



Factors and Impediments to the Relationship between Tehran's Mosque-Going Young Adults (15 to 19 Years Old) and Mosques¹

Mohammad Javad Valizadeh

Assistant Professor, Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law, Secretariat of the Supreme Council of Cultural Revolution, Tehran, Iran. mj.valizadeh@sccr.ir

Abstract

The purpose of the present study is to recognize positive factors as well as influential impediments to the relationship between young adults and mosques. Thus, by focusing on mosque-going youngsters in Tehran, it deals with effective factors and impediments to the sustenance or improvement of the relationship between this group of youngsters and the mosque. The purpose of the research is practical and its method of implementation is quantitative. The research population consisted of 15 to 29 year-old-young adults in Tehran. To determine the research sample, probability sampling and clustering methods were used. The research instrument was a questionnaire. The validity of the questionnaire was confirmed by the "backtest" method of "informal and formal pre-tests" and ... statistical analysis was used to assess the reliability of the measurement tool. The results showed that "favorability of Imam Jamā'a" is a central factor among the causes which enhance the youngsters' relationship with mosque while the respondents' access to useful and attractive cultural products, and "presence of famous figures in the congregational prayer" have the most effect. The findings of the present research confirm the effect of lack of compatibility between mosque functions and people's current needs as a cause of less crowd in mosques and the direct relationship between teaching the prayer and the presence of young adults in the mosque as well as the direct relationship between suitable place, time, and physical facilities and participation rate of young adults.

Keywords: Mosque, Young Adults, Tehran, Prayer.

1. Cite: Valizadeh, M.J. (2023). Factors and Impediments to the Relationship between Tehran's Mosque-Going Young Adults (15 to 19 Years Old) and Mosques. *Research Quarterly of Islamic Education and Training*, 4(1), P.115-138. DOI: 10.22034/riet.2023.13991.1179

Received: 2022/12/30; **Received in revised form:** 2023/02/01; **Accepted:** 2023/03/06; **Published online:** 2023/03/26

© the authors

<http://tarbiatmaaref.cfu.ac.ir/>

Publisher: Farhangian university





عوامل و موانع ارتباط جوانان مسجدر و تهران (۱۵ الی ۲۹ ساله) با مسجد^۱

محمدجواد ولیزاده

استادیار، فقه و مبنای حقوق اسلامی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، تهران، ایران.
mj.valizadeh@sccr.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل ایجابی و نیز موانع اثرگذار بر ارتباط جوانان با مسجد است. لذا، با تمرکز بر جوانان مسجدر و تهران، به بررسی عوامل و موانع تاثیرگذار بر حفظ ارتباط یا افزایش ارتباط این طیف از جوانان با مسجد پرداخته است. این مطالعه از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر شیوه اجرا کمی بود. جامعه پژوهش، جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران بودند. برای تعیین نمونه پژوهش از روش نمونه برداری احتمالی و گونه خوشه بندی استفاده شد. ابزار پژوهش پرسشنامه بود. روایی پرسشنامه با استفاده از «آزمون مقدماتی» در دو مرحله «پیش آزمون غیررسمی» و «پیش آزمون رسمی» تایید شد و برای محاسبه میزان پایایی ابزار اندازه گیری از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج نشان داد که «مطلوب بودن امام جماعت» در میان عوامل افزایش ارتباط با مسجد محوریت دارد؛ چنانکه عوامل سه گانه «مطلوبیت ساختمان و امکانات مسجد»، «دسترسی خانواده ها و جوانان به محصولات فرهنگی مفید و جذاب» و «حضور چهره های مشهور در نماز جماعت» پائین ترین تاثیر را در بین عوامل دارند. یافته های پژوهش حاضر تاثیر تناسب نداشتن کارکردهای مسجد با نیازهای فعلی مردم به عنوان علل خلوت بودن مساجد و نیز وجود رابطه مستقیم بین آموزش نماز با میزان حضور جوانان در نماز و وجود رابطه مستقیم بین مکان، زمان و امکانات فیزیکی مناسب با میزان مشارکت جوانان را تایید می کند.

کلیدواژه ها: مسجد، جوانان، تهران، نماز.

۱. **استاد به این مقاله:** ولیزاده، محمدجواد (۱۴۰۲). عوامل و موانع ارتباط جوانان مسجدر و تهران (۱۵ الی ۲۹ ساله) با مسجد. پژوهش در

آموزش معارف و تربیت اسلامی، ۴(۱)، ص ۱۱۵-۱۳۸. DOI: 10.22034/riet.2023.13991.1179

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۹؛ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۰۱/۰۶



۱. مقدمه

ارتباط انسان با مسجد و به ویژه ارتباط جوانان با این نهاد مقدس، نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت است (ابن بابویه، ۱۴۱۷ق، ص ۹۳؛ ۱۴۰۳ق، ص ۳۴۳؛ ۱۳۷۵ق، ص ۲۷؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱، ص ۲۲۲؛ نهج البلاغه، نامه ۳۱). ارتباط با مسجد سبب آشنایی با رفتارهای مطلوب دینی و الگوگیری از انسان‌های صالح، سبک زندگی و اندیشه‌ها و افکار اسلامی می‌شود؛ همچنین با توجه به کارکردهای مسجد، باعث آگاهی‌بخشی و معرفت‌دهی شده و بین آنها و مسجد، علقه و ارتباط وثیق قلبی ایجاد می‌نماید و از دین و مسجد، ذائقه‌آفرینی مثبت و جذابی در ذهن و فکرشان پدید می‌آورد (امام خمینی، ۱۳۸۵، ج ۷، ص ۶۵؛ ج ۱۲، ص ۵۰۰؛ ج ۲۰، ص ۳۳۸؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹، ۱۳۸۹/۰۴/۲۰، ۱۳۹۰/۰۷/۲۰).

در این راستا، کم و زیاد شدن ارتباط جوانان با مسجد (با تمرکز بر جوانان مسجدر و در این تحقیق)، معلول عواملی است که وجود داشتن و نداشتن و افزایش و کاهش آنها سبب تغییر در متغیر مستقل (یعنی میزان ارتباط با مسجد) می‌شود و لازم است مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی به صورت دوره‌ای و موردی، این عوامل و میزان و نوع اثرگذاری آن را رصد نمایند تا با شناسایی عوامل و وضعیت کمی و کیفی آنها و نیز اولویت‌سنجی اثرگذاری آنها، نسبت به ارتقاء، اصلاح و یا حذف آنها، برنامه‌ها و تصمیمات لازم را اتخاذ نمایند.

در خصوص تمرکز بر نظرات جوانان مسجدر و قابل ذکر است که هرچند نظرات جوانان غیرمسجدری نیز مهم بوده و قابل تأمل و بررسی است، لیکن تجربه زیسته جوانان مسجدر و در ارتباط با افراد مسجدری که تحت تاثیر یک سری عوامل و موانع، ارتباطشان با مسجد کم و زیاد شده است، قابل توجه بوده و ارزش رصد و بررسی مجزا و جداگانه دارد. در واقع هرچند نظرات جوانان غیرمسجدری از یک منظر ناظر به واقعیت است و دلایل عدم ارتباط‌گیری «جوانان غیرمسجدری» را با مسجد بازگو می‌کند، اما نظرات «جوانان مسجدر و» نیز ناخواسته به بخش مهم دیگری از واقعیت اشاره دارد و آن، دلایل کم و زیاد شدن ارتباط «جوانان مسجدری» با مسجد و برجسته‌سازی آنها است؛ و این چیزی است که در تحقیقات و بررسی‌های فعلی که به صورت کلی، ارتباط مطلق «جوانان با مسجد» و علل افزایش و کاهش ارتباط همه «جوانان با مسجد» را مورد بررسی قرار داده‌اند، به محاق رفته و مورد توجه لازم قرار نگرفته است.

بنابراین، مسئله تحقیق حاضر آن است که چه عواملی بر ارتباط جوانان مسجدر و با مسجد اثرگذار هستند. به بیانی تفصیلی، عمده‌ترین عوامل ایجابی و نیز موانع اثرگذار بر ارتباط جوانان مسجدر و با مسجد بر حسب اولویت و میزان تاثیر هر کدام، چه مواردی هستند؟

این تحقیق را تحت عنوان نیازسنجی نیز می‌توان مطرح ساخت؛ زیرا به بررسی آن دسته از نیازهای ارتباطی جوان مسجدرو با مسجد می‌پردازد که برآورده شدن آنها سبب افزایش ارتباط این طیف و سنخ از جوانان با مسجد خواهد شد.

از طرفی آنچه به این تحقیق، ضرورت می‌بخشد، تحولات امروز جامعه جهانی و از جمله کشور ما (در دو سه دهه اخیر) و افول گرایش‌ها و رفتارهای دینی - ولو به صورت مختصر - در جوانان مذهبی و مسجدرو است؛ به طوری که در حوزه مسجد، شاهد کم‌رنگ شدن ارتباط جوانان مسجدرو با مسجد هستیم و روند نزولی این ارتباط مشاهده می‌شود (ن. ک: پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۱۳۷۹، ۱۳۸۲، ۱۳۹۴؛ پیمایش ملی دینداری ایرانیان و رفتارهای فرهنگی ایرانیان، ۱۳۹۵؛ پیمایش رفتارهای فرهنگی ایرانیان، ۱۳۹۸؛ پیمایش ملی گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی ایرانیان، اسدی و گودرزی، ۱۳۸۳). به عنوان نمونه، در پیمایش ملی سنجش دینداری ایرانیان (۱۳۹۵) که به روش خوداظهاری انجام شد، پاسخ‌گویان در پاسخ به میزان اقامه نماز به جماعت در مسجد یا اداره، صرفاً ۲۲/۶ درصد گزینه‌های «زیاد» و «خیلی زیاد» را انتخاب نمودند و ۴۹/۴ درصد گزینه‌های «هیچ» و «کم» و ۲۷/۲ «تاحدودی» را اعلام کرده‌اند.

