

## میزان پایبندی عملی به دین و ارتباط آن با نوع و میزان استفاده از رسانه‌ها (مطالعه موردی: معلمان شهرستان دهلران)

amirfardi@shirazu.ac.ir

abdollahvalinejad@gmail.com

کلیه اصغر میرفردی / دانشیار بخش جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی اجتماعی دانشگاه شیراز

عبدالله ولی‌نژاد / کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج

پذیرش: ۹۷/۱۱/۱۶

دریافت: ۹۷/۰۹/۰۷

### چکیده

این مقاله، با هدف مطالعه نقش رسانه در میزان پایبندی عملی معلمان شهرستان دهلران به دین انجام شده است. براساس جدول مورگان، حجم نمونه ۳۰۰ نفر محاسبه شده است که با روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای (جنس و مقطع آموزشی) انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای ترکیبی محقق ساخته و دیگران ساخته است که پس از تأیید اعتبار آن توسط صاحب نظران، پایایی پرسشنامه «میزان پایبندی عملی به دین» با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۱)، محاسبه و مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌ها تفاوتی معنادار در «میزان پایبندی عملی به دین» پاسخ‌گویان، با توجه به «جنسیت» و «مقطع آموزشی» آنان را نشان داد. براین اساس، هیچ تفاوت معناداری در «میزان پایبندی عملی به دین» پاسخ‌گویان، با توجه به سایر متغیرهای زمینه‌ای مورد مطالعه، و همچنین «نوع رسانه مورد استفاده» و «میزان استفاده از رسانه مورد استفاده» آنها، وجود نداشت. در نهایت فقط متغیرهای «مقطع آموزشی ابتدایی» و «جنسیت» توانستند وارد مدل رگرسیونی عوامل تبیین کننده «میزان پایبندی عملی به دین» شوند و به میزان ۴/۶ درصد از تغییرات آن را تبیین نمایند.

کلیدواژه‌ها: دین‌داری، معلم، رسانه، دهلران، ایران.

## مقدمه

جمعی عبادت)؛ بُعد «اخلاقیات» (رعایت اصول اخلاقی مربوط به اعتقادات)؛ و بُعد «شرعیات»، یا میزان پایبندی عملی به دین (عمل به تکالیف جمعی، عمل به تکالیف فردی) می‌داند. کاستلنز (۱۳۸۰، ج ۲) در بحث از هویت، سه نوع هویت: مشروعیت‌بخش، مقاومتی، و برنامه‌دار را از هم متمایز می‌کند. هویت مشروعیت‌بخش توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه آن را بر کنش‌گران اجتماعی گسترش دهد. در برابر هویت مشروعیت‌بخش، کنش‌گرانی که از سوی منطق سلطه، بی‌ارزش دانسته می‌شوند، دست به ایجاد هویت مقاومت می‌زنند. اجتماعات محلی از رهگذر کنش جمعی، برخاسته‌اند و از رهگذر حافظه جمعی نگهداری می‌شوند. این هویت‌های مقاومت، در بیشتر موارد واکنش‌هایی تدافعی در برابر تحمیلات و بی‌نظمی جهانی و دگرگونی‌های پرشتاب و کنترل‌ناپذیر به‌شمار می‌آیند. به نظر کاستلنز، پیامد هویت مقاومت، ایجاد اجتماعاتی است که آن را مهم‌ترین گونه‌ی هویت‌سازی در جوامع مدرن می‌داند. سومین نوع هویت؛ هویت برنامه‌دار، هنگامی مطرح می‌شود که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس، هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنان در جامعه را از نو تعریف می‌کند. در اینجا، هویت‌سازی، پروژه‌ای برای یک زندگی متفاوت است که هرچند ممکن است مبتنی بر هویت زیر ستم باشد، اما در جهت دگرگونی جامعه به‌منزله استمرار برنامه این هویت، گسترش یافته است (کاستلنز، ۱۳۸۰، ج ۲، ص ۸۴).

حال چگونگی پیوند و برساخت هویت معلمان مورد مطالعه در این پژوهش؛ در پیوند با سه نوع هویت موردنظر کاستلنز، به این صورت تشریح می‌گردد: شکی نیست که جامعه شبکه‌ای موردنظر کاستلنز، با نظر به فرایند جهانی‌شدن و از بین رفتن محدودیت‌های مکانی در عصر حاضر و از طریق گسترش رسانه‌های جدید معنا می‌یابد. جامعه شبکه‌ای در این تعریف، به‌معنای آن است که فرد در دنیای جدید توان برقراری ارتباط با افرادی خارج از مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را به آسان‌ترین طرق ممکن داراست. بنابراین، کنشگران در این فضای جدید، اگرچه به‌لحاظ جغرافیایی از هم دورند؛ ولی شبکه‌ای به‌هم پیوسته را تشکیل داده‌اند. شبکه‌ای که مجموعه‌ای رفت و برگشتی از عقاید و نظرات مختلف را در درون خود دارد. سازوکار این ساختار جدید، به‌گونه‌ای در حال اجراست که

رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی جدید در شرایطی در میان جامعه ایرانی ریشه دوانده‌اند و در حال گسترش هستند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴) که گفته می‌شود: اطلاع‌رسانی (سورین و تانکار، ۱۳۸۶، ص ۴۵۰)، سرگرمی (دادگران، ۱۳۸۵، ص ۱۰۶) و شکل‌دهی به ارزش‌ها (معمدنژاد، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۱۱۰)، از مهم‌ترین کارکردهای آنها به‌شمار می‌آید. این درحالی است که ارزش‌ها و هنجارها در جامعه مذهبی ایرانی، از ریشه‌دارترین مواردی هستند که محققان داخلی، همواره در پی شناسایی، واکاوی و تبیین عوامل کاهنده و تقویت‌کننده آنها بوده‌اند. پژوهش‌های علوی و همکاران (۱۳۸۹)، احمدپور و آقازاده (۱۳۸۹)، فرهنگی و جامع (۱۳۸۹)، نجاتی‌حسینی (۱۳۹۱)، زکی (۱۳۹۲) و میرفردی و همکاران (۱۳۹۶) نمونه‌هایی از این تلاش‌ها هستند که نتایج آنان بر ماهیت آسیب‌زای رسانه‌ها (بخصوص رسانه‌های اینترنتی) در زمینه ارزش‌های مذهبی تأکید داشته است. نهاد آموزش و پرورش می‌تواند از عوامل مهم انسجام اجتماعی؛ و انسجام اجتماعی نیز می‌تواند نمودی از باورهای مشترک باشد؛ باورهایی که به پیامدهای عملی منتج می‌شوند. براین‌اساس، واکاوی نقش رسانه در میزان پایبندی عملی به دین در میان معلمان، آن‌هم در جامعه در حال گذار شهرستان دهلران، ضروری به نظر می‌رسد.

## سوالات تحقیق

آیا میزان پایبندی عملی معلمان دهلرانی به دین متأثر از بهره‌گیری از نوع و میزان رسانه‌هاست؟

آیا میزان پایبندی عملی معلمان دهلرانی به دین متأثر از ویژگی‌های زمینه‌ای آنان است؟

## چارچوب نظری

هویت، دربردارنده‌ی لایه‌های گوناگونی از جمله: هویت فرهنگی، هویت قومی، هویت ملی و هویت دینی است. از بین آنها، هویت دینی، نشان‌دهنده‌ی احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۳، ص ۱۹۶) است و خود نیز دارای ابعادی چندگانه است. شجاعی‌زند (۱۳۸۴)، نخستین و مهم‌ترین بُعد این نوع هویت را دین‌داری می‌داند، و ابعاد مختلف آن را بُعد «اعتقادات» (باورها و داشتن معلومات دینی)؛ بُعد «عبادیات» (انجام فردی عبادت، انجام

- تفاوت معناداری در میزان پایداری عملی به دین با توجه به «نوع رسانه» مورد استفاده وجود دارد.

- تفاوت معناداری در میزان پایداری عملی به دین با توجه به «میزان استفاده» از رسانه وجود دارد.

- «جنسیت» تعیین کننده میزان پایداری معلمان به دین است.  
 - «سطح تحصیلات» تعیین کننده میزان پایداری معلمان به دین است.  
 - «مقطع آموزشی» تعیین کننده میزان پایداری معلمان به دین است.  
 - «محل سکونت» تعیین کننده میزان پایداری معلمان به دین است.  
 - «قومیت» تعیین کننده میزان پایداری معلمان به دین است.  
 - «وضعیت تأهل» تعیین کننده میزان پایداری معلمان به دین است.  
 در پژوهش حاضر، از روش پیمایشی؛ و برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه معلمان شاغل در سال ۱۳۹۶-۱۳۹۷ است که تعداد ۱۰۸۲ نفر می باشد. واحد آماری پژوهش نیز یک نفر معلم شاغل در سال ۱۳۹۶-۱۳۹۷ بوده است. براساس جدول مورگان، و با در نظر گرفتن حجم جامعه، سطح معنی داری، میزان همگنی و میزان خطای معنی داری، حجم نمونه پژوهش، ۲۸۵ مورد برآورد شده است که برای افزایش دقت، به ۳۰۰ مورد ارتقاء یافت. پس از تعیین حجم نمونه، از نمونه‌گیری سهمیه‌ای (براساس جنسیت و مقطع آموزشی) استفاده شده است. براساس اینکه جامعه مورد مطالعه، معلمان بودند، نحوه نمونه‌گیری و گردآوری داده‌های پژوهش به این صورت بود که پس از تعیین حجم نمونه، از میان هر کدام مقاطع تحصیلی ابتدایی، متوسطه اول و متوسطه دوم، به‌طور مساوی ۱۰۰ نفر (مرد و زن) انتخاب گردید. در مرحله بعد، به مدارس مراجعه شد و بین معلمان مدارس پرسشنامه توزیع گردید. با بهره‌گیری از پرسشنامه دین‌داری شجاعی‌زند (۱۳۸۴) پرسشنامه‌ای ۱۳ سؤالی، که شامل دو بخش «عمل به تکالیف جمعی» (۵ گویه)؛ و «تکالیف فردی» (۸ گویه) است، جهت سنجش متغیر «میزان پایداری عملی به دین» استفاده شده است. گویه‌های این ابزار، در سطح تربیتی و در قالب سؤال‌های ۵ جوابی سنجیده شده است. روش نمره‌گذاری آن نیز به این صورت است: کاملاً موافقم (نمره ۵)، موافقم (نمره ۴)، بی‌نظر (نمره ۳)، مخالفم (نمره ۲) و کاملاً مخالفم (نمره ۱). در زمینه نوع و میزان «رسانه مورد استفاده» (مستقل) نیز، از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده شده که «نوع رسانه مورد استفاده» و «میزان

