



معمار، رحمت‌ا... و پارسافر، سحر (۱۳۹۹). مسیرهای دین‌دار شدن و ارتباط آن با میزان دین‌داری شهروندان (مورد مطالعه: ساکنان شهر قائم‌شهر). *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۷(۱۵)، ۳۵۶-۳۲۵.

مسیرهای دین‌دار شدن و ارتباط آن با میزان دین‌داری شهروندان (مورد مطالعه: ساکنان شهر قائم‌شهر)

رحمت‌ا... معمار^۱ و سحر پارسافر^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۶

چکیده

مقاله حاضر مستخرج از پژوهشی تجربی دربارهٔ مسیرهای شکل‌گیری دین‌داری افراد و ارتباط آن با میزان دین‌داری آنها می‌باشد که بر روی نمونه‌ای ۲۹۳ نفری از ساکنان قائم‌شهر در استان مازندران به‌انجام رسیده است. یافته‌ها نشان دادند که در جامعهٔ مورد بررسی، مسیر "تقاضای منفعلانه" رایج‌ترین و مسیر "تقاضای فعالانه" نامتداول‌ترین طریق برای دین‌دار شدن می‌باشند. این در حالی است که تحلیل‌های رگرسیونی نشان داد از میان چهار مسیر اصلی برای دین‌داری، مسیر "تقاضای فعالانه" دارای قوی‌ترین و "تقاضای منفعلانه" واجد ضعیف‌ترین ضریب تأثیر بر میزان دین‌داری افراد هستند. در یک نگاه دقیق‌تر مشخص شد پنج مسیر از شش مسیر فرعی که دارای ضرایب رگرسیونی معنادار برای توضیح واریانس میزان دین‌داری هستند تقاضامحورند و تنها یک مسیر (جامعه‌پذیری دینی) عرضه‌محور است. از طرفی، شدت ضرایب تأثیر مسیرهای فعالانه به‌نحو مشهودی از ضرایب تأثیر مسیرهای منفعلانه بیشتر است. لذا مقایسهٔ میان محورهای دین‌داری نشان می‌دهد مسیرهای متفرع از محورهای فعالانه بیش از منفعلانه و مسیرهای تقاضامحور بیش از عرضه‌محور بر میزان دین‌داری افراد، تأثیرگذارند. به‌عبارت دیگر، بهترین مسیرهای دین‌دار شدن، از تقاطع طلب (تقاضا) و اراده (فعال‌بودن) عبور می‌کنند (تقاضای فعالانه). در مجموع، حدود ۶۲ درصد از تغییرات در میزان دین‌داری توسط نه متغیر (مسیرهای فرعی) مذکور تبیین شده است.

کلیدواژه‌ها: مسیرهای دین‌داری؛ تقاضای فعالانه؛ عرضه فعالانه؛ تقاضای منفعلانه؛ عرضه منفعلانه.

۱- استادیار جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول).

r.memar@umz.ac.ir

۲- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، saharp@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

مسلمان شناسنامه‌ای؛ دین مادرزادی، موروثی و اجباری؛ دین‌داری تقلیدی، مصلحتی، کورکورانه و ... برخی از انگ‌هایی است که در فضای عمومی و افواه عامه، به‌درست یا غلط بر پیشانی بسیاری از دین‌داران در جامعه ما خورده است. این القاب و توصیفات در مقابل دین‌داری‌هایی است که نه از طریق وراثت و اجبار و القاء و تقلید؛ بلکه از طریق تحقیق و طلب و اراده و انتخاب حاصل شده‌اند. در عین حال، پیش‌فرض نهفته در این تقسیم‌بندی و ارزیابی این است که علی‌القاعده و طبیعتاً دین‌داری‌هایی که از مسیر اول حاصل می‌شوند؛ سطحی و سست و دین‌داری‌هایی که از مسیر دوم حاصل می‌شوند؛ نسبتاً عمیق و مستحکم هستند. اما این انتسابات و اتصافات و آن پیش‌فرض‌ها و حدسیات تا چه حد با واقعیات موجود در زیست دینی ایرانیان انطباق دارند؟ این، موضوع و مسأله‌ای است که تا کنون و در تحقیقات تجربی، کمتر بدان پرداخته شده و ارزیابی کلی در این خصوص نیز مستلزم مطالعات و تحقیقات متعدد در سطوح ملی و محلی است. به هر حال، دانستن این که ایرانیان نوعاً و غالباً با طی چه فرایندی و از طریق چه مسیر یا مسیرهایی دین خود را به‌دست می‌آورند و اصطلاحاً دین‌دار می‌شوند از یک‌طرف و این که کدام‌یک از این مسیرها منجر به دین‌داری قوی‌تر و مستحکم‌تری می‌شوند از طرف دیگر؛ می‌تواند برای همه پژوهش‌گران حوزه دین‌داری، مفید و مثمر‌تر باشد.

مروری اجمالی بر مطالعات تجربی دین‌داری در ایران نشان می‌دهد که علیرغم تحقیقات متعدد در این حوزه، به‌جز یک پژوهش دانشگاهی (شعبانی و دیگران، ۱۳۹۶) هیچ تحقیق دیگری در خصوص مسیرهای دین‌داری صورت نگرفته است. از حیث تأثیر مسیر دین‌داری بر میزان دین‌داری نیز این تحقیق در نوع خود، اولین تحقیق محسوب می‌شود. پژوهش حاضر در پی آن بوده است تا این مسأله را در نمونه‌ای از جامعه ایرانی که به‌نوعی مجمع اقوام و فرهنگ‌های ایرانی است؛ یعنی قائم‌شهر در استان مازندران بررسی کند. بنابراین و با توجه به آنچه گفته شد، پرسش محوری تحقیق حاضر این است که: *اصلی‌ترین مسیرهای دین‌دار شدن افراد در جامعه مورد بررسی (ساکنان شهر قائم‌شهر) کدام‌اند و چه رابطه‌ای میان هرکدام از این مسیرهای دین‌دار شدن با میزان دین‌داری افراد وجود دارد؟*

اهمیت دین در زندگی، همواره واقعیتی مهم و مؤثر بوده و اهمیت آن به‌ویژه پس از انقلاب، آن قدر افزایش یافته که تحقق زندگی اجتماعی مبتنی بر اسلام، هدف محوری انقلاب تلقی گردیده است. در عین حال، مطالعه دین‌داری برای جوامعی نظیر کشور ایران که دین در سطوح مختلف آن از نقش و نفوذ بالایی برخوردار است، ضرورت بیشتری دارد. علیرغم تمامی تلاش‌های انجام گرفته در حوزه جامعه‌شناسی دین و مباحث مربوط به دین‌داری، بحث "روندهای

شکل‌گیری دین‌داری " حوزه تحقیقاتی نسبتاً بدیع و کمتر کار شده‌ای است که جای آن در کنار بحث‌های "ریشه‌ی دین‌خواهی" و "منشأ دین" خالی است (شجاعی‌زند، ۱۳۹۱: ۷۷). هدف اصلی این تحقیق، شناسایی انواع مسیرهای دین‌دار شدن افراد و سنخ‌شناسی این مسیرها از طریق یک مطالعه تجربی روی نمونه‌ای از ساکنان یک شهر است. هدف فرعی پژوهش حاضر که اهمیت‌اش از هدف اصلی، کمتر نیست؛ شناسایی میزان تأثیر یا سهمی است که هر یک از مسیرهای دین‌دار شدن بر میزان دین‌داری افراد دارند. یکی دیگر از اهداف فرعی تحقیق که اتفاقاً آن‌هم از اهمیت بالایی برخوردار است، بر ساخت مقیاس‌هایی برای سنجش انواع مسیرهای دین‌داری است. این مقیاس‌ها می‌توانند سنگ بنای تحقیقات تجربی آینده درباره فرایندهای دین‌داری در مقیاس ملی (جامعه ایرانی) گردند.

۲- پیشینه تحقیق

۲-۱- پژوهش‌های تجربی

مروری بر پژوهش‌ها و تحقیقات داخلی و خارجی در موضوعات مرتبط با تحقیق حاضر نشان می‌دهد که کمتر تحقیقی مستقیماً در زمینه مسیرهای دین‌دار شدن انجام شده است و بیشتر پژوهش‌ها مربوط به یکی از مسیرهای البته مهم و اصلی، یعنی جامعه‌پذیری مذهبی می‌باشند. در این تحقیقات که بیشتر تأثیر عوامل جامعه‌پذیری نظیر خانواده، مدرسه، وسایل ارتباط جمعی را بر دین‌داری مورد بررسی قرار داده‌اند؛ نشان داده شده است که جامعه‌پذیری مذهبی در میزان پایبندی به ارزش‌های دینی نقش گسترده‌ای دارد (برای نمونه: طالبان، ۱۳۷۸؛ ادهمی و کشانی، ۱۳۹۳). در تنها تحقیق تجربی مرتبط با موضوع پژوهش حاضر با عنوان "مطالعه تجربی روندهای شکل‌گیری دین‌داری" (شعبانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۵۱) از ۱۱ مسیری که در الگوی مرجع این پژوهش (شجاعی‌زند، ۱۳۹۱) معرفی شده، تنها سنجش پنج مسیر با روش پیمایش و ابزار پرسشنامه، امکان‌پذیر تشخیص داده و به بررسی تجربی آنها اکتفا شد. این مسیرهای پنج‌گانه از چهار جنبه "نخستین تماس با دین"، "بسط دین‌داری"، "دین‌دار شدن پس از توقف" و "ترجیحات" در بین نمونه انتخابی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج حاصل از گردآوری و استخراج داده‌ها نشان داد که در نخستین تماس با دین و بسط دین‌داری، الگوی دین‌دار شدن عملی و الگوی منطقی - عقلانی بیشترین فراوانی را دارد. در سطح دین‌داری پس از توقف اما الگوهای منطقی - عقلانی و اتفاق باشکوه بیشترین فراوانی را دارند. از بررسی روابط همبستگی میان متغیرهای زمینه‌ای و نحوه دین‌دار شدن نیز سیزده رابطه معنادار به دست آمد و نشان داد که

وضع مذهبی خانواده بیشترین رابطه را با نحوه دین‌دار شدن دارد. در بین نهاد های جامعه‌پذیری دینی، خانواده بیشترین تاثیر را بر دین‌داری جوانان داشته است. معلوم شده است که دین‌داری فردی تا حد زیادی توسط دین‌داری یکی از والدین تعیین می‌شود. پدر و مادرها در تحول نگرش‌ها و اعمال مذهبی فرزندان نقش بسیار مهمی دارند. بخش اعظم تحقیقات موجود مؤید این نتیجه‌گیری است که والدین آشکارا بر عقاید و ارزش‌های دینی بچه‌هایشان تاثیر می‌گذارند، اما هنوز بحث و جدل در مورد میزان مشخص و مدت زمان واقعی این تاثیر ادامه دارد. تاثیر پدر و مادر در انتقال مذهبی در دوره نوجوانی بیشتر از بزرگسالی است؛ والدین مذهبی شانس بیشتری در انتقال ایمان‌شان دارند و مادران تاثیر بیشتری از پدران دارند (نیکخواه، ۱۳۸۰؛ ایمان و سروش، ۱۳۸۱، لهسایی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۳؛ کاشانی، ۱۳۸۶؛ نصیری، ۱۳۸۹؛ زندوانیان و همکاران، ۱۳۹۲).

از نظر روش شناختی نیز اکثر تحقیقات انجام شده در حوزه دین‌داری در داخل و خارج از کشور، از نوع تحقیقات توصیفی و ابزار به کار گرفته شده در آنها پرسشنامه بوده است. جمعیت تحقیق پژوهش‌های انجام شده اغلب دانش آموزان و دانشجویان بوده است. در حالی که پژوهش حاضر، عموم شهروندان در سطح یک شهر (قائم‌شهر) را مورد بررسی قرار داده است. در مجموع می‌توان گفت که تحقیقات مرور شده نمی‌توانند ما را به یک جمع‌بندی نسبتاً جامعی از انواع مسیرهای دین‌دار شدن افراد برسانند و تنها یک پژوهش در داخل کشور داریم که به صورت جزئی، برخی مسیرهای دین‌دار شدن را مورد بررسی تجربی قرار داده است. به‌علاوه هیچ تحقیقی مشاهده نشد که ارتباط میان مسیر دین‌دار شدن و میزان دین‌داری شهروندان را مورد بررسی تجربی قرار داده باشد. پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا بخشی از این خلأهای تحقیقاتی را جبران نماید.