لازم به ذکر است در این تحقیق «جوان»، شامل تمام افرادی می‌شود که در بازه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال و البته در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران زندگی می‌کنند. این تعریف از جوان علاوه بر سازمان ملی جوانان (ر.ک.: تعریف جوان در مصوبات جلسه ۲۳ شورای عالی جوانان، ۱۳۸۴/۲/۷)، مبنای عمل مرکز آمار ایران در آمارهای مربوط به اشتغال و بیکاری است (ن. ک.: گزارش‌های فصلی و سالی مرکز آمار ایران در موضوع اشتغال و بیکاری، ۱۳۹۰). برحسب آخرین سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، جوانان (۱۵ تا ۲۹ ساله) ۲۵ درصد، معادل ۲۰ میلیون نفر از جمعیت کشور می‌باشند. همچنین منظور از «مسجد» از حیث تعریف عملیاتی، به هر مکان مقدسی که نماز جماعت در آن برگزار می‌گردد و فعالیت‌های دینی همچون معرفت‌بخشی نسبت به آموزه‌های دینی صورت می‌گیرد، اطلاق می‌شود. لذا، مفهوم «مسجد» در این تحقیق، شامل مساجد، حسینیه‌ها، حرم‌های مطهر ائمه (ع)، امام‌زادگان، نمازخانه‌های مدارس و ادارات و خوابگاه‌ها و امثال ذلک است. این تحقیق از نوع میدانی بوده، و جامعه آماری مورد مطالعه جوانان مسجدرو ای هستند که حسب گزینه‌های سوال اول و دوم پرسشنامه، «هر روز» یا «چند روز یکبار» و یا «هفته‌ای یکبار» در نماز جماعت مسجد شرکت می‌کنند. همچنین عبارت «ارتباط»، به مفهوم حضور در مسجد است (البته صرفاً از طریق حضور در نماز جماعت محقق نمی‌شود، بلکه شرکت در سایر فعالیت‌های مسجد نیز حضور در مسجد و ارتباط با آن را محقق می‌سازد).

۲. پیشینه تحقیق

در موضوع ارتباط جوانان با نهادهای دینی و مسجد و نیز سنجش میزان آن و علل و عوامل تأثیرگذار بر قلت و یا کثرت این ارتباط، تحقیقات متعددی صورت گرفته، لیکن با اندکی دقت مشخص می‌شود که تحقیقات مستقیم و مرتبط در این حوزه آنچنان که به نظر می‌آید، انجام نشده است. با این توضیح که:

الف) بخش معظمی از تحقیقات صورت گرفته، صرفاً مربوط به علل و عوامل گرایش «نوجوانان» و منحصرأً «دانش‌آموزان دبیرستانی» است و نه «جوانان» در همه گروه‌های سنی آن.

ب) اغلب تحقیقات صورت گرفته مربوط به قشر تحصیلکرده از جوانان، یعنی دانش‌آموزان دبیرستانی و یا دانشجویان است و چنان نیست که فراگیری لازم را برای جوانان غیر محصل و غیردانشجو داشته باشد.

ج) بیش از نصف تحقیقات انجام شده در خصوص عوامل رفتن به «نماز» در نمازخانه مدرسه بوده و حال آنکه ارتباط داشتن با نهاد «مسجد» و آمد و شد با آن، دارای خروجی و بروندهای متفاوت و فراتر از آنچه در این تحقیقات صورت گرفته، می‌باشد.

د) این سنخ از تحقیقات حدود دو دهه پیش و با فارغ شدن از جنگ تحمیلی و مدتی بعد از رواج مباحث مربوط به تهاجم فرهنگی، شیوع بیشتری داشت، ولی با گذشت زمان، رفته‌رفته کم‌رنگ شده، به طوری که در سال‌های اخیر به ندرت می‌توان تحقیقی در این خصوص یافت.^۱

با این ملاحظات، در مقام احصاء پیشینه تحقیق می‌توان موارد ذیل را ذکر نمود:

سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۷۴)، در مطالعه‌ای نظری به بررسی علل کاهش حضور مردم در مساجد پرداخت که مبنای نظری این مطالعه، دیدگاه کارکردگرایی است. در این تحقیق از تغییر نیازهای

۱. در اثبات آنچه ادعا شد، قابل ذکر است که حسب بررسی و جستجویی که در کتب، مقالات و طرح‌های پژوهشی سامانه‌های کتابخانه ملی، ایراندک، نورمگز و آدینه‌بوک صورت گرفت، از میان انبوه موارد یافت شده، صرفاً ۴۱ مورد پژوهش با روش تحقیق میدانی و در موضوع عوامل مؤثر بر افزایش و کاهش ارتباط با نماز و مسجد یافت شد. از این میان، اولاً، ۲۵ مورد (بیش از حدود ۶۰ درصد) صرفاً مربوط به علل و عوامل گرایش «نوجوانان» و «دانش‌آموزان دبیرستانی» است و نه «جوانان» در همه گروه‌های سنی آن. ثانیاً، ۳۴ مورد (حدود ۸۴ درصد) مربوط به قشر تحصیلکرده از جوانان، یعنی دانش‌آموزان دبیرستانی و یا دانشجویان است و فراگیری لازم را برای جوانان غیر محصل و غیردانشجو ندارد. ثالثاً، ۳۵ مورد (حدود ۸۶ درصد) در موضوع عوامل مؤثر بر نماز خواندن و یا رفتن به «نماز» در نمازخانه هستند و صرفاً ۵ مورد از آنها به ارتباط داشتن با نهاد «مسجد» و آمد و شد داشتن با آن، پرداخته‌اند. رابعاً، ۲۸ مورد پژوهش‌ها (حدود ۶۸ درصد) در دهه ۷۰ و ۸۰ و یکی دو سال اول دهه ۹۰ انجام شده‌اند و در سال‌های اخیر، پرداختن به این موضوع کم‌رنگ شده است.

مردم و نداشتن تناسب کارکردهای مسجد با نیازهای فعلی مردم، به عنوان علل خلوت بودن مساجد در حال حاضر یاد شده است.

همچنین سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۷۶)، در پژوهشی مسئله حضور جوانان تهران در مسجد، وضع مساجد موجود از دیدگاه جوانان و نگرش جوانان درباره مساجد را بررسی کردند. این تحقیق توصیفی، به روش پیمایشی و با استفاده از پرسش‌نامه، در مورد یک نمونه ۶۵۰ نفری شامل جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله انجام شد. نتایج نشان داد که میزان رفتن والدین به مسجد، بر میزان حضور جوانان تأثیر مثبتی دارد و مردان بیش از زنان در مساجد حضور می‌یابند (۶۶/۶ درصد، در مقابل ۶۱ درصد).

کردستانی (۱۳۸۲) نیز در تحقیقی عوامل مؤثر بر پایین بودن میزان ارتباط جوانان با مساجد در استان کرمان را در مورد نمونه آماری ۹۰۰ نفری از جوانان ۱۶ تا ۲۵ ساله، طی ۱۰ سال بررسی کردند. نتایج نشان داد، هرچه افراد نگرش موافق‌تری درباره استفاده ابزاری از مسجد داشته باشند، میزان ارتباطشان با مسجد بیشتر خواهد بود و گرایش دینی عرفی نیز از طریق همین متغیر و به صورت غیرمستقیم بر میزان ارتباط با مسجد تأثیری مثبت دارد. میزان ارتباط با نهادهایی که ما از آن‌ها به نام نهادهای رقیب مسجد یاد می‌کنیم، تأثیری مثبت بر میزان ارتباط فرد با مسجد دارد و در واقع، نوعی رابطه خطی میان این دو برقرار است؛ یعنی نهادهایی همچون حسینیه، نمازخانه، مهدیه و امثال آن به علت آنکه کارکردهایی مشابه مسجد دارند. همچنین دینداری مدرن بر متغیر وابسته تأثیرگذار است، به این ترتیب که هرچه سطح تحصیلات فرد بالاتر باشد، دینداری وی مدرن‌تر خواهد بود.

در این راستا، صدا و سیما جمهوری اسلامی (۱۳۷۶) در یک نظرسنجی با عنوان «مسجد پایگاه تحقیق و نوسازی معنوی»، به سنجش نگرش جوانان تهرانی درباره مسجد، حضور در مسجد و نارسایی‌های مسجد پرداخته است. این تحقیق که از نوع توصیفی است، به روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه، در مورد ۶۵۰ جوان تهرانی انجام شده است. نتایج حاکی از این است که حدود ۲۰ درصد آنها به ندرت به مسجد می‌روند و ۳۰ درصد هیچ‌گاه به مسجد نمی‌روند. همچنین با افزایش سطح تحصیلات، میزان حضور افراد در مسجد کاهش یافته است. دختران هم کمتر از پسران به مسجد می‌روند.