مناطق مختلف در شرایط فرهنگی، مذهبی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... متفاوتی به سر می‌برند. هر کدام از مناطق یادشده، با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود دارای رسانه‌هایی هستند که مطابق با عرف و فرهنگ مختص به خود اداره می‌شوند. در کنار این رسانه‌های رسمی برای هر منطقه خاص؛ رسانه‌های مخالفی نیز وجود دارد که در ابعاد مختلف، در ستیز با نظام حاکم عمل می‌کنند. در این بین، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نیز وجود دارد که می‌توانند هر دو کارکرد ذکرشده را به‌طور همزمان ایفا کنند. براین اساس، می‌توان کارکرد رسانه‌های بومی (در ایران و جامعه مورد مطالعه؛ می‌تواند تلویزیون باشد) هر منطقه را با هویت مشروعیت‌بخش مرتبط دانست که درصدد تداوم تحت سیطره درآوردن مخاطبان خود نسبت به ارزش‌ها، هنجارها و به‌طور کلی فرهنگ مربوط به خود هستند. در سوی دیگر، رسانه‌های مخالف (که در مورد جامعه مورد مطالعه می‌تواند شبکه‌های ماهواره‌ای باشد) می‌تواند با هویت مقاومت مرتبط باشد. مخاطبان این دسته رسانه کسانی خواهند بود که به نظر می‌رسد تعلق خاطر زیادی به فرهنگ حاکم ندارند و متعاقباً در این زمینه دست به مقاومت زده‌اند. در آخر، هویت برنامه‌دار نیز توان مرتبط بودن با رسانه‌های اینترنتی را دارد که می‌تواند هر دو کارکرد قبلی را داشته باشد؛ با این تفاوت که با انتخاب شبکه اجتماعی خاص و یا نوع استفاده خاص از شبکه اجتماعی موردنظر، دست به ساخت هویتی جدید بزند. بنا بر آنچه گفته شد می‌توان میزان پایداری عملی به دین (به‌عنوان یکی از ابعاد مقوله دین‌داری) در بین معلمان مورد مطالعه را براساس نوع رسانه مورد استفاده، و میزان استفاده از آن رسانه را متفاوت در نظر گرفت. براساس منطق مورد اشاره در آنچه شرح داده شد، می‌توان میزان پایداری عملی معلمان مورد مطالعه به دین را با نظر به ویژگی‌های زمینه‌ای آنها در پیوند با جامعه شبکه‌ای نیز متفاوت از هم دانست.

### فرضیه‌های تحقیق

نوع رسانه و میزان استفاده از آنها، تعیین کننده میزان پایداری عملی معلمان به دین است.

- عوامل زمینه‌ای، تعیین کننده میزان پایداری عملی معلمان به دین است.

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، ابتدا آنها را به هشت رابطه علی تقسیم کردیم:

در زمینه نوع رسانه مورد استفاده، ۱۳۷ نفر (۴۵/۷٪) اظهار داشتند بیشتر از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؛ ۸۶ نفر (۲۸/۷٪) گفتند بیشتر از ماهواره استفاده می‌کنند و ۷۷ نفر (۲۵/۶٪) نیز استفاده بیشتری از تلویزیون نسبت به سایر رسانه‌ها می‌کنند. میزان استفاده پاسخ‌گویان از رسانه‌ها (بدون تفکیک رسانه مورد استفاده)، به این صورت بوده است: ۶۵ نفر (۲۱/۷٪) زیر ۱ ساعت؛ ۶۰ نفر (۲۰٪) بین ۱ تا ۲ ساعت؛ ۷۸ نفر (۲۶٪) بین ۲ تا ۴ ساعت و ۹۷ نفر (۳۲٪) بیش از ۴ ساعت از رسانه مورد استفاده خود، در طول شبانه‌روز استفاده می‌کردند (جدول: ۲).

جدول (۲): فراوانی نوع رسانه مورد استفاده؛ و میزان استفاده از آنها در بین پاسخ‌گویان

متغیر	طبقات	فراوانی	کل پاسخ‌گویان	
			درصد معتبر	فراوانی درصد
رسانه	اینترنت	۱۳۷	۴۵/۷	۳۰۰
	ماهواره	۸۶	۲۸/۷	
	تلویزیون	۷۷	۲۵/۶	
میزان استفاده (کلی)	کمتر از ۱ ساعت	۶۵	۲۱/۷	۳۰۰
	بین ۱ تا ۲ ساعت	۶۰	۲۰	
	بین ۲ تا ۴ ساعت	۷۸	۲۶	
	بیش از ۴ ساعت	۹۷	۳۲	