۲-۲- چهارچوب مفهومی: مسیرهای دین‌داری

دو پرسش اساسی در جامعه‌شناسی دین این بوده است که اولاً خاستگاه و ریشه پیدایش دین کجاست و ثانیاً چرا مردم دین‌دار می‌شوند؟ اما پرسش سومی نیز در حوزه جامعه‌شناسی دین قابل طرح است که کمتر بدان پرداخته شده است. این پرسش نه به چرایی دین‌داری (ریشه دین‌خواهی)، بلکه به چگونگی آن، یعنی فرایندهای دین‌دار شدن و شکل‌گیری هویت دینی (دین‌دار شدن) مربوط است. در اینجا پرسش آن است که افراد چگونه دین‌دار می‌شوند و به عبارت دیگر، مسیرهایی که افراد از طریق آنها وارد جرگه دین‌داران می‌شوند، کدامند؟

بر اساس جست‌وجوها و بررسی‌های به‌عمل آمده درباره پیشینه نظری مقوله روندها، فرایندها و مسیرهای دین‌دار شدن، به‌جز مباحث پراکنده و جزئی مورد اشاره درباره اجتماعی‌سازی دینی (جامعه‌پذیری مذهبی) و نیز مقاله هرویو لژه (۱۳۸۰) درباره مسیرهای هویت‌یابی دینی که مربوط به جوامع غربی مدرن و مختص زیست‌جهان مسیحی می‌باشد؛ الگوسازی و چارچوب مفهومی یا نظری خاصی یافت نشد؛ آلا الگوی شجاعی‌زند (۱۳۹۱) که در مقاله‌ای تحت عنوان "روندهای شکل‌گیری دین‌داری" تلاش کرده است مهم‌ترین مسیرهای دین‌دار شدن افراد را شناسایی و تشریح نماید. لذا این الگو به‌عنوان نقطه‌عزیمت و سنگ‌بنای چارچوب مفهومی پژوهش حاضر قرار گرفت و سپس از طریق اندکی جرح و تعدیل و بازترسیم سنخ‌شناسی شجاعی‌زند از مسیرهای دین‌داری، الگوی مختار و مرجح‌مان از مسیرهای دین‌دار شدن افراد، طراحی گردید.

از آنجا که تحقیق حاضر بدواً و اصولاً پژوهشی تبیینی نبود؛ بالتبع واجد چارچوب نظری خاصی هم نمی‌باشد. لذا طبیعتاً مسأله تحقیق یعنی مسیرهای دین‌دار شدن را در درون چارچوب‌هایی مفهومی و به‌عبارتی سنخ‌شناسی یا الگوبندی‌هایی از مسیرهای گوناگون دین‌دار شدن افراد مطرح خواهیم کرد. در عین حال و در مقام تبیین، حدس‌هایی نظری درباره ارتباط و تأثیر انواع مسیرهای دین‌دار شدن بر میزان (شدت) دین‌داری افراد، مطرح خواهیم نمود که البته جنبه پیامدشناسانه برای مبحث مسیرهای دین‌داری دارد.

شجاعی‌زند (۱۳۹۱) روندهای شکل‌گیری دین‌داری را در یازده مسیر تشخیص داده و از یکدیگر تفکیک کرده است: دین‌دار شدن از طریق پاسخ به کشش‌های فطری؛ دین‌دار شدن از مسیر پاسخ به آمادگی‌های روانی؛ دین‌دار شدن از مسیر اکتساب؛ دین‌دار شدن از مسیر فطرت و اکتساب؛ دین‌دار شدن برای جبران محرومیت‌های لاعلاج؛ دین‌دار شدن از مسیر مواجه شدن با یک اتفاق با شکوه؛ الگوی دین‌دار شدن از مسیر شخصیت‌های دینی تأثیرگذار؛ الگوی دین‌دار شدن از مسیر منطقی - عقلایی؛ دین‌دار شدن از مسیر انتخاب‌گری؛ دین‌داری عملی؛ الگوی شامل.

در مقاله مورد اشاره، تلاش شده است تا با استفاده از سه معیار دوتایی "عرضه یا تقاضای دین"؛ "فصدی یا غیرفصدی بودن دین‌داری" و "تقدم نظری یا عملی داشتن فرایند دین‌دار شدن"، برخی از این مسیرها، سنخ‌شناسی و مکان‌یابی شوند که البته به‌نظر نمی‌رسد در این راستا، اهتمام کاملی صورت گرفته باشد. لذا در این پژوهش تلاش شده است تا با مراجعه به تأملات نظری در جامعه‌شناسی دین و لحاظ‌کردن بسترهای فرهنگی و اجتماعی ویژه در ایران اسلامی، این تلاش به سرانجامی روشن‌تر و تحقیق‌پذیرتر برسد.

مبنای سنخ‌شناسی ما این ایده است که دین‌دار شدن فرد، یا به خود فرد و اقداماتش برای رسیدن به دین و زیست دین‌دارانه بستگی دارد و/ یا به محیط اجتماعی وی و اقدامات دیگران برای عرضه کالای دین به افراد (ن.ک. فورشت و رپستاد، ۱۳۹۴: ۳۶۳). به عبارت دیگر، کالای دین دو سویه دارد: سویه تقاضا و سویه عرضه. دین‌دار شدن افراد یا مستلزم تقاضای فرد برای کسب و اکتساب دین است و/ یا مستلزم عرضه دین به وی. بنابراین به نظر می‌رسد که به طور کلی، دو محور اصلی برای دین‌دار شدن افراد متصور باشد: ۱- محور تقاضای دین و ۲- محور عرضه دین

از طرفی دیگر، عرضه و تقاضای دین می‌تواند و ممکن است به صورت آگاهانه، هدفمند، ارادی، کنش‌گرانه، فعالانه و عامدانه باشد؛ و/ یا به صورت ناخودآگاه، اتفاقی، طبیعی، ناخواسته، واکنشی، منفعلانه و غیرعمدی. بنابراین از منظری دیگر، محورهای دین‌دار شدن را می‌توان به دو دسته دیگر طبقه‌بندی کرد: ۱- محور فعالانه و ۲- محور منفعلانه
حال اگر این دو دسته از محورهای اصلی دوتایی برای دین‌دار شدن را با یکدیگر تقاطع دهیم؛ به چهار مسیر اصلی برای دین‌دار شدن خواهیم رسید:

جدول ۱: سنخ‌شناسی انواع مسیرهای دین‌دار شدن

محور فعالانه / منفعلانه بودن مسیر دین‌داری		مسیرهای چهارگانه دین‌دار شدن	
دین‌داری منفعلانه	دین‌داری فعالانه	تقاضای دین	محور
۲- تقاضای منفعلانه	۱- تقاضای فعالانه	عرضه دین	عرضه / تقاضای دین
۴- عرضه منفعلانه	۳- عرضه فعالانه		

هر کدام از این مسیرهای اصلی، خود شامل تعدادی از مسیرهای فرعی می‌باشند که ذیلاً به تشریح آنها می‌پردازیم:

یکم). مسیر تقاضای فعالانه: تقاضای آگاهانه، ارادی و هدفمند دین از طرق مختلفی صورت می‌گیرد که شاید بتوان آنها را عمدتاً در ۴ مسیر اکتسابات دینی، تأملات دینی، عضویت دینی و مشارکت دینی طبقه‌بندی کرد.

۱). اکتسابات دینی: این مسیر، شامل چهار مسیر جزئی‌تر است که عبارتند از:

- تحصیلات دینی: تعلّم و آموزش رسمی علوم دینی در حوزه و دانشگاه

- مطالعات دینی: شامل مطالعه متون دینی به‌ویژه قرآن و ترجمه و تفاسیر آن؛ کتب حدیثی (اصول کافی، بهارالانوار، نهج‌البلاغه، نهج‌الفصاحه و ...)؛ کتب ادعیه (صحیفه سجاده، مفاتیح‌الجنان و ...)

- مباحثات دینی: پرس‌وجو و بحث و گفت‌وگوی دینی خصوصاً با علمای دین و دین‌شناسان، متدینان و ... درباره آموزه‌ها و اصول و احکام دین و

- استماع‌ات دینی (نشستن پای منابر و سخنرانی‌های علما و مبلغان دینی، گوش کردن به نوارها/فایل‌های صوتی در زمینه معارف دینی)

۲. تأملات دینی: تقاضای فعالانه دین می‌تواند از طریق تفکر، تعمق و تأمل درباره حیات دینی و لوازم و تبعات زیست‌متدینانه صورت پذیرد. موضوع این تأملات ممکن است در وهله اول مربوط به اصل زندگی دینی یا انتخاب میان دین‌داری و بی‌دینی و ترجیح زندگی دینی بر لامذهب بودن باشد که در صورت ترجیح اولی بر دومی، طبیعتاً به انتخاب یک چارچوب دینی خاص (انتخاب نوع دین) منجر می‌شود. به‌علاوه، موضوع این تأملات که می‌تواند نهایتاً منجر به دین‌داری افراد گردد، ممکن است درباره برخی پرسش‌های وجودی، از جمله مبدأ، مسیر و مقصد جهان و انسان، معنای زندگی و مرگ و ... باشد. نظریه‌های اندیشه‌گرایانه و معناجویانه در جامعه‌شناسی دین، دین‌داری افراد را از همین منظر تبیین می‌کنند و در واقع، یکی از فرایندهای شکل‌گیری اعتقادات و احساسات دینی را همین تفکرات و تأملات درباره جهان هستی و محیط پیرامون معرفی می‌کنند.

۳. عضویت دینی: یکی دیگر از مسیرهای تقاضای فعالانه، عضویت فرد در گروه‌ها، تشکله‌ها، سازمان‌ها، شبکه‌ها و انجمن‌های دینی می‌باشد. فینی^۱ (۱۳۸۰، ۲۵۴) استدلال می‌کند که رفتارها و باورهای دینی، دقیقاً نتیجه و پیامد منطقی عضویت در گروه‌های دینی هستند. تیبوت و کلی^۲ (۱۹۵۹) معتقدند الگوی هنجارها، نظارت‌ها و محدودیت‌هایی که در گروه‌های اجتماعی دیگر مطرح‌اند؛ در گروه‌های دینی نیز متجلی می‌گردند. گریلی^۳ (۱۹۶۳) معتقد است که گروه‌های دینی در واقع شبکه‌های ارتباطی هستند که برای اعضای خود، هنجارها و نقش‌هایی را ترسیم می‌سازند؛ اما این هنجارها و تصورات، ضرورتاً برگرفته از ایدئولوژی دینی نیستند. همچنین همان‌طور که وایت^۴ (۱۹۶۸) می‌گوید، در حقیقت زمانی که از عامل دین سخن می‌گوییم؛ با

1- Finney, Rebert

2- Thibaut, J. W., & H. H. Kelley

3- Greeley, J.

4- White, Richard

مجموعه‌ای از پیامدهای قاعده‌مند سر و کار داریم که عضویت در گروه دینی، آنها را ایجاد کرده است. به عقیده وایت، این مطالب (فرایندهای دین‌دار شدن از طریق عضویت در گروه‌های دینی) در مقابله با الگوی همسانی روان‌شناختی مطرح شده‌اند؛ الگویی که بیانگر وجود نوعی جهت‌گیری الهی یا الگوی اعتقادی است که موجب می‌شود افراد، رفتارهای هماهنگی را در زمینه مذهبی و غیرمذهبی از خود، بروز دهند (به نقل از فینی، ۱۳۸۰: ۲۵۴). بنابراین انتظار می‌رود عضویت افراد در انجمن‌ها، تشکل‌ها و هیأت‌های مذهبی، اخلاق، احساس و اعتقاد دینی اعضاء را شکل دهد.

۴. **مشارکت دینی:** بخشی از شخصیت و هویت دینی افراد ممکن است در نتیجه شرکت کردن آنان در مراسم دینی (جشن‌ها و عزاداری‌های دینی، مجالس دعا و مناجات و ...) و یا در جریان مشارکت و همکاری آنان در فعالیت‌های مذهبی (مانند خادمی مساجد و هیأت‌ها، فعالیت‌های اجتماعی و عام‌المنفعه متدینین و ...) شکل گیرد. این مجامع و محافل، بستر مناسبی برای بده و بستان آگاهی‌ها، عواطف و تجارب دینی به حضار و مشارکت‌جویان هستند.

دوم. **مسیر تقاضای منفعلانه:** فرایند دین‌دار شدن از طریق مطالبه و تقاضای آن توسط افراد، همواره آگاهانه و ارادی نیست. مسیر تقاضای دین، گاهی در نتیجه علل و عوامل غیر ارادی، اتفاقی، اجباری و یا تقلیدی پیموده می‌شود که وجه اشتراک همه آنها، نوعی انفعال و عدم کنش‌گری می‌باشد. در این مسیرها، افراد به‌نحو ناخودآگاه و یا ناخواسته، بدون هرگونه اراده و انتخابی، به‌سمت یک دین خاص جلب می‌شوند و در سلک پیروان آن در می‌آیند.

مسیر تقاضای منفعلانه، شامل مسیرهای فرعی تمایل دینی، تجارب دینی و تطابق دینی می‌باشد: ۵. **تمایل دینی:** تمایلات دینی (تمایل به دین)، نتیجه یک حرکت تقریباً غیر ارادی و مبتنی بر برخی کشش‌ها و گرایش‌ها و یا برخی واکنش‌ها و تنش‌های درونی‌اند که انسان را به‌سمت دین متمایل می‌کنند. این تمایلات درونی شامل تمایلات فطری و آمادگی‌های روانی‌اند که اولی، مورد تأکید ادیان ابراهیمی و دومی مورد توجه روان‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی می‌باشد.