نصر و همکاران (۱۳۸۷)، در پژوهشی با عنوان «بررسی فراتحلیلی عوامل مؤثر بر جذب و شرکت دانش‌آموزان در نماز جماعت مدارس»، با استفاده از روش فراتحلیل، مجموعه‌ای از عوامل مؤثر بر جذب و شرکت دانش‌آموزان در نماز جماعت مدارس را بررسی کردند. نتایج در قالب ۲۶ عامل، در ۷ مقوله دسته‌بندی شدند. مقوله‌های هفت‌گانه عبارتند از: عوامل فردی، خانوادگی، انسانی درون

مدرسه‌ای، فیزیکی درون مدرسه‌ای، سایر عوامل مدرسه‌ای، همسالان و محیط. از میان عوامل فردی، میزان آشنایی با احکام نماز و همچنین گرایش‌های مذهبی دانش‌آموزان، میانگین وزنی بالاتری داشته است. در میان عوامل خانوادگی، شغل والدین و وضعیت اعتقادی خانواده، میانگین وزنی بیشتر دارد. از میان عوامل آموزشی انسانی درون مدرسه‌ای، نقش حضور مربی خودساخته و فعال تربیتی در مدارس، پررنگ‌تر از سایر عوامل بوده است، جالب اینکه بیشترین واریانس در این مورد مشاهده شده است. سایر عوامل عبارتند از: روابط صمیمانه میان دست‌اندرکاران مدرسه و دانش‌آموزان و اهمیت دادن به دانش‌آموزان. نقش عوامل فیزیکی مربوط به نمازخانه دارای میانگین وزنی بالایی بوده و امکانات و محیط فیزیکی نمازخانه مدرسه در میزان شرکت دانش‌آموزان در نمازجماعت بسیار مؤثر است. وضعیت اعتقادی دوستان نیز از جمله عواملی است که تحت عنوان نقش گروه همسالان همواره در مباحث روانشناختی مطرح بوده است. از میان عوامل اجتماعی، تبلیغات رسانه‌های گروهی، میانگین وزنی قابل توجهی داشت.

۳. مبانی نظری

نظریه‌های متعددی در تحلیل کنش و رفتار عرضه شده‌اند که عمده‌ترین آنها عبارتند از: نظریه‌های مبادله هومنز^۱ (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱، ص ۲۴۷؛ ریتزر، ۱۳۷۹، ص ۴۱۴؛ ترنر، ۱۳۸۲، ص ۳۰۳ - ۳۰۵؛ توسلی، ۱۳۷۲، ص ۵-۴۰۳)، کنش‌های اجتماعی (همیلتون، ۱۳۷۹، ص ۱۱۹؛ ادیبی، ۱۳۵۴، ص ۱۳۱)، نظام اجتماعی فرهنگی با رویکرد «اتیک^۲ و امیک^۳» (فکوهی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۳-۱۲۴؛ گیویان، ۱۳۸۶، ص ۱-۲۷)، سلسله مراتب نیازهای «مازلو»^۴ (کریمی، ۱۳۸۴، ص ۱۷۲)، عوامل بهداشت روانی و انگیزاننده‌ها (عسکریان، ۱۳۸۳، ص ۶۵؛ هرسی و بلانچارد، ۱۳۷۵، ج ۱، ص ۳۳۲)، نظریه انگیزشی کار (گریفین و مورهد، ۱۳۸۳، ص ۱۲۵)، نظریه نیازهای «دیوید مک کللند»^۵ (رابینز، ۱۳۸۵)، نظریه انتظار از «ویکتور روم»^۶ (آرتور فینچ و همکاران، ۱۳۷۹، ج ۲، ص ۷۷۹)، نظریه تقویت رفتار «برس فردریک اسکینر»^۷

-
1. George Casper Homans
 2. Etic
 3. Emic
 4. Maslow
 5. David McClelland
 6. Victor Vroom
 7. Burrhus Frederic Skinner

(کاپلان، ۱۳۷۶، ج ۱، ص ۲۶۴).

در این تحقیق بدلیل تجانس بیشتر نظریه مبادله هومنز با موضوع مدنظر، این نظریه مبنای کار قرار گرفت. درواقع باید نظریه‌ای انتخاب می‌شد که در بررسی عوامل و موانع ارتباط با مسجد، اولاً بیشتر بر «تحلیل» و «تبیین» رفتار توجه داشته باشد تا «توصیف»؛ ثانیاً شمولیت داشته باشد و ورای رفتار افراد با همدیگر، رفتار فرد با نهادها و گروه‌ها را نیز بتواند تبیین نماید و ثالثاً، توان تحلیل جنبه اجتماعی رفتار و کنش را داشته باشد؛ این ویژگی‌ها در نظریه مبادله بیش از سایر نظریه‌ها بروز و ظهور یافته است. در نظریه مبادله، هومنز از سطح مبادله فرد با دیگری فراتر رفته و مسأله نهادها، گروه‌ها و زیرنهادها را هم مورد بررسی قرار داده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱، ص ۲۴۷؛ ریتزر، ۱۳۷۹، ص ۴۱۴). از طرفی هدف هومنز، تبیین رفتار و نه توصیف آن است؛ وی تلاش دارد تا در نهایت بگوید تبیین رفتار براساس متغیرهای وابسته به تأمل، احساس، عاطفه و فعالیت صورت می‌گیرد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱، ص ۲۵۰). ایشان برای رفتار اجتماعی چندین خصوصیت را برمی‌شمرد، که عبارتند از: الف) رفتار باید اجتماعی باشد؛ یعنی وقتی يك شخص در يك موقعیت خاص دست به کنش می‌زند، در مقابل فرد دیگر قرار گرفته باشد؛ ب) توأم بودن عمل اجتماعی با پاداش یا مجازات فرد دوم؛ عمل اجتماعی با پاداش یا مجازات فرد دوم، نه شخص دیگری که در موقعیت عمل نبوده است، توأم باشد؛ ج) عمل و رفتار باید واقعی باشد؛ و تنها آنچه که در کتاب، نوشته‌ها و اقوال وجود دارد، ملاک نیست (همان، ص ۲۵۱).

هومنز در تبیین رفتار انسان‌ها قضایای عامی را به شرح ذیل مطرح می‌نماید: قضیه موفقیت، قضیه انگیزه، قضیه ارزش، قضیه محرومیت - سیری، قضیه پرخاش (تجاوز) - تأیید (توسلی، ۱۳۷۲، ص ۴۰۳-۴۰۵). هومنز سعی دارد قضایای نظریه مبادله را در تبیین انواع رفتارهای اجتماعی، اعم از رفتارهای ساده بین دو نفر یا رفتارهای نهادی شده بسیار پیچیده گروهی به‌کار گیرد و از طریق استنتاج منطقی، پدیده‌هایی مانند تأثیر افراد بر یکدیگر، قدرت، احترام، رقابت و هم‌نواپی را تبیین کند (همان، ص ۴۰۵).

البته نظریه هومنز به مانند سایر نظریه‌ها نواقصی دارد و به نادیده گرفتن هنجارها و ارزش‌هایی که به‌گونه‌ای نمادین به روابط تبدیلی شکل می‌بخشند، متهم شده است (ریتزر، ۱۳۷۹، ص ۴۲۳). همچنین پارسونز^۱ می‌گوید که هومنز اصول رفتاری عام موجودات را در مورد انسان به‌کار برده است،

در حالی که این اصول رفتاری نمی‌تواند کیفیت رفتار انسان‌ها را تبیین کند (اسکیدمور، ۱۳۷۲، ص ۱۰۲). رفتارهای انسان‌ها صرفاً براساس جنبه حساب و کتاب، و سود و هزینه نیستند و عناصر به ظاهر غیرعقلانی و احساسی نیز تأثیر عمده‌ای در کنش‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره دارند؛ این جنبه از عوامل تأثیرگذار تا حدودی از دید نظریه‌پردازان رویکرد مبادله مورد غفلت قرار گرفته است.^۱

حسب این انتقادات، مولفه‌های مربوط به عوامل و موانع ارتباط با مسجد، با تلفیقی از نظریه مبادله هومنز و نیز گزاره‌های معتبر دینی و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و اندیشمندان اسلامی، بویژه امام خمینی و مقام معظم رهبری در مورد مسجد شناسایی شدند (۱۱۰ آیه قرآن کریم که تفصیل آن قابل ارائه می‌باشد، کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۳، ص ۳۶۸، ج ۴، ص ۲۲۵-۲۲۶، ج ۵، ص ۳۱۴، ۱۲۴، ج ۶، ص ۴۳۹، ج ۸، ص ۱۷۴؛ ابن بابویه، بی‌تا، ج ۱، ص ۲۳۵، ۴۷۴؛ ۱۴۰۳ق، ص ۱۲۰؛ ۱۳۷۵ق، ص ۱۸؛ ۱۳۶۱، ص ۲۶۶؛ ۱۳۸۵ق، ج ۱، ص ۲۴۶؛ نهج‌البلاغه، خطبه‌های ۱۰۸، ۲۰۳، ۲۲۵، قصار ۱۴۷، ۱۳۱۹؛ معتزلی، ۱۴۰۴ق، ج ۲۰، ص ۲۷۲؛ نوری، ۱۴۰۹ق، ج ۱، ص ۱۴۶؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲، ص ۱۰۵، ج ۳، ص ۲۸۱، ج ۷۲، ص ۵۸، ج ۱۰۳، ص ۲۵؛ ابن هشام، ۱۳۸۳ق، ج ۴، ص ۸۶۵؛ حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۲۴۳؛ امام خمینی، ۱۳۸۵، ج ۷، ص ۶۵؛ ج ۱۲، ص ۵۰۰؛ ج ۱۸، ص ۵۲، ج ۲۰، ص ۳۳۸؛ مقام معظم رهبری، ۱۳۶۸/۴/۲۳، ۱۳۶۸/۱۱/۲۰، ۱۳۷۰/۱۲/۱۴، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹، ۱۳۸۹/۰۴/۲۰، ۱۳۹۰/۰۷/۲۰) که شامل چهار مولفه اصلی: «مطلوبیت امام جماعت»، «وجود مسجد مجهز و دسترسی به آن»، «فعالیت‌های فرهنگی مسجد» و «رفتار نمازگزاران» است. سپس مؤلفه‌های مذکور ریزتر شده و «عوامل و موانع» زیر شناسایی شدند: «آگاهی و شناخت از معارف و آموزه‌های دینی و از نماز و مسجد»، «ارتباط عملی با مسجد از دوران کودکی و تربیت عملی خانواده و مدرسه از کودکی

۱. اساساً نظریات غربی در حوزه رفتارشناسی، روانشناسی رفتاری و یا جامعه‌شناسی رفتاری، تحت جهان‌بینی مادی و با نگاه متفاوتی به انسان و جهان و نیازها و منافع وی عرضه شده‌اند (شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی آموزش و پرورش، ۱۳۹۰). مثلاً در تحلیل و سنجش رفتار «ارتباط با مسجد»، براساس نظام فکری «هزینه و سود» در برآورده‌سازی یک «نیاز» مادی دنیوی، تعبیر و تفسیر می‌شوند؛ حال آنکه در جهان‌بینی دینی، رفتارها لزوماً برآمده از نیاز مادی و دنیوی نیستند. بخش قابل توجهی از رفتارهای انسان در جامعه دینی، خارج از تئوری «نیاز» بوده و برای نیل به سعادت و یا سود و منفعت غیرمادی است. بخشی از رفتارها برخاسته از فضائل اخلاقی و به اقتضاء و برآمده از سرشت انسانی است، چنانکه می‌فرماید: «خدایا، تو را به جهت ترس از عذابت و طمع در بهشت، عبادت نکردم، بلکه تو را شایسته عبادت یافتم و آنگاه به عبادت تو برخاستم» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۱، ص ۱۴).