### یافته‌های استنباطی

همان‌طور که در جدول (۳) آمده است، هیچ تفاوتی در میزان پایبندی عملی معلمان به دین با توجه به «نوع رسانه مورد استفاده»، «میزان استفاده از رسانه مورد استفاده»، «سطح تحصیلات»، «محل سکونت»، «قومیت» و «وضعیت تأهل» آنها وجود نداشت. با این حال تفاوت معناداری در میزان پایبندی عملی معلمان به دین، با توجه به «جنسیت» و «مقطع آموزشی» آنها ملاحظه شد. به‌گونه‌ای که میزان «پایبندی عملی به دین» معلمان زن به طرز معناداری بیش از این میزان بین معلمان مرد بود و بین «میزان پایبندی عملی به دین» معلمان «مقطع آموزشی ابتدایی» با معلمان «مقطع آموزشی متوسطه اول» و معلمان «مقطع آموزشی متوسطه دوم»، به ترتیب، با سطوح معنی‌داری (۰/۰۰۵) و (۰/۰۳۶) تفاوت معناداری وجود داشت.

استفاده از آن رسانه «در طول شبانه‌روز را مورد پرسش قرار می‌دهد. این پرسش‌ها با بهره‌گیری از پیشینه مطالعاتی در این زمینه، و با استفاده از پیش‌آزمون، ارزیابی، طراحی و به کار بسته شدند. در این پژوهش، از دو نوع اعتبار صوری و اعتبار سازهای بهره‌گیری شده است. جهت تعیین صوری پرسشنامه، از نظر چند تن از استادان جامعه‌شناسی استفاده شده است. در اعتبار سازهای نیز با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی به ارزیابی اعتبار ابزار تحقیق پرداخته شد، به این معنا که با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، تلاش شد تا به آزمون این مسئله پرداخته شود که آیا معرف‌های یک متغیر در تحلیل عاملی، قابلیت بار شدن روی یک عامل را دارند یا خیر؟ جهت تعیین پایایی ابزار پژوهش نیز، برای شناخت میزان انسجام درونی گویه‌های متغیر «میزان پایبندی عملی به دین» از آلفای کرونباخ شده است. این ضریب برای متغیر «میزان پایبندی به دین» (۰/۷۱) بوده است. پس از جمع‌آوری و گردآوری اطلاعات مورد نیاز و استخراج آنها، داده‌ها جهت تجزیه و تحلیل، به نرم‌افزار «SPSS» انتقال داده شد و تحلیل یافته‌ها در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ارائه گردید.

### یافته‌های توصیفی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان در جدول (۱) آمده است. در این زمینه نسبت زنان و مردان و مقاطع آموزشی ابتدایی، متوسطه اول و دوم با یکدیگر برابر است. در سایر زمینه‌ها، بیشترین نسبت‌ها مربوط به پاسخ‌گویان مجرد (وضعیت تأهل)، مقطع تحصیلی کارشناسی (سطح تحصیلات)، قومیت کرد (قومیت) و پاسخ‌گویان شهری (محل سکونت) بوده است.

جدول (۱): فراوانی جنسیت، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، مقطع آموزشی، قومیت و محل سکونت پاسخ‌گویان

متغیر	طبقات	فراوانی	کل پاسخ‌گویان	
			درصد معتبر	فراوانی درصد
جنسیت	زن	۱۵۰	۵۰	۳۰۰
	مرد	۱۵۰	۵۰	
وضعیت تأهل	متاهل	۱۷۱	۴۷/۳	۳۰۰
	مجرد	۱۲۹	۵۲/۷	
	دیپلم	۵۰	۱۶/۷	
سطح تحصیلات	کاردانی	۷۹	۳۶/۳	۳۰۰
	کارشناسی	۱۲۴	۴۲/۳	
	ارشد و دکتری	۴۷	۱۵/۶	
	ابتدایی	۱۰۰	۳۳/۳۳	
مقطع آموزشی	متوسطه اول	۱۰۰	۳۳/۳۳	۳۰۰
	متوسطه دوم	۱۰۰	۳۳/۳۳	
	کرد	۱۴۷	۴۹	
قومیت	لر	۱۲۱	۴۰/۳	۳۰۰
	سایر	۳۲	۱۰/۷	
	شهری	۲۲۰	۷۳/۳	
محل سکونت	غیرشهری	۸۰	۲۶/۷	۳۰۰

جدول (۳): مقایسه میانگین «پایبندی عملی به دین» پاسخ‌گویان با توجه متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل	طبقات	تعداد	میانگین میزان پایبندی عملی به دین	سطح معنی‌داری	مقدار آماره
رسانه	اینترنت	۱۳۷	۴۳/۹۵	۰/۳۱	۱/۱۷
	ماهواره	۸۶	۴۲/۵۳		
	تلویزیون	۷۷	۴۳/۸۵		
میزان استفاده	کلی	۳۰۰	-	۰/۸۳	۰/۰۱۲
جنسیت	زن	۱۵۰	۴۴/۷۸	۰/۰۰۲	۳/۱
	مرد	۱۵۰	۴۲/۳۶		
سطح تحصیلات	دیپلم	۵۰	۴۳/۵۴	۰/۸۵۳	۰/۳۶۱
	کاردانی	۷۹	۴۳/۸۹		
	کارشناسی	۱۲۴	۴۳/۵۷		
	ارشد دکتری	۴۷	۴۲/۷۴		
مقطع آموزشی	ابتدایی	۱۰۰	۴۱/۶۷	۰/۰۰۵	۵/۴۵
	متوسطه اول	۱۰۰	۴۴/۷۷		
	متوسطه دوم	۱۰۰	۴۴/۱۳		
محل سکونت	شهری	۲۲۰	۴۳/۴	۰/۶۱۹	-۰/۴۹۸
	غیرشهری	۸۰	۴۳/۸۶		
قومیت	لر	۱۲۱	۴۲/۳۹	۰/۰۷	۲/۵۸
	کرد	۱۴۷	۴۴/۲۴		
	سایر	۳۲	۴۴/۴۶		
وضعیت تأهل	مجرد	۱۴۲	۴۳/۴۵	۰/۸۸۰	-۰/۱۵۱
	متاهل	۱۵۸	۴۳/۵۸		