- گرایش‌های فطری: در بسیاری از ادیان آسمانی به‌ویژه اسلام، گرایش انسان به دین و دین‌ورزی او، ناشی از فطرت الهی و گرایش فطری نوع انسان به خدا، کمال، معنویت، استعلا، جاودانگی و ... می‌باشد؛ گرایشی که از بدو تولد با انسان است و به‌صورت طبیعی، او را طالب و متقاضی دین می‌سازد^۱. البته در بزرگسالی، ممکن است این فطرت پاک، زنگار دنیوی به‌خود

۱- ... فطرت‌الله التي فطر الناس علیها... (روم/ ۳۰)

بگیرد و تضعیف یا حتی نابود گردد. به علاوه، تمایلات فطری بر حسب زمینه‌ها و عوامل گوناگون، در انسانهای مختلف، شدت و ضعف دارند و متغیرند.

- آمادگی‌های روانی: بسیاری از روان‌شناسان و جامعه‌شناسان دین، قائل به وجود برخی آمادگی‌های روانی در انسان‌ها برای گروش به دین هستند و این آمادگی‌ها را نیز نوعی واکنش به پدیده‌هایی چون ترس، جهل و ناآگاهی نسبت به امور، احساس ضعف و نیاز، عشق و محبت، معناجویی، حیرت و حیرانی ... تلقی می‌کنند.

۶. **تجارب دینی:** منظور از مسیر تجارب دینی، دچار شدن به یک تجربه معنوی کاملاً شخصی نظیر مواجهه با یک معجزه یا مشاهده یک حادثه عجیب و خارق عادت (جیمز، ۱۹۸۲: ۷۲ به نقل از شجاعی‌زند، ۱۳۹۱: ۸۵)؛ داشتن یک رؤیای ماورائی و یا برخورد کاملاً اتفاقی و اثرگذار با یک شخصیت دینی تأثیرگذار است که می‌تواند جرعه نخستین درگیر شدن فرد با امر دینی را بزند (ن. ک. شجاعی‌زند، همان).

۷. **تطابق دینی:** این مسیر که بیشتر در آغاز شکل‌گیری هویت دینی، یعنی در دوران کودکی و نوجوانی پیموده می‌شود؛ نه بر اساس اکتساب و تأمل و تحقیق، بلکه ناشی از نوعی انطباق‌پذیری با دیگر دین‌داران، خصوصاً دیگران مهم به‌ویژه والدین و اعضای خانواده می‌باشد. در اینجا نوعی درونی‌سازی دینی به صورت ناخودآگاه و ناخواسته صورت می‌گیرد. دو مکانیسم مهم دخیل در مسیر تطابق دینی، یکی تقلید است و دیگری تسلیم. مکانیسم تقلید یا الگوپذیری و هم‌نوایی بیشتر در جهت جلب حمایت و تأیید اطرافیان و باصطلاح هم‌رنگی با دیگر دین‌داران، فعال می‌شود و مکانیسم تسلیم یا متابعت عملی در نتیجه فشارهای هنجاری و ترس از تاوان تن در ندادن به اوامر و احکام دینی به کار می‌افتد. در اینجا، دین‌دار شدن هر چند به صورت ناخودآگاه نیست؛ اما فعالانه و از سر اختیار و انتخاب مطلوب هم نیست و لذا آن را ذیل مسیرهای منفعلانه دین‌دار شدن قلمداد می‌کنیم. در هر دو صورت، دین‌دار شدن از طریق نوعی انطباق با دیگر دین‌داران حاصل می‌شود و تقاضای دین، مبتنی بر انتخاب و اختیار شخص نیست.

۸. **مسیر عرضه فعالانه:** همان‌طور که قبلاً اشاره شد، مسیرهای عرضه‌محور توسط نهادها و کارگزاران دینی و یا بستر و محیط، زمینه و ساختار دینی در اختیار افراد قرار داده می‌شوند و حرکت و اقدامی از جانب دین و دین‌داران به سمت افراد هستند تا آنان را نیز در زمره پیروان خویش قرار دهند. حال اگر این بسترها و زمینه‌ها در قالب اقداماتی هدفمند و برنامه‌ریزی شده فراهم شوند و در اختیار افراد قرار گیرند تا افراد را جذب دین نمایند؛ می‌توان آنها را عرضه فعالانه دین نامید. در ادبیات تخصصی جامعه‌شناسی دین، مجموعه این اقدامات بسترساز را تحت عنوان

"اجتماعی‌سازی دینی"^۱ می‌نامند که یکی از نظریه‌های مهم دین‌داری نیز به همین نام، موسوم است.

این مسیر هر چند اقدامی عامدانه از سوی برخی نهادهای اجتماعی است، اما برای دریافت‌کنندگان آموزش‌های فوق، غیرعامدانه و بدون تقاضای خودشان می‌باشد. به عبارت دیگر، فرد به صورت نامحسوس، غیر ارادی یا ناخواسته و ناگزیر در معرض این آموزش‌ها قرار می‌گیرد. (۸). **اجتماعی‌سازی دینی:** افراد و نهادهای مهم و تأثیرگذار در زندگی‌مان را عاملان اجتماعی‌شدن یا اجتماعی‌کردن می‌نامیم - افراد و نهادهایی که به‌طور رسمی و یا غیررسمی، فرهنگ‌مان را به ما می‌آموزند. اینان شامل والدین ما، دوستان، بستگان، مربیان، مبلغان، روحانیان، همسایگان، معلمان، سیاست‌مداران و ... می‌شوند. این عاملان اجتماعی‌کردن، تأثیری شگرف و بسیار نیرومند بر بخش اعظم هویت ما دارند. علاوه بر جنبه‌ها و هویت‌های بسیار دیگری که داریم، هویت دینی ما هم غالباً و عمدتاً نتیجه و محصول فرایندهای پایه‌ای اجتماعی‌شدن است. درست همانطور که ما زبان‌مان را از دیگران فرا می‌گیریم - یا اینکه فرا می‌گیریم از دواج چیست؛ به همین ترتیب هم دین‌مان را از دیگران می‌آموزیم. تقریباً همیشه این «افراد مهم» در زندگی‌مان هستند که نقش عمده‌ای را در معرفی یک دین به ما و تعیین هویت دینی خاص ما ایفا می‌کنند. از زاویه دیگر (فراگیران)، این فرایند، آموختن و درونی کردن ناخودآگاهانه هنجارها، اعتقادات و ارزش‌های دینی خانواده‌مان، گروه نظیرمان، جامعه‌مان، ملت‌مان و غیره است. بسیاری از چیزهایی که می‌دانیم، انجام می‌دهیم، احساس می‌کنیم، فکر می‌کنیم و باور داریم؛ ریشه در این دارد که چگونه اجتماعی شده‌ایم (ن.ک. زاگرم، ۱۳۸۴: ۹۴-۹۵). از این منظر، دین آموخته‌ای اجتماعی است. افراد دین و مذهب‌شان را از افراد دیگر می‌آموزند و کسب می‌کنند (فورشت و ریستاد، ۱۳۹۴: ۳۴۹). در اینجا، دین‌دار شدن نتیجه حرکت دین به سمت افراد (عرضه) است و نه بالعکس (تقاضا). این عرضه نیز به صورت آگاهانه و عامدانه می‌باشد. بنابراین و به‌طور مشخص، اجتماعی‌سازی دینی مربوط است به تلاش آگاهانه و عامدانه نهادهای گوناگون مانند خانواده، دین، آموزش (مدرسه) و نیز رسانه‌ها و گروه‌های دوستی و ... برای انتقال آگاهی‌ها، آموزه‌ها، اعتقادات، احکام و الگوهای رفتار مذهبی در یک دین مشخص به افراد، خصوصاً نسل نوپای جامعه.

چهارم). مسیر عرضه منفعلانه: عرضه دین و دین‌داری افراد، همواره هدفمند، عامدانه، برنامه‌ریزی شده و ارادی نیست. بخشی از عرضه دین، به صورت کاملاً طبیعی و در نتیجه حضور

عناصر و مؤلفه‌ها، علائم و نمادهای دینی در محیط زندگی افراد می‌باشند و اثر یا نتیجه وضعی و ناخواسته این المان‌های دینی هستند. در اینجا نیز به تعبیری می‌توان گفت که عرضه دین صورت می‌گیرد؛ اما نه به صورت فعالانه، بلکه به نحو منفعلانه. ما مسیری از دین‌دار شدن که نتیجه و محصول این نوع از عرضه دین است را محیط دینی می‌نامیم:

۹. محیط دینی: هویت و اعتقاد دینی بعضاً مربوط به این هستند که والدین، دوستان، همسایگان و جماعت ما چه کسانی هستند و به چه طاعات و عباداتی می‌پردازند. پرورش دینی، محدود و منحصر به تعلیم شفاهی ارائه شده توسط والدین و معلمان و روحانیون و ... نیست. کودکان و حتی بزرگسالان با تماشای آنچه دیگران انجام می‌دهند نیز یاد می‌گیرند، نه فقط با آنچه آنها می‌گویند. والدین، معلمان و دیگر بزرگسالان در زندگی کودکان نقش مهمی دارند (فورشت و ریستاد، ۱۳۹۴ : ۳۴۹). ما معمولاً دین‌مان را از دیگر افراد می‌گیریم و جذب می‌کنیم؛ از آنهایی که شخصاً به ما نزدیکند یا پیوند عمیقی با ما دارند. دین و مذهب به ارتباط یا پیوند با مادر یا پدر یا شوهر یا زن یا برادر یا خواهر یا دوست بر روی همین زمین خاکی بستگی دارد (ن.ک. زاگرم، ۱۳۸۴ : ۱۰۱-۹۹)

علاوه بر افراد مذهبی پیرامون ما که به صورت طبیعی و تبعی، در دین‌دار شدن ما نقش دارند، وجود و حضور برخی نمادها و اماکن مذهبی در محیط زندگی ما نیز می‌توانند در دین‌دار شدن ما نقش داشته باشند. بنابراین و در مجموع، منظور از مسیر محیط دینی، فرصت‌های مذهبی ایجاد شده برای افراد است که آنها را به‌طور ناخواسته و طبیعی در معرض انتقال و تسری آموزه‌های دینی قرار می‌دهند و به‌مثابه بسترها و زمینه‌های مساعد پیرامونی عمل می‌کنند. مثلاً زندگی در شهر یا محله مذهبی، تولد و بالیدن در یک خانواده مذهبی، مجاورت با اماکن مقدس و مذهبی (امامزاده، مسجد...)، صرف‌نظر از آن‌که این عوامل بخواهند اقدام خاصی در جهت آموزش و پرورش دینی افراد صورت دهند یا نه. لازم به ذکر است که منظور از محیط در اینجا، بیشتر جنبه‌های عینی و فیزیکی و جغرافیایی است. محیط اجتماعی، پیش‌تر در مسیر "اجتماعی‌سازی دینی" مدنظر قرار گرفته است.

در نهایت باید گفت که در نگاه واقع‌بینانه معمولاً افراد با بیش از یک مسیر وارد حیات دین و حیات دینی می‌شوند و لذا فرایند معمول دین‌دار شدن، از طریق مسیرهای ترکیبی می‌گذرد. در این فرایند، هم افراد تا حدودی خودشان متقاضی کالای دین هستند و هم کالای دین تا حدودی به آنها عرضه می‌شود. این عرضه و تقاضا نیز تا حدودی فعالانه، ارادی، آگاهانه و اختیاری، و تا حدودی هم منفعلانه، طبیعی و غیر ارادی می‌باشند و به بخت و اقبال افراد در برخورداری یا محرومیت از فرصت‌های دین‌دار شدن بستگی دارند.

۲-۳- حدسیات نظری: مسیرهای دین‌داری و میزان دین‌داری

ما در مجموعه مطالعات خویش برای پژوهش حاضر، توضیح نظری یا تحقیق تجربی خاصی درباره این‌که پیمودن مسیرهای مختلف دین‌دار شدن و فرایند دین‌دار شدن چه ارتباطی با و تأثیری بر میزان یا نوع دین‌داری متدینان دارد، نیافتیم. لذا بر آن شدیم تا خودمان آغازگر گامی نو در این خصوص باشیم و حدسیاتی نظری در این‌باره را به‌معرض آزمون تجربی قرار دهیم؛ گو این‌که داشتن رویکردی انتقادی به منطق روشی پوزیتیویستی (استقراء‌گرایی) نیز اقتضاء می‌کند تا با الهام از پوپر، در حوزه علم و معرفت علمی، جسورانه و بی‌پروا به حدس‌هایی نظری بپردازیم و سپس آنها را به محک واقعیت‌های تجربی بزنیم.