برای حضور در مسجد»، «ارتباط قلبی و عاطفی عوامل مسجد (مانند امام جماعت، مأمومین و خادم مسجد) با جوانان»، «عملکرد الگوهای مرجع جوانان (اعم از الگوهای داخل مسجد همچون امام جماعت و خارج مسجد همچون شخصیت‌های اجتماعی)»، «آمادگی روحی خود جوانان (متأثر از محیط‌های گذران اوقات فراغت و نیز رفتارهای صالح یا ناصالح آنها)»، «ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر محیط زندگی فرد و جامعه»، «شرایط اجتماعی و اقتصادی خود فرد و نیز جامعه»، «عملکرد متولیان جامعه و بویژه دین‌آموزان و میزان به دور بودن رفتار و گفتار آنها از تناقض»، «معیشت و کسب روزی حلال یا احیاناً شبهه‌ناک بودن آن توسط جوانان و خانواده‌های آنها»، «وجود مسجد مجهز و در دسترس برای جوانان»، «نوع و میزان فعالیت‌های ترویجی (از سوی امام جماعت، هیأت امناء، نهادهای فرهنگی داخل مسجد و عوامل خارج از مسجد همچون رسانه‌ها)»، «دوری از رفتارهای انحصارطلبانه و مالک‌مآبانه و متقابلاً مشارکت‌دهی جوانان در فعالیت‌های مسجد». ^۱ در ادامه، به تدوین «سنجه‌ها» پرداخته شد و ۱۷ «سنجه» مبتنی بر «مولفه‌ها» و «عوامل و موانع»، برای سنجش اهداف مدنظر آنها شناسایی و طراحی شد ^۲ (سنجه‌ها در ادامه معرفی می‌شوند).

به منظور اعتباربخشی به «مولفه‌ها» و «عوامل و موانع»، طی چند مرحله آنچه استخراج شده بود، در اختیار تعدادی از صاحب‌نظران و خبرگان دانشگاهی و دستگاهی و نیز مدیران و فعالان حوزه مسجد قرار گرفت و پیشنهادات و نظرات علمی و تجربی آنها اعمال گردید و جرح و تعدیل‌های لازم در «مولفه‌ها» و «عوامل و موانع» صورت گرفت.

۱. در تبیین استخراج مولفه‌ها براساس نظریه هومنز، قابل ذکر است که: مطابق «قضیه پاداش» هومنز، فرد جوان در صورت بوجود آمدن «عوامل» یاد شده، سود بیشتری کسب می‌کند (سود اعم از مادی و روانی و معنوی). لذا، احتمال بیشتری می‌رود که عمل مبتنی بر آن «عوامل» را انجام دهد و تکرار نماید. از طرفی، مطابق «قضیه پرخاشگری و تأیید» هومنز، در اثر وجود «موانع» ذکر شده، جوانی که احساس می‌کند سرش کلاه رفته است (بدلیل درک نواقص و تعارض‌های رفتاری و گفتاری و احساس غیرمنصفانه بودن انتظارات)، احتمالاً رفتاری منفی و هیجانی از خود نشان می‌دهد. به طور کلی، جوانان در صورت وجود «عوامل» یاد شده، با مسجد ارتباط برقرار کرده و این ارتباط را تکرار می‌کنند، تا به پاداش معینی دست یابند و یا از هزینه و خسارتی رها شوند (پاداش و خسارت اعم از مادی و روانی و معنوی). لذا، نظریه هومنز را می‌توان به عنوان نظری خلاصه کرد که کنشگر را یک سودجوی عاقل می‌انگارد.

۲. لازم به ذکر است آنچه در تدوین سنجه‌ها مدنظر قرار گرفت، صرفاً عوامل و موانع درون مسجد بودند و عوامل خارج از مجموعه مسجد، مانند عوامل اجتماعی و اقتصادی مورد توجه قرار نگرفتند؛ زیرا تحت اختیار مسجد و نهادهای مدیریت‌کننده مسجد نیستند و مسجد نمی‌تواند کار چندانی در خصوص آنها انجام دهد و لذا پرداختن به اینها، طرح را از هدف و صبغه عملیاتی و کاربردی خود که توجه به عوامل درون مسجد و تقویت آنهاست، دور می‌ساخت.

جدول ۱ - فهرست صاحب نظران مورد استفاده

ردیف	نخبگان و خبرگان مورد استفاده در بررسی «مولفه‌ها» و «عوامل و موانع»	تعداد
	صاحب نظر و خبره (پژوهشگر و محقق) در حوزه مسجد	۶ نفر
	محقق و پژوهشگر در حوزه دین و فعالیت‌های فرهنگی	۳ نفر
	مسئولان حوزه مسجد در سطح مدیرکل و به بالا	۴ نفر
	کارشناس مسئول خبره در دستگاه‌های متولی مسجد	۷ نفر
	مسئولان و کارشناسان عالی دستگاه‌های فرهنگی	۴ نفر
	عوامل فعال در مسجد (امام جماعت، هیأت امنا، خادم، نمازگزاران)	۸ نفر
	مجموع	۳۲ نفر

در بیان فرضیه کلی تحقیق می‌توان گفت که: به نظر می‌رسد عوامل احصاء شده در پاراگراف قبلی، با حضور در مسجد ارتباط دارند و کم و زیاد شدن آنها در میزان افزایش یا کاهش ارتباط جوانان مسجدر و با مسجد مؤثر است.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی - پیمایشی بوده و از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. همچنین از روش مقطعی^۱ برای ابزار پرسشنامه (گردآوری داده‌ها درباره عوامل و موانع تأثیرگذار بر ارتباط جوانان مسجدر و تهران با مسجد) بهره گرفته شده است.

به این دلیل از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است که از نظر تعداد سؤالات و دامنه آن، انعطاف پذیری بیشتری نسبت به مصاحبه وجود داشت و از طریق آن با گروه وسیع‌تری در جامعه تماس گرفته شد و اطلاعات وسیع و قابل اعتمادتری بدست آمد.

جامعه آماری تحقیق به دلیل محدودیت‌های مالی و زمانی، جوانان ۱۵ الی ۲۹ ساله شهر تهران در محدوده مناطق ۲۲ گانه هستند. گفتنی است این جامعه آماری اعم از جوانان زن و مرد، دانشجویان و غیردانشگاهی، متأهل و مجرد، سرباز و شاغل و بیکار، دانش‌آموز و غیردانش‌آموز بوده و همه را شامل می‌شود. در خصوص نمونه آماری، به نمونه‌برداری و انتخاب تعداد کافی از میان اعضای جامعه آماری اقدام شد، تا با مطالعه گروه نمونه و کشف خصوصیات یا ویژگی‌های آزمودنی‌های آن بتوان عوامل و موانع تأثیرگذار در «ارتباط جوانان مسجدر و نمونه شهر تهران با مسجد» را به کل اعضای جامعه جوانان

مسجدرو شهر تهران تعمیم داد. در این مرحله گروه نمونه به صورتی انتخاب شد که معرف جامعه آماری بوده و ویژگی‌های آن را دربرداشته باشد. برای این کار اولاً حجم نمونه به حد کافی بزرگ در نظر گرفته شد و ثانیاً طرح نمونه‌برداری مناسبی انتخاب گردید. لذا، حجم ۶۵۸ واحد نمونه، که می‌توانست به شکل مناسبی گویای خصوصیات جامعه آماری باشد، انتخاب شد.

حسب اقتضانات پژوهش حاضر و جامعه آماری آن، در این پژوهش از طرح نمونه‌گیری احتمالی و خوشه‌بندی استفاده شده است. دلیل استفاده از طرح نمونه‌برداری احتمالی آن بود که در نظر بود که اعضای جامعه شانس یا احتمال شناخته شده یکسانی برای بیان عوامل و موانع داشته باشند و نیز گروه نمونه خاصیت تعمیم‌پذیری برای کل جامعه آماری داشته باشد. دلیل استفاده از گونه خوشه‌بندی نیز آن بود که امکان تعیین چهارچوبی برای جامعه آماری وجود نداشت و این امکان وجود نداشت که نمونه مورد نیاز را به روش‌های احتمالی ساده یا طبقه‌بندی شده انتخاب کرد. بر این اساس جامعه آماری به خوشه‌های مناسب تقسیم‌بندی شد: خوشه‌هایی متشکل از اعضای جامعه آماری که اعضای هر خوشه از شباهت و تجانس بیشتری با همدیگر برخوردارند و متقابلاً تفاوت و عدم تجانس بیشتری با جامعه آماری سایر خوشه‌ها دارند.