### بحث و نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد رسانه مفهومی کلی باشد. اگرچه در عصر حاضر، بر رسانه‌های ارتباط جمعی مانند تلویزیون، اینترنت و... تأکید می‌شود، ولی باید در نظر داشت هر چیزی که در مجاورت افراد قرار دارد، نیز می‌تواند یک رسانه باشد. چنانچه در مقدمه نیز اشاره شد، رسانه‌ها از حیث کارکرد می‌توانند اطلاع‌رسان، سرگرم‌کننده و یا شکل‌دهنده به ارزش‌ها باشند. با نگاهی گذرا به اجتماع، می‌توان کارکردهای ذکر شده را برای طیفی دیگر از مواردی که در این طبقه‌بندی از رسانه‌ها لحاظ نشده‌اند، نیز در نظر گرفت. به بیان بهتر، کارکردهای اطلاع‌رسانی، سرگرمی و یا شکل‌دهی به ارزش‌ها، مختص به رسانه‌ها نیستند، بلکه مواردی دیگر نیز می‌توانند در نوع خود، این کارکردها را در بطن داشته باشند. در این نوشتار، چارچوب نظری‌ای که فرضیه‌های پژوهش از آن منتج شدند به این صورت بود که رسانه‌های غالب سه‌گانه «تلویزیون»، «اینترنت» و «ماهواره»، در مجرای نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلر و بر ساخت هویت در این جامعه، پردازش شدند. سه نوع هویت مشروعیت‌بخش، مقاومتی، و برنامه‌دار کاستلر با نظر به ویژگی‌های فرهنگی، سیاسی، مذهبی و... جامعه مورد مطالعه، به ترتیب با رسانه‌های بومی (تلویزیون)، مخالف - از حیث ارزشی، عقیدتی، سیاسی، مذهبی و... (ماهواره) - و جهانی (اینترنت) مرتبط دانسته شدند. از آنجاکه موضوع این تحقیق، پایبندی عملی معلمان به دین بود، کارکرد رسانه‌های مذکور نیز از حیث شکل‌دهی به ارزش‌ها مدنظر قرار گرفت. به نظر می‌رسد سازوکار هر کدام از این رسانه‌ها، که با سیاست‌هایی خاص اداره می‌شوند، در میزان پایبندی عملی مخاطبانشان به دین، تأثیرهای متفاوتی داشته باشند که در این پژوهش، تأیید نشد. برای تحلیل این نتایج، به سطور پیشین بازمی‌گردیم، به نظر می‌رسد رسانه مفهومی کلی باشد. فقط رادیو، تلویزیون، اینترنت و... رسانه نیستند، بلکه می‌توان خانواده، جامعه، دولت، اقتصاد و بسیاری از نهادهای دیگر را نیز، هم در گذشته و هم در عصر حاضر، رسانه تلقی کرد. بر این اساس، ساختارهای حاکم در هر عصری نیز باید نوعی رسانه در نظر گرفته شوند؛ زیرا این ساختارها نیز کارکردهایی مشابه آنچه برای رسانه‌های جدید در نظر گرفته شده است را دارند. یکی از این ساختارها، که مبنای تحلیل نتایج این تحقیق بر آن استوار خواهد شد، نهاد آموزش و پرورش و سازوکار آن در زمینه نوع بهره‌گیری از

نتایج جدول (۴) نیز نشان می‌دهد فقط متغیرهای «مقطع آموزشی ابتدایی» و «جنسیت مرد» توانسته‌اند وارد مدل رگرسیونی عوامل مؤثر در میزان «میزان پایبندی عملی به دین» شوند. این متغیرها توانستند به میزان ۴/۶ درصد از تغییرات متغیر «میزان پایبندی عملی به دین» را تبیین کنند. مقدار منفی بتا برای متغیرهای وارد شده به مدل، گویای آن است که شاغل بودن در مقطع آموزشی ابتدایی در وهله اول؛ و مرد بودن در مرتبه دوم، میزان پایبندی عملی به دین را به نسبت‌های یاد شده در این جدول کاهش می‌دهد.