ایده اصلی و محوری ما این است که علی‌الاصول و منطقاً محورها و مسیرهای متفاوت دین‌دار شدن بر کم و کیف دین‌داری (میزان و نوع دین‌داری) افراد تأثیرگذارند و نسبت‌های متفاوتی با آن برقرار می‌کنند. هر چند توضیح نظری این مسأله مجال دیگری می‌طلبد و بررسی آن، هدف اصلی تحقیق حاضر نمی‌باشد؛ اما اجمالاً می‌توان انتظار داشت که مسیرهای فعالانه - که مسیرهایی آگاهانه، هدفمند، اختیاری و عامدانه برای دین‌دار شدن هستند - بیش از مسیرهای منفعلانه - که مسیرهایی غیر ارادی، ناخودآگاه، اجباری و تقلیدی هستند - به دین‌دار شدن افراد کمک کنند و بیشتر بر آن تأثیر بگذارند. به‌عبارتی دیگر، هر قدر مسیر دین‌دار شدن، ارادی‌تر و آگاهانه‌تر باشد، میزان دین‌داری، بیشتر و هر قدر غیر ارادی‌تر باشد؛ میزان دین‌داری، کمتر خواهد بود.

از طرفی دیگر، انتظار این است که مطالبه و تقاضای کالای دین از جانب افراد، بیش از عرضه و توزیع کالای دین از طرف جامعه و به‌ویژه نهاد دین به افراد - بدون این‌که خودشان این کالا را مطالبه کرده باشند - به دین‌داری منجر شود. لذا دومین حدس نظری ما این است که مسیرهای تقاضامحور نقش و تأثیر بیشتر و قوی‌تری در میزان دین‌داری افراد دارند تا مسیرهای عرضه‌محور. به‌عبارت دیگر، هر قدر مسیر دین‌دار شدن، بیشتر بر تقاضا و طلب مبتنی باشد؛ میزان دین‌داری، بیشتر و هر قدر از طریق عرضه دیگران (کارگزاران و شرایط محیطی دینی) باشد؛ میزان دین‌داری، کمتر خواهد بود.

بنابراین و با سنتز دو حدس نظری پیشین، مبنی بر این‌که "مسیرهای فعالانه، بیش از مسیرهای منفعلانه" و "مسیرهای تقاضامحور بیش از مسیرهای عرضه‌محور" باعث دین‌داری می‌شوند؛ می‌توان دو فرضیه دیگر را مطرح نمود که ترکیبی هستند. اولین فرضیه ترکیبی بر این ایده استوار است که تقاضا و فعالیت (تقاضای فعالانه)، قوی‌ترین مسیر برای دین‌دار شدن است؛ چرا که در این مسیر، هم طلب، نقش‌آفرینی می‌کند و هم اراده. دومین فرضیه ترکیبی در

نقطه مقابل، بر این حدس مبتنی است که ضعیف‌ترین مسیر برای دین‌دار شدن، مسیری است که در آن، نه تقاضا برای دین‌داری وجود دارد و نه فعالیت. این مسیر، همان مسیر عرضه منفعلانه است که قرار گرفتن طبیعی در معرض پیام دین باشد؛ بدون این‌که تعمداً و به‌صورت هدفمند، از جانب کارگزاران دینی و یا خود دین‌داران تلاش و فعالیتی صورت گیرد. در این مسیر، نه طلب دین‌داری وجود دارد و نه اراده‌ای از جانب دین‌پذیران برای آن. در عرضه منفعلانه، فرد به‌طور طبیعی و عمدتاً بدون مداخله کارگزاران اجتماعی‌سازی دینی، با قرار گرفتن در محیط دینی، دین‌دار می‌شود.

فرضیات پژوهش: همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، تحقیق حاضر، بیشتر مطالعه‌ای اکتشافی و توصیفی است. با این حال، حدسیاتی نظری درباره ارتباط میان مسیرهای دین‌دار شدن و میزان دین‌داری افراد نیز مطرح کردیم که به‌شرح ذیل‌اند:

۱. مسیرهای تقاضامحور، تأثیر قوی‌تری بر میزان دین‌داری افراد دارند تا مسیرهای عرضه‌محور.
۲. مسیرهای فعالانه تأثیر قوی‌تری بر میزان دین‌داری افراد دارند تا مسیرهای منفعلانه.
۳. تقاضای فعالانه برای دین‌دار شدن نسبت به سایر مسیرها، قوی‌ترین تأثیر را بر میزان دین‌داری افراد دارد.
۴. مسیر عرضه منفعلانه برای دین‌دار شدن نسبت به سایر مسیرها، ضعیف‌ترین تأثیر را بر میزان دین‌داری افراد دارد.

۳- روش تحقیق

این پژوهش از نوع تحقیقات تجربی به روش کمی و با استفاده از تکنیک پیمایشی به انجام رسیده است. لذا ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق، پرسشنامه بوده است. واحد تحلیل و مشاهده در این پژوهش، فرد و سطح تحلیل، شهر (قائم‌شهر) می‌باشد. جمعیت تحقیق این پژوهش، تمامی ساکنان زن و مرد ۱۴ سال به بالای شهر قائم‌شهر را شامل می‌شده است. اما به‌دلیل عدم دسترسی به اطلاعات کامل خانوارهای ساکن در شهر قائم‌شهر و عدم امکان نمونه‌گیری احتمالی، نمونه‌گیری تحقیق حاضر از نوع غیر احتمالی و روش نمونه‌گیری، به‌صورت نمونه در دسترس بوده است. در این روش، احتمال انتخاب شدن برای همه اعضای جامعه، نابرابر است و فرمول و قاعده معینی برای تعیین حجم نمونه وجود ندارد. طبیعتاً در این‌گونه تحقیقات، تعمیم‌دهی نتایج تحقیق به کل جمعیت تحقیق نیز محل تردید و تأمل می‌باشد. در این پژوهش، حجم نمونه تحقیق ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد؛ اما پس از کنار گذاشتن پرسشنامه‌های مخدوش، نهایتاً اطلاعات به‌دست آمده از ۲۹۳ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از این تعداد، ۱۶۲

پرسشنامه توسط مردان و ۱۳۱ پرسشنامه توسط زنان تکمیل گردیده‌اند. همچنین تعداد ۱۱۵ نفر از پاسخگویان، متأهل و ۱۷۸ نفر غیر متأهل بوده‌اند. پرسشنامه‌ها توسط خود پاسخگویان و با حضور پرسشگر در میدان تحقیق جهت پاسخگویی به ابهامات، تکمیل گردیده است؛ اما برای کسانی که سواد خواندن و نوشتن نداشتند؛ به صورت مصاحبه ساخت یافته اجرا گردیده است؛ بدین طریق که سؤالات پرسشنامه برای آنان خوانده شده و پاسخ‌های آنان توسط پرسشگر عیناً ثبت شده است. محل اجرای پرسشنامه‌ها و گردآوری داده‌ها، میادین اصلی شهر، پارک‌ها، بانک‌ها، مغازه‌ها، مساجد و به طور کلی، اماکن عمومی بود؛ چرا که در این اماکن، همه اقشار و گروه‌های اجتماعی تردد دارند و نتیجتاً می‌توان به نمونه معرف از کل جمعیت تحقیق، نزدیک شد. هدف از انتخاب این اماکن آن بود که نمونه مورد بررسی تا جایی که امکان دارد به شمای کلی ساکنان شهر قائمشهر نزدیک‌تر باشد.

در مقام سنجش پایایی ابزار تحقیق با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مشخص شد که به جز مقیاس تقاضای منفعلانه تمامی مقیاس‌های سنجش مسیرهای دین‌دار شدن دارای پایایی بالا و مناسبی هستند.

جدول ۲: ضرایب آلفای کرونباخ برای مقیاس‌های مربوط به مسیرهای دین‌دار شدن

ضریب آلفای کرونباخ	تعداد گویه	مسیرهای دین‌دار شدن
۰/۹۱	۱۵	تقاضای فعالانه
۰/۵۴	۷	تقاضای منفعلانه
۰/۸۹	۱۰	عرضه فعالانه
۰/۸۵	۵	عرضه منفعلانه

ضرایب آلفای کرونباخ ابعاد سه‌گانه مسیرهای دین‌داری در جدول بالا نشان می‌دهد که تمامی خرده‌مقیاس‌ها به جز مسیر تقاضای منفعلانه دارای پایایی بالا و مناسبی هستند. متغیر وابسته تحقیق حاضر، دین‌داری است. دین‌داری صفت مفهوم دین است که دارای مرتبه‌های مختلفی است و بین دو حد و وضعیت کمینه و بیشینه جای می‌گیرد. شجاعی‌زند (۱۳۸۴: ۳۶) دین‌داری را داشتن اهتمام دینی می‌داند؛ به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر سازد. طالبان (۱۳۸۸) تلاش کرده است تا ابعاد و مولفه‌های دین‌داری را به صورت یک کلیت تجربی یا تئوریک مشخص و معین کند. نقطه عزیمت کار وی بررسی انتقادی مقیاس‌های پیشین سنجش دین‌داری و تلاش برای تکمیل مقیاس‌های بومی و اسلامی موجود از دین‌داری بوده است. لذا ما در این تحقیق آن را به عنوان مقیاس مبنا در نظر گرفته‌ایم. وی در این مقیاس،

ابتدا از دین‌داری با درجه‌ای از انتزاع و بر اساس سه بُعد اعتقادات، احساسات و اعمال، تعریفی مفهومی ارائه داده و سپس بعد اعتقادی دین را به دو مولفه «اصول دین» و «فروع دین»، بُعد عاطفی دین را به سه مؤلفه «تجربه دینی»، «علقه دینی»، «هویت دینی» و بُعد رفتاری دین را به سه مولفه «اخلاقیات»، «شرعیات» و «عبادیات» تجزیه می‌کند. در جدول زیر، ضرایب پایایی ابعاد سه‌گانه و نیز کل مقیاس دین‌داری نشان داده شده است. ضریب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد هر سه خرده‌مقیاس و نیز مقیاس کلی میزان دین‌داری، دارای میزان پایایی نسبتاً بالایی می‌باشند.

جدول ۳. ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) مقیاس میزان دین‌داری

نام مقیاس	ابعاد	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
میزان دین‌داری	اعتقادات دینی	۶	۰/۷۵
	احساسات دینی	۱۷	۰/۹۱
	اقدامات دینی	۱۷	۰/۹۱
	کلی	۴۰	۰/۷۹

شیوه ما برای تشخیص اعتبار (روایی) مقیاس دین‌داری، اعتبار معیار بوده است. اعتبار معیار، مستلزم همبستگی مثبت ابزار اندازه‌گیری با معیاری است که همان خصیصه را می‌سنجند (طالبان، ۱۳۹۲: ۵۴). ما برای سنجش اعتبار معیار مقیاس کلی دین‌داری، از طریق این پرسش که "در مجموع شما خودتان را جزء کدامیک از این آدمها می‌دانید؟" پنج گزینه کاملاً متدین، خیلی متدین، تقریباً متدین، کمی متدین و کاملاً غیرمتدین را پیش‌روی پاسخگویان قرار دادیم تا میزان خودپنداره دینی (تصور و ارزیابی خودشان از میزان دین‌داری‌شان) را با میزان واقعی دین‌داری که با استفاده از این مقیاس سنجیده شده است، مقایسه کنیم.

آزمون ضریب همبستگی کندال و اسپیرمن میان این سنجه با مقیاس کلی دین‌داری که در جدول ۴ منعکس است نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری میان آنها برقرار است. با توجه به این‌که هر دو ضریب همبستگی در جدول ۴، در سطح ۰/۰۰۰ (آزمون دو دامنه) معنادار هستند؛ می‌توان گفت که مقیاس کلی دین‌داری از اعتبار معیار مناسبی برخوردار می‌باشد.

جدول ۴: آزمون همبستگی مقیاس کلی دین‌داری با خودپنداره دینی پاسخگویان

ضریب همبستگی	مقیاس دین‌داری واقعی - سنجه دین‌داری تصویری
کندال	۰/۴۲
اسپیرمن	۰/۵۲

تعداد: ۲۹۳ نفر

آزمون معناداری دو دامنه = ۰/۰۰۰

روش ما برای سنجش اعتبار مقیاس‌های سنجش مسیرهای دین‌داری، اعتبار محتوا بوده است. در روش تأمین اعتبار محتوی، مسأله این است که معرف‌ها تا چه میزان وجوه مختلف مفهوم را می‌سنجند. توافق بر سر اعتبار محتوایی یک سنج، نهایتاً به نحوه تعریف مفهومی بستگی دارد که برای آزمودن طراحی شده است (دواس، ۱۳۸۱: ۶۴). بر این اساس، ما برای بر ساخت مقیاس‌های چهارگانه تقاضای فعالانه، تقاضای منفعلانه، عرضه فعالانه و عرضه منفعلانه، دقیقاً از همان تعریف مفهومی بر ساختی در چارچوب مفهومی تحقیق استفاده نمودیم و با تجزیه آنها به ابعاد، مؤلفه‌ها و معرف‌ها، امکان سنجش تجربی آنها را فراهم نمودیم. سپس به منظور اطمینان بیشتر از واجدیت اعتبار محتوای مقیاس‌ها، آنها را در معرض ارزیابی سه داور متخصص در این حوزه قرار دادیم و تأیید آنها، را پشتوانه روایی این مقیاس‌ها در نظر گرفتیم.