برای این کار لازم بود که مناطق ۲۲ گانه تهران در ذیل چند خوشه - که سه خوشه در نظر گرفته شد - قرار گیرند، خوشه‌هایی که جوانان مسجدرو در مناطق مختلف هر خوشه، از جهات مختلف، همسان و یا نزدیک به هم باشند. لذا، از مدل «رده‌بندی مناطق شهر تهران» که در تعداد زیادی از تحقیقات مبنا قرار گرفته بود، استفاده شد (رفیعیان و شالی، ۱۳۹۱). حسب این مبنا، مناطق ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۷ و ۱۱ به عنوان خوشه اول، مناطق ۴، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۲۱ و ۲۲ خوشه دوم و نیز مناطق ۹، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۰ به عنوان خوشه سوم انتخاب شدند.

از آنجایی که در نظر بود که قابلیت تعمیم‌پذیری نمونه‌ها بالا برود، تصمیم بر آن شد که همه نمونه‌های یک خوشه از یک منطقه جمع‌آوری نشود، بلکه در هر خوشه، سه منطقه انتخاب شدند، منطقه‌هایی که دارای رتبه بالاترین، پایین‌ترین و میانه خوشه باشند. لذا، مناطق ۲ (بالاترین رتبه)، ۳ (میانه) و ۱۱ (پایین‌ترین رتبه) در خوشه اول انتخاب شدند، اما در خوشه دوم، چون در نظر بود که مناطق انتخاب شده به لحاظ رتبه به هم پیوسته نباشند، بالاترین و پایین‌ترین انتخاب نشد (چون به عنوان نمونه، رتبه ۸ که بالاترین رتبه خوشه دوم بود، با رتبه ۷ که پایین‌ترین رتبه خوشه اول بود و قبلاً انتخاب شده بود، هیچ فاصله‌ای نداشت. لذا، در انتخاب مناطق خوشه دوم از پائین‌ترین رتبه خوشه اول فاصله گرفته شد که همین کار در انتخاب مناطق خوشه سوم نیز مدنظر قرار گرفت). همچنین از آنجاکه

منطقه نواب (منطقه ۱۰) حسب اینکه یک مجموعه آپارتمان‌نشین با سبک زندگی خاص خود در این خوشه بود و از سایر مناطق متمایز بود، به عنوان یکی دیگر از نمونه‌های این خوشه در نظر گرفته شد. بنابراین، نهایتاً مناطق ۱۰، ۱۴ و ۱۶ در خوشه دوم انتخاب شدند. در خوشه سوم نیز مناطق ۱۵ (پائین‌ترین رتبه) و ۱۸ (بالا‌ترین) انتخاب شدند.

سپس نوبت آن بود که نمونه‌ها برای ۸ منطقه در نظر گرفته شده اختصاص یابد که در این گام نیز به دلیل تفاوت جمعیت مناطق انتخاب شده، سعی بر آن شد تا تناسبی در تعداد نمونه‌های هر منطقه با نسبت جمعیت آن برقرار باشد.

در ادامه، به طور تصادفی تعداد مشخص شده‌ای از خوشه‌ها، به عنوان آزمودنی‌های گروه نمونه انتخاب شدند و اعضای جامعه آماری در هر یک از این خوشه‌ها مورد مطالعه قرار گرفتند.

پرسشنامه مجموعاً ۳۱ سؤال داشت، شامل ۲ سؤال باز و ۲۹ سؤال بسته بود. ۶ سؤال از سؤالات بسته راجع به مشخصات و اطلاعات شخصی پاسخگو است. ۱۷ سؤال از نوع مقیاس چند درجه‌ای با پنج درجه (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) و ۱ سؤال از نوع تعیین اولویت نسبت به موارد ارائه شده است. همچنین ۵ سؤال از سؤالات بسته به وضعیت‌سنجی برگزاری نمازجماعت در محل زندگی فرد پاسخ‌گو و میزان حضور مردم، جوانان و خود فرد در آن می‌پردازد.

پرسش‌ها همگی به صورت مثبت نوشته نشده‌اند، بلکه پرسش‌های همراه با واژگان منفی نیز در نظر گرفته شده تا گرایش پاسخ‌دهنده به علامت زدن در یک سمت مقیاس به حداقل برسد.

پس از تنظیم اولیه سوال‌های پرسشنامه، به منظور بررسی کیفیت پرسشنامه طراحی شده و بررسی روایی محتوایی آن، پرسشنامه مورد ارزیابی و آزمون مقدماتی قرار گرفت. پیش‌آزمون پرسشنامه در دو مرحله «پیش‌آزمون غیررسمی» و «پیش‌آزمون رسمی» صورت گرفت. پیش‌آزمون غیررسمی از طریق انجام چند مصاحبه با صاحب‌نظران این حوزه و نیز ارائه پرسش‌نامه به چند نفر از افراد مجرب در امر طراحی پرسش‌نامه در موضوعات دینی صورت گرفت و پس از انجام اصلاحات لازم، پیش‌آزمون رسمی از طریق ۳۱ پرسشنامه به صورتی که در بالا آمده است، انجام شد؛ البته در این مرحله به دلیل قوت پیش‌آزمون غیررسمی، تغییرات چندانی حاصل نشد و صرفاً دو مورد از گویه‌ها اصلاح شدند.

در این پژوهش پس از سنجش اعتبار و روایی ابزار، آزمون مقدماتی با حجم نمونه ۳۱ جوان ۱۵ تا ۲۹ ساله که به صورت تصادفی از همان جامعه آماری انتخاب شده بودند، صورت گرفت و برای محاسبه میزان پایایی ابزار اندازه‌گیری، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج حاصل به صورت زیر است:

۱. ضریب آلفای متغیرهای تاثیرگذار در افزایش ارتباط جوانان تهرانی با مسجد از نظر جوانان مسجدرو: برای این منظور، از متغیرهای ۱۳ گانه، آزمون آلفا گرفته شد که نتایج آن به صورت زیر می‌باشد:

جدول ۱- ضریب آلفای متغیرهای تاثیرگذار
در افزایش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدرو

تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
۱۳	۰٫۸۱۶

از آنجا که مقدار آلفای کرونباخ از $0/7$ بیشتر است، می‌توان گفت که گویه‌ها به مقدار زیادی توانسته‌اند موضوع مورد نظر را بسنجند.

۲. ضریب آلفای متغیرهای تاثیرگذار در کاهش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدرو: برای این منظور، از متغیرهای ۴ گانه، آزمون آلفا گرفته شد که نتایج آن به صورت زیر می‌باشد:

جدول ۲- ضریب آلفای متغیرهای تاثیرگذار
در کاهش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدرو

تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
۴	۰٫۷۳۰

از آنجا که مقدار آلفای کرونباخ از $0/7$ بیشتر است، می‌توان گفت که گویه‌ها به مقدار زیادی توانسته‌اند موضوع مورد نظر را بسنجند. شاخص افزایش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدرو، از ۱۳ معرف یا گویه به شرح جدول شماره (۳) ساخته شده است. حداقل نمره این شاخص (۰) و حداکثر نمره آن (۶۵) است. حداقل نمره نشانگر کمترین میزان تاثیر (و به عبارتی، بی‌تاثیری آن) گویه در افزایش ارتباط جوانان با مسجد است.

جدول ۳- گویه‌های شاخص افزایش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدرو

سطح سنجش	گویه‌های شاخص افزایش حضور جوانان در مسجد از نظر جوانان مسجدرو
رتبه‌ای	امام جماعت باتقوی و پرهیزگار
رتبه‌ای	امام جماعت خیره و آگاه در موضوعات دینی و مذهبی
رتبه‌ای	امام جماعت آگاه به مسائل اجتماعی و سیاسی روز
رتبه‌ای	امام جماعت فعال که مسجد و رسیدگی به امور جوانان در اولویت کارهایش است
رتبه‌ای	دسترسی آسان جوانان به امام جماعت به منظور صحبت و مشاوره و احیاناً دردلد
رتبه‌ای	برخورد صمیمی و گرم امام جماعت و مسئولان مسجد (هیأت اماناء، خادم) با جوانان
رتبه‌ای	وجود برنامه‌های اخلاقی و تربیتی از جانب امام جماعت یا تحت مدیریت وی

گویه‌های شاخص افزایش حضور جوانان در مسجد از نظر جوانان مسجدر و	سطح سنجش
اجرای جذاب و جوان‌پسند برنامه‌های دعا، مداحی، سخنرانی‌ها و قرائت قرآن در مسجد	رتبه‌ای
وجود نهادهای فرهنگی فعال در مسجد	رتبه‌ای
ورود مسجد در فعالیتهای جنبی فرهنگی، تفریحی و آموزشی	رتبه‌ای
فراهم نمودن دسترسی خانواده‌ها و جوانان به محصولات فرهنگی مفید و جذاب	رتبه‌ای
حضور چهره‌های مشهور در نماز جماعت (شخصیتهای مذهبی، مسئولان، هنرمندان، بازیگران)	رتبه‌ای
مطلوبیت ساختمان مسجد (موقعیت جغرافیایی مناسب، وسیع، دارای کفشداری، با معماری زیبا و مستحکم، مجهز به امکانات بهداشتی مناسب و سیستم سرمایشی و گرمایشی خوب)	رتبه‌ای

شاخص کاهش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدر و، شامل ۴ معرف یا گویه به شرح جدول (۴) است. حداقل نمره این شاخص (۰) و حداکثر نمره آن (۲۰) است. حداقل نمره نشانگر کمترین میزان تاثیر (و به عبارتی، بی‌تاثیری آن) گویه در کاهش ارتباط جوانان با مسجد است.

جدول ۴- گویه‌های کاهش ارتباط جوانان با مسجد از نظر جوانان مسجدر و

گویه‌های شاخص کاهش حضور جوانان در مسجد از نظر جوانان مسجدر و	سطح سنجش
عدم ثبات امام جماعت و تغییر سریع وی	رتبه‌ای
حضور نامنظم امام جماعت	رتبه‌ای
بی‌نظمی در برنامه‌های مسجد	رتبه‌ای
وجود اختلافات در بین هیأت ائمه و امام جماعت	رتبه‌ای

۵. یافته‌های تحقیق

از مجموع ۶۵۸ جوان تهرانی مسجدر و مورد مطالعه، جنسیت حدود ۳۲/۸ درصد از آنها زن و ۶۷/۲ درصد مرد می‌باشد.