جدول (۴): نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره عوامل مؤثر بر «میزان پایبندی عملی به دین»

	Beta	T	R	R2	R2.adj	F	Sig
مقطع آموزشی ابتدایی	-۰/۱۴۹	-۲/۵۵	۰/۱۸۵	۰/۰۳۴	۰/۰۳۱	۱۰/۵۱	۰/۰۰۰
جنسیت مرد	-۰/۱۳۹	-۲/۳۸	۰/۲۲۸	۰/۰۵۲	۰/۰۴۶	۸/۱۷	۰/۰۰۰

مورد مطالعه، رسانه‌های غالب در عصر حاضر، تحت تأثیر ساختار رسانه‌ای آموزش و پرورش قرار گرفته‌اند، به گونه‌ای که تفاوت معناداری در میزان پایبندی عملی به دین در بین معلمان پاسخگو با نظر نوع رسانه مورد استفاده و میزان استفاده از آنها وجود نداشت. این به آن معناست که سازوکار نهاد آموزش و پرورش به گونه‌ای است که کارکرد شکل‌دهی به ارزش‌ها را به روشی کارا تر نسبت به رسانه‌های غالب در جامعه، پردازش می‌کند. با وجودی که هر کدام از رسانه‌ها با روش منحصر به فرد خود، به گونه‌ای بر نگرش مخاطبان خود تأثیر می‌گذارند، ولی ساختار رسانه‌ای آموزش و پرورش همگرایی قابل توجهی در این زمینه ایجاد کرده است. همان‌طور که در نتایج آمد، تفاوتی معنادار در میزان پایبندی معلمان به دین، با نظر به نوع رسانه مورد استفاده وجود نداشت. با این حال، باید در نظر داشت معلمان پاسخ‌گویی که از ماهواره‌ها استفاده می‌کردند میانگین کمتری در زمینه متغیر مورد مطالعه نسبت به معلمان پاسخ‌گویی که از رسانه اینترنت و رسانه تلویزیون استفاده می‌کردند، داشتند. به عبارت دیگر، این میانگین، به ترتیب و از بالا به پایین، مربوط به استفاده‌کنندگان از تلویزیون، اینترنت و ماهواره بود. ترتیب میانگین‌ها این مهم را می‌رساند که رسانه‌ها در شکل‌دهی به ارزش‌های مخاطبان نقش داشته‌اند، ولی در نگاهی کلی، ساختار رسانه‌ای آموزش و پرورش بود که در این زمینه قدرت تعیین‌کنندگی نهایی را داشته است. نتایج این تحقیق در زمینه استفاده از رسانه‌ها و نقش آن در میزان ابعاد دین‌داری مخالف با اکثر تحقیقات پیشین از جمله پژوهش‌های علوی و همکاران (۱۳۸۹)، احمدپور و آقازاده (۱۳۸۹)، فرهنگی و جامع (۱۳۸۹)، نجفاتی‌حسینی (۱۳۹۱)، زکی (۱۳۹۲)، میرفردی و همکاران (۱۳۹۶)، اسچرودر و همکاران (۱۹۹۹)، خالد (۲۰۰۷)، مهتا (۲۰۱۰)، کالینزما یو (۲۰۱۲) و شورت (۲۰۱۵) بود. از جانب دیگر باید اشاره کرد که اگرچه وزارت آموزش و پرورش به خوبی توانسته با برنامه‌ریزی‌های صحیح، نقش منفی استفاده از رسانه‌ها (در زمینه میزان پایبندی عملی به دین) را بر معلمان خنثا کند، ولی در درون جامعه معلمی، شکافی عمیق در این زمینه و در بین معلمان مقاطع مختلف آموزشی وجود دارد. نتایج نشان داد میزان پایبندی عملی به دین معلمان مقطع آموزشی ابتدایی به‌طرز معناداری پایین‌تر از معلمان مقاطع آموزشی متوسطه اول و دوم است. به نظر می‌رسد سن کم دانش‌آموزان در این مقطع آموزشی -

قابلیت‌ها؛ و چگونگی تعامل با عناصر خود (از جمله معلمان) است. آموزش و پرورش در هر کشوری، عنصری مهم در زمینه‌های مختلف فرهنگی، جامعه‌پذیری و... در نظر گرفته می‌شود؛ و بر این اساس، همواره حساسیت‌های فراوانی هم از جانب سیاست‌گذاران کلان و هم از طرف مردم نسبت به آن وجود داشته است. نقش خطیر این نهاد در تربیت نسل آینده ایجاب می‌کند هر قدمی که در این نهاد برداشته می‌شود، با برنامه و هدف‌دار باشد. در این زمینه، کارایی مدرسان و معلمان، اهمیت دوچندانی دارد. بخصوص در کشور ایران، که فضای مذهبی - فرهنگی آن طلب می‌کند در این زمینه، کسانی روی کار آیند که با آنچه مذهب روی آن تأکید دارد، همخوانی داشته باشد. دین ابعاد گوناگونی دارد که یکی از مهم‌ترین آنها، بعد پیامدی آن است. این بعد از دین‌داری، بر اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی که بر زندگی روزمره پیروان هر دینی اشاره دارد، نظارت می‌کند. این مهم می‌تواند با امور قابل مشاهده افراد سروکار داشته باشد؛ یعنی، چیزی که دانش‌آموز می‌تواند در کنش متقابل بلندمدتی که با معلم دارد، آن را به وضوح درک کند. بر این اساس، نهاد آموزش و پرورش در کشور ایران، که می‌بایست تمام تصمیمات آموزشی - پرورشی را مطابق با سیاست‌های کلی نظام اتخاذ نماید، حساسیت معقولی در این زمینه و در روال استخدام معلمان خواهد داشت. به بیان بهتر، شخصی که در کشور ایران به عنوان معلم استخدام می‌شود، حائز میزان قابل‌قبولی از پایبندی عملی به دین است؛ در غیر این صورت، برای این شغل واجد صلاحیت تشخیص داده نمی‌شود. رسانه مفهومی کلی است؛ و ممکن است سازوکار استخدام در وزارت آموزش و پرورش بتواند به‌عنوان یک رسانه عمل کند؛ به گونه‌ای که در میزان پایبندی عملی بسیاری از داوطلبان استخدام در این نهاد، مؤثر باشد. به جلوتر می‌رویم و نگاهی به شرایط معلمان، پس از استخدام می‌اندازیم. معاونت‌های متعدد آموزش و پرورش، در طول سال تحصیلی، دوره‌های ضمن خدمت فراوانی برای معلمان راه‌اندازی می‌کنند که غیر از موارد تخصصی، عموماً حول محور دین در پیوند با شرایط جدید (ابزارهای تکنولوژیکی) است. این کلاس‌ها و دوره‌های ضمن خدمت نیز می‌توانند در قالب یک رسانه که از نهاد آموزش و پرورش برمی‌تابد بر چگونگی برساخت هویت معلمان تأثیرگذار باشند.