۴- یافته‌های پژوهش

سؤال اصلی پژوهش حاضر این بود که رایج‌ترین و نامتداول‌ترین محورها و مسیرهای دین‌دار شدن در جامعه مورد بررسی کدامند؟

برای پاسخ به این پرسش، همه ابعاد، مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و شاخصک (معرف)های مسیرهای دین‌دار شدن را در مقیاس ۵ (با دامنه تغییرات ۱ تا ۵) تنظیم نمودیم تا امکان مقایسه‌پذیری وجود داشته باشد. نتایج در جدول ذیل، نمایش داده شده است.

همان‌طور که در جدول شماره ۵ پیداست، تأملات وجودی، تمایلات فطری، داشتن خانواده مذهبی و آموزش‌های مذهبی خانواده، دارای میانگین نسبتاً بالایی می‌باشند (همگی با میانگین بالای ۳) که از میانگین نظری (یعنی ۲/۵) به میزان قابل توجهی بیشتر هستند. لذا این‌ها را می‌توان مهم‌ترین مکانیسم‌های دین‌دار شدن در میان جمعیت مورد تحقیق، تلقی کرد. در عین حال، مطالعات دینی، استماعات دینی، معجزه‌بینی و گرایش‌های روانی نیز دارای میانگینی بالاتر از میانگین نظری می‌باشند.

در مقابل، ضعیف‌ترین مکانیسم‌ها برای دین‌دار شدن در بین جمعیت نمونه به ترتیب عبارت بودند از: همجواری با مراکز آموزش دینی، تحصیلات دینی، تقلید دینی، دوستان متدین، برنامه‌های دینی مساجد، مکاشفات دینی، متابعت دینی، مشارکت در خدمات دینی، محله مذهبی، برنامه‌های دینی رسانه‌ها، همجواری با اماکن زیارتی.

جدول ۵: میانگین ابعاد، مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و شاخصک‌های مسیرهای دین‌دار شدن

میانگین ابعاد	میانگین مؤلفه‌ها	میانگین شاخص‌ها	میانگین شاخصک‌ها	شاخصک‌ها (معرف‌ها)	شاخص‌ها	مؤلفه	ابعاد
۲/۷۱	۲/۵۳	۲/۶۳	۱/۱۶	تحصیلات دینی	اکتسابات دینی	فعالانه	تقاضا
			۲/۷۹	مطالعات دینی			
			۲/۴۰	مباحثات دینی			
			۲/۷۵	استماع‌ات دینی			
		۳/۶۰	۳/۶۴	تأملات وجودی	تأملات دینی		
			۳/۱۳	تأملات ترجیحی			
		۲/۰۸	۲/۰۸	عضویت اجتماعی	عضویت دینی		
		۲/۴۲	۱/۸۶	مشارکت خدماتی	مشارکت دینی		
	۲/۳۱		مشارکت مناسکی				
	۲/۹۳	۲/۶۴	۲/۶۷	معجزه‌بینی	تجارب دینی	منفعلا نه	
			۱/۸۳	ملاقات و مکاشفات دینی			
			۲/۴۴	مجدوبیت دینی			
		۲/۸۴	۳/۴۸	تمایلات فطری	تمایل دینی		
			۲/۶۶	گرایش‌ات روانی			
۱/۶۷		۱/۸۴	تبعیت دینی	تطابق دینی			
		۱/۷۲	تقلید دینی				
۲/۷۴	۲/۷۸	۲/۷۸	۳/۳۸	آموزش دینی خانواده	اجتماعی‌سازی دینی	فعالانه	عرضه
			۲/۰۱	تأثیر بستگان			
			۱/۷۹	تأثیر دوستان			
			۱/۹۳	آموزش روحانیون و مبلغان			
			۲/۴۸	آموزش دینی رسمی			
			۱/۸۲	برنامه‌های دینی مساجد			
			۱/۹۲	برنامه‌های دینی رسانه‌ها			
	۲/۵۸	۲/۵۸	۳/۳۹	زندگی در خانواده مذهبی	محیط دینی		
			۱/۹۱	زندگی در محله مذهبی			
			۱/۹۳	همجواری با اماکن زیارتی			
			۲/۵۲	همجواری با اماکن عبادتی			
		۰/۹۹	همجواری با آموزشگاه دینی				

میانگین دامنه تغییرات محورهای فعالانه: ۲/۶۰ میانگین دامنه تغییرات محورهای منفعلا نه: ۲/۸۴

جدول شماره ۵ همچنین نشان می‌دهد که از میان مسیرهای فرعی نه‌گانه برای دین‌دار شدن، تأملات دینی با فاصله زیاد، رایج‌ترین و متداول‌ترین مسیر می‌باشد. پس از آن، مسیرهای تمایلات دینی، اجتماعی‌سازی دینی، تجارب دینی و اکتسابات دینی، با میانگین‌هایی بالاتر از حد متوسط، نقشی قابل توجه در فرایند دین‌دار شدن افراد ایفا می‌کنند. در مقابل، مسیر تطابق دینی که مبتنی بر مکانیسم‌های تبعیت و تقلید می‌باشد؛ ضعیف‌ترین و نامتداول‌ترین مسیر در فرایند دین‌دار شدن جمعیت نمونه بوده است.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان دادند در مقایسه میانگین‌های تجربی مسیرهای اصلی چهارگانه برای دین‌دار شدن، مسیرهای تقاضای منفعلانه با میانگین ۲/۹۳ و عرضه فعالانه (اجتماعی‌سازی دینی) با میانگین ۲/۷۸ رایج‌ترین و قوی‌ترین مسیرها برای دین‌دار شدن نمونه مورد بررسی می‌باشند. میانگین تجربی مسیرهای تقاضای فعالانه دین و عرضه منفعلانه دین (محیط دینی) حول و حوش میانگین نظری و کمی بیش از آن می‌باشند.

جهت مقایسه بهتر، در جدول زیر میانگین‌های تجربی چهار مسیر اصلی دین‌دار شدن، نشان داده شده است:

جدول ۶: میانگین دامنه تغییرات مسیرهای اصلی دین‌دار شدن

مسیرهای دین‌داری	فعالانه	منفعلانه
تقاضای دین	۱. تقاضای فعالانه = ۲/۵۳	۲. تقاضای منفعلانه = ۲/۹۳
عرضه دین	۳. عرضه فعالانه = ۲/۷۸	۴. عرضه منفعلانه = ۲/۵۸

در مقایسه میانگین‌های محورهای عرضه‌محور (به میزان ۲/۷۴) و تقاضا‌محور (با میانگین ۲/۷۱) برای دین‌دار شدن، یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهند که این میانگین‌ها تفوق و ترجیح چندانی بر یکدیگر ندارند. مقایسه محورهای فعالانه و منفعلانه برای دین‌دار شدن نشان می‌دهد که محور منفعلانه (با میانگین ۲/۸۴) بیشینه‌ای قابل اعتنا نسبت به میانگین محور فعالانه (با میانگین ۲/۶۰) دارد.

پرسش دوم پژوهش حاضر این بود که چه ارتباطی میان محورها و مسیرهای دین‌دار شدن افراد و میزان دین‌داری آن‌ها وجود دارد؟ برای پاسخ دادن به پرسش فوق، چهار فرضیه را مطرح کردیم. پیش از آزمون این فرضیه‌ها با استفاده از تحلیل رگرسیونی، ضرایب همبستگی مسیرهای فرعی و اصلی دین‌دار شدن با میزان دین‌داری افراد را استخراج کرده و تحلیل نموده‌ایم.

همان‌طور که از جدول شماره ۷ برمی‌آید؛ همه ضرایب همبستگی دو طرفه میان مسیرهای فرعی دین‌داری و میزان دین‌داری، در سطح ۰/۰۱ معنادار می‌باشند. از حیث شدت همبستگی،

مسیرهای اکتساب دینی، مشارکت دینی، جامعه‌پذیری دینی و محیط دینی، دارای همبستگی نسبتاً بالایی با میزان دین‌داری می‌باشند. ضعیف‌ترین میزان همبستگی نیز مربوط به مسیر تمایل دینی می‌باشد. از نظر جهت همبستگی، تنها مسیری که همبستگی منفی و ارتباط معکوسی با میزان دین‌داری دارد، مسیر تطابق دینی می‌باشد؛ بدین معنی که به موازات افزایش پیمودن مسیر دین‌داری به‌خاطر تطابق دینی (تبعیت و تقلید)، میزان دین‌داری کاهش می‌یابد و بالعکس، هر قدر این مسیر کمتر پیموده شود؛ میزان دین‌داری بیشتر خواهد بود.

جدول ۷: آزمون همبستگی پیرسون

میان مسیرهای فرعی دین‌داری و میزان دین‌داری

میزان ضریب	مسیرهای فرعی
۰/۶۵**	اکتساب دینی
۰/۴۹**	تاملات دینی
۰/۶۴**	مشارکت دینی
۰/۵۴**	عضویت دینی
۰/۳۵**	تجربه دینی
۰/۲۵**	تمایل دینی
-۰/۳۴**	تطابق دینی
۰/۵۸**	جامعه‌پذیری دینی
۰/۵۳**	محیط دینی

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است (دو دامنه)

در این پژوهش، مسیرهای نه‌گانه فوق برای دین‌دار شدن را در چهار مسیر اصلی سنخ‌بندی کرده بودیم. در جدول ۸، ضرایب همبستگی پیرسون میان چهار مسیر اصلی دین‌دار شدن و میزان دین‌داری، نمایش داده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که مسیر تقاضای فعالانه دارای همبستگی بسیار قدرتمندی با میزان دین‌داری می‌باشد و در مقایسه با ضرایب همبستگی سه مسیر دیگر نیز، واجد بیشترین میزان از همبستگی با دین‌داری است. این یافته، در راستای فرضیه سوم تحقیق و مؤید آن می‌باشد. کمترین میزان همبستگی میان مسیرهای اصلی دین‌داری و میزان دین‌داری نیز متعلق به مسیر تقاضای منفعلانه می‌باشد. این یافته، مؤید فرضیه چهارم نیست که انتظار داشت مسیر عرضه منفعلانه، ضعیف‌ترین ارتباط را با میزان دین‌داری داشته باشد. البته قضاوت نهایی درباره فرضیه‌های تحقیق، به نتایج تحلیل رگرسیونی موکول شده است.

جدول ۸: آزمون همبستگی پیرسون
میان مسیرهای اصلی دین‌داری و میزان دین‌داری

میزان ضریب	مسیرهای اصلی
۰/۷۲**	تقاضای فعالانه
۰/۲۴**	تقاضای منفعلانه
۰/۵۸**	عرضه فعالانه
۰/۵۳**	عرضه منفعلانه

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است (دو دامنه)

مسیرهای چهارگانه فوق، از تقاطع دو محور دوگانه "عرضه - تقاضا" و "فعالانه - منفعلانه" برای دین‌داری حاصل شده بود. در جداول زیر، ضرایب همبستگی این محورهای دوگانه با میزان دین‌داری در دو جدول مجزا نمایش داده شده است. نتایج آزمون همبستگی، نشان داد که میزان همبستگی مسیرهای تقاضامحور (شامل تقاضای فعالانه و منفعلانه) به میزان قابل توجهی از همبستگی مسیرهای عرضه‌محور (شامل مسیرهای عرضه فعالانه و منفعلانه) بالاتر است و این همبستگی‌ها در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. از فرضیه اول تحقیق نیز چنین بر می‌آید که دین‌دارهای حاصل از طلب و تقاضا (تقاضامحور)، قوی‌تر از دین‌داری‌های نطلبیده و غیر ارادی (عرضه‌محور) می‌باشند. البته واریسی و ارزیابی دقیق‌تر این فرضیه، به نتایج تحلیل رگرسیونی موکول شده است.

جدول ۹: آزمون همبستگی پیرسون
میان میزان دین‌داری و محورهای عرضه / تقاضا برای دین‌داری

میزان دین‌داری	محورهای دین‌داری
۰/۷۰**	تقاضامحور
۰/۶۲**	عرضه‌محور

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است (دو دامنه)

از فرضیه دوم تحقیق، این انتظار را داشتیم که دین‌داری فعالانه، همبستگی قوی‌تری با میزان دین‌داری داشته باشد تا دین‌داری منفعلانه. نتایج آزمون همبستگی مندرج در جدول زیر، در راستای مدعای فرضیه مذکور نشان می‌دهد که میزان همبستگی محور فعالانه (شامل دو مسیر

تقاضای فعالانه و عرضه فعالانه) با میزان دین‌داری، به‌میزان قابل توجهی از همبستگی محور منفعلانه (شامل دو مسیر تقاضای منفعلانه و عرضه منفعلانه) با میزان دین‌داری بالاتر است.

