گلاک و استارک به رغم آنکه ادیان جهانی در جزئیات بسیار متفاوت‌اند، اما حوزه‌های کلی‌ای دارند که دینداری در آن حوزه‌ها و یا آن ابعاد جلوه‌گر می‌شود. آنها برای دینداری چهار بعد اصلی عمل، باور، تجربه، دانش یا معرفت را با عنوان ابعاد عمومی الزام دینی مطرح کرده‌اند. این ابعاد چهارگانه، در سطح مقیاس‌های اولیه به ۵ شاخص یا مقیاس تقسیم شده‌اند که افزایش آن ناشی از تفکیک بعد عمل به ۲ بخش شاخص مناسکی و عبادی است. در مقیاس ثانویه، شاخص‌ها در نهایت به ۸ عدد افزایش یافته است که شاخص‌های ناظر بر روابط اجتماعی دینداران هم به آن اضافه شده است (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۱۵).

در این تحقیق، دینداری در ۴ بعد اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی سنجیده شد. دینداری در بعد اعتقادی، باورهایی را دربرمی‌گیرد که انتظار می‌رود پیروان دینی به آن اعتقاد دارند و سوآلاتی مانند اعتقاد به حاکمیت خدا بر این جهان، اعتقاد به وجود شیطان، اعتقاد به وجود بهشت و جهنم، وجود فرشتگان و وجود قیامت مطرح شد.

در بعد مناسکی، درباره‌ی اعمال دینی مشخصی مانند عبادت، نماز، شرکت در آیین‌های مقدس، روزه و ... از پاسخ‌گویان سؤال شد. در بعد تجربی، از عواطف، تصورات و احساسات فرد در برقراری

رابطه با خداوند، سؤال شد. در بعد پیامدی، از پیامدهای دینداری فرد در زندگی روزمره‌ی او و روابط وی با دیگران سؤال شد.

۶- یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی آرایه می‌شود:

۶-۱- یافته‌های توصیفی

جدول ۱. فراوانی و درصد سن و مقطع تحصیلی و وضعیت شغل و محل سکونت دانشجویان زن

محل سکونت			وضعیت شغل			مقطع تحصیلی			گروه‌های سنی		
درصد	فراوانی	محل سکونت	درصد	فراوانی	وضعیت شغل	درصد	فراوانی	مقطع تحصیلی	درصد	فراوانی	گروه سنی
۶۵	۲۴۴	تهران	۶۵	۲۴۴	شاغل	۷۸/۴	۲۹۴	کارشناسی ارشد	۴۳/۷	۱۶۴	۲۵ - ۳۵
									۳۸/۱	۱۴۳	۳۶ - ۴۵
۳۵	۱۳۱	شهرستان	۳۵	۱۳۱	بیکار	۲۱/۶	۸۱	دکتر	۴/۲	۱۶	بالتر از ۴۵
									۱۴	۵۲	بی‌پاسخ
۱۰۰	۳۷۵	کل	۱۰۰	۳۷۵	کل	۱۰۰	۳۷۵	کل	۱۰۰	۳۷۵	کل

با توجه به جدول شماره‌ی ۱ می‌توان گفت که بیشترین میزان فراوانی پاسخ‌گویان در محدوده‌ی سنی ۲۵ تا ۳۵ سال با ۷/۴۳ درصد و کمترین در محدوده‌ی سنی بیشتر از ۴۵ سال با ۴/۲ درصد است. از تعداد ۳۷۵ نفر پاسخ‌گویان ۷۸/۴ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۲۱/۶ درصد در مقطع دکترای مشغول به تحصیل‌اند. همچنین ۶۵ درصد پاسخ‌گویان شاغل و ۳۵ درصد بیکار هستند. ۶۵ درصد پاسخ‌گویان ساکن تهران و ۳۵ درصد از سایر شهرستان‌ها هستند.

جدول ۲. فراوانی ابعاد دینداری دانشجویان زن

متغیر ۱	قوی	متوسط	ضعیف	میانگین با دامنه ۱ تا ۵
بعد اعتقادی	۷۸/۴	۱۴/۲	۷/۴	۴/۶۳
بعد مناسکی	۳۹/۶	۱۸/۵	۴۱/۹	۳/۰۵
بعد تجربی	۴۷/۹	۲۱/۸	۳۰/۳	۳/۲۱
بعد پیامدی	۵۳/۸	۲۷/۶	۱۸/۶	۳/۱۸
دینداری کلی	۵۴/۹	۲۰/۵	۲۴/۶	۳/۵۱

با توجه به جدول شماره ۲ می‌توان دریافت که بعد اعتقادی دینداری نسبت به سه بعد دیگر (بعد مناسکی، بعد تجربی و بعد پیامدی) فراوانی بیشتری دارد. همچنین مقدار عددی دینداری از ترکیب مقادیر عددی ۴ بعد اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی به دست آمده است که با توجه به جدول فوق می‌توان بیان کرد، ۵۴/۹ درصد از افراد نمونه دینداری قوی، ۲۰/۵ درصد دینداری متوسط و ۲۴/۶ درصد از افراد نمونه دینداری ضعیفی دارند.

۲-۶- یافته‌های استنباطی

در بخش یافته‌های تحلیلی همه‌ی فرضیه‌های پژوهش به ترتیب آزموده شد و از آزمون‌هایی چون مقایسه‌ی میانگین‌ها، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. فرضیه ۱ - میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب سن متفاوت است.

جدول ۳. مقایسه‌ی میانگین دینداری بر حسب رده‌های مختلف سنی

میانگین دینداری	تعداد	رده‌های سنی
۱۹۸/۳۴	۱۳۳	کمتر از ۲۵ سال
۱۷۲/۱۴	۱۶۴	۲۵ تا ۳۵ سال
۱۴۸/۱۷	۶۲	۳۵ تا ۴۵ سال
۱۳۲/۱۹	۱۶	بیشتر از ۴۵ سال
۳/۷۵۵		مقدار آماره‌ی آزمون
۰/۰۱۲		سطح معنی‌داری

با توجه به جدول شماره ۳ و نتایج آزمون آنووا، میانگین دینداری در رده‌ی سنی کمتر از ۲۵ سال (۱۹۸/۳۴) از همه بیشتر و میزان دینداری در رده‌ی سنی بیشتر از ۴۵ سال از همه کمتر (۱۳۲/۱۹) است. همچنین نتایج به دست آمده از آزمون انجام شده نشان می‌دهد، سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۱۲ کمتر از ۰/۰۵ است، یعنی تفاوت معنی‌داری در میزان دینداری دانشجویان با توجه به رده‌های مختلف سنی آنها وجود دارد؛ پس فرضیه‌ی تفاوت بین سن دانشجویان زن و میزان دینداری آن تأیید شد.

فرضیه ۲- میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب وضعیت تأهل متفاوت است.

جدول ۴. آماره‌های توصیفی، نتایج آزمون leven برای بررسی برابری واریانس‌ها و آزمون t

وضعیت تأهل	میانگین
متأهل	۱۷۰/۲۱
مجرد	۱۳۲/۱۱
آماره‌ی آزمون leven	سطح معنی‌داری
۰/۰۰۸	۰/۹۳۱
مقدار آماره‌ی آزمون t	سطح معنی‌داری
۲/۷۶	۰/۰۰۰

با توجه به جدول شماره‌ی ۴، چون سطح معنی‌دار آزمون leven (۰/۹۳۱) از ۰/۰۵ بیشتر است، بنابراین فرض صفر رد نمی‌شود یعنی واریانس‌ها برابرند. همچنین با توجه به این جدول مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین تفاوت معنی‌داری در میزان دینداری دانشجویان زن با توجه به وضعیت تأهل آنها وجود دارد و با توجه به بالاتر بودن میانگین دینداری در زنان متأهل دانشجو مشخص می‌شود که دینداری در دانشجویان زن متأهل بیشتر از دانشجویان مجرد است.

فرضیه ۳: میزان دینداری دانشجویان زن بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی متفاوت است.

جدول ۵. تحلیل واریانس گروه‌های اقتصادی - اجتماعی و گروه‌بندی میانگین دینداری طبقات اقتصادی - اجتماعی

Sum of square	درجه‌ی آزادی	Mean square	آماره‌ی آزمون	سطح معنی‌داری
۹۳۴۳۸/۹	۲	۱۹۷۱۹	۱۵۱/۳۱۴	۰/۰۰۰
۴۸۴۷۸/۴	۳۷۲	۱۳۰/۳۱۸		
۸۷۹۱۷/۳	۳۷۴			
Subset for $\alpha = 0/05$				
تعداد	۱	۲	۳	
پایین	۶/۳۴۱			
متوسط	۱۲۵	۳/۷۵۲		
بالا	۸۳		۱/۵۶۳	
سطح معنی‌داری	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	

با توجه به جدول شماره ۵، از نظر آماری بین دینداری و گروه‌های مختلف پایگاه اقتصادی-اجتماعی اختلاف معنی‌داری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد. نتایج به‌دست آمده از جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که گروه‌های اقتصادی-اجتماعی پایین با میانگین ۶/۳۴۱ بیشترین دینداری را داشتند، گروه‌های اقتصادی-اجتماعی متوسط با میانگین ۳/۷۵۲ در گروه دوم و گروه اقتصادی-اجتماعی بالا با میانگین ۱/۵۶۳ در گروه سوم دینداری قرار گرفتند. بنابراین سه طبقه در سه گروه مختلف دینداری قرار دارند. پس فرضیه‌ی تفاوت بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی دانشجویان زن و میزان دینداری آنها تأیید شد.

فرضیه ۴ - بین میزان استفاده‌ی دانشجویان زن از رسانه‌های جدید و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.

فرضیه ۵ - بین میزان رضایت دانشجویان زن از زندگی و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.

فرضیه ۶ - بین میزان نوگرایی دانشجویان زن و میزان دینداری آنها رابطه وجود دارد.

جدول ۶. آزمون همبستگی پیرسون در میزان استفاده از رسانه‌های جدید، رضایت از زندگی و نوگرایی و میزان دینداری

متغیر مستقل	متغیر وابسته	تعداد	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
میزان استفاده از رسانه‌های جدید	میزان دینداری	۳۷۵	-۰/۷۸۳	۰/۰۰۱
رضایت از زندگی	میزان دینداری	۳۷۵	۰/۷۵۴	۰/۰۰۰
میزان نوگرایی	میزان دینداری	۳۷۵	-۰/۶۵۷	۰/۰۰۳

با توجه به جدول شماره ۶ و سطح معنی‌داری بدست آمده، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین دو متغیر «میزان استفاده از رسانه‌های جدید» و «میزان دینداری» رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد و با توجه به منفی بودن علامت ضریب همبستگی، دو متغیر بررسی شده رابطه‌ی معکوس دارند که با افزایش یکی، دیگری کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر، با افزایش استفاده از رسانه‌های جدید میزان دینداری کاهش می‌یابد.

با توجه به جدول شماره ۶ و سطح معنی‌داری به‌دست آمده با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت، بین دو متغیر «رضایت از زندگی» و «میزان دینداری» رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. با

توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی (۰/۷۵۴)، بین دو متغیر رابطه‌ی مستقیم برقرار است، یعنی با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، هر چه میزان دینداری در بین دانشجویان زن افزایش یابد، میزان رضایت از زندگی نیز افزایش می‌یابد.

نتایج به‌دست آمده از جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که مقدار ضریب همبستگی به‌دست آمده ۰/۶۵۷- و سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۳ است؛ لذا می‌توان گفت بین دو متغیر «میزان نوگرایی» و «میزان دینداری» رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد و با توجه به منفی بودن علامت ضریب همبستگی، دو متغیر بررسی شده رابطه‌ی معکوس دارند که با افزایش یکی دیگری کاهش می‌یابد، یعنی هر چه میزان نوگرایی در پاسخ‌گویان افزایش یابد میزان دینداری کاهش می‌یابد.

۶-۳- آزمون نقش متغیرهای مستقل در پیش‌بینی تغییرات دینداری

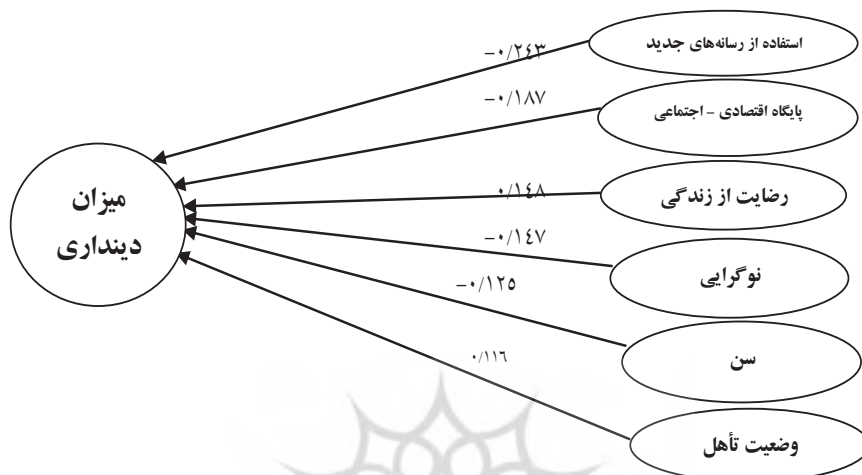
جدول ۷. تحلیل رگرسیونی تأثیر متغیرهای مستقل در میزان دینداری

سطح معنی‌داری	آماره‌ی t	ضریب (ضریب استاندارد شده بتا)	خطای استاندارد	ضریب بتا	
۰/۰۰۰	۵/۴۷۱	۰/۶۳۱	۰/۶۳۱	۳/۴۵	عدد ثابت
۰/۰۰۰	-۵/۰۵	-۰/۱۲۵	۰/۰۱۷	-۰/۰۸۶	سن
۰/۰۰۰	۳/۵۶	۰/۱۱۶	۰/۰۱۶	۰/۰۵۶	وضعیت تأهل
۰/۰۰۳	-۴/۹۵	-۰/۱۸۷	۰/۰۱۶	-۰/۰۴۸	پایگاه اقتصادی-اجتماعی
۰/۰۰۰	-۳/۴۶	-۰/۲۴۳	۰/۰۵۴	-۰/۰۳۷	استفاده از رسانه‌های جدید
۰/۰۰۴	۲/۸۵	۰/۱۴۸	۰/۰۲	۰/۰۵۷	رضایت از زندگی
۰/۰۰۰	-۳/۱۴	-۰/۱۴۷	۰/۰۱۴	-۰/۰۴۴	نوگرایی
$R^2 = ۰/۶۳۴$ $F = ۳/۴۶$ $sig = ۰/۰۰۰$					

برای ارزیابی قدرت تبیین متغیرهای مطرح شده، از رگرسیون چندگانه استفاده شده است. با توجه جدول شماره ۷ و معنی‌داری آزمون $F(3/46)$ که در سطح خطای کوچکتر از $0/01$ است، می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی مرکب از ۶ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته، مدل برازش داده شده مدل مناسبی است. بنابراین وارد مدل رگرسیونی می‌شوند و مجموعه‌ی متغیرهای مستقل قادرند تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند. بررسی نحوه‌ی اثرگذاری متغیرهای مذکور نشان می‌دهد که متغیر استفاده از رسانه‌های جدید با وزن بتای $0/243$ - و سطح معنی‌داری $0/000$ بیشترین تأثیر در میزان دینداری را داشته است، یعنی با افزایش یک واحد به انحراف معیار استفاده از رسانه‌های جدید به دلیل منفی بودن ضریب بتا، $24/3$ واحد انحراف معیار میزان دینداری کاهش پیدا می‌کند. پس از آن متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با وزن بتای $0/187$ - و سطح معنی‌داری $0/000$ که در سطح کمتر از $0/01$ قرار دارد بیشترین نقش تبیین‌کنندگی را دارد، یعنی با افزایش یک واحد به انحراف معیار پایگاه اقتصادی - اجتماعی به دلیل منفی بودن ضریب بتا، $18/7$ واحد انحراف معیار میزان دینداری کاهش پیدا می‌کند. متغیر سوم وارد شده در مدل رگرسیون، رضایت از زندگی است که میزان بتای آن $0/148$ است، یعنی با افزایش یک واحد به انحراف معیار رضایت از زندگی، $14/8$ واحد انحراف معیار میزان دینداری افزایش می‌یابد. متغیر بعدی وارد شده در مدل رگرسیون، نوگرایی است که میزان بتای آن $0/147$ - است، یعنی به دلیل منفی بودن ضریب بتا، با افزایش یک واحد به انحراف معیار نوگرایی، $14/7$ واحد انحراف معیار میزان دینداری کاهش پیدا می‌کند. میزان بتای به‌دست آمده از متغیر سن $0/125$ - است، یعنی به دلیل منفی بودن ضریب بتا، با افزایش یک واحد به انحراف معیار سن، $12/5$ واحد انحراف معیار میزان دینداری کاهش پیدا می‌کند. متغیر آخر وضعیت تأهل است که متغیر اسمی است ولی برای محاسبه رگرسیون این متغیر تبدیل به متغیر تصنعی و سپس رگرسیون محاسبه شد. ضریب بتای به‌دست آمده $0/116$ است، یعنی با افزایش یک واحد به وضعیت تأهل $11/6$ واحد میزان دینداری افزایش می‌یابد. البته با توجه به تفاوت معنی‌داری در میزان دینداری دانشجویان زن با توجه به وضعیت تأهل آنها و نیز بالاتر بودن میانگین دینداری در زنان متأهل دانشجو، مشخص می‌شود که دینداری در دانشجویان زن متأهل بیشتر از دانشجویان مجرد است. همچنین مقدار ضریب تعیین $0/634$ نشان می‌دهد که $63/4\%$ از تغییرات متغیر وابسته (میزان دینداری) را متغیرهای مستقل تبیین می‌کند. بر اساس مقادیر ستون B معادله‌ی رگرسیون را می‌توان به شرح ذیل نوشت:

$$b_4(x_4)+b_5(x_5)+b_6(x_6)+Y=a+b_1(x_1)+b_2(x_2)+b_3(x_3)$$

$$Y = 3/45 - 0/243 \text{ (استفاده از رسانه‌های جدید)} - 0/187 \text{ (پایگاه اقتصادی - اجتماعی)} \\ + 0/116 \text{ (وضعیت تأهل)} + 0/125 \text{ (سن)} - 0/147 \text{ (نوگرایی)} - 0/148 \text{ (رضایت از زندگی)} + 0/148$$



شکل ۲: مدل رگرسیونی تحقیق مبنی بر تأثیرگذاری متغیرهای مستقل در دینداری دانشجویان

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی در ایران نهاد دین است که علاوه بر استحکام و تثبیت ذهنی و گرایش‌های عمومی جامعه در سایر حوزه‌های زندگی اجتماعی از جمله فرهنگ، سیاست، آموزش و پرورش، دانشگاه، روابط اجتماعی، خانواده و ... کارکردهای عمیق مستقیم و غیر مستقیم دارد. یکی از عرصه‌های مهمی که حضور دین را تجربه کرده نظام آموزش عالی است که وظیفه‌ی تربیت دینی جوانان را بر عهده دارد. دانشجویان - به عنوان قشر اجتماعی مهم و اثرگذار جامعه - به روش‌های متنوع و متکثری با آموزه‌ها و ارزش‌های دینی مواجه و آنها را نهادینه می‌کنند. در این پژوهش، محقق به میزان دینداری زنان دانشجو و عوامل اجتماعی مؤثر در آن می‌پردازد.

نتایج این پژوهش نشان داد که باورهای دینی دانشجویان زن در حد متوسط رو به بالاست (میانگین ۳/۵۱ از ۵) که با تحقیقات پیشین همخوانی دارد. بیشترین میزان دینداری دانشجویان زن در بعد اعتقادی دینداری (میانگین ۴/۶۳ از ۵) بود که این یافته با نتیجه‌ی تحقیقات قبلی هم راستاست. کمترین میزان دینداری دانشجویان زن در بعد مناسکی دینداری (میانگین ۳/۰۵ از ۵) بود. در بعد تجربه‌ی دینداری، میزان دینداری دانشجویان متوسط رو به بالاست (میانگین ۳/۲۱

از ۵). گلاک و استارک تجربه‌ی دینی را با احساسات و تجربیات درونی فرد دیندار مرتبط دانسته و معتقدند احساسات و عواطف دینی وجه عالی‌تری از دینداری است که کاملاً قلبی و درونی بوده و برخلاف مناسک و مراسم آیینی نمود بیرونی ندارد. دیندارانی که این بعد را کسب می‌کنند «مخلص» نامیده می‌شوند که در این پژوهش نیز چون پاسخ‌گویان دانشجویان زن هستند؛ لذا نگاه خاصی به تجربه‌ی دینداری خود دارند. در بعد پیامدی نیز میزان دینداری دانشجویان متوسط (میانگین ۳/۱۸ از ۵) است. خلاصه این‌که دانشجویان زن در ابعاد لطیف‌تر دینداری (اعتقادی و عاطفی)، دینداری بالاتری را از خود نشان داده‌اند. به نمرات به دست آمده در بعد مناسکی دینداری، می‌بایست توجه شود، چون در این بعد میزان دینداری دانشجویان پایین (میانگین ۳/۰۵ از ۵) است و این پایین بودن ناشی از این است که در این بعد بیشتر اعمال جمعی مورد نظر است.

از مجموع نمرات ابعاد دینداری در این پژوهش، یک شاخص کلی تر که همان دینداری کلی است به دست می‌آید. در دینداری -کلی که حاصل جمع ابعاد چهارگانه‌ی دینداری است- میانگین ۴۵/۸ درصد نشان می‌دهد که این میزان متوسط رو به پایین است و علت کم بودن این میزان ناشی از ابعاد پیامدی، تجربی و مناسکی دینداری است.

نتایج به‌دست آمده از آزمون فرضیه‌ی اول نشان داد که تفاوت معنی‌داری در میزان دینداری دانشجویان با توجه به رده‌های مختلف سنی آنها وجود دارد، پس فرضیه‌ی تفاوت بین سن دانشجویان زن و میزان دینداری آنها تأیید شد که این یافته با نتایج پژوهش ادیبی سده و دیگران مطابقت دارد.

در فرضیه‌ی دوم، میانگین دینداری حکایت از تفاوت معنی‌دار بین دینداری متأهلین و مجردان دارد. میانگین دینداری متأهلین ۱۷۰/۲۱ و میانگین دینداری مجردان ۱۳۲/۱۱ است و این رابطه از دینداری بیشتر دانشجویان زن متأهل در مقایسه با مجردان حاکی است، این یافته با نتایج پژوهش ادیبی سده و دیگران مطابقت ندارد. به طور کلی در این پژوهش، دانشجویان زن متأهل در مقایسه با دانشجویان زن مجرد، دینداری بیشتری را از خود نشان دادند. در تبیین این پدیده می‌توان گفت که متأهلین با اتکای به مذهب و باورهای دینی در تلاش‌اند تا جایگاه متعالی‌تری برای خود دست‌وپا کنند تا از این طریق بتوانند پایه‌های زندگی مشترک خود را مستحکم‌تر سازند. مجردان نیز با برخورداری از انواع آزادی‌های اجتماعی امکانات بیشتری دارند و این عامل می‌تواند نیاز آنها را به آموزه‌های دینی کاهش دهد.

یکی از متغیرهای دیگر تأثیرگذار در دینداری دانشجویان زن، متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی بود. یافته‌های این پژوهش نشانگر این بودند که دانشجویان با پایگاه اقتصادی-اجتماعی متفاوت میزان دینداری متفاوتی با یکدیگر دارند. در این باره می‌توان گفت که در طبقات پایین جامعه به

علت محدودیت دسترسی به تکنولوژی‌های نوین، وابستگی آنان به باورهای دینی بیشتر است. در طبقات بالا، به دلیل برخورداری بیشتر از انواع امکانات در حوزه‌های اطلاعاتی و رسانه‌ای، ارتباط بیشتر با دنیاهاى مدرن و اثرپذیری این طبقات از آن در کاهش دینداری دانشجویان - به ویژه در ابعاد مناسکی، تجربی و پیامدی دینداری آنان - مؤثر است. نتایج به دست آمده از آزمون این فرضیه با نتایج پژوهش‌های ادیبی سده و دیگران، رضا دوست و دیگران، غریب و فلری مطابقت دارد. در این پژوهش تأثیر رسانه‌های جدید (شبکه‌های اجتماعی مجازی، ماهواره، اینترنت و ...) در دینداری نیز آزموده و معلوم شد، رابطه معنی‌داری بین دو متغیر بررسی شده، وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی منفی است، بنابراین دو متغیر بررسی شده رابطه‌ی معکوس داشته و با افزایش استفاده از رسانه‌های جدید میزان دینداری کاهش می‌یابد. عصر ارتباطات و ظهور پدیده‌هایی چون اینترنت و ماهواره مرزها را شکسته و دهکده‌ی جهانی را به وجود آورده است. در دنیای امروزی رسانه‌ها تمام حوزه‌های زندگی افراد را متأثر ساخته‌اند. برنامه‌ریزی‌های جدید رسانه‌ها و آنچه که اشاعه می‌دهند، در کاهش گرایش جوانان به مذهب تأثیر بسیاری دارد. نتایج به دست آمده از این پژوهش با نتایج پژوهش‌های نوربخش و دیگران و غریب همخوانی دارد. برگر و لاکمن معتقدند در دنیای امروز، با پیدایش زیست جهان‌های متعدد، نقش دین رو به کاهش رفته و در حوزه‌ی دین، دنیاهاى فرعی متعدد و رقیب هم در دنیای جدید شکل گرفته‌اند. از جمله رسانه‌ها، شغل، تحصیلات، اقتصاد، سیاست و ... و این دنیاهاى فرعی متعدد به کاهش اعمال مناسکی دینی انجامیده است که نتایج به دست آمده از آزمون این فرضیه با دیدگاه برگر و لاکمن مطابقت دارد.

بهترین چیزی که درباره‌ی اثرگذاری رسانه‌ها در دینداری بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت، این است که اثرگذاری رسانه‌ها در دینداری، مشروط و محدود است. در نتیجه، پرهیز از نگاه افراطی به اثرگذاری رسانه‌ها، یکی از مواردی است که باید به آن توجه شود. تأثیرگذاری رضایت از زندگی نیز - به عنوان یکی از متغیرهای دیگر - در دینداری دانشجویان زن تأیید شد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰/۷۵۴) نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه دانشجویان زن از زندگی خود رضایت بیشتری داشته باشند، میزان دینداری آنها افزایش می‌یابد.

نوگرایی نیز به عنوان یکی از متغیرهای تأثیرگذار در دینداری دانشجویان زن بررسی شد و رابطه‌ی معنی‌داری معکوسی بین دو متغیر به دست آمد که هر چه میزان نوگرایی در پاسخ‌گویان افزایش یابد، میزان دینداری رو به کاهش می‌رود. به عبارت دیگر هرچقدر دانشجویان زن گرایشات نوگرایانه داشته باشند و از سنت و ارزش‌های قدیمی - که از سوی والدینشان به آنها انتقال داده

شده - فاصله بگیرند، دینداری‌شان کاهش می‌یابد. نتایج به‌دست آمده از این پژوهش با نتایج پژوهش غریب همخوانی دارد. همچنین برگر و لاکمن معتقدند، انحراف از هنجارها زمانی رخ می‌دهد که نهادها به واقعیت‌هایی تبدیل شده باشند که پیوندشان را با زمینه‌های ارتباطی خویش در فرآیندهای اجتماعی مشخصی که از آنها پدید آمده‌اند، گسیخته باشند و در واقع به نوعی از نظام ارزشی حاکم بر جامعه خود فاصله بگیرند. در این پژوهش نیز هر چقدر افراد از ارزش‌هایی که در فرآیند جامعه‌پذیری به آنها منتقل می‌شوند، فاصله گیرند و به دنبال ارزش‌های جدید و نو بروند، میزان دینداری‌شان کاهش می‌یابد که می‌تواند به عنوان نوعی انحراف از هنجارها تلقی شود. وجه مشخصه‌ی غالب و پایدار جامعه‌ی ایرانی در دوران معاصر، دین‌باوری و دینداری است. برخلاف پیش‌بینی‌های انجام شده در غرب، امروزه، مشاهده می‌شود که حیات دینی همچنان به شکل پویا و در سطح وسیعی از جامعه جریان دارد. از طرفی، دین یک واقعیت اجتماعی است و دین‌داری و رفتار دینی مردم به صورت اجتماعی برساخته می‌شود؛ از آنجا که ساخت واقعیت اجتماعی ثابت نیست و روزبه‌روز در حال تغییر و تبدل است، ساخت دینداری نیز در میان گروه‌های مختلف اجتماعی و در زمان‌ها و شرایط مختلف صورت‌های مختلفی پیدا می‌کند. به عبارتی، همزمان با پیشرفت جوامع تغییر و تحولات مختلفی در نهادهای اجتماعی از جمله نهادهای دینی رخ می‌دهد و نگرش‌های دینی افراد و همچنین نوع رفتارهای دینداران و مناسبات دینی‌شان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به همین دلیل احتمال می‌رود در بخشی از افراد جامعه همچون دانشجویان که با نهادهای مدرن بیشتر در ارتباط‌اند باورهای دینی تا حدی خصلت قطعی خود را از دست داده باشند و به موضوعاتی انتخابی بدل شده باشند و در یک جمله‌ی کلی عنصر ترجیح و گزینش‌گری در حوزه‌ی دینداری آنها وارد شده باشد. به عبارتی دیگر فضاهای دانشگاهی و آکادمیک به‌واسطه‌ی اینکه نسبت به سایر نهادهای اجتماعی بیشتر در معرض آگاهی‌های مدرن و تأثیرات آن قرار دارند و به مثابه لایه‌ی بیرونی و واسط میان سپهر جهانی و داخلی ایران عمل می‌کنند، به لحاظ تأثیرپذیری نسبت به سایر نهادها برجسته‌تر و مهم‌ترند و طبعاً می‌توان سهم عمده‌ای هم در انتقال این آگاهی‌ها و تأثیرات مرتبط در آن به لایه‌های مختلف اجتماع برای این نهاد متصور بود. آگاهی‌هایی که ناگزیر تغییرات نگرشی و رفتاری ویژه‌ای را در همه‌ی زمینه‌های حیات انسانی از جمله مقوله‌ی دین و دینداری به دنبال خواهد داشت.

نتایج به‌دست آمده نشان داد که که دینداری دانشجویان و التزام آنها به دین در حال کاهش است. به دلیل رابطه‌ی تنگاتنگ میان نهادهای مختلف جامعه ضروری است، نهادهایی چون خانواده، آموزش و پرورش، اقتصاد و سیاست در این امر نقش مؤثرتری ایفا کنند، زیرا لازمه‌ی بقای جامعه ارتباط کارآمد بین نهادهای مختلف جامعه است؛ لذا برای افزایش میزان دینداری

لازم است مسئولان، نخبگان، صاحب‌نظران، محققان، کارشناسان و ... در حوزه‌های مختلف با رویکردهای مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... به این مقوله بپردازند و نسبت به کاهش آن چاره‌اندیشی کنند. برای بالا بردن سطح دینداری دانشجویان از شعارهای نمادین باید دست برداشت و اجرای اصل دین و پای‌بندی به شئون اسلامی را عملی ساخت و این جز با درونی کردن اعتقادات دانشجویان به وسیله‌ی برنامه‌های مختلف دانشگاه و استفاده از اساتید مجرب و معتقد در راستای درونی کردن شناخت عمیق دانشجویان از محتوای مقدس اسلام و به‌کارگیری نیروی فکری و توان عملی خود دانشجویان میسر نیست.

پیشنهاد‌های پژوهش

◆ پیشنهاد‌های حاصل از پژوهش

۱- بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش، دانشجویان زن متأهل در مقایسه با دانشجویان زن مجرد دینداری بیشتری را از خود نشان دادند؛ با توجه به این نکته که زنان به عنوان نیمی از جمعیت جوامع بشری، در فرایند جامعه‌پذیری و انتقال فرهنگ دینی به نسل‌های آینده سهم زیادی برعهده دارند، بنابراین تشویق دانشجویان مجرد به ازدواج و فراهم ساختن شرایط و ارائه تسهیلات مناسب و حمایت‌های همه‌جانبه‌ی دولت در جهت انتقال فرهنگ دینی ضروری است.

۲- مطابق یافته‌های پژوهش، استفاده از رسانه‌های جدید می‌تواند در دینداری دانشجویان تأثیرگذار باشد؛ لذا ضروری است ابتدا متخصصان نیازسنجی‌هایی در این باره انجام دهند تا علایق، خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان - به خصوص جوانان - تعیین و اولویت‌بندی شود و بر اساس آن برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های درستی برای تدوین و ساخت برنامه‌های متنوعی انجام داد. با توجه به نقش و نفوذ فوق‌العاده صدا و سیما در دینداری مردم، راه‌ها و لوازم بهینه‌سازی برنامه‌های آن بررسی شود:

- تدوین سیاست و اصول حاکم بر برنامه‌های صدا و سیما؛
- پرهیز از به‌کارگیری انحصاری شیوه‌های تبلیغی مستقیم در دفاع از الگوها و اصول و ارزش‌های دینی؛
- فقدان استفاده‌ی مستمر از سخنرانان و کارشناسان مذهبی خاص و رعایت اصل تنوع و تکثر به منظور توسعه و گسترش طیف مخاطبان برای جذب مخاطبان بیشتر به خصوص دانشجویان؛
- نبود دفاع سطحی و تکراری از مقدسات دینی؛
- پرهیز از عوام‌زدگی و سطحی‌نگری در تحلیل و تشریح موضوعات دینی؛

- تولید و تقویت برنامه‌ها در شبکه‌های ماهواره‌ای و ارائه‌ی نرم‌افزار دینی متناسب با مقتضیات روز؛
 ۳- از آنجا که رضایت از زندگی در بین دانشجویان زن یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در میزان دینداری است، پیشنهاد می‌شود متغیرهای رضایت از زندگی به صورت کارشناسانه شناسایی و بررسی شود و برای تأمین آنها از حمایت‌های دولتی و سازمان‌های غیردولتی بهره گرفت.
 ۴- با توجه به سرعت بالای تغییرات اجتماعی در زمان حال، به‌روز شدن و استفاده از تکنولوژی و فناوری‌های نوین، ارزش‌های دینداری در بین دانشجویان را اشاعه داد. برای نهادینه کردن باورهای دینی در دانشجویان بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی مجازی برای آموزش و نهادینه‌سازی الگوهای ذهنی و رفتاری ضروری است.

◆ پیشنهادهای اجرایی در سطح کلان جامعه

۱. مواردی که لازم است دانشگاه‌ها برای ارتقاء دینداری در دانشجویان انجام دهند، به شرح زیر است:

- تقویت هماهنگی و همکاری‌های حوزه و دانشگاه بر اساس تأکیدات مکرر امام خمینی (ره) و رهنمودهای رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی)؛
- ترجیح رشد کیفی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی عالی با رعایت استانداردهای مورد نظر؛
- پرهیز از «تبلیغ» مستقیم ارزش‌ها و آموزه‌های دینی؛
- تأسیس و تقویت انجمن‌ها و تشکل‌های اسلامی خودجوش دانشجویی؛
- دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به اندازه‌ی زمانی که دانشجویان در این محیط هستند در اعتلای دینداری دانشجویان مسئول‌اند و باید با ارائه‌ی الگوهای حسنه در این مسیر نقش ایفا کنند؛
- حمایت و پشتیبانی مادی و معنوی اساتید و محققان دانشگاهی از پژوهش‌های جامع به منظور «مهندسی هدایت دینی»؛
- اجرای برنامه‌های فرهنگی - آموزشی با رویکرد روان‌شناختی، تربیتی و اجتماعی برای اعتلای دینداری دانشجویان، با هدف گسترش مبانی تبلیغ و ترویج دین به منظور دستیابی به مدل آموزشی متناسب با فرهنگ اسلامی- ایرانی؛
- ۲- تدوین سیاست‌های فرهنگی و تبلیغی و ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌های ذی‌ربط برای ساماندهی نظام تبلیغی کشور.
- ۳- بهترین راه‌کارهای فرهنگ‌سازی دینی بدین شرح است:
- تعریف عملیاتی از «دین»، «ارزش‌های دینی» و «فرهنگ دینی»: ابتدا باید دانشجویان، این توانایی را داشته باشند که ارزش‌ها و معارف دینی را از متن قرآن و سنت استخراج کنند و تعریف دقیق و کاربردی از آن ارائه دهند.

- پیرایش ارزش‌ها و مفاهیم دینی از پیرایه‌های محیطی و اجتماعی و ایجاد دیدگاه مشترک میان بخش‌های فرهنگی نظام درباره‌ی آن.

- برنامه‌ریزی: باید دانست که فعالیت فرهنگی از کجا و با چه روشی آغاز شود. همچنین باید راهی یافت که همواره درستی تصمیم‌ها را تضمین کند. در برنامه‌ریزی باید به این نکته توجه شود که فرهنگ‌سازی دینی به برنامه‌ریزی دراز مدت و استراتژیک نیاز دارد و بر پایه‌ی برنامه‌ی کوتاه‌مدت و انفعالی نمی‌توان فرهنگ جامعه را با دین هماهنگ کرد.

منابع

- ◀ آرون، ریمون ۱۳۸۶ *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه‌ی: محسن ثلاثی، تهران، علمی و فرهنگی.
- ◀ ادیبی سده، مهدی، عباس بحری‌پور و مجتبی بحری‌پور، «بررسی رابطه‌ی بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و میزان دینداری (مطالعه‌ی موردی: دانشجویان دانشگاه کاشان)»، *جامعه‌شناسی جوانان*، دوره ۲، ش ۳، (زمستان، صفحه ۱۳۹۲).
- ◀ برگر، پیتر، بریجیت برگر و هانسفرید کلتز ۱۳۸۱. *ذهن بی‌خانمان، آگاهی و نوسازی*. ترجمه‌ی محمد ساوجی، تهران، نی.
- ◀ توسلی، غلامعباس و ابوالفضل مرشدی. «بررسی سطح دینداری و گرایش‌های دینی دانشجویان امریکبیر». *جامعه‌شناسی ایران*. دوره ۷. ش ۴، (زمستان ۱۳۸۵).
- ◀ حسین‌زاده، علی حسین، عبدالحسین نبوی و چنگیز زندی. «بررسی میزان دینداری و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان»، *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد شوشتر*، سال ۳، پیش ش ۶.
- ◀ حضرتی صومعه، زهرا و سهیلا مبارک ۱۳۹۴. *مبانی جامعه‌شناسی*، تهران، بهمن برنا.
- ◀ جلالی مقدم، مسعود ۱۳۷۹. *درآمدی بر جامعه‌شناسی دین*، تهران، مرکز.
- ◀ دورکیم، امیل ۱۳۸۳. *صور بنیانی حیات دینی*، ترجمه‌ی باقر پرهام، تهران، مرکز.
- ◀ رضادوست، کریم، علی حسین حسین‌زاده و حلیمه مصطفایی دولت‌آباد ۱۳۹۱. «بررسی جامعه‌شناسی برخی از عوامل مؤثر بر میزان دینداری، مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز»، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، دوره ۳، ش ۱۰، (بهار ۱۳۹۱).
- ◀ ساروخانی، باقر ۱۳۸۴. *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ◀ سراج‌زاده، حسن ۱۳۸۴. *چالش‌های دین و مدرنیته*، تهران، طرح نو.
- ◀ شجاعی زند، علیرضا. «مدلی برای سنجش دینداری»، *نامه جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۶، ش ۱، (بهار ۱۳۸۴).

- ◀ غریب، جواد. بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان دینداری دانشجویان دانشگاه آزاد واحد نوشهر. (پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)، (۱۳۹۰).
- ◀ فراستخواه، مقصود ۱۳۷۷. دین و جامعه، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- ◀ فرخی، جواد، محمد زاهدی اصل « بررسی میزان سرمایه اجتماعی با کیفیت زندگی سرپرستان خانوارهای تهران»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۴۹، سال ۱۷، (تابستان ۱۳۸۹).
- ◀ کلاتری، خلیل ۱۳۸۷. پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی، تهران، فرهنگ صبا.
- ◀ گنجی، محمد. تبیین وضعیت دینداری دانشجویان دانشگاه اصفهان، (پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان)، (۱۳۸۳).
- ◀ محسنی، منوچهر و پرویز صالحی ۱۳۸۲. رضایت اجتماعی در ایران، تهران، آرون.
- ◀ موتلو، کیهان. «بررسی عقاید مذهبی دانشجویان دانشگاه آنکارا» ترجمه‌ی غلامرضا غفاری، فرهنگ توسعه، ش ۲۸، (۱۳۷۲).
- ◀ موحد، حمید و احسان حمیدزاده. «رابطه‌ی دینداری و علم‌گرایی زنان: مطالعه‌ی موردی دانشجویان زن دوره‌ی دکتری دانشگاه شیراز»، زن و جامعه، ش ۱، سال اول، (۱۳۸۹).
- ◀ مهدی‌زاده، سید محمد. «رهیافتی انتقادی به فرهنگ و جامعه نو». رسانه. ش ۱، (۱۳۸۵).
- ◀ میرزائی، مهدی. «بررسی جامعه‌شناختی میزان دینداری دانشجویان دانشگاه افسری امام علی (ع) با استفاده از یک مدل بومی»، مدیریت نظامی، ش ۴۲، سال ۱۱، (۱۳۹۰).
- ◀ میرسندسی، محمد. «بررسی میزان و انواع دینداری دانشجویان»، (پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس تهران)، (۱۳۸۳).
- ◀ نوربخش، یونس، محمد مهدی مولایی و حامد طالبیان. «تأثیر انواع رسانه بر دینداری دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور»، مدیریت در دانشگاه اسلامی، سال ۲، ش ۱، (بهار و تابستان ۱۳۹۱).
- ◀ مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، www.ispa.ir (۱۲ آبان ۱۳۹۵).
- Berger, Peter L. (1967). *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*, New York, Doubleday & Co.
- Flere, Sergej & Rudi Klanjsek, (2007). *Social status and religiosity in christian Europe*. department of sociology, Faculty of arts, University of Maribor.
- Hallahmi, B, & Micheal Argyle, (1997). *The psychology of religious behavior*, belief and experience, Londormal and direct helping. Dage.
- Stolz, Jorg (2008). the explanation off religiosity: testing sociological mechanisms empirically. ORS- Working Papers.