سن حدود ۲۹/۹ درصد در بازه ۱۵ تا ۱۹ سال، ۳۸/۳ درصد در بازه ۲۰ تا ۲۴ سال و ۳۱/۸ درصد ۲۵ تا ۲۹ سال می‌باشد.

حدود ۳۵/۲ درصد از افراد، متأهل و ۶۴/۸ درصد از آنها مجرد هستند.

به لحاظ تحصیلات، حدود ۱/۳ درصد از افراد بی‌سواد، ۱۰/۶ درصد سیکل، ۴۰/۵ درصد دیپلم، ۳۶/۵ درصد کاردانی و کارشناسی، ۷/۹ درصد کارشناسی ارشد، ۱/۹ درصد دکتری و ۱/۳ درصد حوزوی می‌باشند.

شغل حدود ۱۸/۵ درصد دانش‌آموز، ۳۰/۷ درصد دانشجو، ۸/۹ درصد خانه‌دار (زنان)، ۸/۹ درصد کارمند بخش خصوصی، ۱۱/۱ درصد کارمند دولتی، ۱۶/۸ درصد شغل آزاد، ۱/۱ درصد حوزوی و ۴/۰ درصد بیکار (فاقد شغل) است.

از مجموع ۶۵۸ فرد مسجدرو مورد مطالعه، حدود ۳۱/۹ درصد آنها در خوشه اول، ۳۷/۸ درصد در خوشه دوم و ۳۰/۳ درصد در خوشه سوم قرار دارند. همچنین حدود ۳۸/۳ درصد آنها هر روز، ۳۹/۴ درصد هر چند روز یک بار، ۲۲/۳ درصد هر هفته یکبار در نماز جماعت شرکت می‌کنند. حسب آنچه از وضعیت پاسخ‌گویان توصیف شد، جداول تحلیلی از میزان تأثیر هر کدام از عوامل، در افزایش ارتباط جوانان با مسجد از نظر پاسخ‌گویان «مسجدرو» در جدول (۵) آمده است.

جدول ۵- میزان تأثیر عوامل مختلف در افزایش ارتباط جوانان با مسجد، از نظر پاسخ‌گویان

امام جماعت باتقوی و برپه‌ز کار	امام جماعت خیره و آگاه در موضوعات دینی و مذهبی	امام جماعت آگاه به مسائل اجتماعی و سیاسی روز	امام جماعت فعال که مسجد و رسیدگی به امور جوانان در اولویت کارهاش است	دسترسی آسان جوانان به امام جماعت به منظور صحبت و مشاوره و احتیاطاً در دل	برخورد صمیمی و گرم امام جماعت و مسئولان مسجد (هیات امام، خادم) با جوانان	وجود برنامه‌های انگارگی و تربیتی از جانب امام جماعت یا تحت مدیریت وی	اجرای جانب و جوان‌پسند برنامه‌های دعا، مداحی، سخنرانی‌ها و قرائت قرآن در مسجد	وجود برنامه‌های فرهنگی فعال در مسجد	ورود مسجد در فعالیت‌های جنبی فرهنگی، تربیتی و آموزشی	فراهم نمودن دسترسی خانواده‌ها و جوانان به محصولات فرهنگی مفید و جذاب	حضور بافتن چهاره‌های مشهور در نماز جماعت (شخصیت‌های مذهبی، مسئولان، هنرمندان، بازیگران)	مطلوبیت ساختمان مسجد (موقعیت جغرافیایی مناسب، وسیع، دارای کفشدارایی، با معماری زیبا و مسجدمکرم، پنجره به امکانات بهداشتی مناسب و سروایشی و گرمایشی خوب)
خ.زیاد	۴۰٫۶	۳۳٫۹	۴۱٫۹	۴۲٫۲	۴۹٫۸	۳۷٫۱	۲۷٫۱	۳۴	۲۲٫۴	۲۹٫۵		
زیاد	۳۳٫۶	۴۴٫۴	۲۷٫۴	۳۲٫۷	۲۲٫۳	۳۴٫۷	۳۰٫۲	۳۳٫۷	۲۶٫۳	۲۵٫۱		
متوسط	۱۹	۱۷٫۶	۲۴٫۵	۱۷٫۸	۱۷٫۸	۲۸	۲۱٫۱	۲۴٫۹	۲۹٫۵	۲۱٫۳		
کم	۴٫۶	۲٫۶	۴٫۴	۶٫۵	۵٫۳	۱۰٫۶	۷٫۶	۸٫۵	۱۴٫۴	۱۴		
خ. کم	۱٫۷	۱٫۱	۳٫۶	۲٫۱	۴٫۱	۴٫۱	۳	۵	۶٫۱	۹٫۷		
اصلا	۰٫۲	۰٫۳	۰٫۳	۰٫۲	۰٫۲	۰٫۲	۰	۰٫۲	۰٫۲	۰		
مجموع	۹۹٫۷	۹۹٫۹	۹۹٫۷	۹۹٫۲	۹۹٫۵	۹۹٫۵	۹۹	۹۹٫۶	۹۹٫۹	۹۹٫۶		

در این سوال از جوانان مسجدرو خواسته شد تا غیر از عوامل سیزده‌گانه گفته شده در پرسش‌نامه، اگر عامل مهم دیگری مدنظرشان است، قید نمایند، که برخی از آنها به عوامل زیر اشاره نمودند: اکرام و

بزرگداشت جوانان، ارتباط صمیمی و هماهنگ پایگاه بسیج و مسجد، نحوه تعیین هیأت امنای مساجد، بحث و سخنرانی خارج از مسائل دینی، تعامل حداکثری بین امام جماعت و بسیج مسجد، کار کردن بر روی افراد کم سن و سال، تهیه موضوعات و فیلم‌های خوب در مسجد، رفتار مناسب با تمام اقشار جامعه، فعالیت در حوزه فناوری اطلاعات، تبلیغات رسانه ملی در جهت فرهنگ‌سازی، ولایت‌مداری امام جماعت، عملکرد خوب و سالم مسئولان، واحد بسیج فعال، فعالیت‌های نظامی و میدان تیر، محیطی پرشور برای جوانان، فعالیت‌های نظامی بیشتر مخصوص جوانان، برگزاری همایش‌های خانوادگی و مذهبی، ارتباط صمیمی و هماهنگ پایگاه بسیج با مسجد، وجود بسیجی مستحکم و فرهنگی، جوانان را دخیل در امور مساجد و هیئت امنای کنند، نگهداری از بچه‌ها هنگام نماز، صرف هزینه‌ای مناسب در مواقع لزوم، مسئول دقیق و کاربلد و پرتلاش.

جدول ۶- میزان تأثیر موانع مختلف در کاهش ارتباط جوانان با مسجد، از نظر پاسخ‌گویان

عدم ثبات امام جماعت و تغییر سریع وی	حضور نامنظم امام جماعت	بی‌نظمی در برنامه‌های مسجد	وجود اختلافات در بین هیأت امناء و امام جماعت	
۲۸,۳	۲۶,۷	۳۴,۲	۲۸,۳	خیلی زیاد
۳۲,۷	۳۷,۵	۲۸,۶	۲۱,۷	زیاد
۱۹,۱	۲۰,۴	۲۱,۱	۲۱,۱	متوسط
۱۰,۶	۷,۱	۶,۱	۱۶,۱	کم
۷,۳	۶,۵	۷,۹	۱۰,۶	خیلی کم
۰,۸	۰,۶	۰,۹	۰,۹	اصلاً
۹۸,۸	۹۸,۸	۹۸,۸	۹۸,۷	مجموع

در این سوال از جوانان مسجدر و خواسته شد تا غیر از موانع چهارگانه گفته شده در پرسش‌نامه، اگر مانع مهم دیگری مدنظرشان هست، قید نمایند که برخی از آنها به موانع زیر اشاره نمودند: تبلیغات بسیار ضعیف رسانه ملی برای نماز، تفکر درآمذزایی از همه امکانات مسجد، عدم ارتباط خوب در دوران کودکی فرد، رفتارهای اشتباه بسیجیان، عدم توجه به جوانان در اجرای برنامه‌های مسجد، یکدل نبودن مسجدی‌ها، بداخلاقی هیأت امنای نسبت به کودکان، دور بودن افراد مسجدی از غیبت و تهمت، توجه به امر نوجوانان در دوران نوجوانی، جا ندادن به جوانان و نوجوانان، واگذار نکردن مسئولیت‌ها به جوانان، وجود اختلاف بین هیأت امنای مسجد و بسیج، جناح‌بندی بین جوانان، تهمت‌های بیجا به بعضی جوانان و پشت‌سرشان صحبت کردن، وجود اختلافات میان پایگاه بسیج و هیأت امنای، وجود اختلافات میان پایگاه بسیج و عوامل مسجد، عدم توجه به مسائل فرهنگی جامعه، و توجه فقط به

مسائل دینی، وجود افراد ریاکار و ناکارآمد در رأس امور، توجه صرف به مسائل دینی و اسلامی، اخلاق زنده بعضی پیرمردهای مسجد، محدودیت‌های بسیار در جامعه چه از لحاظ دینی و چه سیاسی، عدم اجازه ورود جوانان به هیئت امنای مسجد، برخورد بد پیرمردها با جوانان، اشکال گرفتن افراد مسن به طرز لباس پوشیدن جوانان و نگاه‌های معنی‌دار، عدم هزینه نسبت به جوانان، یکدل نبودن مسجدی‌ها، بداخلاقی هیأت امنای نسبت به کودکان، عدم اجرای برنامه‌های عملیاتی