جدول ۱۰: آزمون همبستگی پیرسون

میان میزان دین‌داری و مسیرهای دین‌داری فعالانه و منفعلانه

میزان دین‌داری	مسیرهای دین‌داری
۰/۷۴**	دین‌داری فعالانه
۰/۴۹**	دین‌داری منفعلانه

** آزمون معناداری دو دامنه در سطح ۰/۰۱ معنادار است

در این پژوهش به‌منظور آزمون تجربی دقیق‌تر از فرضیه‌های تحقیق، از تحلیل رگرسیونی بهره گرفتیم. در جدول زیر خلاصه مدل رگرسیونی چندگانه میزان دین‌داری برحسب مسیرهای اصلی دین‌دار شدن، نمایش داده شده است:

جدول ۱۱: خلاصه مدل رگرسیونی چندگانه میزان دین‌داری

برحسب مسیرهای اصلی دین‌دار شدن

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	مقدار F	سطح معناداری
۰/۷۴۹	۰/۵۶۰	۰/۵۵۴	۹۱/۸۰	۰/۰۰۰

طبق داده‌های جدول فوق، ضریب همبستگی چندگانه مسیرهای بررسی‌شده با میزان دین‌داری، حدود ۰/۷۵ می‌باشد که بیانگر همبستگی و ارتباط قدرتمند چهار متغیر (مسیر) تقاضای فعالانه، تقاضای منفعلانه، عرضه فعالانه و عرضه منفعلانه با میزان دین‌داری افراد می‌باشد. ضریب تعیین تعدیل‌یافته این مدل رگرسیونی نیز حدود ۵۵ صدم محاسبه‌شده است و این بدان معنی است که حدود ۵۵ درصد از تغییرات دین‌دار شدن توسط چهار متغیر مذکور تبیین می‌شود و ۴۵ درصد باقیمانده مربوط به سایر عوامل و یا مسیرهایی است که در این تحقیق، مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. مقدار سطح معناداری (۰/۰۰۰) نیز بیان‌گر معنادار بودن کل مدل رگرسیونی می‌باشد. به‌منظور فهم دقیق‌تر شدت، جهت و معناداری تأثیرات مسیرهای اصلی دین‌دار شدن بر میزان دین‌داری، ذیلاً جدول معادله‌ی رگرسیون ترسیم‌شده که در آن، ضرایب تأثیر به نمایش

گذاشته شده است. در این جدول، اهمیت نسبی هر یک از این مسیرها در تبیین میزان دین‌داری با مشاهده مقدار ضرایب یا وزن‌های رگرسیونی نشان داده شده است:

جدول ۱۲: ضرایب تأثیر مدل تبیین‌کننده میزان دین‌داری بر حسب مسیرهای اصلی دین‌دار شدن

آمار هم‌خطی		سطح معناداری (sig)	آزمون T	ضرایب استاندارد شده (Beta)	ضرایب رگرسیونی (B)	متغیرهای مستقل
ضریب حداقل تحمل Tolerance	تورم واریانس VIF					
—	—	۰/۰۰۰	۲۱/۹۰	—	۹۳/۶۶	عدد ثابت
۰/۵۴۴	۱/۸۳۸	۰/۰۰۰	۱۰/۶۱	۰/۵۶۲	۱/۰۹۹	تقاضای فعالانه
۰/۸۸۷	۱/۱۲۷	۰/۹۱۸	-۰/۱۰	۰/۰۰۴	-۰/۰۲۵	تقاضای منفعلانه
۰/۵۴۲	۱/۸۴۵	۰/۰۰۰	۳/۵۷	۰/۱۹۰	۰/۴۷۰	عرضه فعالانه
۰/۵۶۱	۱/۷۸۳	۰/۱۰۸	۱/۶۱۵	۰/۰۸۴	۰/۴۱۱	عرضه منفعلانه

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود؛ از بین چهار متغیر وارد شده به روش جبری^۱ در مدل رگرسیونی، تنها دو متغیر تقاضای فعالانه و عرضه فعالانه، تأثیر معناداری بر میزان دین‌داری نشان داده‌اند. البته در مقایسه، تقاضای فعالانه با ضریب استاندارد شده ۰/۵۶ پیش‌بین بسیار قوی‌تری برای میزان دین‌داری افراد است تا مسیر عرضه فعالانه که دارای ضریب ۰/۱۹ می‌باشد. با توجه به جدول فوق، آزمون هم‌خطی بر اساس مقادیر تورم واریانس^۲ و ضرایب حداقل تحمل^۳ هر یک از متغیرهای مستقل نشان می‌دهد که بین متغیرهای مستقل این تحقیق، هم‌خطی وجود ندارد؛ زیرا مقدار ضرایب تحمل هیچ‌یک از متغیرهای مستقل، کمتر از ۰/۴ و مقدار تورم واریانس هیچ‌یک از آنها بیشتر از ۱۰ نمی‌باشد. این یافته نشان می‌دهد که هیچ‌یک از متغیرهای مستقل تحقیق (مسیرهای اصلی دین‌داری) مشکل هم‌خطی با یکدیگر را ندارند. اکنون با استفاده از این یافته‌ها می‌توانیم به ارزیابی فرضیه‌های تحقیق بپردازیم:

در فرضیه اول این احتمال مطرح شد که مسیرهای تقاضامحور، تأثیر قوی‌تری بر میزان دین‌داری افراد دارند تا مسیرهای عرضه‌محور. به عبارت دیگر، هر قدر مسیر دین‌دار شدن، بیشتر بر تقاضا و طلب مبتنی باشد؛ میزان دین‌داری، بیشتر و هر قدر از طریق عرضه دیگران (کارگزاران

1- Enter

2- Variance Inflation Factor (VIF)

3- Tolerance

و شرایط محیطی دینی) باشد؛ میزان دین‌داری، کمتر خواهد بود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان دادند که مجموع ضرایب تأثیر استاندارد شده مسیرهای تقاضامحور (حدود ۰/۵۷) به مقدار قابل توجهی بیش از مجموع ضرایب تأثیر استاندارد شده مسیرهای عرضه‌محور (حدود ۰/۲۷) می‌باشد و این یافته، تأییدی تجربی بر فرضیه اول تحقیق می‌باشد.

در فرضیه دوم حدس زده بودیم که مسیرهای فعالانه تأثیر قوی‌تری بر میزان دین‌داری دارند تا مسیرهای منفعلانه. به عبارتی دیگر، هر قدر مسیر دین‌دار شدن، ارادی‌تر و آگاهانه‌تر باشد، میزان دین‌داری، بیشتر و هر قدر غیر ارادی‌تر باشد؛ میزان دین‌داری، کمتر خواهد بود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان دادند که دو مسیر از چهار مسیر اصلی دین‌دار شدن که واجد ضرایب تأثیر معناداری بر میزان دین‌داری افراد بوده‌اند؛ مسیرهای فعالانه هستند (یعنی تقاضای فعالانه و عرضه فعالانه). اما ضرایب رگرسیونی مسیرهای منفعلانه (تقاضای منفعلانه و عرضه منفعلانه) بسیار ناچیز بوده و به لحاظ آماری، تأثیر معناداری بر میزان دین‌داری افراد نداشته‌اند. از طرفی، مجموع ضرایب تأثیر استاندارد شده مسیرهای فعالانه (حدود ۰/۷۵) به مقدار قابل توجهی از مجموع ضرایب تأثیر مسیرهای منفعلانه (حدود ۰/۰۹) بیشتر می‌باشد و این یافته، تأییدی تجربی بر فرضیه دوم تحقیق می‌باشد.

فرضیه سوم تحقیق حاکی از این ادعا بود که تقاضای فعالانه برای دین‌دار شدن نسبت به سایر مسیرها، قوی‌ترین تأثیر را بر میزان دین‌داری افراد دارد. نگاهی مقایسه‌ای به ضرایب رگرسیونی استاندارد شده برای چهار مسیر اصلی دین‌داری، وفق مدعای فرضیه سوم نشان می‌دهد که ضریب تأثیر مسیر تقاضای فعالانه (حدود ۰/۵۶) به میزان قابل توجه و معناداری، قوی‌تر از ضرایب تأثیر سایر مسیرهای دین‌داری می‌باشد.

بر اساس فرضیه چهارم تحقیق، انتظار این بود که مسیر عرضه منفعلانه برای دین‌دار شدن نسبت به سایر مسیرها، ضعیف‌ترین تأثیر را بر میزان دین‌داری افراد داشته باشد. اما نتایج تحلیل رگرسیونی، مؤید چنین مدعایی نبود و مشخص شد که ضریب تأثیر تقاضای منفعلانه (به میزان ۰/۰۴) کمترین تأثیر را بر واریانس متغیر وابسته دارد. البته ضریب تأثیر مسیر عرضه منفعلانه (به میزان ۰/۰۸) نیز بسیار ناچیز و از لحاظ آماری نیز غیرمعنادار است.

به منظور بررسی تجربی دقیق‌تر و جزئی‌تر فرضیات اول و دوم تحقیق، تمامی مسیرهای فرعی (نه‌گانه) دین‌دار شدن را به روش جبری وارد معادله رگرسیونی نمودیم. طبق داده‌های جدول ۱۳، ضریب همبستگی چندگانه (R) همه مسیرهای نه‌گانه با میزان دین‌داری، حدود ۰/۷۹ می‌باشد که بیانگر همبستگی و ارتباط قدرتمند این مسیرها با میزان دین‌داری افراد می‌باشد. ضریب تعیین تعدیل‌یافته این مدل رگرسیونی نیز حدود ۶۲ صدم محاسبه شده است و این بدان معنی

است که حدود ۶۲ درصد از تغییرات دین‌دار شدن توسط چهار متغیر مذکور تبیین می‌شود و ۳۸ درصد باقیمانده مربوط به سایر عوامل و یا مسیرهایی است که در این تحقیق، مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. مقدار سطح معناداری (۰/۰۰۰) نیز بیان‌گر معنادار بودن کل مدل رگرسیونی می‌باشد.

جدول ۱۳: خلاصه مدل رگرسیونی چندگانه میزان دین‌داری

برحسب مسیرهای فرعی دین‌دار شدن

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	F مقدار	سطح معناداری
۰/۷۹۲	۰/۶۲۷	۰/۶۱۵	۵۲/۸۵	۰/۰۰۰

به‌منظور فهم دقیق‌تر تأثیرات متغیرهای مستقل (مسیرهای دین‌دار شدن) بر میزان دین‌داری، ذیلاً جدول معادله‌ی رگرسیون ترسیم شده است. در این جدول، اهمیت نسبی نه مسیر فرعی برای دین‌دار شدن برای توضیح تغییرپذیری متغیر وابسته (میزان دین‌داری) با مشاهده مقدار ضرایب یا وزن‌های رگرسیونی قابل مشاهده است:

همان‌گونه که در جدول ۱۴ مشاهده می‌شود؛ از بین نه متغیر وارد شده به روش جبری در مدل رگرسیونی، شش متغیر اکتساب دینی، تأمل دینی، مشارکت دینی، تمایل دینی، تطابق دینی و جامعه‌پذیری دینی، تأثیر معناداری بر میزان دین‌داری نشان داده‌اند و سه مسیر عضویت دینی، تجربه دینی و محیط دینی، تأثیر معناداری بر تفاوت‌پذیری میزان دین‌داری افراد نداشته‌اند. از بین مسیرهای معنادار نیز مسیر مشارکت دینی با ضریب استاندارد شده ۰/۲۶ و بعد از آن، مسیر اکتساب دینی با ضریب استاندارد شده ۰/۲۴ قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های میزان دین‌داری بوده‌اند. یک یافته قابل توجه در جدول فوق این است که از این مسیرهای معنادار، ضریب رگرسیونی استاندارد شده مسیر تطابق دینی، منفی می‌باشد که نشان‌دهنده تأثیر معکوس مسیر تطابق دینی بر میزان دین‌داری است.

با توجه به جدول ۱۴، آزمون هم‌خطی بر اساس مقادیر تورم واریانس و ضرایب حداقل تحمل هر یک از متغیرهای مستقل نشان می‌دهد که بین متغیرهای مستقل این تحقیق، هم‌خطی وجود ندارد؛ زیرا مقدار ضرایب تحمل همه متغیرهای مستقل - جز یک مورد - بیشتر از ۰/۴ و مقدار تورم واریانس همه آنها کمتر از ۱۰ می‌باشد. این یافته نشان می‌دهد که هیچ‌یک از متغیرهای مستقل تحقیق (مسیرهای اصلی دین‌داری) مشکل هم‌خطی با یکدیگر را ندارند.

