

تبیین جامعه‌شناختی میزان دین‌داری و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی در بین ساکنان شهر جدید بهارستان اصفهان

دکتر رسول ربانی* (دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان)

Rarabani@lr.ui.ac.ir

زهرا طاهری (کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان)

ztaheri7007@gmail.com

چکیده

دین‌داری عبارت است از پایبندی و آگاهی از اصول و شعائر یک مذهب؛ به گونه‌ای که این پیروی بر زندگی فردی و اجتماعی تأثیر گذار باشد. از آنجایی که دین به برآورده ساختن نیازهای پذیرفته شده اجتماعی و سود جمعی که آرزوهای گروه در آن نهفته باشد، می‌پردازد، در جوامع امروز از دین انتظار می‌رود که بتواند به جذب و ایجاد تعهد در بین پیروانش نایل شود. در این میان شهرهای جدید، به تبع دگرگونی‌ها و تحولات جمعیتی گسترده خود با چالش‌های زیادی، به ویژه در زمینه پایبندی به ارزش‌های دینی و حفظ آن مواجه هستند. هدف از مقاله حاضر، تبیین جامعه‌شناختی میزان دین‌داری ساکنان شهر جدید بهارستان و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی است.

روش اصلی تحقیق پیمایش (با استفاده از پرسش‌نامه بسته از نوع طیف لیکرت) بوده است. شیوه نمونه‌گیری با توجه به سن، جنس و محل سکونت افراد طبقه‌ای بوده که به صورت تصادفی در بین ۳۸۴ نفر از ساکنان این شهر به انجام رسیده است. یافته‌ها حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین میزان پایبندی مذهبی (دین‌داری) افراد با تأثیرپذیری آن‌ها از گروه‌های مرجع و میزان مصرف رسانه‌های داخلی و رابطه معکوس و معنادار میزان پایبندی مذهبی با متغیرهای میزان مصرف رسانه‌های خارجی و عرفی شدن و پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد است. همچنین نتایج حاصل در زمینه تأثیر دین‌داری بر سرمایه اجتماعی، با توجه به دیدگاه‌های نظری مطرح در مقاله مؤید این رابطه است.

* نویسنده مسؤول

مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز و زمستان ۱۳۸۷، صص ۹۱-۱۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۱۱/۲۷ تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۶

کلیدواژه ها: دین داری، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، سرمایه اجتماعی، رسانه‌های جمعی، گروه مرجع، عرفی شدن.

مقدمه

یکی از وظایف اصلی جامعه‌شناسی، مطالعه نهادهای اجتماعی و نقش آن‌ها در جامعه می‌باشد، با توجه به اهمیت و جایگاه خاص نهاد دین در نظام اجتماعی و ارتباط متقابل این نهاد با سایر نهاد های اجتماعی، بخش مهمی از مطالعات جامعه‌شناسی به بررسی کارکردهای گوناگون نهاد دین در نظام اجتماعی اختصاص یافته و بنا به ضرورت تقسیم کار علمی جامعه‌شناسی دین عهده دار رسمی این مهم شده است. چارلز، ای الوود ۱ ایجاد روحیه امید و نگاه مثبت به آینده، ایجاد سازماندهی و نظم خاص در امور فردی و اجتماعی را از نتایج و پیامدهای حضور دین در جامعه دانسته است. به نظر وی، توسعه روابط و ارتباطات اجتماعی و تلاش برای حفظ آن مهم‌ترین تبعات جدی حضور دین در جامعه است (ای. الوود، ۱۹۱۳: ۳۰۷).

مذهب چه از طریق «حضور» و چه از طریق «اهمیت» می‌تواند حس اعتماد، پیوند، هویت مشترک، همبستگی اجتماعی و روحیه همکاری و تعاون و... را در افراد ایجاد کند که در ظاهر عناصر فوق از مظاهر و پیامدهای سرمایه اجتماعی نیز می‌باشد (کتابی، ۱۳۸۳: ۱۸۰).

سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی که ممکن است افراد، گروه‌ها و جوامع برای نیل به نتایج مطلوب آن را به کار گیرند، قلمداد می‌شود و مفهومی است که در بسیاری موارد توسط تحلیل‌گران اجتماعی برای توصیف طیف وسیعی از فرایندهای اجتماعی به کار برده می‌شود و کمک می‌نماید تا به درک این پرسش که چرا برخی افراد و گروه‌ها به نتایج سیاسی، اقتصادی و یا اجتماعی مثبت تری نسبت به دیگران نایل می‌شوند، پی برده شود. در زمینه شکل‌گیری و تکوین سرمایه اجتماعی، بررسی دین و فرهنگ دینی بیش از هر مورد دیگری مورد نیاز است (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۷۱).

۱- Charles A. Ellwood

در این پژوهش نیز سعی بر آن است تا با نگاهی جامعه‌شناسانه در شهر جدید بهارستان به تبیین دین و دین‌داری افراد و عواملی که بر این امر تأثیر گذار هستند، پرداخته شود، و به سؤال‌ها و فرضیه‌های مطرح در آن پاسخ داده شود. سؤالات اصلی این تحقیق از این قرارند:

- میزان دین‌داری ساکنان شهر جدید بهارستان چقدر است؟
- چه عواملی بر دین‌داری ساکنان شهر جدید بهارستان موثر است؟
- دین‌داری چه تأثیری می‌تواند بر سرمایه اجتماعی داشته باشد؟

طرح مسأله

دین در همه زمان‌ها و جوامع از ابتدایی تا مدرن در اشکال مختلف وجود و حضور داشته است، از این واقعیت می‌توان نتیجه گرفت که دین یک نیاز فطری انسان‌ها می‌باشد که در بعد فردی پاسخ‌گوی سؤالات غایی انسان و در بعد اجتماعی سامان‌دهنده یا انسجام‌بخش مجموعه جامعه می‌باشد (واندر زانندن، ۱۹۹۶: ۳۲۶).

بدیهی است که دین به عنوان ارزشی متعالی باعث به وجود آمدن و شکل‌گیری برخی روحیات و عملکردهایی در زندگی اجتماعی افراد می‌شود که بر هیچ کس پوشیده نیست. شاید مهم‌ترین تبعات جدی دین در جامعه، تحکیم روابط اجتماعی افراد آن جامعه باشد (ای. الوود، ۱۹۱۳: ۳۰۷).

مذهب به عنوان یکی از جنبه‌های فرهنگ بر فعالیت‌هایی متمرکز می‌شود که به عقیده رهروان آن، این اعمال، معنایی غایی و نهای را برای زندگی به ارمغان می‌آورد و به حل و فصل نهای مشکلات می‌انجامد. بسیاری از سیستم‌های دینی در ارتباط با این فعالیت‌ها، به نوعی با تقدس و حرکت به سوی خدا یاد می‌کنند (کیشی موتو، ۱۹۶۱: ۲۴۰).

دین یکی از عوامل سازنده کارکردهایی است که سرمایه اجتماعی نیز به نوعی آن‌ها را داراست. «افراد بر حسب دین و مذهبی که دارند ممکن است منشأ مشارکت باشند مانند: حضور و فعالیت در امور مساجد، تکایا، کلیساها و اماکن مذهبی و زیارتی» (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۷۶). و حتی به گفته وبر «مذهب می‌تواند

۱- Vander Zanden

۲- Hideo. Kishimoto

شبکه اعتمادی در بین افراد ایجاد کند که برای روابط تجاری و مبادله اقتصادی نیز ضروری باشد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۵۳). توجه به نکات فوق چنین می نماید که رابطه بین نهادهای اجتماعی دین و شبکه های ارتباطی افراد، توجه جامعه شناسان زیادی را به خود جلب کرده است و پیام هایی که آن نهادها به افراد جامعه ارسال می دارند و نظام هایی که فراهم می کنند و شبکه های اجتماعی که ایجاد می نمایند، همگی می توانند به عنوان منشأ و مبنایی جهت ایجاد سرمایه اجتماعی عمل کنند.

امروزه تحلیل های نظری در حوزه دین بیانگر آن است که در جوامع در حال گذار، دین داری از جمله متغیرهای اجتماعی است که دستخوش تحولات گسترده ای شده است (توسلی و دیگران، ۱۳۸۵: ۹۷). از آنجا که در گذشته پیوندهای قومی و خویشی به عنوان معیار همبستگی و اتحاد جوامع نقش مهمی بازی می کرد، امروزه با متحول شدن جوامع، حاکم شدن ارزش های مدرن، تنوع زندگی و مهاجرت ها و... این معیارها کارکرد خود را از دست داده، و پیوندهای دیگری جایگزین این نوع روابط شده است. شاید بتوان گفت که امروزه دین و پیامدهای آن بهتر می تواند نقش و کارکرد مهمی در ایجاد و حفظ همبستگی بین افراد یک جامعه برقرار کند. اهمیت بررسی این موضوع در ایران که کشوری در حال تحول و گذار می باشد و به ویژه این تحول در شهرهای جدید به نسبت سریع تر از دیگر شهرها صورت می گیرد، امری ضروری و قابل توجه است. و این پژوهش نیز سعی بر آن دارد تا با نگاهی جامعه شناسانه و ملهم از نظریات جامعه شناسان و صاحب نظران این امر به عوامل تأثیر گذار بر دین داری و تأثیر دین داری بر سرمایه اجتماعی در شهر جدید بهارستان بپردازد.

پیشینه تحقیق

با توجه به اینکه بررسی یک واقعه اجتماعی فقط از سوی محقق خاصی صورت نمی گیرد و بسیاری از محققان، نهادها و سازمان های خاص هر کدام بنا به برداشت، طرز تلقی و نیاز خود به یک مسأله، به دنبال رسیدن به پاسخ ها و پیدا کردن راه حل برای رفع موانع موجود بر سر آن هستند، دین و دین داری نیز از جمله واقعه های مهم اجتماعی است که همواره ذهن بشر را در تمامی ابعادش به خود مشغول ساخته است. از جمله بررسی دین و ابعاد آن از سوی محققان جامعه شناس داخلی و خارجی نیز مورد توجه واقع شده است و هر کدام بنا به زمینه پژوهشی خویش به نتایج قابل توجهی دست یافته اند. در این قسمت نیز با

توجه به نزدیکی موضوع، مرتبط بودن متغیرهای مورد استفاده و بهره‌مندی پژوهش حاضر از محتوای موضوعی و نظری این مطالعات، به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌گردد.

در سال ۱۳۸۲ پیمایشی با عنوان «فاصله نسلی با تأکید بر وضعیت دین‌داری و ارزش‌های اجتماعی» در شهر دهمدشت توسط فتحیان صفایی نژاد صورت گرفته است. نمونه مورد نظر ۲۲۰ نفر از ساکنان این شهر در سال ۱۳۸۱ بودند و هدف کلی از آن پی بردن به پیامدها و آثار تغییرات اجتماعی - فرهنگی بر فاصله نسلی بوده است. نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان می‌دهد میانگین نمره کلی دین‌داری نسل جوان ۴/۴۰ و میانگین نمره کلی دین‌داری بزرگ‌ترها ۴/۶۲ بوده است و از لحاظ دین‌داری میان دو نسل تفاوت وجود دارد و نسل جوان بیشتر پیرو گروه‌های ثانویه هستند و بزرگ‌ترها از گروه‌های نخستین پیروی می‌کنند، اما نقش پدر، مادر و مربیان و معلمان در نزد هر دو گروه سنی حایز اهمیت است. دیگر اینکه، هر چه پایگاه اجتماعی افراد بالاتر باشد، گرایش به ارزش‌های فرامادی بیشتر و با پایین آمدن پایگاه، گرایش به ارزش‌های مادی بیشتر خواهد بود (صفایی نژاد، ۱۳۸۲).

تحقیق پیمایشی دیگری با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر پابندی به ارزش‌های دینی، مطالعه موردی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز» است که توسط لهسایی زاده و دیگران در میان یک نمونه ۳۸۰ نفری از دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز در سال تحصیلی ۸۱-۸۰ انجام گرفته است. متغیرهای مستقل در این تحقیق عبارتند از: متغیرهای جمعیتی شامل: والدین، رشته تحصیلی، درآمد پدر و وسایل رفاهی؛ متغیرهای مربوط به کارگزاران جامعه‌پذیری مذهبی، شامل: والدین، گروه همسالان، عوامل درون مدرسه‌ای (بسیج و شورای دانش‌آموزی دبیران دینی) و متغیر میزان استفاده مذهبی از وسایل ارتباطی. متغیر وابسته؛ یعنی نظام ارزشی دینی هم در دو بعد باور دینی و رفتار دینی مورد سنجش واقع شده است. نتایج به دست آمده بیانگر رابطه معنادار اغلب متغیرها با متغیر وابسته و بالا بودن پابندی دانش‌آموزان به ارزش‌های دینی است. از نتایج دیگر این پژوهش، پابندی بیشتر زنان به ارزش‌های دینی نسبت به مردان است و اینکه هر چه عوامل جامعه‌پذیری مذهبی از طرف والدین، دوستان مدرسه و دبیران دینی بیشتر و کامل‌تر صورت گیرد، میزان پابندی دانش‌آموزان به ارزش‌های دینی نیز بیشتر خواهد شد. همین‌طور هر چه استفاده‌کنندگان از وسایل ارتباط جمعی موضوعات مذهبی

را بیشتر دنبال کنند و مورد استفاده قرار دهند، پابندی آن‌ها به ارزش‌های دینی بیشتر خواهد بود (لهسایی زاده و دیگران، ۱۳۸۳).