جدول ۷- فراوانی و درصد اولین عامل اولویت‌دار در افزایش ارتباط جوانان با مسجد

انتخاب به عنوان اولویت اول		عنوان عوامل
درصد	فراوانی	
۱۴٫۶	۹۶	۱. امام جماعت باتقوی و پرهیزگار
۶٫۵	۴۳	۲. امام جماعت خبره و آگاه در موضوعات دینی و مذهبی
۵٫۸	۳۸	۳. امام جماعت آگاه به مسائل اجتماعی و سیاسی روز
۱۲٫۹	۸۵	۴. امام جماعت فعال که مسجد و رسیدگی به امور جوانان در اولویت کارهایش است
۸٫۵	۵۶	۵. دسترسی آسان جوانان به امام جماعت به منظور صحبت و مشاوره و احیاناً درددل
۱۱٫۶	۷۶	۶. برخورد صمیمی و گرم امام جماعت و مسئولان مسجد (هیأت امناء، خادم) با جوانان
۳٫۲	۲۱	۷. وجود برنامه‌های اخلاقی و تربیتی از جانب امام جماعت یا تحت مدیریت وی
۶٫۲	۴۱	۸. اجرای جذاب و جوان‌پسند برنامه‌های دعا، مداحی، سخنرانی‌ها و قرائت قرآن در مسجد
۴٫۶	۳۰	۹. وجود نهادهای فرهنگی فعال در مسجد
۵٫۳	۳۵	۱۰. ورود مسجد در فعالیت‌های جنبی فرهنگی، تفریحی و آموزشی
۴٫۹	۳۲	۱۱. فراهم نمودن دسترسی خانواده‌ها و جوانان به محصولات فرهنگی مفید و جذاب
۴٫۹	۳۲	۱۲. حضور یافتن چهره‌های مشهور در نماز جماعت (شخصیت‌های مذهبی، مسئولان، هنرمندان، بازیگران)
۷٫۱	۴۷	۱۳. مطلوبیت ساختمان مسجد (موقعیت جغرافیایی مناسب، وسیع، دارای کفشداری، با معماری زیبا و مستحکم، مجهز به امکانات بهداشتی مناسب و سرمایشی و گرمایشی خوب)
۹۶٫۲	۶۳۳	کل

عوامل: «امام جماعت باتقوی و پرهیزکار» توسط «۱۴/۶» درصد پاسخ‌گویان مسجدی، «امام جماعت فعال که مسجد و رسیدگی به امور جوانان در اولویت کارهایش است» توسط «۱۲/۹» درصد پاسخ‌گویان مسجدی و «برخورد صمیمی و گرم امام جماعت و مسئولان مسجد (هیأت امناء، خادم) با جوانان» توسط «۱۱/۶» درصد پاسخ‌گویان مسجدی، بیش از سایر عوامل، توسط پاسخ‌گویان به عنوان عامل اولویت‌دار اول از حیث اثرگذاری بر افزایش ارتباط جوانان با مسجد، انتخاب شده‌اند.

جدول ۸- رتبه بندی فریدمن از عوامل مؤثر در افزایش ارتباط جوانان با مسجد

رتبه	عوامل مؤثر در افزایش ارتباط جوانان با مسجد	میانگین رتبه
اول	برخورد صمیمی و گرم امام جماعت و مسئولان مسجد (هیأت امناء، خادم) با جوانان	۵٫۸
دوم	امام جماعت فعال که مسجد و رسیدگی به امور جوانان در اولویت کارهایش است	۶٫۰۱
سوم	دسترسی آسان جوانان به امام جماعت به منظور صحبت و مشاوره و احیاناً درددل	۶٫۰۲
چهارم	امام جماعت خیره و آگاه در موضوعات دینی و مذهبی	۶٫۱۵
پنجم	امام جماعت باتقوی و پرهیزگار	۶٫۱۷
ششم	اجرای جذاب و جوان پسند برنامه های دعا، مداحی، سخنرانی ها و قرائت قرآن در مسجد	۶٫۵۳
هفتم	ورود مسجد در فعالیت های جنبی فرهنگی، تفریحی و آموزشی	۶٫۷۲
هشتم	وجود نهادهای فرهنگی فعال در مسجد	۷٫۳۶
نهم	امام جماعت آگاه به مسائل اجتماعی و سیاسی روز	۷٫۴
دهم	وجود برنامه های اخلاقی و تربیتی از جانب امام جماعت یا تحت مدیریت وی	۷٫۸۶
یازدهم	مطلوبیت ساختمان مسجد (موقعیت جغرافیایی مناسب، وسیع، دارای کفشداری، با معماری زیبا و مستحکم، مجهز به امکانات بهداشتی مناسب و سرمایشی و گرمایشی خوب)	۷٫۹۲
دوازدهم	فراهم نمودن دسترسی خانواده ها و جوانان به محصولات فرهنگی مفید و جذاب	۸٫۲
سیزدهم	حضور یافتن چهره های مشهور در نماز جماعت (شخصیت های مذهبی، مسئولان، هنرمندان، بازیگران)	۸٫۸۶

آزمون فریدمن

تعداد	۶۳۶
آماره آزمون خی ۲	۶۰۰٫۷۲۴
درجه آزادی	۱۲
سطح معنی داری	۰٫۰۰۰۱

به منظور اولویت بندی عوامل مؤثر در افزایش حضور جوانان در مسجد، از آزمون فریدمن استفاده شد که با توجه به مقدار آماره خی دو آزمون فریدمن $۶۰۰/۷۲۴$ با ۱۲ درجه آزادی و سطح معنی داری $۰/۰۰۰۱$ و مقایسه این سطح معنی داری با $۰/۰۵$ ، مشخص شد که میانگین رتبه پاسخ به عوامل مؤثر در افزایش حضور جوانان در مسجد، با هم برابر نیست. لذا، با مشاهده جدول میانگین رتبه ها چنین استنباط می شود که: «برخورد صمیمی و گرم امام جماعت و مسئولان مسجد (هیأت امناء، خادم) با جوانان» با میانگین رتبه $۵/۸$ رتبه اول، «امام جماعت فعال که مسجد و رسیدگی به امور جوانان در اولویت کارهایش است» با میانگین رتبه $۶/۰۱$ در رتبه دوم و «دسترسی آسان جوانان به امام جماعت به منظور صحبت و مشاوره و احیاناً درددل» با میانگین رتبه $۶/۰۲$ رتبه سوم را از نظر کل پاسخ گویان مسجدر و به خود اختصاص داده اند (بالاترین رتبه ها).

همچنین «مطلوبیت ساختمان مسجد (موقعیت جغرافیایی مناسب، وسیع، دارای کفشداری، معماری زیبا و مستحکم، مجهز به امکانات بهداشتی مناسب و سرمایشی و گرمایشی خوب)» با میانگین رتبه ۷/۹۲ رتبه یازدهم، «فراهم نمودن دسترسی خانواده‌ها و جوانان به محصولات فرهنگی مفید و جذاب» با میانگین رتبه ۸/۲ رتبه دوازدهم و «حضور یافتن چهره‌های مشهور در نماز جماعت (شخصیت‌های مذهبی، مسئولان، هنرمندان، بازیگران)» با میانگین رتبه ۸/۸۶ رتبه سیزدهم را از نظر کل پاسخ‌گویان مسجدرو به خود اختصاص داده‌اند (پائین‌ترین رتبه‌ها).

۶. نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که تاثیر هرکدام از عوامل و موانع افزایش یا کاهش ارتباط جوانان با مسجد، با جمع زدن گزینه‌های خیلی زیاد، زیاد و متوسط، بالاتر از ۵۰ درصد هستند و اکثریت بیش از ۵۰ درصدی و غالب پاسخ‌گویان، همه عوامل و موانع را موثر در ارتباط جوانان با مسجد ارزیابی نموده‌اند و این چیزی نیست جز اثبات فرضیه‌ها؛ زیرا گویه‌های پرسش‌نامه که همان عوامل و موانع بودند، برآمده از شاخص‌ها و آنها نیز مستخرج از مؤلفه‌ها هستند و از طرفی فرضیه‌های تحقیق نیز برگردان مؤلفه‌های مبنای نظری تحقیق و مستخرج از آنها می‌باشند.

یافته‌های این تحقیق با نتایج پژوهش سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۷۴) در مورد تاثیر عدم تناسب کارکردهای مسجد با نیازهای فعلی مردم به عنوان علل خلوت بودن مساجد و نیز یافته‌های تحقیق نصر و همکاران (۱۳۸۷)، در خصوص وجود رابطه مستقیم بین «آموزش نماز»، «مکان و امکانات فیزیکی مسجد»، «روابط صمیمانه میان دست‌اندرکاران مسجد با جوانان» با میزان حضور در نماز و ارتباط با مسجد، همسو است. البته انجام این تحقیق و تحقیقات مشابه، قدم اول این راه به‌شمار می‌رود و برای به ثمر نشستن نتایج آن لازم است قدم‌های دیگری نیز پیموده شود:

۱. **تقویت بخش پژوهش‌های کاربردی:** به نظر می‌رسد که به اندازه مکفی و در حد نیاز، در حوزه نظر و تئوری کار شده باشد، بنابراین، لازم است در گام‌های بعدی، بخش پژوهش‌های کاربردی و عملیاتی مورد توجه بیشتر قرار گیرد تا از این طریق، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای موجود برآورد شود. به عنوان نمونه نتایج پژوهش حاضر نشان داد که «امام جماعت» مسجد و عنصر «به روز بودن» وی، یک مؤلفه اساسی تاثیرگذار در افزایش یا کاهش حضور جوانان در مسجد است. همچنین عامل «خوش رفتاری با جوان و برقراری ارتباط دوستانه با وی، بویژه از جانب امام جماعت»، از تاثیرگذارترین عوامل در افزایش حضور جوانان در مسجد به‌شمار می‌رود. حال بایستی پژوهش‌های بعدی را بدین

سمت سوق داد که وضعیت موجود امامان جماعت از حیث «به روز بودن و نبودن» و «ارتباط گرفتن یا نگرافتن با مأمومین جوان» به چه شکلی است؟ مطلوب است یا نامطلوب؟ و آنگاه کلیت فرایند «به روز بودن» و «خوش اخلاق و خوش برخورد بودن» امام جماعت مورد بررسی قرار گیرد. بدین معنی که مشخص شود یک طلبه از زمانی که پا به حوزه علمیه می‌گذارد تا زمانی که امام جماعت شود، چه عناصر و نهادهایی در «به‌روز بودن و نبودن» و «خوش اخلاق و خوش برخورد بودن و نبودن» وی تاثیرگذارند تا پس از شناسایی آنها، اقدامات تقویتی، اصلاحی و یا احیاناً حذفی لازم در مورد آنها صورت گیرد تا خروجی کار، امام جماعت خوش فکر و خوش اخلاق باشد.