جدول ۱۴: ضرایب تأثیر مدل تبیین‌کننده میزان دین‌داری
بر حسب مسیرهای ۹ گانه دین‌دار شدن

متغیرهای مستقل	ضرایب رگرسیونی (B)	ضرایب استاندارد شده (Beta)	T	سطح معناداری (sig)	آمار هم‌خطی	
					ضریب	تورم واریانس
عدد ثابت	۹۷/۹۱	-	۱۹/۰۵	۰/۰۰۰	-	-
اکتساب دینی	۰/۷۰	۰/۲۴۴	۴/۶۲۵	۰/۰۰۰	۰/۴۸۵	۲/۰۶۰
تأملات دینی	۱/۵۱	۰/۱۲۸	۲/۹۴۵	۰/۰۰۰	۰/۵۴۳	۱/۸۴۲
مشارکت دینی	۲/۴۱۰	۰/۲۶۵	۴/۴۵۷	۰/۰۰۰	۰/۳۳۴	۲/۹۹۴
عضویت دینی	-۰/۱۰۹	-۰/۰۰۶	-۰/۱۱۵	۰/۹۰۶	۰/۴۰۳	۲/۴۸۰
تجربه دینی	۰/۱۸۷	۰/۰۲۵	۰/۶۰۵	۰/۵۴۶	۰/۷۲۹	۱/۳۷۲
تمایل دینی	۱/۶۵۲	۰/۱۲۳	۳/۲۶۲	۰/۰۰۱	۰/۸۸۴	۱/۱۳۱
تطابق دینی	-۲/۹۳۴	-۰/۲۰۴	-۵/۳۰۱	۰/۰۰۰	۰/۸۷۸	۱/۱۳۹
جامعه‌پذیری دینی	۰/۳۶۱	۰/۱۴۵	۲/۸۲۴	۰/۰۰۵	۰/۴۷۲	۲/۱۲۰
محیط دینی	۰/۴۱۹	۰/۰۸۶	۱/۷۶۳	۰/۷۰۹	۰/۴۷۹	۲/۰۹۰

نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داد که از شش مسیر باقی‌مانده در معادله رگرسیونی، پنج مسیر، تقاضامحورند (اکتساب دینی، تأملات دینی، مشارکت دینی، تمایل دینی و تطابق دینی) و تنها یک مسیر، عرضه‌محور است (اجتماعی‌سازی دینی). این بدان معنی است که مسیرهای تقاضامحور، سهم بیشتری در تبیین تفاوت‌پذیری میزان دین‌داری افراد دارند تا مسیرهای عرضه‌محور. بنابراین می‌توان به ضرس قاطع چنین نتیجه گرفت که فرضیه اول مبنی بر این که مسیرهای تقاضامحور تأثیر قوی‌تری بر میزان دین‌داری افراد دارند تا مسیرهای عرضه‌محور، تأیید می‌شود.

از منظری دیگر، از میان شش مسیر واجد ضرایب رگرسیونی معنادار، سه مسیر (اکتسابات دینی، تأملات دینی و مشارکت دینی) فعالانه‌اند و سه مسیر (تمایلات دینی، تطابق دینی و اجتماعی‌سازی دینی) نیز منفعلانه هستند. اما در مقایسه، مشاهده می‌کنیم که ضرایب بتای استاندارد شده مسیرهای فعالانه، قوی‌تر از ضرایب تأثیر مسیرهای منفعلانه‌اند. نتیجه این که فرضیه دوم مبنی بر این که مسیرهای فعالانه تأثیر قوی‌تری بر میزان دین‌داری افراد دارند تا دین‌داری منفعلانه، تأیید می‌شود.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش در سطح توصیفی نشان دادند که در جامعه مورد بررسی (شهر قائم‌شهر)، مسیر دین‌داری افراد بیشتر ناخودآگاه و غیر ارادی (منفعلانه) است تا ارادی و آگاهانه (فعالانه). همچنین در تحقیق حاضر، این نتیجه حاصل شد که مسیرهای عرضه‌محور و تقاضامحور، تفوق چندانی بر یکدیگر ندارند؛ هر چند که مسیرهای عرضه‌محور کمی رایج‌ترند.

در تقاطع دو محور عرضه - تقاضا و فعالانه - منفعلانه برای دین‌دار شدن، به این نتیجه رسیدیم که مسیر تقاضای فعالانه که در آن، هم طلب و تقاضا برای دین وجود دارد و هم اراده و آگاهی، ضعیف‌ترین مسیر می‌باشد؛ اما تقاضاهایی که در نتیجه عوامل ناخواسته و اتفاقی مانند تجارب دینی و گرایش‌های درونی (فطری و روانی) ایجاد می‌شوند (تقاضای منفعلانه) رایج‌ترین و متداول‌ترین مسیر برای دین‌داری هستند. بنابراین، متداول‌ترین مسیر دین‌دار شدن، مسیری است که در آن، طلب و تقاضا وجود دارد؛ اما این تقاضا ناشی از اراده و عزم اولیه و آگاهانه‌ای برای دین‌دار شدن نمی‌باشد. در مسیر تقاضای منفعلانه، بیشتر مکانیسم‌های درونی و اتفاقی (تجربه دینی، تمایل دینی، تطابق دینی) فعال می‌باشند تا مکانیسم‌های بیرونی و هدفمند. یافته فوق، این دریافت عامه را که دین‌داری ما بیشتر به صورت اتفاقی، غیر ارادی و ناخودآگاه است تا آگاهانه و ارادی، تقویت می‌کند. به‌عنوان شاهد مدعا، این تحقیق نشان داد که صرف داشتن یک خانواده مذهبی و نیز تأثیرپذیری از اعضای خانواده، یکی از رایج‌ترین مسیرها برای دین‌داری افراد بوده است. همچنین تمایلات فطری و درونی، یکی دیگر از مکانیسم‌های متداول برای دین‌دار شدن است.

یافته‌های تحقیق حاضر نشان دادند مسیرهای دین‌داری فعالانه بیش از مسیرهای منفعلانه و مسیرهای تقاضامحور بیش از مسیرهای عرضه‌محور با میزان دین‌داری افراد، همبستگی دارند. کسانی که به‌نحو ارادی و آگاهانه دین‌دار می‌شوند؛ به‌نحو معناداری، از کسانی که به‌صورت غیر ارادی و ناخودآگاه دین‌دار می‌شوند، دین‌دارترند. به‌علاوه کسانی که داوطلبانه و با میل و تقاضای خودشان دین‌دار می‌شوند، نسبت به کسانی که صرفاً در معرض یادگیری دینی قرار می‌گیرند، بدون این که خودشان خواسته باشند و دین را طلب کرده باشند؛ دین‌دارترند.

در تحلیل رگرسیونی، تقاضای فعالانه دارای قوی‌ترین ضریب تأثیر و تقاضای منفعلانه دارای کمترین ضریب تأثیر بر میزان دین‌داری بوده‌اند. این یافته نشان می‌دهد که مؤثرترین راه برای دین‌دار شدن، از تقاطع طلب و اراده می‌گذرد. در مقابل، تقاضایی که غیر ارادی و ناخودآگاه ایجاد می‌شود، کمترین تأثیر را بر دین‌داری افراد دارد. این در حالی است که بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، تقاضای فعالانه دین به‌عنوان قوی‌ترین عامل مؤثر در دین‌داری، مهجورترین و تقاضای

منفعلا نه دین به عنوان ضعیف‌ترین عامل مؤثر بر دین‌داری، متداول‌ترین مسیر برای دین‌دار شدن در جامعه مورد بررسی بوده است. نتیجه‌ی اخیر بر خلاف انتظار مندرج در فرضیه‌ی چهارم بود که متوقع بود دین‌دار شدن از طریق عرضه‌ی منفعلا نه، ضعیف‌ترین تأثیر را در دین‌داری افراد داشته باشد.

در مجموع از میان چهار مسیر اصلی، تنها مسیرهای فعالانه (تقاضای فعالانه و عرضه‌ی فعالانه) دارای ضرایب تأثیر معنادار بر میزان دین‌داری بوده‌اند؛ اما مسیرهای منفعلا نه (تقاضای منفعلا نه و عرضه‌ی منفعلا نه) تأثیر معناداری بر میزان دین‌داری نداشته‌اند. این یافته‌ها حاکی از نقش و تأثیر تعیین‌کننده‌ی اراده و آگاهی بر دین‌داری افراد می‌باشد. از این یافته‌ها می‌توان چنین استنباط کرد که فعالانه بودن یا نبودن مسیر دین‌داری، مهم‌تر از تقاضا داشتن یا نداشتن برای دین‌دار شدن است. طلب و تقاضا می‌تواند از خود شخص باشد و یا در نتیجه‌ی عرضه‌ی دین، ایجاد شود. اما عرضه و تقاضای دین زمانی می‌تواند بر دین‌داری مؤثر باشد که عنصر اراده و آگاهی را به‌همراه داشته باشد.

یکی دیگر از یافته‌های قابل توجه تحقیق حاضر این بود که ضریب رگرسیونی استاندارد شده مسیر تطابق دینی، منفی و معنادار بوده است. این یافته، نشان می‌دهد که دین‌داری از سر اجبار و الزام یا از سر تقلید و همنوایی با دیگران مهم، با انگیزه‌هایی مانند اجتناب از طرد و محرومیت و یا هم‌رنگی با جماعت، تأثیر کاهنده‌ای بر میزان دین‌داری دارد.

در مجموع، سه فرضیه از چهار فرضیه تحقیق، تأیید تجربی گرفتند و یک فرضیه (فرضیه چهارم) با واقعیت موجود، انطباق نداشت. قضاوت قطعی در این باره، البته مستلزم تحقیقات بیشتر و زمان‌ها و مکان‌های متنوع‌تر و بیشتر می‌باشد. همچنین حدود ۴۵ درصد از واریانس تبیین‌شده‌ی میزان دین‌داری، می‌تواند تا تأملات نظری و روشی بیشتری برای شناسایی و سنجش مسیرهای دین‌دار شدن صورت پذیرد.

یکی از دلالت‌های سیاستی این یافته آن است که برای ارتقای سطح دین‌داری شهروندان، اولاً بایستی مکانیسم‌های عرضه‌ی دین (اجتماعی‌سازی دینی و ایجاد بسترها و محیط دینی) را تقویت نمود و ثانیاً پس از ایجاد تقاضا و تشنگی برای دریافت پیام دین، متقاضیان دین را در پیمودن مسیر دین‌داری، درگیر نمود و مشارکت داد تا فعالانه و ارادی، این مسیر را در جهت تکامل دین‌داری، پیمایند. نهادهای جامعه‌پذیری دینی، زمانی می‌توانند در نیل به اهداف خود، کامیاب باشند که وقتی طلب و تقاضای دین از جانب مخاطبان وجود دارد یا به‌وجود آمد؛ رویکردهای الزام‌آور و تحمیلی را کنار گذاشته و آنان را در فرایند انتقال آموزه‌ها و تعالیم دینی، سهیم و شریک نمایند. دین‌پذیران باید احساس کنند که در دریافت و پذیرش آموزه‌های دینی،

آزاد و مختار هستند نه مجبور و ملزم! تنها در این صورت است که مخاطبان وارد مسیر تقاضای فعالانه می‌شوند. این پژوهش نشان داد، مسیر تطابق دینی که مبتنی بر مکانیسم‌های تبعیت و تقلید از دیگران می‌باشد؛ ضعیف‌ترین و نامتداول‌ترین مسیر در فرایند دین‌دار شدن جمعیت نمونه بوده است.

آب کم جو تشنگی آور به دست تا بجوشد آبت از بالا و پست

منابع

- ادهمی، عبدالرضا و کشانی، سعید (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر دین‌داری: مطالعه موردی جوانان شهر تهران. *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۸ (۲۴)، ۱۷۹-۲۱۰.
- ایمان، محمد تقی و سروش، مریم (۱۳۸۱). بررسی عوامل مؤثر بر هویت دینی جوانان در شیراز. *مجله علمی پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان*، ۲ (۳۰) و ۳۱، ۶۸-۳۹.
- دواس، دی. ای. (۱۳۸۱). *روش پیمایشی در تحقیق اجتماعی*. ترجمه مریم رفعت‌جاه و رخساره کاظم. تهران: مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی.
- زاکرمن، فیل (۱۳۸۴). *درآمدی بر جامعه‌شناسی دین*. ترجمه خشایار دیهیمی، تهران: لوح فکر.
- زندوانیان نایینی، احمد؛ دهقان اشکذری، محبوبه و طیبی، راضیه (۱۳۹۲). *فصلنامه اسلام و پژوهش‌های تربیتی*، ۵ (۱)، ۱۲۷-۱۰۹.
- شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۹۱). روندهای شکل‌گیری دین‌داری. *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۹ (۲)، ۱۰۲-۷۷.
- شعبانی، فرشید؛ شجاعی‌زند، علیرضا و آروین، بهاره (۱۳۹۶). مطالعه تجربی روندهای شکل‌گیری دین‌داری. *راهبرد فرهنگ*، ۱۰ (۳۷)، ۷۲-۵۱.
- طالبان، محمدرضا (۱۳۷۷). سنجش دین‌داری جوانان. *نمایه پژوهش*، ۲ (۷-۸)، ۱۲۹-۱۲۱.
- طالبان، محمدرضا (۱۳۷۸). خانواده، دانشگاه و جامعه‌پذیری مذهبی. *نامه علوم اجتماعی*، ۱۳، ۵۴-۲۷.

- طالبان، محمدرضا (۱۳۸۸). چارچوبی مفهومی برای پیمایش دین‌داری در ایران. دو فصلنامه علمی تخصصی اسلام و علوم اجتماعی، ۱ (۲)، ۴۸ - ۷.
- طالبان، محمدرضا (۱۳۹۲). دین پژوهشی تجربی: پژوهش‌هایی در شناخت حیات اجتماعی دین در ایران. تهران: نشر عروج.
- فورشت، اینگر و رپستاد، پل (۱۳۹۴). درآمدی بر جامعه‌شناسی دین: چشم اندازهای کلاسیک و معاصر. ترجمه مجید جعفریان. قم: انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب.
- فیینی، جان (۱۳۸۰). نظریه‌ای درباره تعهد دینی. ترجمه افسانه توسلی. فصلنامه نامه پژوهش، ۵ (۲۰-۲۱)، ۲۸۵-۲۵۳.
- کاشانی، مجید (۱۳۸۶). گرایش دانش‌آموزان به ارزشهای دینی و اخلاقی. فصلنامه مطالعات بسیج، ۱۱ (۳۹)، ۱۲۰-۹۳.
- لهسائی‌زاده، عبدالعلی؛ جهانگیری، جهانگیر و شریفی، علی (۱۳۸۳). بررسی عوامل اجتماعی اقتصادی موثر بر پایبندی به ارزشهای دینی. مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۱ (۵۶-۳۳).
- نصیری، بابک (۱۳۸۹). میزان دین‌داری دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد و عوامل مؤثر بر آن در سال تحصیلی ۹۰ - ۸۹ (پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی دانشگاه فردوسی مشهد).
- نیکخواه، هدایت ا.. (۱۳۸۰). سنجش دین‌داری جوانان و عوامل مؤثر بر آن: دانش‌آموزان سال سوم پیش‌دانشگاهی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهیدبهشتی).
- وایت، رابرت. ای. (۱۳۸۲). نقش دین و رسانه در ساخت فرهنگ: بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ. ترجمه مسعود آریایی‌نیا. تهران: سروش.
- هرویولژ، دانیل (۱۳۸۰). انتقال و شکل‌گیری هویت اجتماعی - دینی در مدرنیته: رساله ای تحلیلی درباره مسیرهای هویت‌یابی. فصلنامه نامه پژوهش، ۵ (۲۰-۲۱)، ۳۰۹ - ۲۸۷.

ضمیمه:

مقیاس‌های محقق ساخته سنجش مسیرهای دین‌دار شدن

جدول ۱۵: مسیر تقاضای فعالانه

اگر شما در زمینه‌های زیر مطالعه و تحقیق داشته‌اید؛ بفرمایید این مطالعات و تحقیقات در اعتقادات، اخلاقیات و علاقه‌مندی‌های دینی شما چقدر نقش داشته‌اند و شما چقدر از مسلمانی‌تان را از این طریق به‌دست آورده‌اید؟ (اصلاً/خیلی کم/کم/تاحدودی/زیاد/خیلی زیاد)		ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	معرف‌ها	گویه‌ها
۱- تحصیلات حوزوی ۲- تحصیلات دانشگاهی در رشته‌های دینی (الهیات، معارف اسلامی، فقه و حقوق اسلامی، قرآن و حدیث، فلسفه و کلام اسلامی ...)		تقاضا	فعالانه	اکتسابات دینی	تحصیلات دینی	۱- تحصیلات حوزوی ۲- تحصیلات دانشگاهی در رشته‌های دینی (الهیات، معارف اسلامی، فقه و حقوق اسلامی، قرآن و حدیث، فلسفه و کلام اسلامی ...)
۱- مطالعه قرآن و ترجمه و تفاسیر آن ۲- مطالعه کتب حدیثی (اصول کافی، بهار الانوار/نهج البلاغه/نهج الفصاحه ...) و شروح و تفاسیر آنها ۳- مطالعه کتب ادعیه و مناجات (صحیفه سجادیه/ مفاتیح الجنان ...) ۴- مطالعه کتب دینی درباره اسلام در زمینه‌های اعتقادی/ اخلاقی/ تاریخی					مطالعات دینی	۱- مطالعه قرآن و ترجمه و تفاسیر آن ۲- مطالعه کتب حدیثی (اصول کافی، بهار الانوار/نهج البلاغه/نهج الفصاحه ...) و شروح و تفاسیر آنها ۳- مطالعه کتب ادعیه و مناجات (صحیفه سجادیه/ مفاتیح الجنان ...) ۴- مطالعه کتب دینی درباره اسلام در زمینه‌های اعتقادی/ اخلاقی/ تاریخی
پرس‌وجو و بحث و گفت‌وگو با دیگران (علماء، متدینین، دین‌شناسان، اطرافیان...) درباره اسلام					مباحثات دینی	پرس‌وجو و بحث و گفت‌وگو با دیگران (علماء، متدینین، دین‌شناسان، اطرافیان...) درباره اسلام
۱- شنیدن صدا (نوار، فایل ...) و یا تماشای تصاویر (فیلم، کلیپ ...) مذهبی (سخنرانی، مداحی...) ۲- استفاده از برنامه‌های مذهبی رسانه‌ها (راديو/ تلویزیون/ اینترنت/ ماهواره ...) ۳- نشست‌ن پای منابر علما و مجالس سخنرانی مبلغان دینی					استماع‌ات دینی	۱- شنیدن صدا (نوار، فایل ...) و یا تماشای تصاویر (فیلم، کلیپ ...) مذهبی (سخنرانی، مداحی...) ۲- استفاده از برنامه‌های مذهبی رسانه‌ها (راديو/ تلویزیون/ اینترنت/ ماهواره ...) ۳- نشست‌ن پای منابر علما و مجالس سخنرانی مبلغان دینی
اعتقادات، علاقه و اخلاق دینی شما چقدر نتیجه و محصول تفکر و تأمل خودتان بوده است (مثلاً درباره این‌که آفریننده جهان، انسان و سایر موجودات کیست و هدفش از خلقت آنها چیست؟ معنای زندگی و مرگ چیست؟ آیا قیامت و دنیای دیگر وجود دارد؟ و ...)		تأملات دینی	تأملات دینی	تأملات وجودی	اعتقادات، علاقه و اخلاق دینی شما چقدر نتیجه و محصول تفکر و تأمل خودتان بوده است (مثلاً درباره این‌که آفریننده جهان، انسان و سایر موجودات کیست و هدفش از خلقت آنها چیست؟ معنای زندگی و مرگ چیست؟ آیا قیامت و دنیای دیگر وجود دارد؟ و ...)	
دین‌داری شما چقدر نتیجه تفکر و تشخیص شما درباره برتری و ترجیح دین‌داری و متدین‌بودن بر بی‌دینی و یک زندگی بدون اعتقاد و اخلاق دینی است؟				تأملات ترجیحی	دین‌داری شما چقدر نتیجه تفکر و تشخیص شما درباره برتری و ترجیح دین‌داری و متدین‌بودن بر بی‌دینی و یک زندگی بدون اعتقاد و اخلاق دینی است؟	
اخلاق دینی و اعتقاد دینی شما چقدر نتیجه و محصول عضویت شما در انجمن‌ها، تشکل‌ها و هیأت‌های مذهبی بوده است؟				عضویت دینی	اخلاق دینی و اعتقاد دینی شما چقدر نتیجه و محصول عضویت شما در انجمن‌ها، تشکل‌ها و هیأت‌های مذهبی بوده است؟	

مشارکت دینی	مشارکت خدماتی	شخصیت دینی شما چقدر در جریان مشارکت و همکاری شما در فعالیت‌های مذهبی (مثل خادمی هیأت، هیأت امنایی مسجد، مؤذنی و مکبری ...) شکل گرفته است؟
	مشارکت مناسکی	دین‌دار شدن شما چقدر نتیجه و محصول شرکت کردن شما در مراسم دینی (جشن‌ها و عزاداری‌ها، مجالس روضه و دعا ...) بوده است؟

جدول ۱۶: مسیر تقاضای منفعلانه

اگر شما تجربه اتفاقات زیر را داشته‌اید؛ بفرمایید این اتفاقات در اعتقادات دینی، اخلاقیات دینی و دل‌بستگی‌های دینی شما چقدر نقش داشته‌اند و چقدر از مسلمانی‌تان را از این طریق به دست آورده‌اید؟ (اصلاً/خیلی کم/کم/تاحدودی/زیاد/خیلی زیاد)

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	معرف‌ها	گویه‌ها
تقاضا	منفعلانه	تجارب دینی	معجزه‌بینی	مشاهده یک معجزه (مثل شفای یک مریض لاعلاج و دکتر جواب کرده با دعا، نذر، خواب‌نماشدن، حواله‌گرفتن و ...)
			ملاقات و مکاشفات	ملاقات و مشاهده پیامبر (ص) یا ائمه (ع) و یا اولیاء الهی در عالم خواب یا مکاشفه
			مجدوبیت دینی	برخورد کاملاً اتفاقی بایک شخصیت دینی جذاب، تأثیرگذار و دوست‌داشتنی (عالم/عارف/مداح ...)
		تمایل دینی	تمایلات فطری	من احساس می‌کنم به‌صورت مادرزادی مسلمان بوده‌ام. چون از وقتی خودم را شناختم یک کشش درونی به خدا و پیغمبر داشتم و بهشت و جهنم را می‌فهمیدم.
			گرایشات روانی	بعضی احساسات آزاردهنده مثل ترس، عجز، نیاز، ناآگاهی و ناامنی باعث شدند تا من به خدا پناه بیاورم و دین مورد قبولش را بپذیرم.
		تطابق دینی	تبعیت دینی	من به‌خاطر ترس از فشار دیگران (خانواده، بستگان، دوستان، جامعه ...) از آنها تبعیت کردم و دین‌دار شدم؛ چون دیدم اگر نخواهم مثل آنان دین‌دار باشم؛ باید تاوان آن را بپردازم.
			تقلید دینی	دین‌داری من برای جلب حمایت و تأیید اطرافیان متدینم بود، چون از قدیم گفته‌اند خواهی نشوی رسوا، همرنگ جماعت شو.

جدول ۱۷: مسیر عرضه فعالانه

در زندگی بیشتر ماها، افراد و عواملی بوده‌اند که بدون این‌که خودمان بدانیم و بخواهیم؛ در آشناسازی، علاقمندسازی و پای‌بند کردن ما به دین اسلام نقش و سهمی داشته‌اند. اگر برای شما نیز چنین بوده است؛ لطفاً بفرمایید نقش این افراد و عوامل در دین‌دار کردن شما بدون طلب و تقاضا از طرف شما چقدر بوده است؟ (اصلاً/خیلی کم/کم/تاحدودی/زیاد/خیلی زیاد)

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص	معرف‌ها	گویه‌ها
عرضه	فعالانه	اجتماعی‌سازی دینی	خانواده	۱- آموزش دینی پدر و یا مادر ۲- آموزش دینی برادر و یا خواهر
			بستگان	آموزش دینی عمو، عمه، خاله، دایی، پدربزرگ، مادر بزرگ ...
			دوستان	آموزش دینی همسایه، همکار، هم‌کلاسی، هم‌باشگاهی...
			روحانیون و مبلغان	آموزش دینی مبلغان و مروجان دینی (روحانی یا غیر روحانی)
			مدارس و دانشگاه‌ها	۱- مربیان آموزشگاه‌ها، معلمان مدارس و اساتید دانشگاه‌ها ۲- کتاب‌های درسی دینی در مدارس یا دانشگاه‌ها
			مساجد	دوره‌های آموزش دینی (اعتقادات، احکام، تفسیر، قرائت قرآن ...) توسط مساجد
			رسانه‌ها	برنامه‌های دینی توسط صدا و سیما

جدول ۱۸: مسیر عرضه منفعلانه

محیطی که آدم‌ها در آن به دنیا می‌آیند و زندگی می‌کنند، از نظر مذهبی بودن با یکدیگر فرق می‌کند. بعضی محیط‌ها خودبه‌خود آدم را به سمت دین می‌کشند؛ اعتقادات و اخلاق دینی او را شکل می‌دهند و از او یک انسان متدین می‌سازند. بعضی محیط‌ها هم مانع دین‌دار شدن انسان می‌شوند. لطفاً بفرمایید محیط‌های مورد اشاره در این جدول، چقدر در دین‌دار شدن شما تأثیر گذاشته‌اند؟ (اصلاً/خیلی کم/کم/تاحدودی/زیاد/خیلی زیاد)

ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص	معرف‌ها	گویه‌ها
عرضه	منفعلانه	محیط دینی	خانواده مذهبی	داشتن خانواده مذهبی، صرفاً
			محلّه مذهبی	زندگی در یک محلّه مذهبی
			همجواری با زیارتگاه	نزدیکی محل سکونت به یک زیارتگاه (امام، امامزاده، قدمگاه ...)
			همجواری با عبادتگاه	نزدیکی محل سکونت به مسجد، تکیه، حسینیه، مهدیه، فاطمیه ...
			همجواری با آموزشگاه دینی	نزدیکی محل سکونت به یک حوزه علمیه یا هر مرکز آموزش دینی