نتایج پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها در ایران که در میان ۱۶۸۲۴ نفر افراد ۱۵ ساله و بالاتر ساکن در ۲۸ مرکز استان کشور در سال ۱۳۸۰، به طور تصادفی در بین مردم صورت گرفته، حاکی از این واقعیت است که اگرچه نفی سکولاریسم در ایران بیش از پذیرش آن است، اما نتایج به دست آمده، حاکی از درصد قابل توجهی از افراد است که به سمت سکولاریسم گرایش مثبت دارند؛ به گونه‌ای که ۳۹/۲٪ افراد دوستی با افراد غیر مذهبی را بدون اشکال دانسته، ۳۵/۶٪ افراد معتقد به دین‌دار بودن بدون انجام اعمال مذهبی و ۳۶/۴٪ افراد معتقد به جدایی دین از سیاست برای پاک ماندن دین و ۴۲٪ نیز موافق واگذاری مقام‌های دولتی به افراد سکولار هستند. از دیگر نتایج آن، گرایش سکولار به موازات افزایش سن، کاهش و به موازات افزایش تحصیل افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، جوان‌ترها بیشتر از افراد مسن و افراد تحصیل کرده بیشتر از افراد بی‌سواد یا کم‌سواد گرایش به سکولار دارند (تاجیک، ۱۳۸۲: ۷۷-۸۰).

صباغ پور در تحقیقی با عنوان بررسی نگرش‌های سیاسی-مذهبی جوانان پسر تهرانی، عوامل مؤثر بر نگرش‌های مذهبی را، پایگاه اجتماعی، میزان استفاده از رسانه‌های گروهی رسمی و غیررسمی، میزان پذیرش ارزش‌های اجتماعی و میزان پابندی به گروه‌های مرجع دانسته است. او همچنین نتیجه گرفته است که پایگاه اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های گروهی غیررسمی روی نگرش مذهبی اثر منفی داشته است و کسانی که پذیرش اجتماعی در آن‌ها بالا است و از رسانه‌های رسمی استفاده می‌کنند نگرش مذهبی بالایی از خود نشان داده‌اند. میزان بستگی به گروه‌های مرجع بسته به ماهیت این گروه، تأثیر مثبت و منفی بر روی نگرش مذهبی جوانان داشته است (صباغ پور، ۱۳۷۳: ۴۵).

تحقیقاتی در زمینه رابطه طبقات اجتماعی و دین صورت گرفته است، از جمله مطالعات گلد اسمیت^۱، وینر بالیتینا^۲ و لیستون پوپ^۳ نشان می‌دهد بیشتر اعضای مجامع کلیسا‌های بنیادگرا را افراد طبقات پایین (کارگر کارخانه‌ها) تشکیل می‌دهند. لیستون پوپ از تحقیقاتش درباره روابط میان طبقه اجتماعی و دین چنین نتیجه می‌گیرد: هر اجتماع آمریکایی یک انگیزه مسلط برای قشر بندی دارد؛ انگیزه‌ای که

۱ - Gold Schmidt

۲ - Winer Buletana

۳ - Liston Pop

نهادهای و اعمال مذهبی ارتباط تنگاتنگی با آنان دارند. هر کلیسای پروتستان صبغه طبقاتی خاصی دارد و سعی می‌کند از گروه اجتماعی معینی عضوگیری کند. سازمان‌های مذهبی در دو حدّ نهایی مقیاس اجتماعی؛ یعنی در میان خیلی ثروتمند و خیلی فقیر نفوذ کمتری دارند. در یک معنای کلی، کلیساها به طور اساسی به طبقه متوسط مرتبط اند (تامین، ۱۳۷۳: ۱۲).

مایرز^۱ نیز به گونه‌های غیر محسوس با نمونه‌ای از ۲۰۳۳ نفر افراد ازدواج کرده (والدین) و نیز فرزندان آنها که در سال ۱۹۷۲ نوزده سال داشتند، به بررسی سرمایه اجتماعی در درون خانواده در ارتباط با دین‌داری پرداخته است. دین‌داری والدین، کیفیت روابط خانواده، مؤلفه‌های مذهبی بودن والدین، خوشبختی والدین، حمایت والدین، سخت‌گیری مناسب، کارکردن شوهر و کار نکردن زن و توانایی والدین در اداره امورات خانه نکات قابل توجه در پژوهش وی است. نتایج به دست آمده، بیانگر آن است که، دین‌داری والدین تأثیر مهمی روی دین‌داری فرزندان آنها دارد. به عبارت دیگر، فرزندان هنگامی دین‌داری بالایی دارند که پدران آنها دین‌دار و مادرانشان عقاید مشابهی با آنان دارند. با بالا رفتن تحصیلات پدر، دین‌داری افراد افزایش می‌یابد و اگر پدر تصمیم‌گیرنده اصلی باشد تأثیرش بیشتر است. همچنین گسترش مشارکت والدین در نیروی کار و دین‌داری فرزندان مؤثر است. به طور کلی، در این تحقیق تحصیلات پدر، مشارکت در نیروی کار و روابط قدرت در خانه نشان می‌دهد که توانایی والدین در انتقال دین‌داری در خانواده‌های سنتی بیشتر است و دین‌داری جوانان بیشتر به وسیله دین‌داری والدین تعیین می‌گردد (ملاحسنی، ۱۳۸۱: ۱۲).

از نظر کلمن^۲ یکی از عواملی که در ایجاد و نابودی سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد، ایدئولوژی است. ایدئولوژی می‌تواند با تحمیل این خواست به فرد که به سود چیزی یا کسی غیر از خودش عمل کند، سرمایه اجتماعی به وجود آورد. این امر در آثاری که ایدئولوژی مذهبی در وادار کردن افراد، به توجه به منافع دیگران دارد، آشکار است. تأثیر مستقیم و نسبتاً شگفت‌انگیزی از مقایسه مدارس مذهبی با غیر مذهبی نشان می‌دهد که مدارس خصوصی وابسته به سازمان‌های مذهبی در آمریکا، به رغم معیارهای انضباطی انعطاف‌ناپذیرترشان، میزان ترک تحصیل بسیار کمتری از مدارس خصوصی غیر مذهبی یا

۱ - Mayers

۲ - Colman

مدارس دولتی دارند. علت آشکار آن، سرمایه اجتماعی است که در مدارس وابسته به سازمان های مذهبی وجود دارد و در بیشتر مدارس دیگر، خصوصی یا دولتی وجود ندارد. این امر تا اندازه ای ناشی از ارتباطات اجتماعی - ساختاری بین مدرسه و والدین، از طریق اجتماع مذهبی است و همین طور تا اندازه ای به اصل ناشی از آیین مذهبی بستگی دارد که هر فردی از نظر خداوند مهم است. یک نتیجه این اصل، این است که جوانان خیلی کمتر احتمال دارد که از طریق بی توجهی از نظر اداری از دست بروند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۹۰).

به طور خلاصه با توجه به تحقیقات صورت گرفته در زمینه دین داری و عوامل مؤثر بر آن می توان بیان داشت بیشتر این تحقیقات محدود به زمینه خاصی بوده و توجه چندانی به هم خوانی این عوامل در کنار یکدیگر نشده است. لذا در این پژوهش سعی گردید تا با در نظر داشتن آن دست از ابعاد مؤثر بر دین داری و مهم ترین پیامد آن که به لحاظ تئوریک با جامعه مورد مطالعه نزدیک باشد به بررسی این عوامل پرداخته شود. به همین منظور، برای تبیین جامعه شناختی دین داری و عوامل تأثیر گذار بر دین داری (پایبندی مذهبی) با توجه به مفاهیم، نظریات و تحقیقات ذکر شده در مقاله و ملهم گرفتن از آن، برآیند تا فرضیات مطرح را به بوته آزمون گذاریم. براین اساس متغیرهای مستقل و یا عوامل تأثیر گذار بر دین داری در پژوهش حاضر عبارتند از: پایگاه اجتماعی - اقتصادی، تأثیر گذاری مذهبی گروه های مرجع، میزان مصرف رسانه های جمعی (داخلی و خارجی)، عرفی شدن و سن. سرمایه اجتماعی نیز به عنوان پیامد دین داری در جایگاه متغیر مستقل قرار می گیرد. همچنین متغیرهای زمین های مانند: جنس، وضعیت تأهل، نوع قومیت و سطح تحصیلات را نیز با دین داری مورد بررسی قرار می دهیم تا به نتایج جالب توجه و دقیق تری در این زمینه دست یابیم.

چارچوب نظری

در زمینه عوامل مؤثری که بر دین داری و پایبندی مذهبی افراد تأثیر گذار هستند، نظریه های مختلفی از سوی صاحب نظران مطرح در این حوزه ارایه گردیده است. در این قسمت از پژوهش سعی بر آن شده، نظریه هایی انتخاب گردد، که با چارچوب اصلی مقاله و متغیرهای برگرفته از آن مرتبط باشد. در زیر به برخی از مهم ترین آن ها اشاره می شود:

نظریه وبر در مورد دین‌داری طبقات اجتماع

وبر در کتاب «اخلاق پروتستان و روح سرمایه داری» در سال ۱۹۰۴ به بررسی ارتباط بین ایمان دینی و اخلاق دینی و عملی، به ویژه اصول اخلاقی در فعالیت اقتصادی جوامع غربی از قرن ۱۶ تا زمان خود می‌پردازد. وی در این راستا به تبیین خود دین نپرداخته است، بلکه پیوندهای میان انواع گوناگون دین و گروه‌های خاص اجتماعی و تأثیر انواع دیدگاه‌های مذهبی بر دیگر جنبه‌های زندگی اجتماعی، به ویژه رفتار اقتصادی را دنبال می‌کرد. او مذاهب را به دو دسته آن جهانی - که زندگی در این جهان را کاملاً ضد ارزش دانسته، و آن را آماده شدن برای زندگی واقعی پس از مرگ می‌داند - و این جهانی - که بر اهمیت زندگی فعلی تأکید می‌کند - تقسیم می‌نماید (شایگان، ۱۳۷۷: ۳۲).

در خصوص درجه یا شدت احساسات مذهبی، تحقیقات او نشان داده است که همه گروه‌های تشکیل دهنده جامعه به یک اندازه دیندار نیستند (همیلتون، ۱۳۷۷: ۲۴۶-۲۴۵).

به نظر وبر ادراک هر کسی از اغراض خود، تابع افکار و حتی افکار مابعدالطبیعی یا مذهبی اوست. بدین ترتیب، رفتار اقتصادی هر شخصی، تابعی از جهان بینی عام اوست و علاقه ای که هر کس نسبت به این یا آن فعالیت اقتصادی پیدا می‌کند، از نظام ارزشی یا از یک جهان بینی کامل او نسبت به هستی انفکاک ناپذیر می‌شود (آرون، ۱۳۷۷: ۶۰۸).

از این نظریه می‌توان نتیجه گرفت که دین‌داری در بین طبقات اجتماعی متفاوت است و میانگین دین‌داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی - اقتصادی تفاوت می‌پذیرد.

تنوری فیشن باین - آیزن و دیگر افراد مهم

در این تنوری فشار اجتماعی روی شخص برای انجام یک رفتار مهم است؛ بدین معنی که شخص توجه دارد که تا چه حد رفتارش مورد تأیید یا توبیخ افراد و یا گروه‌های خاصی قرار خواهد گرفت. این افراد یا گروه‌ها در واقع نقش یک مرجع هدایت کننده رفتار را دارند که ممکن است والدین، دوستان، همکاران و یا اهالی یک محل باشند. این متغیر خود به دو عامل دیگر تجزیه می‌شود: انگیزه فرد از انتظارات دیگران و ارزیابی از سوی دیگر افراد مهم (رفیع پور، ۱۳۷۴: ۱۳).

تنوری شیبتانی و گروه مرجع

شیبتانی از اصطلاح گروه مرجع کلی^۱ استفاده می کند و آن را گروهی می داند که «نقش یک چهار چوب مرجع را ایفا می کند...، عقاید یک سیستم اجتماعی وسیع را منعکس می سازد» و با به وجود آوردن یک چهارچوب ارزشیابی اعضای سیستم اجتماعی یا گروه، خود و دیگران را ارزیابی و کنترل می نمایند (رفیع پور، ۱۳۷۴: ۱۳).

با توجه به این نظرات می توان اظهار داشت که جامعه پذیری افراد، به ویژه جامعه پذیری مذهبی آنان از نقش گروه های مرجعی چون والدین، دوستان، همسالان، رسانه ها، روحانیون، هنرمندان و... تأثیر می پذیرد. پس می توان این فرضیه را استخراج کرد که بین نقش گروه های مرجع و دین داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

در ادامه بحث گروه های مرجع و نقش به سزای آنان در جامعه پذیری افراد، می توان بیان داشت که وسایل ارتباط جمعی در طول چند سال اخیر، همواره از نقش آموزشی - پرورشی خانواده و مدرسه کاسته و در مقابل بر اهمیت نقش آموزشی خود افزوده اند. در میان عوامل متعددی که در تکوین آگاهی ها، نگرش ها و دگرگونی در رفتارهای افراد مداخله دارند، نقش رسانه های گروهی غالباً به عنوان یکی از مهم ترین آن ها شناخته شده است (گانترت ۲، ۲۰۰۲: ۲۹۵). پس می توان به این نتیجه رسید که رسانه ها و نقش آموزشی آنان در رشد آگاهی و تغییر نگرش افراد سهم بسزایی ایفا نموده و از جمله عواملی است که دین داری افراد را تحت الشعاع خود قرار می دهد. پس با این بیانات می توان این فرضیه را استنباط نمود که بین میزان مصرف رسانه های جمعی، اعم از رسانه های داخلی و خارجی و دین داری افراد رابطه وجود دارد.

نظریه ماکس وبر، کارل دبلر و شجاعی زند در زمینه عرفی شدن

«ماکس وبر» بیش از همه در مورد عرفی شدن به بحث پرداخته است. «وی از عقلانیت، عمومیت یافتن ملاحظات هدف - وسیله و افزایش سهم کنش های عقلانی معطوف به هدف نسبت به دیگر انواع کنش را مطرح نظر دارد، به چیزی نظیر عرفی شدن فرد توجه دارد و وقتی که پای عقلانیت را به دیوان سالاری

۱- Generalized Reference

۲- Gauntlirt

و اقتصاد و مناسبات اجتماعی می‌کشاند، از عرفی شدن جامعه سخن می‌راند. به عقیده وبر، نقطه عزیمت بشر، جهان سراسر مقدس و سرشار از موجودات قدسی بوده است و سرمنزل نهایی او جهانی است افسون‌زدایی شده و به غایت عقلانی که فاقد هر نوع قدسیت و فرهنگدینی است» (شجاعی زند، ۱۳۸۰: ۱۷۱-۱۷۲).

«کارل دبلر^۱ عرفی شدن را یک مفهومی چند بعدی می‌داند و میان سه عرصه دینی، فردی و اجتماعی این مفهوم تمایز قایل شده و این سطوح را چنین بیان می‌کند:

۱- تغییر و تحول درون دینی که به هر چه دنیوی تر شدن دین می‌انجامد؛

۲- کاهش در تضمین و التزام دینی فرد؛

۳- لائیک شدن در سطح کلان اجتماعی که موجب تمایز ساختاری و عملکردی نهادها می‌گردد (ویلیم، ۱۳۷۷: ۱۴۰).

شجاعی زند در مقاله‌ای با عنوان «مسیرهای محتمل در عرفی شدن ایران» این مسأله را در ایران ناشی از دو دلیل عمده «کارآمدی» یا عدم کارآمدی نظام و «الگوی توسعه» ای می‌داند که برای مدیریت این جامعه برگزیده می‌شود. ناکارآمدی‌های شدید حکومت دینی در تمهید حداقل‌های زندگی شرافتمندانه انسان این عصر می‌تواند گام‌های مسلمانان را در تعقیب ایده جامعه و حکومت دینی متزلزل سازد و در نتیجه آن‌ها را از پیگیری آرمان‌های دینی به عنوان بخشی از زندگی مأیوس و منصرف نماید. همچنین نسخه برداری از الگوهای توسعه غربی می‌تواند جامعه و افراد متدین را در عمل عرفی سازد (شجاعی زند، ۱۳۸۵: ۳۳-۴۵). با توجه به این نظریات می‌توان استنباط کرد که هر چه افراد به سمت عرفی شدن بیشتر گرایش پیدا کنند، به همان نسبت از دین‌داری آن‌ها کاسته می‌شود.

تئوری‌های چرخه زندگی و تغییر اجتماعی در زمینه مراحل زندگی

این فرضیه، مبتنی بر این است که باورها، گرایش‌ها و رفتارهای افراد، با افزایش سن و عبور از مراحل مختلف زندگی دچار دگرگونی‌های بنیادین می‌شوند. آنچه در سنین جوانی اهمیت و اولویت دارد، رفته رفته با ورود فرد به مرحله تحصیل، یافتن کار، تشکیل خانواده، بازنشستگی و بالاخره سالخوردگی،

^۱-Karl Dobbeleare

اهمیت خود را از دست داده، با چیزهای دیگر جایگزین می‌شود. رفتارها و باورهای مذهبی نیز از جمله اموریست که می‌تواند مشمول چنین تغییراتی واقع شود (کاظمی پور، ۱۳۸۲: ۲۱-۲۲).

فرضیه تغییر اجتماعی که با نوگرایی و سن مرتبط است، نیز بیانگر آن است که تفاوت رفتار جوامع مختلف تن‌ها ناشی از ترکیب سنی آن‌ها نیست، بلکه در زندگی هر نسل و در هر دوره‌ای از حیات یک جامعه تحولات شگرفی روی می‌دهند که نحوه نگرش افراد آن جامعه را به خود و جهان پیرامونشان به کلی تغییر می‌دهند که این تغییرات به نوبه خود، به شکل رفتارهای متفاوتی بروز می‌کنند. این تحولات دگرگون ساز عملاً افراد واقع در گروه‌های سنی جوان را که در مرحله شکل‌گیری شخصیت خود هستند، تحت تأثیر قرار می‌دهند، اما گروه‌های سنی دیگر را نیز کمابیش متأثر می‌کنند. هرچند شدت و بزرگی این تحولات بیشتر باشد، تفاوت‌های ماقبل و مابعد آن‌ها نیز مشهودترند (همان، ۲۳). حال با استفاده از این دو فرضیه می‌توان عنوان کرد که بین سن و دین‌داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

تئوری‌های سرمایه اجتماعی و دین‌داری

از پیامدها و کارکرد مذهب در جامعه، می‌توان از سرمایه اجتماعی نام برد. به عبارت دیگر، شاید بتوان گفت که مهم‌ترین کارکرد و پیامد مذهب در جامعه، ایجاد سرمایه اجتماعی است که از طریق آن پیوند بین افراد و همچنین شبکه‌های اجتماعی گسترده، تکوین یافته و استوار می‌ماند (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۳۲).

ایوانز بر نقش فعالیت‌ها و مناسک دینی در بهبود کنش‌های متقابل افراد در پیوند و اعتماد آن‌ها به یک‌دیگر تأکید می‌کند و معتقد است که رفتار دینی با سایر مؤمنان، دوستان و اعضای خانواده می‌تواند گامی در جهت ایجاد سرمایه اجتماعی تلقی گردد (ایوانز و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۶۲-۱۶۵).

دین و نهاد های دینی حداقل با توسل به سه مجموعه از ساز و کارها در ایجاد سرمایه اجتماعی مؤثرند.

۱- نهادهای مذهبی این ایده را تبلیغ می‌کنند که روابط مثبت در میان اعضای خانواده و افراد جامعه امری قابل تحسین است. عقاید اسلامی، مسیحی و سایر ادیان اعضای خود را در اجرای فریضه فوق تشویق کرده و آموزش‌های مذهبی بر پایه مواعظی پایه ریزی شده که همواره ایجاد پیوند سالم و قابل اطمینان بین افراد را توصیه و تأیید می‌کند.

۲- نهادهای مذهبی از مکانیسم‌هایی استفاده می‌کنند که از آن راه به حمایت رسمی از افراد و خانواده‌ها می‌پردازند. کلیساها و دیگر سازمان‌های مذهبی بیشتر فعالیت‌های خاص را برای تقویت تعامل و روابط مثبت میان اعضای جامعه سازمان‌دهی می‌کنند. از یک سو آن‌ها از طریق حضور در مراکز مذهبی، اوقاتی را با هم می‌گذرانند و از سوی دیگر با ایجاد اردوگاه‌های خانواده‌گی به ارایه کمک‌های مشورتی، آموزشی و پرورشی و ... مبادرت می‌ورزند که فرصت‌های پیوند بین افراد را تقویت می‌کنند. به نظر می‌رسد هر چه افراد از طریق حضور در مراکز عبادی، بیشتر در کنش متقابل با یک‌دیگر قرار گیرند، رابطه آن‌ها با یک‌دیگر مثبت و گرم‌تر خواهد گردید (خنده‌رو، ۱۳۸۷: ۶۳).

۳- سومین مجموعه از مکانیسم‌ها شامل نقش مذهب در ایجاد فروبستگی در رابطه اجتماعی از طریق متصل کردن دوستان و اعضای خانواده در یک گروه اجتماعی همانند است. یعنی اتصال و همبستگی بین اجزاء و عناصر یک مجموعه مد نظر است و نقش دین در این اتصال می‌باشد (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۸۰).

کاندلند^۱ نیز مطرح می‌سازد که دین از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی، ارتباطات با سایر هم‌نوعان، وظیفه‌شناسی، احترام نسبت به دیگران، صداقت و اعمال هنجارهای همبستگی، می‌تواند مبنای سرمایه اجتماعی قلمداد گردد. مذهب یک نیروی وحدت‌بخش است و حتی شاید بتوان گفت که خود به عنوان سرمایه اجتماعی در جامعه می‌تواند قلمداد گردد (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۳۴). با توجه به وجود ارتباط بین مذهبی بودن و سرمایه اجتماعی به لحاظ نظری شاید بتوان این فرضیه را تدوین نمود که هر چه افراد از لحاظ دین‌داری و پایبندی به آن در سطح بالایی قرار داشته باشند، به همان نسبت نیز از سرمایه اجتماعی بیشتری برخوردار خواهند بود.

فرضیه‌های پژوهش

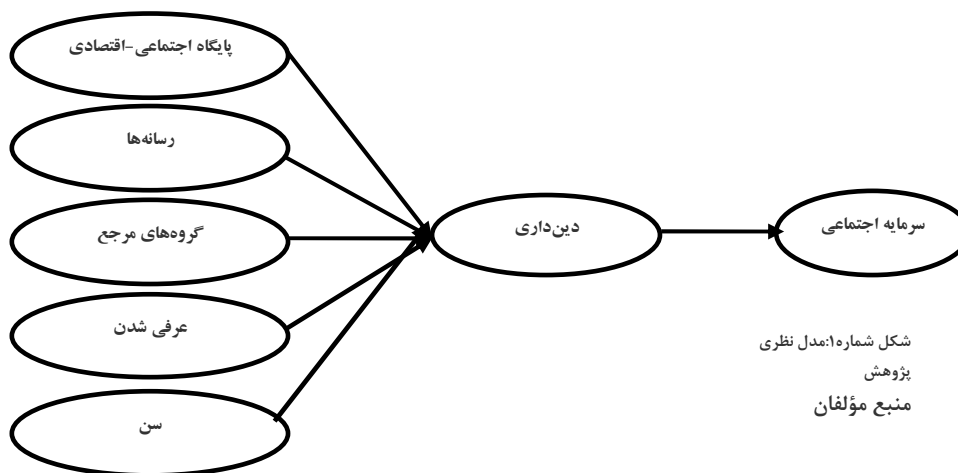
- ۱- میانگین دین‌داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی - اقتصادی تفاوت می‌پذیرد.
- ۲- بین میزان مصرف رسانه‌های جمعی (داخلی) و دین‌داری رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۳- بین میزان مصرف رسانه‌های جمعی (خارجی) و دین‌داری رابطه غیرمستقیم وجود دارد.
- ۴- بین تأثیر‌گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین‌داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

۱-Candland

۵- بین عرفی شدن و دین داری رابطه غیر مستقیم (معکوس) وجود دارد.

۶- بین سن و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.

۷- بین دین داری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.



شکل شماره ۱: مدل نظری پژوهش
منبع مؤلفان

تعریف مفاهیم و متغیرهای پژوهش

در این قسمت از پژوهش سعی بر آن است تا ابتدا متغیرهای مورد مطالعه را به اختصار تعریف کنیم و در ادامه، عملیاتی کردن آن‌ها را ارایه نماییم. متغیر وابسته اصلی این پژوهش دین داری و متغیر سرمایه اجتماعی فقط برای متغیر دین داری وابسته می‌باشد و دیگر متغیرهای مطرح در جایگاه متغیر مستقل در خصوص متغیر دین داری می‌باشند.

تعریف نظری و عملیاتی کردن متغیرهای وابسته

منظور از متغیر وابسته، متغیر یا متغیرهایی است که در جریان یک تحقیق، متأثر از متغیر یا متغیرهای دیگرند (ساروخانی، ۱۳۷۸: ۱۲۸).

۱- دین داری ۱: از آن جایی که نسبت جامعه ایران با دین، نسبتی ساختاری و نظام مند است و در همه عرصه‌ها از خصوصی‌ترین تا عمومی‌ترین حوزه‌های زندگی افراد تأثیر دارد، یک فرد دیندار را می‌توان

کسی که با آگاهی از اصول و شعائر یک مذهب به پیروی از آن می‌پردازد، به نحوی که این پیروی بر زندگی فردی و اجتماعی وی تأثیر گذار است، تعریف نمود (شهابی، ۱۳۸۲: ۴۰۴). و به عبارت مختصرتر، دین‌داری عبارت است از میزان علاقه و احترامی که پیروان یک دین برای آن قایل هستند (سراج زاده، ۱۳۷۷: ۱۰۵).

در تدوین تعریف عملیاتی دین‌داری از مدل معروف گلاک و استارک، به دلیل سنخیت نسبی آن با ابعاد دین‌داری در اسلام و هم تناسب کارکردی آن که مورد تأیید علمای طراز اول معاصر جهان اسلام قرار گرفته (افشانی، ۱۳۸۱: ۸۰)، استفاده گردیده است (برای سنجش هر گویه سطح سنجش رتبه ای (طیف لیکرت) و برای ابعاد (جمع نمرات گویه‌ها) و متغیر مورد نظر (جمع نمرات ابعاد) سطح سنجش فاصل‌های لحاظ شده است) ۱.

۱-۱- بعد ایدئولوژیک ۲ یا اعتقادی و باورهای دینی ۳: بیشتر مبتنی بر اعتقادات است تا احساسات و عبارت است از باورهایی که انتظار می‌رود پیروان دین مورد نظر به آن‌ها اعتقاد داشته باشند. در واقع، باورهای دینی عبارتند از: نوعی ادراک دینی برخاسته از موقعیت دینی که به فرد بینش خاصی نسبت به حقایق اصول دین می‌دهد. برای عملیاتی کردن این بعد از سه گویه که عبارتند از: شناخت خدا، اعتقاد به حضرت محمد و وجود عالم آخرت استفاده گردید.

۲-۱- بعد تجربی ۴ یا عواطف دینی: متشکل از احساسات، ادراکات و تأثیرات است که توسط یک سوژه (فرد) تجربه می‌شود و مربوط به رابطه فرد با خداوند است. برای سنجش این بعد از سه گویه که عبارتند از: احساس نزدیکی به خدا، آرامش در اماکن مذهبی و شروع کار با نام خدا استفاده گردید.

۳-۱- بعد پیامدی ۵ یا آثار دینی: ناظر به آثار باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره است. به عبارت دیگر، تأثیر و انعکاس دین در رفتارهای زندگی روزمره است. دقت در حلال و حرام، هراس از عمل غیرمذهبی و کمک به مستمندان گویه‌های این بعد هستند.

۱- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می‌باشد.

۲ - Ideological
 ۳ - Believers
 ۴ - Experience
 ۵ - Consequence

۱-۴- بعد اعمال دینی ۱ یا مناسکی: خود به دو دسته مناسک ۲ مثل نماز، روزه و پرستش و دعا ۳ تقسیم می‌شود. گویه های این بعد عبارتند از: انجام اعمال واجب دینی، قرائت قرآن و گرفتن روزه.

۱-۵- بعد دانش دینی ۴: مشتمل بر اطلاعات و دانسته های مبنایی در مورد معتقدات هر دین است که پیروان آن دین باید آن‌ها را بدانند و در واقع، شامل حداقل شناخت از اصول و فروع و سنت‌ها و تاریخ دین است؛ به گونه ای که فرد خود را ملزم به انجام اعمال دینی دانسته یا حداقل به آن گرایش پیدا کند. آشنایی با قرآن، آشنایی با تاریخ اسلام و آشنایی با احکام، از گویه‌های تشکیل دهنده این بعد هستند.

۲- سرمایه اجتماعی ۵: کلمن سرمایه اجتماعی را به وسیله کارکردش تعریف نموده است. به نظر او سرمایه اجتماعی هنگامی ایجاد می‌شود که روابط میان اشخاص به شیوه ای تغییر یابد که کنش را آسان سازد. بنابراین سرمایه اجتماعی یک شیء واحدی نیست، بلکه جنبه های متفاوت ساختاری را در بر می‌گیرد که کنش جمعی و فردی را ترویج می‌نماید (روزنفلد، ۲۰۰۱۶: ۲۸۴).

برای بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی، آن را با توجه به نظریات مطرح به سه دسته اعتماد، آگاهی و مشارکت تقسیم گردید. به منظور سنجش بعد اعتماد، از گویه هایی چون: اعتماد در بین اعضای خانواده، اعتماد در بین دوستان، آشنایان و فامیل و اعتماد کردن به غریبه ها و حکومت استفاده گردید. به منظور سنجش بعد آگاهی از گویه هایی چون: آگاهی از اوضاع و احوال فامیل و دوست و آشنا، آشنایی با نهادهای غیر دولتی و مردمی و شناخت نسبت به مسایل سیاسی کشور و دیگر کشورها استفاده گردید. همین طور برای سنجش بعد مشارکت، گویه هایی چون مشارکت در تصمیم گیری و فعالیت‌های خانواده، مشورت و همکاری با دوستان، آشنایان، هم محلی ها و افراد ناشناس و نیز با حکومت چون شرکت در انتخابات، راهپیمایی ها و... مورد استفاده واقع گردید. (برای هر گویه از سطح سنجش رتبه ای (طیف لیکرت) و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های لحاظ شده است) ۷.

۱- Practices

۲- Ritual

۳- Devotion

۴- Religious Knowledge

۵- Social Capital

۶- Rosenfeld, Richard

۷- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می‌باشد.

تعریف نظری و عملیاتی کردن متغیرهای مستقل

منظور از متغیرهای مستقل، متغیرهایی است که (در جریان یک تحقیق) بر دیگر متغیرها تأثیر می گذارند (ساروخانی، ۱۳۷۸: ۱۲۷).

۱- جنسیت: شامل مرد یا زن است. (سطح سنجش اسمی).

۲- سن: تعداد سال‌های عمر شده فرد است که در این تحقیق، افراد بالای ۱۵ سال مدنظر است (سطح سنجش فاصله‌ای).

۳- وضعیت تأهل: شامل وضعیت مجرد، متأهل، بدون همسر (در اثر فوت یا طلاق). (سطح سنجش اسمی).

۴- پایگاه اجتماعی ۱: توجه، اعتبار و ارزشی است که جامعه برای نقش اجتماعی فرد، گروه و طبقه اجتماعی قایل است. پایگاه اجتماعی، ارتباط نزدیک با وضعیت و موقعیت افراد، گروه‌ها و طبقات در شرایط و روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دارد و مؤخر بر آن شرایط است (آراسته خو، ۱۳۸۱: ۲۹۷). با توجه به شرایط ساختاری جامعه، این متغیر را بر حسب میزان درآمد ماهیانه خانواده (مقدار پولی که فرد ماهیانه دریافت می کند (سطح سنجش فاصله‌ای)؛ داشتن اتومبیل شخصی و تخمین قیمت آن (سطح سنجش تربیتی)، میزان تحصیلات پدر و مادر (شامل: بی سواد، ابتدایی، سیکل، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس و (تحصیلات حوزوی سطح)، فوق لیسانس و (تحصیلات حوزوی خارج)، دکترای عمومی، دکترای تخصصی (سطح سنجش تربیتی) و جمع این مقولات مورد سنجش قرار دادیم.

۵- رسانه‌های جمعی ۲: رسانه‌های گروهی تمامی وسایل و ابزارهای ارتباطی را شامل می شود که در اختیار گروه‌های کثیری از مردم قرار می گیرد، و سهمی عمده از فعالیت‌های آموزشی را به خود اختصاص می دهند (گانتلر، ۲۰۰۲: ۲۹۵). (برای هر گویه از سطح سنجش رتبه ای و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های استفاده شده است) ۳.

در تعریف عملیاتی میزان مصرف رسانه‌های جمعی، آن را به دو دسته داخلی و خارجی تقسیم نمودیم.

۱-Social Status

۲-Mass Media

۳- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می باشد.

- ۵-۱- رسانه‌های داخلی عبارتند از: تماشای برنامه‌های تلویزیون، گوش دادن برنامه‌های رادیویی داخلی، استفاده از مجلات و روزنامه‌های داخل کشور.
- ۵-۲- رسانه‌های خارجی که شامل: مصرف فیلم‌های ویدئویی به زبان اصلی و هم به زبان فارسی، تماشای ماهواره و گوش دادن به رادیوهای بیگانه است.
- ۶- گروه مرجع ۱: یا گروه الگو به گروهی اطلاق می‌گردد که فرد در مقایسه‌های خویش به آن مراجعه می‌کند و رفتار، منش و کردار آن را چه در جهت مثبت و چه در جهت منفی ملاک خود قرار می‌دهد (رفیع پور، ۱۳۷۷: ۴۴۲). به منظور بررسی نقش و تأثیرگذاری مذهبی گروه‌های مرجع، آن را به دو دسته درون‌گروهی و برون‌گروهی تقسیم نمودیم. (برای هر گویه سطح سنجش رتبه ای (طیف لیکرت) و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های استفاده شده است) ۲.
- ۶-۱- گروه‌های مرجع درون‌گروهی عبارتند از: والدین، دیگر اعضای خانواده (خواهر، برادر و همسر)، دوستان صمیمی، همسالان، آشنایان و همسایگان.
- ۶-۲- گروه‌های مرجع برون‌گروهی شامل: مربیان، معلمان، اساتید، شخصیت‌های دینی و مذهبی، ورزشکاران و شخصیت‌های تلویزیون.
- ۷- عرفی شدن ۳: عرفی شدن در یک بیان عام، فرآیندی است که طی آن، موقعیت و اهمیت دین نزد فرد و در عرصه اجتماع تنزل می‌یابد و برداشتهایی صرفاً دنیوی از تعالیم و عنایات دینی غالب می‌گردد (شجاعی زند، ۱۳۸۵: ۳۳). آشکارترین تجلیات عرفی شدن در رفتار افراد نمایان گردیده و مهم‌ترین جلوه آن کاهلی در پابندی به فرامین دینی و بی‌توجهی به نواهی دینی است که به عنوان یکی از شاخص‌های عرفی شدن فرد شناخته شده است که منشأ آن بی‌تفاوتی و بی‌اعتنایی در انجام تکالیف مورد انتظار دین به سبب زایل شدن اعتقاد به درستی و اثربخشی آن است.
- عرفی شدن را نیز با توجه به ابعاد آن؛ فرهنگی (گویه‌هایی از قبیل: اجازه چاپ به کتب غیر مذهبی، اجازه به تدریس معلمان غیرمسلمان) اجتماعی (گویه‌هایی مانند: اصل انسانیت در معاشرت، اهمیت اجرای قانون

۱-Reference Group

۲- بالاترین نمره برای هر گویه ۶ و کمترین نمره ۱ می‌باشد.

۳-Secularization

نه اسلامی بودن آن یا نبودن آن و...، سیاسی (دخالت ندادن دین در سیاست، دخالت افراد معتقد به سایر ادیان در امور دولت و...) تقسیم نمودیم. (برای گویه‌ها سطح سنجش رتبه ای و برای ابعاد و متغیر مورد نظر سطح سنجش فاصل‌های لحاظ شده است) ۱.

روش تحقیق و مراحل آن

۱) چارچوب نظری از طریق روش اسنادی ۲، روش پاسخ گویی به سؤالات به روش پیمایشی ۳، سطح تحلیل سطح خرد و به لحاظ معیار زمان از نوع تحقیق ماهیت کاربردی و به لحاظ ژرفایی از نوع پهنانگر و واحد تحلیل فرد است.

۲) جامعه آماری در این پژوهش کلیه افراد ۱۵ سال به بالای ساکن در شهر بهارستان است که بر اساس آمارهای موجود، جمعیت ۱۵-۶۴ ساله در سال ۱۳۸۵، ۳۳۹۰۷ نفر هستند (بهارستان، نیو تاون، ۱۳۸۷). حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران با سطح اطمینان ۰/۹۵٪ و معادل با ۳۸۴ محاسبه شد. که جزئیات آن به شیوه زیر است:

$$n = \frac{t^2 \cdot pq}{d^2} = 384 \Leftrightarrow n = \frac{1.96^2 \times .5 \times .5}{.05^2} = 384$$

$$1 + \frac{1}{N} \cdot \left(\frac{t^2 \cdot pq}{d^2} - 1 \right) \quad 1 + \frac{1}{33907} \times \left(\frac{1.96^2 \times .5 \times .5}{.05^2} \right)$$

$$t=1.96, \quad p=0.50, \quad q=0.50, \quad d=0.05, \quad N=33907$$

۳) روش نمونه گیری، نمونه گیری طبقه ای بر اساس متغیرهای جنس، سن و منطقه محل سکونت ۴ است.

۱- بالاترین نمره برای هر گویه ۵ و کمترین نمره ۱ می باشد.

۲ - Documentary Method

۳- Survey Method

۴ = طبقه بندی بر حسب محل سکونت با توجه به مشاهده و پرسش از ساکنان بوده است.

جدول شماره ۱: تفکیک جمعیت شهر بهارستان بر حسب جنسیت

درصد	تعداد	
۰/۱۰۰	۴۴۵۰۸	کل
۰/۵۱	۲۲۶۳۳	مرد
۰/۴۹	۲۱۸۷۵	زن

جدول شماره ۲: تفکیک گروه‌های سنی در شهر بهارستان بر حسب سن

سن	تعداد	درصد کل	تعداد حجم نمونه	درصد حجم نمونه
۱۹-۱۵	۵۰۴۱	۱۱/۳	۵۷	۱۴/۸۴
۲۴-۲۰	۶۴۲۵	۱۴/۴	۷۳	۱۹/۰
۲۹-۲۵	۵۰۸۷	۱۱/۴	۵۸	۱۵/۱
۳۴-۳۰	۳۸۷۵	۸/۷	۴۴	۱۱/۴۵
۳۹-۳۵	۳۵۵۰	۸/۰	۴۰	۱۰/۴۱
۴۴-۴۰	۳۱۶۸	۷/۱	۳۶	۹/۳۷
۴۹-۴۵	۲۷۳۸	۶/۲	۳۱	۸/۰۷
۵۴-۵۰	۲۰۰۳	۴/۵	۲۳	۵/۹۸
۵۹-۵۵	۱۲۵۲	۲/۸	۱۴	۳/۶۴
۶۴-۶۰	۷۶۸	۱/۷	۸	۲/۰۸
جمع کل	۳۳۹۰۷	۱۰۰/۰	۳۸۴	۱۰۰/۰

در نمونه گیری طبقه ای، واحدهای جامعه مورد مطالعه در طبقه‌هایی که از نظر صفت متغیر همگن تر هستند، گروه بندی می شوند، تا تغییرات آنها در درون گروه‌ها کمتر شود. پس از آن هر یک از طبقه‌ها تعدادی نمونه انتخاب می شود. معمولاً برای طبقه بندی واحدهای جامعه، متغیری به عنوان ملاک در نظر گرفته می شود که با صفت متغیر مورد مطالعه بستگی داشته باشد (سرمد و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۸۴).

پس از محاسبه حجم نمونه و تعداد درصد در هر طبقه، پرسش‌نامه‌ها به صورت حضوری و تصادفی در بین افراد ساکن در این شهر توزیع و جمع آوری گردید.

۴) ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه می‌باشد که پس از تعیین شاخص‌های لازم برای متغیرهای پژوهش گویه‌هایی طراحی و در قالب پرسش‌نامه‌های که اعتبار اصولی (منظور شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا

معرف‌های پژوهش است که از طریق مراجعه داوران برای اطمینان در این امر به گروهی از متخصصان مراجعه می‌کنیم که هر یک در تحقیق مورد نظر کار کرده‌اند (اتسلندر، ۱۳۷۴: ۳۴). و اعتبار سازه (احکام شامل رابطه بین مفاهیم نظری و ابزار اندازه‌گیری در چارچوب نظریه می‌شود. این امر یک آزمایش روش شناسانه به منظور بررسی تعریف کاربردی یک مفهوم است (همان، ۴۳). استفاده شده است، که پس از تهیه و تنظیم پرسش‌نامه با توجه به چارچوب نظری، آن را به اساتید و صاحب‌نظران روش تحقیق نشان داده و نهایتاً با توجه به اظهار نظر آن‌ها به رفع ایراد پرسش‌نامه اقدام شده است.

و پایایی ۱ (منظور در صورت تکرار یک پرسش در مواقع دیگر به نتایج یکسان برسیم. اگر مردم در موقع مکرر به پرسش، پاسخ یکسانی بدهند آن پرسش دارای پایایی است) (دواس، ۱۳۸۱: ۶۲). که برای بررسی پایایی متغیرهای مورد مطالعه، از ضرایب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول شماره ۳: ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌ها در پرسش‌نامه

پرسش‌نامه		متغیرها
ضریب روایی	تعداد گویه‌ها	
۰/۶۲	۳	اعتقادی
۰/۷۸	۳	عاطفی
۰/۶۹	۳	پیامدی
۰/۸۱	۳	مناسکی
۰/۷۰	۳	شناختی
۰/۶۸	۳	آگاهی
۰/۷۱	۳	اعتماد
۰/۷۳	۳	مشارکت
۰/۷۰	۲	فرهنگی
۰/۷۲	۲	اجتماعی
۰/۶۸	۲	سیاسی
۰/۷۲	۳	داخلی
۰/۶۹	۳	خارجی
۰/۸۰	۳	درون‌گروهی
۰/۷۶	۳	برون‌گروهی

استفاده از فرمول کروباخ برای هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسش نامه و یا آزمونهایی که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کنند، به کار می رود (سرمد و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۶۹). و دامنه آن از ۰ تا ۱ در نوسان است.

۴) تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گردید. به طوری که از آمارهای توصیفی (درصد، توزیع فراوانی و...) و استنباطی متناسب با سطح سنجش داده ها (مقایسه میانگین، ضرایب همبستگی، تحلیل رگرسیون، تحلیل واریانس و...) به کار گرفته شد.

نتایج توصیفی پژوهش

نتایج پژوهش نشان می دهد که از بین نمونه انتخاب شده ۵۶/۳٪ مرد و ۴۳/۸٪ زن و از لحاظ وضعیت تأهل ۴۴/۳٪ مجرد، ۴۸/۲٪ متأهل و ۷/۶٪ سایر (بیوه، مطلقه و...) هستند.

به لحاظ نوع قومیت بالاترین درصد مربوط به قوم فارس با ۵۸/۶٪ و پایین ترین درصد مربوط به دو قوم عرب و کرد با ۱/۳٪ بوده، بقیه اقوام به ترتیب: لر با ۲۰/۳٪ درصد، ترک با ۱/۲٪ و سایر با ۶/۳٪ هستند.

در بین نمونه، بالاترین درصد مربوط به درآمد بین ۲۰۱-۴۰۰ هزار تومان با ۴۷/۴٪ و پایین ترین درصد مربوط به درآمد ۶۰۱ هزار تومان به بالا با حدود ۷/۰٪ است.

از بین نمونه ۳۷/۲٪ از پاسخ گویان بدون اتومبیل هستند. و بالاترین درصد ۲۵/۳٪ مربوط به قیمت اتومبیل بین ۱۰-۵ میلیون تومان و پایین ترین درصد ۷/۸٪ مربوط به ۳-۱ میلیون تومان است. به لحاظ سطح تحصیلی پاسخ گویان، بالاترین میزان سواد تحصیلات دیپلم با ۴۷/۴٪ و کمترین میزان مربوط به بیسوادان با ۲/۱٪ است.

همچنین بالاترین درصد مربوط به سطح سواد پدر پاسخ گو، گروه ابتدایی با ۲۵/۴٪ و سطح سواد مادر پاسخ گو مربوط به گروه بیسواد و ابتدایی با ۲۸/۴٪ و پایین ترین درصد سطح سواد پدر مربوط به فوق دیپلم، لیسانس و بالاتر است از آن با ۴/۴٪ و سطح سواد مادر با تحصیلات لیسانس و بالاتر است که حدود ۱/۲٪ است.

از بین نمونه برگزیده شده بیشترین گروه شغلی مربوط به کارمندان با ۲۱/۴٪ و کمترین درصد مربوط به وکلا با ۰/۳٪ و بقیه گروه‌های شغلی به ترتیب: سایر با ۱۷/۷٪، کارگر ۱۶/۷٪، مغازه دار ۱۲/۲٪، راننده ۱۱/۲٪، معلم و بازنشسته با ۷/۸٪، مهندس ۴/۲٪ و بیکار ۰/۸٪ می‌باشد.

برحسب تعداد سال‌های سکونت به ترتیب زیر یک سال با ۰/۵ درصد، ۱-۳ سال با ۵۲/۱ درصد، ۴-۷ سال با ۳۵/۲٪، ۸-۱۱ سال با ۱۰/۹٪، ۱۲-۱۵ سال با ۰/۵٪ و ۱۵ سال و بالاتر با ۰/۸٪ در شهر بهارستان اقامت گزیده اند.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب متوسط نمره دین داری

نمره دین داری	کم	متوسط	زیاد
تعداد	۱۵	۱۲۶	۲۴۳
درصد	۳/۹	۳۲/۸	۶۳/۳

جدول فوق بیانگر توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب متوسط نمره ابعاد دین داری می‌باشد. از متوسط نمره دین داری در بین کل پاسخ گویان (۴/۸۷) به دست آمد، که آن‌ها را به سه گروه مساوی با دامنه (۰/۸۲) مشخص نموده و سه گروه با نمرات پایین، متوسط و زیاد تعیین گردید. از کل نمونه ۶۳/۳٪ کسانی بودند که نمره آن‌ها بین ۴/۸۷ تا ۴/۰۵ بود، در گروه زیاد قرار گرفتند؛ ۳۲/۸ درصد، نمره بین ۴/۰۴ تا ۳/۲۲٪ کسب نمودند و در گروه متوسط افراد دیندار قرار گرفتند؛ و ۳/۹٪ باقیمانده، کسانی هستند که نمره بین ۳/۲۱ تا ۲/۴۰ کسب نموده و از لحاظ پایبندی مذهبی در سطح پایینی از دین داری قرار دارند. (کمترین میانگین نمره دین داری ۲/۴۰ و بالاترین نمره ۴/۸۷) ۱.

نتایج پژوهش در رابطه با سطح دین داری پاسخ گویان بیانگر آن می‌باشد که، میزان دین داری ساکنان بهارستان را می‌توان در سطح بالایی ارزیابی نمود.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب ابعاد دین داری

ابعاد دین داری	میانگین	انحراف میانگین	میان	مد	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشیده گی	دامنه	کمینه	بیشینه
اعتقادی	۴/۷۸۵	-۰/۲۰۳۷	۵/۰۰۰۰	۵/۰۰	۰/۳۹۶۷۸	۰/۱۵۷۴۳	-۲/۰۶۹	۵/۳۹۴	۲/۶۷	۲/۳۳	۵/۰۰
مناسکی	۴/۱۵۸۰	-۰/۰۴۱۵۴	۴/۳۳۳۳	۵/۰۰	۰/۸۱۳۹۶	۰/۶۶۲۵۳	-۱/۰۴۷	۰/۹۹۶	۴/۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰
عاطفی	۴/۳۸۸۹	-۰/۰۳۵۶۲	۴/۶۶۶۷	۵/۰۰	۰/۶۹۷۹۹	۰/۴۸۷۱۹	-۱/۴۰۱	۱/۹۶۴	۳/۳۳	۱/۶۷	۵/۰۰
پیامدی	۴/۲۱۱۸	-۰/۰۴۲۳۴	۴/۳۳۳۳	۵/۰۰	۰/۸۲۹۷۱	۰/۶۸۸۴۱	-۱/۰۳۹	۰/۳۱۱	۳/۳۳	۱/۶۷	۵/۰۰
شناختی	۲/۹۵۵۷	-۰/۰۳۵۳۱	۳/۰۰۰۰	۳/۰۰	۰/۶۹۱۹۱	۰/۴۷۸۷۴	-۰/۶۰۹	۲/۲۰۳	۴/۶۷	۰/۳۳	۵/۰۰

به منظور کسب، مقایسه و سنجش اهمیت ابعاد دین داری (اعتقادی، مناسکی، عاطفی، پیامدی و شناختی) هر کدام از این ابعاد را با شاخص های مرکزی و پراکنندگی مورد سنجش قرار دادیم. با مشاهده نمره میانگین ها بین ابعاد دین داری می توان نتیجه گرفت که در بین پاسخ گویان بعد اعتقادی (میانگین = ۴/۷۶۸۵)، عاطفی (میانگین = ۴/۳۸۸۹)، پیامدی (میانگین = ۴/۲۱۱۸)، مناسکی (میانگین = ۴/۱۵۸۰) و شناختی (میانگین = ۲/۹۵۵۷) از بیشترین تا کمترین اهمیت را نزد پاسخ گویان برخوردار می باشند. در جدول شماره ۵ جزئیات این امر آمده است.

آزمون فرضیات پژوهش

فرضیه شماره ۱: میانگین دین داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی-اقتصادی تفاوت می پذیرد.

جدول شماره ۶: آزمون تحلیل واریانس تفاوت میانگین دین داری بر حسب پایگاه

اجتماعی-اقتصادی

واریانس	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	کمیت (F)	سطح معنی داری
بین گروهی	۱/۱۹۷	۲	۰/۵۹۹	۱/۸۷۸	۰/۰۴۵
درون گروهی	۱۲۱/۴۲۸	۳۸۱	۰/۳۱۹		
جمع کل	۱۲۲/۶۲۵	۳۸۳			

در بررسی بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و دین داری از نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ($F=1/878$) مقدار F و $F=0/045$ (سطح معنی داری) می توان نتیجه گرفت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی تفاوت می پذیرد. نتایج پس آزمون توکی در جدول شماره ۷ نیز بیانگر مقایسه زوجی گروههایی است که از لحاظ میانگین دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی با یکدیگر متفاوت می باشند.

جدول شماره ۷: نتایج پس آزمون توکی برای آزمون تحلیل واریانس دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی

سطح معنی داری	انحراف معیار	تفاوت میانگین (i-j)	پایگاه اجتماعی- اقتصادی (j)	پایگاه اجتماعی- اقتصادی (i)
0/047	0/18375	-0/2778	متوسط	پایین
0/039	0/18068	-0/2333	بالا	
0/048	0/10233	0/2487	پایین	متوسط
0/028	0/08575	0/2629	بالا	

نتایج پس آزمون توکی در جدول شماره ۷ نیز بیانگر مقایسه زوجی گروههایی است که از لحاظ میانگین دین داری بر حسب پایگاه اجتماعی- اقتصادی با یکدیگر متفاوت می باشند. به عبارتی، افرادی که در پایگاه اجتماعی- اقتصادی بالاتری قرار دارند، میزان دین داری و پایبندی آنان به اصول مذهبی نسبت به دیگر اقشار جامعه در سطح پایین تری قرار دارد و هر چه پایگاه اجتماعی- اقتصادی افراد در رده های پایین اجتماع قرار داشته باشد، میزان پایبندی آنان به فرایض دینی در سطح بالاتری قرار دارد. (لازم به توضیح است که برای رتبه بندی طبقه اجتماعی همانند متغیر دین داری آن را به سه گروه با دامنه مساوی تقسیم بندی نمودیم).

جدول شماره ۸: آزمون همبستگی پیرسون بین مجموع متغیرهای مستقل و دین داری

سطح معنی داری	ضریب همبستگی	دین داری
۰/۰۰۴	۰/۱۴۶(**)	تأثیر گذاری مذهبی گروه‌های مرجع
۰/۰۰۰	۰/۲۰۵(**)	میزان مصرف رسانه‌های داخلی
۰/۰۰۰	-۰/۱۷۹(**)	میزان مصرف رسانه‌های خارجی
۰/۰۰۰	-۰/۲۸۴(**)	عرفی شدن
۰/۰۰۱	۰/۱۶۶(**)	سن

فرضیه شماره ۲: بین گروه‌های مرجع و دین داری افراد رابطه مستقیم وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون (۰/۱۴۶ = مقدار و ۰/۰۰۴ = سطح معناداری) بین متغیرهای تأثیر گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین داری می‌توان به درستی اذعان داشت که رابطه بین تأثیر گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین داری مثبت و معنادار است. البته، شایان ذکر است که گروه‌های مرجع در مقاله حاضر گروه‌های مرجع داخلی و بیشتر سنتی جامعه، از قبیل والدین، معلمان، شخصیت‌های مذهبی و ... هستند، و اگر امکان بررسی گروه‌های مرجع در دیگر زمینه‌ها مانند گزینه‌های خارجی و یا مدرن وجود داشت ممکن بود این فرضیه به شکلی دیگر پاسخ داده می‌شد. به هر صورت، نتایج به دست آمده از این دو متغیر با توجه به در نظر داشتن جنبه‌های لحاظ شده در پژوهش مثبت و معنادار است.

فرضیه شماره ۳: بین رسانه‌های داخلی و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.

با بررسی میزان مصرف رسانه‌های داخلی و دین داری با توجه به نتایج همبستگی پیرسون (۰/۲۰۵ = مقدار و ۰/۰۰۰ = سطح معناداری) می‌توان بیان داشت که رابطه بین این دو متغیر مستقیم و معنادار است؛ یعنی

۱ - علامت ** نشان از ۰/۹۹ اطمینان از همبستگی معنادار بین سنجش روابط متغیرها می‌باشد.

افرادی که بیشتر تحت تأثیر رسانه‌های داخلی (مانند: تلویزیون، رادیو، مجله و روزنامه) قرار دارند، به لحاظ سطح دین‌داری نیز در سطح بالایی قرار دارند و کسانی که از این قبیل رسانه‌ها بهره کمتری برده، یا از آن استفاده نمی‌کنند، از میزان دین‌داری کمتری برخوردار هستند. پس می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های داخلی در واقع عنصر تقویت‌کننده دین‌داری و ابعاد آن هستند، نه کاهش‌دهنده آن.

فرضیه شماره ۴: بین رسانه‌های خارجی و دین‌داری رابطه غیرمستقیم وجود دارد.

آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0.179$ = مقدار و $r = 0.000$ = سطح معنا داری) بین متغیر میزان مصرف رسانه‌های خارجی و دین‌داری حاکی از رابطه معکوس و معنادار بین دو متغیر ذکر شده است. به عبارتی تأثیر رسانه‌های خارجی بر روی متغیر دین‌داری تأثیری عکس دارد؛ یعنی افرادی که تحت تأثیر رسانه‌های خارجی مانند: ماهواره، رادیوهای بیگانه و مصرف فیلم‌های ویدئویی خارجی هستند، به نسبت کسانی که از این رسانه‌ها کمتر استفاده کرده یا اصلاً در معرض آن قرار ندارند، از میزان دین‌داری به نسبت کمتری برخوردار هستند. پس با توجه به نتایج به دست آمده از دو آزمون پیرسون در رابطه مصرف رسانه‌های داخلی و خارجی با دین‌داری می‌توان بیان داشت که نقش این دو رسانه در زندگی مردم به گونه‌ای است که، رسانه‌های داخلی نقش تقویت‌کننده و رسانه‌های خارجی نقش تقلیل‌دهنده و یا به عبارتی تخریب‌گرایانه در دین‌داری افراد دارند، و این دو به لحاظ تأثیر گذاری از یک‌دیگر متمایز هستند.

فرضیه شماره ۵: بین عرفی شدن و دین‌داری رابطه غیرمستقیم وجود دارد.

در بررسی رابطه بین دو متغیر عرفی شدن و دین‌داری با توجه به نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون ($r = -0.284$ = مقدار و $r = 0.000$ = سطح معنا داری) می‌توان اظهار داشت که رابطه بین این دو متغیر معکوس و معنادار است. به عبارتی، هر چه فرد گرایش‌های دنیوی و غیر دینی را در زندگی خویش دنبال

۱- در این پژوهش به چند دلیل سینما لحاظ نشده است، زیرا سینما برخلاف رادیو، تلویزیون که با مخاطبان عام سرو کار داشته، بیشتر تحت نظارت دولت و سیاست‌های آن، بیشتر با مخاطبان خاص سرو کار دارد و فرآورده‌های آن بیشتر رویه غرب‌گرایانه، تجملی و لوکس و... است، اگر چه در برخی مواقع فیلم‌های معناگرا و مذهبی نیز در آن پخش می‌شود، اما باید توجه داشت که این نوع محصولات به ندرت تهیه و توزیع می‌گردد و اکثر محصولات سینمایی بیشتر جنبه تجاری داشته، و تولیدکنندگان آن بیشتر به فکر فروش در گیشه هستند و کمتر به دیگر ابعاد زندگی مردم، به خصوص بعد دینی توجه دارند.

کند، از میزان دین داری وی کاسته خواهد شد و هر چه فرد نسبت به مسائل دینی پایبندی بیشتری داشته باشد گرایش های غیر دینی در زندگی آنان رنگ کمتری به خود می گیرد.

فرضیه شماره ۶: بین سن و دین داری رابطه مستقیم وجود دارد.

با توجه نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون ($r = -0/166$ = مقدار و $r = 0/001$ = سطح معنا داری) بین متغیر سن و دین داری می توان بیان داشت که رابطه سن و دین داری مستقیم و معنادار است. به عبارتی، با بالاتر رفتن سن افراد میزان دین داری و پایبندی آنان به مذهب، میزان انجام عبادات، اعتقاد به زندگی پس از مرگ و... بیشتر می شود. پس می توان نتیجه گرفت که هر چه سن افراد بالاتر رود، به همان نسبت دین داری آنان نیز افزایش خواهد یافت.

فرضیه شماره ۷: بین دین داری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

جدول شماره ۹: آزمون همبستگی پیرسون بین دین داری و سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی	دین داری	
۰/۲۵۵	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی پیرسون سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰	.	سطح معنا داری
۳۸۴	۳۸۴	تعداد

با بررسی رابطه بین متغیر دین داری و سرمایه اجتماعی و نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون ($r = 0/255$ = مقدار و $r = 0/000$ = سطح معنا داری) می توان بیان داشت که رابطه بین دین داری و سرمایه اجتماعی مثبت و معنادار است. به عبارتی افرادی که از سطح دین داری بیشتری برخوردارند، دارای سرمایه اجتماعی قوی تری نسبت به کسانی که از میزان دین داری کمتری برخوردار می باشند، هستند؛ یعنی دین داری به عنوان عنصر تأیید و تأکید کننده مهمی در برخورداری افراد از سرمایه اجتماعی است، یا به عبارت روشن تر عامل دین در ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی بین افراد نقشی به سزا و تأثیرگذار ایفا می کند.

بررسی متغیرهای زمینه ای پژوهش

فرضیه شماره ۸: میانگین دین داری افراد بر حسب جنس تفاوت می پذیرد.

برای بررسی تفاوت پذیری میانگین دین‌داری پاسخ‌گویان بر حسب جنس از آزمون t-test استفاده شده است. این آزمون در صورتی اجرا می‌شود که متغیر وابسته فاصل‌های و متغیر مستقل اسمی دو حالتی باشد. در اینجا می‌خواهیم بدانیم آیا دین‌داری در بین زنان و مردان یکسان می‌باشد، یا بین آن‌ها تفاوت می‌پذیرد. نتایج به دست آمده از این آزمون ($t = -5/455$ = مقدار t و $0/000$ = سطح معنی‌داری) بیانگر وجود تفاوت میانگین دین‌داری در بین زنان و مردان می‌باشد و به عبارتی میانگین دین‌داری در بین دو گروه مردان و زنان یکسان نمی‌باشد و با مقایسه میانگین‌ها در بین دو گروه (مردان با میانگین $3/9864$ و زنان با میانگین $4/2381$) زنان را دیندارتر از مردان مشاهده می‌نماییم.

فرضیه شماره ۹: میانگین دین‌داری افراد بر حسب وضعیت تأهل تفاوت می‌پذیرد.

به علت اینکه سطح سنجش متغیرهای مورد نظر در سطح اسمی چند مقوله‌ای و فاصل‌های قرار دارند، برای آزمون تفاوت میانگین دین‌داری بر حسب وضعیت تأهل از واریانس یکطرفه ۱ استفاده گردید. با توجه به مقدار $F = 11/003$ مقدار F و $0/000$ = سطح معنی‌داری، می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری به لحاظ دین‌داری در بین افراد مجرد، متأهل و سایر وجود دارد، که به ترتیب: سایر با میانگین $4/2943$ ، متأهل‌ها با میانگین $4/1759$ و مجردها با میانگین $3/9765$ از بیشترین تا کمترین میانگین دین‌داری برخوردار هستند.

فرضیه شماره ۱۰: بین میزان تحصیلات و دین‌داری رابطه مستقیم وجود دارد.

با توجه نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون ($r = 0/645$ = مقدار r و $0/024$ = سطح معنی‌داری) بین متغیر میزان تحصیلات و دین‌داری می‌توان بیان داشت که رابطه میزان تحصیلات و دین‌داری مستقیم و معنادار است. به عبارتی، با بالاتر رفتن میزان تحصیلات افراد میزان دین‌داری و پابندی آنان به مذهب، میزان انجام عبادات، اعتقاد به زندگی پس از مرگ و... بیشتر می‌شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که هرچه میزان تحصیلات افراد بالاتر رود، به همان نسبت دین‌داری آنان نیز افزایش خواهد یافت.

فرضیه شماره ۱۱: میانگین دین‌داری بر حسب نوع قومیت تفاوت می‌پذیرد.

نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس ($F = 0/904$ = مقدار F و $0/479$ = سطح معنی‌داری) بیانگر عدم تفاوت واریانس درون گروهی و بین گروهی میانگین دین‌داری بر حسب نوع قومیت می‌باشد. به عبارتی

نوع قومیت پاسخ‌گویان هیچ تأثیری در دین‌داری آنان نمی‌گذارد و میانگین دین‌داری در بین آن‌ها تا حدودی یکسان می‌باشد.

تحلیل رگرسیونی

در قسمت‌های قبل رابطه متغیرها، براساس فرضیات تحقیق به صورت دو به دو مورد بررسی قرار گرفت. اکنون با استفاده از رگرسیون چند متغیری سعی داریم، تأثیر مجموع متغیرهای مستقل را بر متغیر وابسته مورد بررسی قرار دهیم. رگرسیون چند متغیری روشی است برای تحلیل مشارکت جمعی و فردی دو یا چند متغیر مستقل X_i ، در تغییرات یک متغیر وابسته. کار رگرسیون چند متغیری این است که به تبیین واریانس وابسته کمک کند و این وظیفه را تا حدود زیادی از طریق برآورد مشارکت متغیرها (دو یا چند متغیر مستقل، در این واریانس به انجام می‌رساند. اهمیت اصلی این روش در امکان به کارگیری آن برای تبیین هم‌زمان روابط چند متغیر مستقل با متغیر وابسته می‌باشد. نتایج تحلیل رگرسیونی بین متغیرهای وارد شده به مدل در تحلیل با متغیر دین‌داری حاکی از ضریب تعیین (R) معادل ۰/۳۹ می‌باشد. این ضریب بیانگر آن است که در حدود ۰/۳۹ از واریانس یا پراکندگی متغیر دین‌داری توسط متغیرهای مستقل موجود در مدل تجربی تحقیق تبیین می‌گردد و بقیه واریانس پراکندگی، توسط متغیرهایی تبیین می‌شود که در تحقیق ما وارد نشده است. بنابراین می‌توان گفت که متغیرهای موجود در تحلیل، حدود ۳۹٪ از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند.

جدول شماره ۱۰: نتایج تجزیه واریانس تحلیل رگرسیون

Sig	t	Standadized Coefficients	Unstandadized Coefficients			
		Beta	Std. Error	β		
.۰۰۰	۱۷/۲۴۵	----	.۲۰۶	۳/۳۴۲	مقدار ثابت	
.۰/۱۵۳	-۰/۱۲۶	-۰/۰۰۷	.۰/۰۵۲	.۰/۰۰۷	پایگاه اجتماعی - اقتصادی	۱
.۰/۰۰۷	۲/۲۲۳	.۱۳۸	.۰/۰۲۷	.۰/۰۷۴	رسانه‌های داخلی	۲
.۰/۰۲۹	-۱/۹۷۶	-۰/۱۱۳	.۰/۰۲۰	-۰/۰۳۹	رسانه‌های خارجی	۳
.۰/۰۰۰	۲/۱۱۹	.۰/۱۰۵	.۰/۰۲۷	.۰/۰۵۷	گروه‌های مرجع	۴
.۰/۰۰۰	-۵/۰۵۵	-۰/۲۶۶	.۰/۰۳۷	-۰/۱۸۶	عرفی شدن	۵
.۰/۰۴۳	.۰/۱۲۲	.۰/۰۱۱	.۰/۰۳۸	.۰/۱۷۶	سن	۶

همچنین جدول نشان می دهد از بین متغیرهایی تبیین گر دین داری در پژوهش، به ترتیب اهمیت عبارتند از: عرفی شدن $\beta = -0/266$ ، رسانه های داخلی $\beta = 0/138$ ، رسانه های خارجی $\beta = -0/113$ ، گروه های مرجع $\beta = 0/105$ ، سن $\beta = 0/11$ ، و پایگاه اجتماعی-اقتصادی $\beta = -0/007$. از بین این عوامل، متغیر عرفی شدن و رسانه های خارجی و پایگاه اجتماعی-اقتصادی تأثیری منفی بر روی دین داری دارد. در حالی که با افزایش، رسانه های داخلی، گروه های مرجع و سن در رابطه با دین داری افزایش می یابد. ضریب معناداری در جدول شماره ۹ نشان می دهد، با $p \leq 0/05$ می توان نتایج تحقیق را به جامعه آماری تعمیم داد. در جدول ذیل تحلیل واریانس برای آزمون معناداری شکل رگرسیونی نمایش داده شده است.

جدول شماره ۱۱: تحلیل واریانس برای آزمون معناداری شکل رگرسیونی (بر آورد واریانس)

کل	مجموع مجذورات	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورات	کمیت (F)	سطح معنی داری (sig)
مجموع مجذورات رگرسیون	۱۶/۲۸۸	۷	۲/۲۱۰	۱۱/۶۲۸	۰/۰۰۰
مجموع مجذورات باقیمانده	۶۸/۱۱۲	۳۷۶	۰/۱۶۵	—	—
مجموع مجذورات کل	۸۴/۵۲۱	۳۸۳	—	—	—

F اهمیت ضریب همبستگی را نشان می دهد که برابر ۱۱/۶۲۸ گزارش شده است. در مجموع می توان، نتایج تحقیق را به کل جامعه آماری با اطمینان قابل قبولی تعمیم داد.

بحث و نتیجه گیری

جهان امروزه دچار تحول اساسی در تمامی زمینه ها شده است و این تحول به ویژه در زندگی افراد به وقوع پیوسته است. در این وضعیت دین در بین جوامع در حال گذار به نوعی متفاوت دچار تغییر شده است. پیامدهای مدرنیته و عرفی شدن، عصر ارتباطات و ... به نوعی در زندگی دینی و باورهای افراد تأثیر

گذاشته است و از طرفی، بافت جامعه سنتی و دینی در ایران و به خصوص مذهب تشیع نیز چالش هایی با این پیامد داشته است.

با توجه به تغییر و تحولات صورت گرفته در ایران و پیامدهای ناشی از آن این انتظار می رود که دین داری در بین مردم ایران رنگ کمتری به خود گرفته باشد و افراد بیشتر به سمت عرفی شدن و کم اهمیت دادن به مذهب گرایش داشته باشند. در شهر جدید بهارستان که این پژوهش در بین ساکنان آن انجام گرفته است، به نظر می رسد که دین و پایبندی مذهبی در بین این افراد نیز همین مسیر را طی نموده باشد، چرا که شهرهای جدید بستر تغییر و تحولات به نسبت سریع تری از دیگر شهرها بوده و این شهرها چه به لحاظ ساختار فیزیکی شهر (ساختمانها، میادین، خیابانها و...) و چه به لحاظ ساختار اجتماعی (داشتن روابط، شناخت و...) با نوع قدیمی تر شهرهای ایران تفاوت بیشتری داشته و انتظار می رود این دگرگونی در ساختار فیزیکی و اجتماعی نه تنها در زندگی اجتماعی فرد بلکه در زندگی خصوصی آن به ویژه زندگی دینی آن نیز تأثیر مهمی گذاشته باشد. اما نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد که علی رغم این تحولات و پیامدهای ناشی از آن سطح دین داری افراد در بین نمونه انتخاب شده دارای میزان متوسط به بالایی (۶۳٪ درصد از کل) است. به عبارتی، مذهب و نقش آن در زندگی افراد هنوز تأثیر به سزایی دارد، اگر چه ممکن است این حضور را در بین افراد جامعه و حوزه عمومی به صورت پررنگ مشاهده نکنیم (مانند جنبه های اجتماعی دین: برپایی نماز جماعت، نوع پوشش زنان (چادر) و...). اما بیشتر شاهد خصوصی و فردی شدن دین (خواندن نماز به صورت فردی و...) هستیم. به عبارتی، دین در لایه های زیرین زندگی مردم هنوز جایگاه خود را حفظ نموده، ولی این تغییرات صورت گرفته در ظاهر امر و لایه های بیرونی خود را نمایان کرده است. بر اساس نتایج به دست آمده از ابعاد دین داری، می توان گفت که بعد اعتقادی در میان مردم علی رغم تحولات گسترده هنوز پا برجاست، اما بعد شناختی اسلام، در بین آنها بسیار کم رنگ است، با توجه به گسترش سواد و تأثیر گذاری رسانه های جمعی، می توان آگاهی و شناخت به اصول و احکام دین مبین اسلام را راحت تر در اختیار مردم قرار داد، تا از این طریق با شناخت درست از این اوامر پایه های دینی خود را محکم تر نموده، بهتر بتوانند از این اصول در زندگی خود بهره ببرند.

همچنین، سعی گردید تا با توجه به تحقیقات صورت گرفته در داخل و همین طور خارج از کشور در خصوص دین‌داری و عوامل مؤثر بر آن، علاوه بر آزمون فرضیاتی که در بین آن‌ها صورت گرفته، تلاش گردید از حالت توصیف و آزمون فراتر رفته، و به تبیین و تأیید متغیرها با مدل رگرسیونی پرداخته شود. بر همین اساس، متغیرهای مستقل که در این پژوهش بر روی دین‌داری بررسی شدند، عبارتند از: پایگاه اجتماعی-اقتصادی، تأثیر‌گذاری مذهبی گروه‌های مرجع، میزان مصرف رسانه‌های جمعی (داخلی و خارجی)، عرفی شدن و همچنین تأثیر‌گذاری (یا به عبارت بهتر پیامد) دین‌داری بر سرمایه اجتماعی نیز بررسی گردید.

نتایج نشان می‌دهد که در بین نمونه انتخاب شده، دین‌داری در بین طبقات اجتماعی متفاوت است و میانگین دین‌داری افراد بر حسب میزان پایگاه اجتماعی-اقتصادی تفاوت می‌پذیرد. و این امر با نظریه وبر در خصوص دین‌داری متفاوت هر کدام از طبقات جامعه با یک‌دیگر هم‌خوانی دارد؛ بدین معنی که ادراک هر کسی از اغراض خود، تابع افکار و حتی افکار مابعدالطبیعی یا مذهبی اوست. گروه‌های خاص اجتماعی در جنبه‌های زندگی اجتماعی، به ویژه رفتار اقتصادیشان با تأثیر از دیدگاه‌های مذهبی خود عمل می‌کند و همین طور درجه یا شدت احساسات مذهبی، گروه‌های تشکیل دهنده جامعه به یک اندازه نمی‌باشد.

در بررسی رابطه بین تأثیر‌گذاری مذهبی گروه‌های مرجع و دین‌داری رابطه مستقیم و معنادار مشاهده گردید. نظریات شیوتانی و تئوری فیشن باین-آیزن در مورد تأثیر‌گذاری گروه‌های مرجع بر روی افراد نیز بیانگر تأیید آن است. به عبارتی، طبق این نظریات می‌توان بیان داشت که شخص توجه دارد که تا چه حد رفتار خود را تأیید یا توییح افراد و یا گروه‌های خاصی (پدر و مادر، دوستان نزدیک و همکاران و یا اهالی یک محل) که در واقع نقش یک مرجع هدایت کننده رفتار را دارند، قرار خواهد گرفت، و از طرفی، گروه مرجع یک چهارچوب ارزشیابی را به وجود می‌آورد که بر اساس آن اعضای سیستم اجتماعی یا گروه، خود و دیگران را ارزیابی و کنترل می‌نمایند. بر این اساس، هر چه که در یک گروه به عنوان یک مقیاس ارزشی گروهی جایفتد، بر روی قضاوت و ارزشیابی تک تک افراد تأثیرگذار است. پس دین‌داری یا عدم دین‌داری این افراد نیز از جمله عناصر اثرگذار است که افراد را در جهت آن

هدایت می‌کند. و بهتر آن است که با تقویت نمودن گروه‌های مرجع، دین‌پذیری جوانان با برنامه ریزی و دقت بیشتری دنبال شود.

با توجه به نتایج به دست آمده از میزان مصرف رسانه‌های داخلی و دین‌داری که رابطه‌ای مثبت و معنادار بود و بین میزان مصرف رسانه‌های خارجی و دین‌داری رابطه‌ای معکوس و معنادار، می‌توان بیان داشت که امروزه وسایل ارتباط جمعی در کنار نقش خانواده و مدرسه نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار و مرجع بر آگاهی‌ها، نگرش‌ها و دگرگونی در رفتارهای افراد مداخله و سهم به‌سزایی ایفا می‌نمایند. این مشاهدات و مقایسه تأثیرپذیری دو نوع متفاوت میزان مصرف رسانه‌های جمعی؛ یعنی داخلی و خارجی بیانگر آن است که رسانه‌های داخلی با توجه به ساختار حکومت و ایدئولوژی حاکم بر آن در ترویج فرهنگ دینی مردم نقش مهمی داشته و تا حدودی توانسته است رسالت خود را در این زمینه حفظ نماید، اما رسانه‌های خارجی متأثر از سیاست‌ها و برنامه ریزی‌های صاحبان اصلی خود بیشتر به تبلیغ زندگی غیردینی و کالایی شدن فرد توجه داشته، مصرف‌کنندگان خود را نیز در همین مسیر قرار می‌دهند. در نتیجه، مصرف‌کنندگان این نوع کالاها به سمت زندگی مادی و کمتر معنوی کشیده می‌شوند. که این عامل نیز می‌تواند در عرفی شدن فرد تأثیر به‌سزایی داشته باشد. با این اوصاف از آنجا که رسانه‌های داخلی، به ویژه تلویزیون مسئول حفظ و تدوام ارزش‌های دینی در جامعه محسوب می‌شوند و بیشتر مردم به منظور پرکردن اوقات فراغت خود از آن بهره می‌برند، از مسئولان و متولیان امور انتظار می‌رود که با بیشتر و بهتر ساختن برنامه‌های مذهبی و مناسبی باعث جذب مردم به سمت برنامه‌های داخلی و به ویژه ارتقای سطح آگاهی آنان از دین گردیده، از تهاجم فرهنگی غرب که از طریق رسانه‌های خارجی به خصوص ماهواره‌ها صورت می‌گیرد، جلوگیری نمایند.

در بررسی رابطه بین عرفی شدن و دین‌داری، نتایج حاکی از رابطه معکوس و معنادار بین این دو متغیر است؛ یعنی تغییر و تحول درون دینی که به هر چه دنیوی تر شدن دین و کاهش در تضمین و التزام دینی فرد می‌انجامد و نسخه برداری از الگوهای توسعه غربی می‌تواند جامعه و افراد متدین را در عمل عرفی سازد. در نتیجه، آن‌ها از پیگیری آرمان‌های دینی به عنوان بخشی از زندگی مایوس و منصرف شده، به گرایش‌های دنیوی بیشتر تمایل دارند و برای دین در زندگی فردی و جمعی خود چندان اهمیتی قایل نبوده، نسبت به دیگر افراد از سطح دین‌داری کمتری برخوردار هستند. از آنجا که در بین نمونه انتخاب

شده از ساکنان بهارستان، با توجه به میزان دین‌داری به دست آمده که نسبتاً سطح بالایی از دین‌داری را دارا می‌باشند، می‌توان گفت آن دست افرادی که بیشتر تحت تأثیر الگوهای توسعه غربی (به ویژه رسانه‌ها و تبلیغات غربی و ...) هستند، به سمت عرفی شدن نیز گرایش پیدا می‌کنند، و نظریات وبر، دبلر و شجاعی زند در این زمینه نیز مؤید این نتایج در این جامعه آماری می‌باشد. البته این متغیر در این پژوهش بدون تأثیرات غیرمستقیم بر عرفی شدن به این نتیجه دست یافته است و چه بسا با دخالت نمودن دیگر متغیرها به عنوان متغیرهای واسطه و یا غیرمستقیم بر عرفی شدن، بهتر بتوان این رابطه را مورد سنجش قرار داد.

در بررسی متغیر سن با دین‌داری نیز بر اساس فرضیه چرخه زندگی که باورها، گرایش‌ها و رفتارهای افراد، با افزایش سن و عبور از مراحل مختلف زندگی دچار دگرگونی‌های بنیادین و تغییر اولویت در رفتارها و باورها، به ویژه رفتارها و باورهای مذهبی که به ارتباط مستقیم و مستمر میان سن و اعتقاد به زندگی پس از مرگ، میزان انجام عبادات و میزان مشارکت در مناسک جمعی می‌گردد و نیز فرضیه تغییر اجتماعی که بیشتر تحولات دگرگون ساز در یک جامعه را عملاً افراد واقع در گروه‌های سنی جوان که در مرحله شکل‌گیری شخصیت خود هستند، می‌داند، می‌توان بیان داشت که یک جامعه جوان، در مقایسه با جامع‌های سالخورده، دارای سطح پایین‌تر پایبندی به اعتقادات و مناسک مذهبی جمعی و فردی است. پس فرضیه مطرح در این پژوهش؛ یعنی رابطه مستقیم و معنادار بین سن و دین‌داری تأیید گردید. البته باید افزود که تفاوت میزان دین‌داری نسل جوان و بزرگسالان، متأثر از وجود تکنولوژی و تحولات به وقوع پیوسته در عصر حاضر می‌باشد. به همین منظور، لازم است تا نهادهای مرتبط با جوانان مانند: مدرسه، دانشگاه و... در جهت ترغیب و تقویت ریشه‌های دینی آنان گام برداشته، و دین‌داری نسل جوان را با توجه به نیازهای امروزی آنان تعبیر و تفسیر کنند.

با معنادار و مثبت شدن رابطه دین‌داری و سرمایه اجتماعی می‌توان بیان داشت که دین به عنوان یک عنصر مهم تأثیرگذار، باعث ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی در جامعه می‌گردد، چرا که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از مشترکات و اصول پذیرفته شده‌ای برای افراد یک جامعه یا گروه و خانواده است که آن‌ها را در رسیدن به هدفی مشترک مهیا و آماده می‌سازد (گابریلسون، ۲۰۰۶: ۶۵۸). پس می‌توان با توجه به

دیدگاه ایوانز که بر نقش فعالیت‌ها و مناسک دینی در بهبود کنش‌های متقابل افراد در پیوند و اعتماد آن‌ها به یک‌دیگر تأکید دارد و معتقد به ایجاد سرمایه اجتماعی از طریق رفتار دینی با سایر مؤمنان، دوستان و اعضای خانواده است، و کاندلند که مبنای سرمایه اجتماعی را دین تلقی نموده، آن را به عنوان یک نیروی وحدت بخش از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی، ارتباطات با سایر هم‌نوعان، وظیفه‌شناسی، احترام نسبت به دیگران، صداقت و اعمال هنجارهای همبستگی می‌داند، می‌توان گفت که افرادی که به لحاظ دین‌داری در سطح بالایی قرار دارند، به همان نسبت با دیگران ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند و این ارتباط باعث ایجاد حس اعتماد و نوع دوستی و بالا رفتن روحیه مشارکت و در نتیجه حفظ و تدوام سرمایه اجتماعی می‌گردد. پس لازم است که این امر توسط مسؤولان و نهادهای ذی ربط مورد توجه قرار گرفته، با فراهم آوردن زمینه‌های مناسب جهت مشارکت مذهبی و بزرگداشت مراسم دینی به ایجاد روحیه دینی و تقویت آن همت گمارند. همچنین اگر در کنار برپایی این قییل مراسم، مرکزی جهت پاسخ‌گویی به سؤال‌های دینی مردم و ارائه برنامه‌هایی جهت رفع ابهام از شبهات دینی وجود داشته باشد. بهتر می‌توان از این عنصر سازنده اجتماعی بهره گرفت.

همین طور با بررسی متغیرهای زمینه‌ای با دین‌داری: نتایج به دست آمده بیانگر میانگین دین‌داری بیشتر زنان از مردان، میانگین دین‌داری سایر گروه‌ها (مطلقه‌ها، بیوه‌ها و...) بیشتر از متأهلان و متأهلان بیشتر از مجردها، رابطه معنادار و مثبت بین میزان تحصیلات و دین‌داری و عدم وجود تفاوت میانگین دین‌داری در بین اقوام مختلف می‌باشد.

فهرست منابع

- آراسته خو، محمد (۱۳۸۱): *فرهنگ اصطلاحات علمی-اجتماعی*، تهران، چاپخس، چاپ سوم.
- آرون، ریمون (۱۳۷۷): *مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه: باقر پرهام، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- اتسلندر، پیت (۱۳۷۴): *روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی*، ترجمه: بیژن کاظم زاده، مشهد، انتشارات قدس رضوی.
- افشانی، علیرضا (۱۳۸۱): *بررسی چگونگی تساهل سیاسی در تشکل‌های دانشجویی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.

شماره دوم	تبیین جامعه‌شناختی میزان دین‌داری و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی	۱۲۷
ایوانز، دیوید (۱۳۸۰): بررسی مجدد رابطه دین و جرم، ترجمه: علی سلیمی، نشریه حوزه و دانشگاه، شماره ۲۳.	تاجیک، محمد رضا (۱۳۸۲): دهه سوم: تخمین‌ها و تدبیرها، تهران، نشر فرهنگ گفتمان.	
تامین، ملوین (۱۳۷۳): جامعه‌شناسی قشر بندی و نابرابری‌های اجتماعی، ترجمه: عبدالحسین نیک گهر، تهران، توتیا.	توسلی، غلامعباس و ابوالفضل مرشدی (۱۳۸۵): بررسی سطح دین‌داری و گرایش‌های دینی دانشجویان «مطالعه موردی: دانشگاه صنعتی امیرکبیر»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره هفتم، شماره ۴.	
خنده رو، مهدی (۱۳۸۷): بررسی سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در سطح محله (مطالعه موردی محله‌های منطقه ۹ شهرستان مشهد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.	دواس، دی. ای (۱۳۸۱): پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نائی، چاپ اول، تهران، نشر نی.	
رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۷): آشفستگی و یا آنومی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.	رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۴): سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، تهران، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستائی.	
ساروخانی، باقر (۱۳۷۸): روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ج ۱.	سراج زاده، سید حسن (۱۳۷۷): «نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهران و دلالت‌های آن بر نظریه سکولاریشن»، نمایه پژوهش، شماره ۸ و ۷.	
سرمه، زهره و بازرگان و حجازی (۱۳۸۰): روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه.	شایگان، فریبا (۱۳۷۷): طرح پژوهشی بررسی عوامل مؤثر بر حضور و مشارکت مردم در مساجد، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.	
شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۰): دین، جامعه، عرفی‌شدن (جستارهایی در جامعه‌شناسی دین)، تهران، نشر مرکز.	شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۵): «مسیرهای محتمل در عرفی‌شدن ایران»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره هفتم.	
شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۵): مسیحیت، اسلام و مسأله عرفی‌شدن، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.		

- ۱۲۸ مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد سال پنجم
- شهبابی، سیامک (۱۳۸۲): بررسی اولویت های ارزشی جوانان روستایی و عوامل مؤثر بر آن، اصفهان، گروه تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، ج ۱ و ۲.
- صباغ پور، علی اصغر (۱۳۷۳): بررسی نگرش های سیاسی - مذهبی جوانان پسر تهرانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- صفائی نژاد، فتحیان (۱۳۸۲): فاصله نسلی با تأکید بر وضعیت دین داری و ارزش های اجتماعی (مطالعه موردی شهر دهدشت)، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹): پایان نظم: بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه: غلامعباس توسلی، تهران، نشر: جامعه ایرانیان.
- کاظمی پور، عبدالمحمد (۱۳۸۲): باورها و رفتارهای مذهبی در ایران ۱۳۷۹-۱۳۵۲، تهران، طرح های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- کتابی، محمود و دیگران (۱۳۸۳): دین، سرمایه اجتماعی و توسعه اجتماعی - فرهنگی، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، جلد هفدهم، شماره ۲.
- کلن، جیمز (۱۳۷۷): بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- گنجی، محمد (۱۳۸۳): تبیین وضعیت دین داری دانشجویان «مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان»، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.
- لهسایی زاده، عبدالعلی و جهانگیر جهانگیری و علی شریفی (۱۳۸۳): «بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر پابندی به ارزش های دینی مطالعه موردی دانش آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز»، مشهد: مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره اول.
- ملاحسنی، حسین (۱۳۸۱): بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوع دین داری در بین دانش آموزان سال سوم دبیرستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- ویلم، ژان پل (۱۳۷۷): جامعه شناسی ادیان، ترجمه: عبدالکریم گواهی، تهران، نشر تبیان.
- همیلتون، ملکم (۱۳۷۷): جامعه شناسی دین، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران، نشر تبیان.

Charles A .Ellwood. (۱۹۹۳): *The social function of religion*, *The American Journal of Sociology*, Vol, ۱۹, No.۳. (no., ۱۹۱۳). Pp. ۲۸۹-۳۰۷, Available at .

Gauntlirt. David. (۲۰۰۲): *Media, Gender and Identity*, Available at: <http://www.theory.org.uk> (۲۰۰۸).

Hideo.Kishimoto. (۱۹۶۱): *An operational definition of religion* *Numen*, Vol.۸, Fasc.۳. (Dec., ۱۹۶۱), Pp. ۲۳۹-۲۴۰.

Rosenfeld, Richard, Messner, Steven F, Baumer, Eric P, (۲۰۰۱): *Social capital and Homicide*. *Social Forces*, Vol.۸۰, Issue I: ۲۸۳-۳۰۹.

Teena. Gabrielson. (۲۰۰۶): *Woman- thought, social capital, and the generative state: mary Austin and intergrative civic ideal in progressive thought*, *American Journal of Political Science*, Vol.۵۰, No.۳. (Jul., ۲۰۰۶), Pp. ۶۵۰-۶۶۳.

Vander Zanden .James W, (۱۹۹۳-۱۹۹۶): *Sociology the core (third and fourth edition)*, Mc Graw- Hill, Inc, New York.