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت: برای قشر معلم در جامعه

نهاد آموزش و پرورش به‌خوبی قابلیت ایجاد یک همگونی نسبی در این زمینه‌ها در جامعه مورد مطالعه را داشته است.

### پیشنهادها

همان‌گونه که در نتایج آمد، «جنسیت مرد» و «مقطع آموزشی ابتدایی» در مدل رگرسیونی عوامل مؤثر بر میزان پایبندی عملی به دین، از ضریب بتای منفی و نسبتاً قابل توجهی برخوردار بودند. براین اساس، پیشنهاد می‌شود محققان محترم، با استفاده از طرق کیفی به تبیین دلایل این مهم بپردازند. از جانب دیگر، نتایج نشان داد نوع رسانه و میزان استفاده از آن نقشی در تعیین میزان پایبندی عملی معلمان به دین نداشت. به نظر می‌رسد سازوکار آموزش و پرورش (در قالب ضوابط استخدام، کلاس‌های ضمن خدمت و...) در عرصه جنگ نرم و شیخون فرهنگی؛ در زمینه توانمندسازی معلمان در روبرویی به عوامل آسیب‌زای مربوط به رسانه‌ها در عصر حاضر ثمربخش بوده است. براین اساس، پیشنهاد می‌گردد سایر دستگاه‌های دولتی نیز این شیوه را در پیش گیرند.

که به امور اطراف خود بی‌توجه است - منجر به بروز دیدگاهی غلط برای معلم می‌شود. در جامعه شبکه‌ای، معلمان هم‌پایه با یکدیگر ارتباط بیشتری نسبت به سایر مقاطع دارند و همین مهم نیز می‌تواند میزان این معناداری را افزایش دهد. نتیجه مهم دیگر این تحقیق، تفاوت معنادار میانگین میزان پایبندی عملی معلمان زن و مرد بود، به‌گونه‌ای که این میزان برای معلمان زن بسیار بیشتر از معلمان مرد بود. اگرچه این نتیجه همسو با اکثر تحقیقات داخلی در این زمینه و همچنین تحقیقات خارجی از جمله فرنسیس (۱۹۹۷)، بیت‌لهلمی و آرگل (۱۹۹۷)، کرون وال (۲۰۰۹) و گونزالز (۲۰۱۱) بوده است؛ ولی میزان بتای منفی و قابل توجه معلمان مرد (جدول ۴) زنگ خطر را در زمینه دین‌داری در عرصه آموزش و پرورش به صدا درمی‌آورد، که نیاز به مطالعه و واکاوی علمی هرچه بیشتر دارد. به نظر می‌رسد دلیل اینکه میانگین زنان در متغیر مورد مطالعه، بیش از مردان پاسخگو بود، نتایج روحی - روانی حاصل از موقعیت ساختاری آنها در خانواده و تا حدودی اجتماع باشد. از زنان به‌صورت کلی در وهله اول و در فرهنگ‌های متفاوت سنتی و یا مدرن، انتظار نقش‌های حمایتی - مراقبتی می‌رود. زنان در مناطق در حال گذار و در بافتی عشیره‌ای - ایلی نیز اگرچه می‌توانند در اجتماع نقشی ایفاگر باشند؛ ولی همچنان باید تا حدودی پذیرای نقش‌های سنتی حمایتی - مراقبتی - در خانواده باشد و اجتماع نیز آنان را به‌عنوان کنشگران خدمتی - حمایتی در نظر می‌گیرد. زنان، مطابق با جامعه شبکه‌ای، می‌توانند در اقصا نقاط جهان با یکدیگر ارتباط (اگرچه غیرمستقیم) داشته و به‌نوعی، شبکه‌ای به‌هم‌پیوسته را در کنار دیگر شبکه‌های شغلی، فنی، فرهنگی، سیاسی، مذهبی و... تشکیل دهند. ارتباط هرچه بیشتر این جامعه شبکه‌ای جنسیتی که اجتماع نقش‌های حمایتی - مراقبتی را به‌عنوان نقش‌های اصلی برایشان تعریف کرده است، می‌تواند در بر ساخت هویت مذهبی آنها بیشتر از مردان، تأثیر مثبتی داشته باشد. در تحلیل سایر نتایج پژوهش نیز، نبود تفاوت در میزان پایبندی عملی معلمان به‌دین با نظر به «سطح تحصیلات»، «محل سکونت»، «قومیت» و «وضعیت تأهل» آنها را می‌توان معلول ساختار رسانه‌ای نهاد آموزش و پرورش دانست. بُعد پیامدی یا شرعیات دین‌داری (پایبندی عملی به دین) متناظر با آن بخش از این مقوله است که بیشتر جنبه خارجی و قابل مشاهده دارد. بعدی که با پوشش، ظاهر، نوع مراودات و... مرتبط است. به نظر می‌رسد سازوکار ساختار رسانه‌ای

- among Kuwaiti College Students- A Research Note", *Journal for the Scientific Study of Religion*, V. 50, N. 2, P. 339- 350.
- Khaled, M. ,2007, *Globalization and Religion*, Conference in Globalization, Conflict & the Experience of localities Rome, Italy.
- Mehta, S., 2010, "Commodity Culture and Porous Socio-Religious boundaries: Muslim Women in Delhi", *South Asia Research*, V. 30, N. 1, P. 1\_24.
- Schroeder .R, Heather. N. & M Lee. R. ,1999, *The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality*, Jcmc.
- Short, M. B. ,2015, "The Relationship between Religiosity and Internet Pornography Use", *Journal of Religion and Health*, V. 54, N. 2, p. 571-583.
- .....**منابع**.....
- احمدپور، مریم و امید آقازاده، ۱۳۸۹، «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ش ۵، ص ۹۹-۷۵.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد، ۱۳۸۳، *گسست نسلی در ایران: افسانه یا واقعیت*، به‌اهتمام علی‌اکبر علیخانی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی جهاد دانشگاهی.
- دادگران، محمد، ۱۳۸۵، *مبانی ارتباطات جمعی*، چ نهم، تهران، مروارید.
- زکی، محمدعلی، ۱۳۹۲، «اینترنت و دینداری جوانان (مورد: دختران و پسران ۱۹ تا ۳۰ ساله شهر اصفهان)»، *فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، سال چهارم، ش ۲، ص ۴۳-۲۱.
- سورین، ورنر و جیمز دلبیو تانکاره، ۱۳۸۶، *نظریه‌های ارتباطات*، چ سوم، تهران، دانشگاه تهران.
- شجاعی‌زند، علیرضا، ۱۳۸۴، «مدلی برای سنجش دینداری در ایران»، *جامعه‌شناسی ایران*، ش ۱، ص ۶۶-۳۴.
- علوی، سیدسلمان و همکاران، ۱۳۸۹، «مقایسه هویت ملی و مذهبی در افراد معناد به اینترنت و غیرمعناد»، *جامعه پژوهش فرهنگی* (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)، سال اول، ش ۱، ص ۱۱۹-۱۰۷.
- فرهنگی، علی‌اکبر و رقیه جامع، ۱۳۸۹، «رسانه و دین»، *پژوهش فرهنگی*، سال یازدهم، ش ۱۰، ص ۱۴۷-۱۸۲.
- کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۰، *عصر اطلاعات*، ترجمه علی پایا، تهران، طرح نو.
- مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴، *نتایج طرح آمارگیری برخورداری خانوارها و استفاده افراد از فناوری اطلاعات و ارتباطات*، درگاه مرکز آمار ایران.
- معمدنژاد، کاظم، ۱۳۸۵، *وسایل ارتباط جمعی*، چ پنجم، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
- میرفردی، اصغر و همکاران، ۱۳۹۶، «همیزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج)»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست و هشتم، ش ۲، ص ۱۶-۱.
- نجاتی حسینی، محمود، ۱۳۹۱، «بازنمایی خدا در بلاگهای فارسی (تحلیل الهیات مردم‌پسند مجازی اینترنتی در ایران)»، *دین و ارتباطات*، سال نوزدهم، ش ۱، ص ۱۵۷-۱۹۴.
- Beti- Hallahme, B. & Argyle, M. ,1997, *The Psychology of Religious Behavior, Belief and Experience*, New York, Routledge.
- Collins-Mayo, S, 2012, "Youth and religion. An international perspective", *Theo-Web. Zeitschrift für Religion spädagogik*, Vo. 11, No. 1, P. 80-94.
- Cronwall, M., 2009, "Reifying sex Difference Isn't the Answer, Gendering Processes, Risk, and Religiosity", *Journal for Scientific Study of Religion*, V. 48, N. 2, P. 252-255.
- Francis, L. ,1997, "The psychology of gender differences in religion: A review of empirical research", *Religion*, V. 27, P. 81-96.
- Gonzalez, A. ,2011, "Measuring Religiosity in a Magority Muslim Context: Gender, Religious Salience and Religious Experience