۲. اقدام پژوهی: گام بعد از این تحقیق، اقدام پژوهی است؛ بدین معنی که، یافته‌های این تحقیق به صورت عینی و در چندین مسجد تهران به صورت پایلوت و نمونه مورد آزمایش قرار گیرد که نتیجه این کار از دو حالت خارج نخواهد بود، یا به شکل عینی اثبات‌کننده نتایج این تحقیق خواهد شد و یا نتایج را دستخوش اصلاحات و تغییرات لازم خواهد نمود و احیاناً نیز، تحقیقات بیشتری را بطلبد.

به هر حال این «پژوهش‌های میدانی» و نیز «اقدام میدانی» در کنار هم و در یک حالت رفت و برگشتی، بایستی به موازات هم آنقدر ادامه یابند تا به نقطه واحدی برسند و همدیگر را در سطح مقبولی تأیید نمایند، آنجا همان نقطه مبارکی است که باید به عنوان الگو و مدل، به تمام مساجد مشابه تعمیم یابد و اقدامات عملی براساس آن صورت گیرد.

۳. اولویت‌دهی به عنصر «امام جماعت» در تمام اقدامات سلبی یا ایجابی: با نظر به یافته‌های عمده تحقیق، امام جماعت، نقش محوری در مسجد دارد و بسیاری از عوامل افزایش حضور جوانان در مسجد و نیز موانع کاهش حضور، به امام جماعت برمی‌گردد. لذا، لازم است توجه اولویت‌دار و ویژه‌ای به این عنصر اساسی در مسجد صورت گیرد. بر این اساس، برخی از پیشنهادها و کاری و پژوهشی در مورد امامان جماعت به شرح ذیل است: طراحی و اجرای نشست‌های دوره‌ای امامان جماعت با جوانان، ارزیابی عملکرد امامان جماعت از سوی نمازگزاران و مأمومین، برگزاری آموزش‌های کاربردی و روان‌شناسی برای امامان جماعت در حوزه مهارت‌های ارتباطی با جوانان، تهیه و ارزیابی دوره‌ای شاخص‌ها و استانداردهای امام جماعت تراز مسجد در تهران و بررسی روش‌های تقلیل و کاهش تاثیر منفی گرایش‌های حزبی - سیاسی در عملکرد امامان جماعت.

— منابع —

نهج البلاغه.

- آرتور فینچ. جیمز و همکاران (۱۳۷۹). مدیریت، سازماندهی، رهبری و کنترل. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ج ۲.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۱). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سروش.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۶۱). معانی الاخبار. قم: انتشارات اسلامی.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۷۵ق). ثواب الاعمال. نجف: مکتبه الحیدریه.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۸۵ق). علل الشرایع. نجف: مکتبه الحیدریه، ج ۱.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۰۳ق). خصال. تصحیح و تعلیق علی اکبر غفاری. قم: مرکز انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۱۷ق). امالی. تهران: مؤسسه البعثة.
- ابن بابویه، محمد بن علی (بی‌تا). من لایحضره الفقیه. تصحیح و تعلیق علی اکبر غفاری. قم: مرکز انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه، ج ۱.
- ابن هشام، عبدالملک (۱۳۸۳ق). سیره النبویه (زندگانی حضرت محمد(ص)). قاهره: مطبعة المدنی، ج ۴.
- ادیبی، حسین (۱۳۵۴). جامعه‌شناسی طبقات اجتماعی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی و تعاون.
- اسدی، علی؛ گودرزی، محسن (۱۳۸۳). موج سوم پیمایش ملی گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی ایرانیان. تهران: شورای فرهنگ عمومی.
- اسکیدمور، ویلیام (۱۳۷۲). تفکر نظری در جامعه‌شناسی. سفیر.
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۷۹). موج اول پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان. پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۸۲). موج دوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان. پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۹۴). موج سوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان. پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- ترنر، جان‌اتان اچ. (۱۳۸۲). ساخت نظریه جامعه‌شناختی. ترجمه عبدالعلی لهسانی‌زاده. شیراز: نوید.
- توسلی، غلام‌عباس (۱۳۷۲). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت.
- حرّانی، ابن شعبه (۱۴۰۴ق). تحف العقول. قم: موسسه نشر اسلامی.
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۶۸/۱۱/۲۰). بیانات در خطبه‌های نماز جمعه تهران. قابل دسترس در:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2266>
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۷۵/۱۰/۱۹). بیانات در دیدار مردم قم. قابل دسترس در:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2822>
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۸۹/۰۴/۲۰). بیانات در دیدار اعضای نهاد نمایندگی رهبری در دانشگاه‌ها. قابل دسترس در:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=9720>

- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۰/۰۷/۲۰). *بیانات در جمع روحانیون شیعه و اهل سنت کرمانشاه*. قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=17659>
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۶۸/۴/۲۳). *بیانات در خطبه‌های نماز جمعه تهران*. قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2142>
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۷۰/۱۲/۱۴). *بیانات در دیدار جمعی از روحانیون*. قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2604>
- خمینی، سید روح‌الله (۱۳۸۵). *صحیفه نور*. تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ج ۷، ۱۲، ۱۸، ۲۰. رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۵). *مبانی رفتار سازمانی*. ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. رفیعیان، مجتبی؛ شالی، محمد (۱۳۹۱). *تحلیل فضایی سطح توسعه‌یافتگی تهران به تفکیک مناطق شهری*. *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۱۶(۴)، ص ۲۵-۴۸.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی. سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۷۴). *علل کاهش حضور مردم در مساجد*. سازمان تبلیغات اسلامی. سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۷۶). *وضعیت‌سنجی ارتباط جوانان تهران با مسجد*. سازمان تبلیغات اسلامی. سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۹۵). *پیمایش ملی دینداری ایرانیان و رفتارهای فرهنگی ایرانیان*. سازمان تبلیغات اسلامی. شورای عالی جوانان (۱۳۸۴). *تعریف جوان و جوانی؛ مصوبات جلسه ۲۳ شورای عالی جوانان*. شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی آموزش و پرورش (۱۳۹۰). *مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران*. انتشارات وزارت آموزش و پرورش. صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۶). *مسجد پایگاه تحقیق و نوسازی معنوی*. صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- عسکریان، مصطفی (۱۳۸۳). *روابط انسانی و رفتار سازمانی*. تهران: امیرکبیر. فکوهی، ناصر (۱۳۸۶). *نگاهی به رویکرد تفسیری کلیفورد گیرتز با تأکید بر تفسیر او از پدیده دینی*. *نامه علوم اجتماعی*، ۳۱(۱)، ص ۱۰۳-۱۲۴.
- کاپلان، هارولد (۱۳۷۶). *خلاصه روان‌پزشکی علوم رفتاری*. ترجمه نصرت‌اله پورافکاری. تهران: شهرآب، ج ۱. کردستانی، عباس (۱۳۸۲). *عوامل مؤثر بر پایین بودن میزان ارتباط جوانان با مساجد در استان کرمان*. سازمان تبلیغات اسلامی.
- کریمی، یوسف (۱۳۸۴). *روان‌شناسی شخصیت*. تهران: نشر پیام نور. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۸ق). *کافی*. تهران: دارالکتب الاسلامیه، ج ۳-۶، ۸. گریفین، ریکی؛ مورهد، گریگوری (۱۳۸۳). *رفتار سازمانی*. ترجمه سید مهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده. تهران: مروارید. گیویان، عبدالله (۱۳۸۶). *کلیفورد گیرتز و دیدگاه تفسیری او در باب دین و فرهنگ*. *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۳(۱۰)، ص ۱-۲۷.
- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق). *بحار الانوار*. بیروت: دارالوفاء، ج ۱-۳، ۷۲، ۱۰۳، ۴۱. مرکز آمار ایران (۱۳۹۰). *گزارش‌های فصلی و سالی اشتغال و بیکاری*. معتزلی، ابن ابی الحدید (۱۴۰۴ق). *شرح نهج‌البلاغه*. قم: انتشارات آیت‌الله مرعشی نجفی، ج ۲۰. نصر، احمدرضا و همکاران (۱۳۸۷). *بررسی فراتحلیلی عوامل مؤثر بر جذب و شرکت دانش‌آموزان در نماز جماعت مدارس*. *نواوری‌های آموزشی*، شماره ۲۶، ص ۶۳-۸۶.

- نوری، حسین (۱۴۰۹ق). *مستدرک الوسائل*. بیروت: مؤسسه آل البیت لاحیاء التراث، ج ۱.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۸). *پیمایش رفتارهای فرهنگی ایرانیان*. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- هرسی، پاول؛ بلانچارد، کنت (۱۳۷۵). *مدیریت رفتار سازمانی*. ترجمه علی علاقه‌بند. تهران: انتشارات امیرکبیر، ج ۱.
- همیلتون، پیتر (۱۳۷۹). *تالکوت پارسونز*. ترجمه احمد تدین. تهران: انتشارات هرمس.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی