

بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با دینداری در میان ساکنین شهر شیراز

اصغر محمدی^۱، حمید نجم^۲، محمد انصاری^۳، مسلم مرتضی پور^۴

^۱ استادیار گروه جامعه‌شناسی و پایه ۱۸ دانشگاه آزاد اسلامی هیات علمی واحد دهقان

^۲ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی هیات علمی واحد دهقان

^۳ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی هیات علمی واحد دهقان

^۴ مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با دین داری انجام شده است. در این مطالعه که به روش پیمایش و با استفاده از پرسشنامه صورت گرفته است ۳۸۴ نفر از ساکنان شهر شیراز مورد بررسی قرار گرفتند. اعتبار پرسش نامه یک اعتبار صوری است و روش آلفای کرونباخ پایایی سوالات پرسش نامه را تایید می کند. نتایج تحقیق نشان می دهد که عوامل مذکور نقش مهمی در شکل گیری باورداشت ها و رفتارهای دینی مردم داشته است. مهمترین متغیرهایی که در وضعیت دینی مردم تأثیر داشته اند، رسانه های سنتی، سرمایه اجتماعی، جنسیت و وضعیت اشتغال بوده که بر پدیده دینداری تأثیر داشته اند. اما سایر متغیرها همچون پایگاه اجتماعی، بعد خانوار، سرمایه فرهنگی و وضعیت تاهل با پدیده دین داری ارتباط معنا داری نداشته اند.

واژه‌های کلیدی: دین داری، بعد خانوار، رسانه، پایگاه اجتماعی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی.

مقدمه

دین در ادوار مختلف تاریخ همواره یکی از مولفه های مهم در جوامع انسانی بوده است. همواره اعتقادات و آداب دینی هر جامعه ای بخشی از الگوی زندگی افراد بوده و مشاهده و درک این اعتقادات و مناسک تا حدودی خود بیانگر طرز زندگی و تفکر هر قوم و ملتی بوده است. هر چند ممکن است میزان ونحوه ی اجرای مناسک در بعضی جوامع شاهد تغییراتی بوده است ولی دین نه تنها از زندگی انسان امروزی کنار نرفته ، بلکه همچنان یکی از ارکان مهم زندگی بشری باقی مانده است. وجود رویکرد های مختلف دینی، علمی، هنری و فلسفی در کنار هم و تبادل دیدگاه ها می تواند افراد را در داشتن شناخت بهتر از یک پدیده یاری نماید، همان طور که یک رویکرد علمی با تکیه بیشتر بر واقعیت های بیرونی و استفاده از ابزارهای تجربی و ادراکی می تواند بیان کننده گوشه هایی از حقایق موجود باشد یک رویکرد هنری نیز با تکیه بر واقعیت های درونی و استفاده از ابزارهای شهودی و حسی می تواند تکمیل کننده شناخت انسان باشد و در کنار آنها وجود جهان بینی دینی که نه بررسی شهودی وحسی محض است و نه بررسی ادراکی واقعیت، بلکه برطبق تعریف زیمل عبارت است از: "سازمان دادن به انگیزه ها و کشش ها و ارزش های فردی که به آن ها معنای صریح عطا می کند نیز می تواند روشن کننده جنبه هایی باشد که ممکن است از دیدگاه هنری یا علمی مخفی مانده باشد." (زیمل^۱:۱۳۹۲:۷۱)

بیان مسأله و ضرورت انجام تحقیق

مسأله ای که در این جا به آن پرداخته می شود، بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر باورها و عملکردهای دینی افراد می باشد. باورها و عملکردهای دینی افراد همواره متأثر از عوامل مختلف فردی و اجتماعی- فرهنگی بوده است و هر کدام از این عوامل گاه با رویکردهای تقلیل گرایانه مورد بررسی گسترده در همان عامل قرار گرفته اند. در این تحقیق ضمن پذیرش وجود تاثیرات سایر عوامل روانشناختی، اقتصادی و سیاسی و... بر پدیده دین و دین داری افراد، سعی در کنکاشی در تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر داریم. از طرفی در جامعه جوان ایران با توجه به تغییر دیدگاه ها و میزان دسترسی به اطلاعات نسبت به نسل های گذشته بخصوص نسل جوان انقلاب که در رده های سنی این تحقیق نمی گنجد نیاز به توجه دوباره و درک معنای دین از دیدگاه این نسل امری ضروری محسوب می شود.

بررسی نگرش ها و گرایش های افراد و گروه های اجتماعی دارای اهمیت بسیار زیادی است، چرا که نگرش های افراد از جهتی با شناختها و آگاهی ها و از جهت دیگر با رفتار ها و الگوهای رفتاری آنها در ارتباط است. نگرش فرد به مفید بودن یا مضر بودن باورها و رفتارهای دینی دارای بازتاب هایی در اجتماع خواهد بود از طرف دیگر شرایط خاص جامعه شهری شیراز که در حال گذار از یک شهر نشینی سنتی و تبدیل شدن به یک ابرشهر می باشد می تواند تاثیر تغییرات اجتماعی و فرهنگی را بر دین داری را به صورت بارزتری نشان دهد. این تغییرات می تواند شامل عواملی همچون میزان استفاده و دسترسی به رسانه، کم شدن روابط درون خانواده، تعاملات اجتماعی مستقیم و مجازی بیشتر و همچنین میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی باشد.

بررسی علمی دین می تواند ضمن کشف عناصر مهم تاثیرگذاری در دین داری کمکی به جامعه در جهت تقویت این عناصر در صورت تمایل به گسترش آن باشد. از طرفی گسترش شناخت می تواند فاکتورهای مخرب در دین داری را شناسایی کند که می توانند عامل کاهش میزان آن یا شکل گیری اشکال افراطی یا حتی بروز انحرافات دینی از قبیل ریاکاری گردند و با سیاست گذاری در جهت اصلاح این عوامل اقدام نماید.

مسأله مهم دیگر این که امروزه ما در عصر ارتباطات زندگی می کنیم دیگر فواصل زمانی و مکانی به هم نزدیک شده اند، رسانه ها اهمیتی فزاینده یافته اند و نوعی امپریالیسم فرهنگی شکل گرفته است و افراد در کشورهای مختلف جهان با استفاده از امواج رسانه ای و فرهنگی روز به روز از فرهنگ ها و باورهای قبلیتر خود فاصله می گیرند. امروزه می توان این ظاهر تحول

یافته را در میان اقشار مختلف اجتماع دید ولی این که آیا این مساله توانسته است در باطن افراد هم رسوخ کند و آیا روابط آنها را با دین تغییر داده است؛ بحثی است که این پژوهش به روشن شدن آن کمک می کند.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

تحقیقات داخلی

سیاوش امیری (۱۳۸۳) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی جامعه شناسی تاثیر پایگاه اجتماعی اقتصادی و جنسیت در دین داری جوانان" به نتایج نسبتاً مشابهی با سایر تحقیقات در این زمینه رسیده است. تحقیق که بر اساس مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه شیراز انجام گرفته است نشان دهنده وجود یک رابطه منفی میان پایگاه اجتماعی اقتصادی و دین داری می باشد. نکته قابل توجه در این تحقیق این است که پژوهش نشان میدهد که جوانان یک رویکرد شخصی تری نسبت به دین دارند. همچنین در ابعاد اعتقادی، تجربی و پیامدی نیز بین متغیر سن و دینداری رابطه وجود دارد اما در بعد مناسکی با بالاتر رفتن سن ابعاد مناسکی دین داری بیشتر می شود. (امیری ۱۳۸۳: ۱۴۴).

احمدی (۱۳۸۸) در تحقیقی تحت عنوان "وضعیت دین داری و نگرش به آینده دین در میان نسلها" به بررسی تاثیر تفاوت نسلها بر باورهای دینی در شهرستان سنندج پرداخته است، مطابق انتظار با توجه به روحیه محافظه کار تر بودن در سنین بالاتر به لحاظ دین داری رتبه نسل بزرگسال بالاتر از نسل جوان قرار دارد. همچنین تفاوت معنا داری میان دو نسل در ابعاد پیامدی و مناسکی نگرش به آینده وجود دارد.

عابدینی (۱۳۹۰) نیز تحقیقی تحت عنوان "بررسی عوامل موثر بر پایبندی دینی جوانان" بر روی دانش آموزان مقطع پیش دانشگاهی گرمسارانجام داده است که نتایج آن نشان می دهد بین موقعیت اجتماعی افراد با شاخص هایی چون شغل پدر، تحصیلات پدر و میزان در آمد خانواده با میزان دین داری دانش آموزان تفاوت معنا داری وجود دارد. همچنین میزان بالاتر بودن در آمد نیز با مرتبه دینداری داری رابطه منفی می باشد. اما همین تحقیق نوع شغل پدر را عاملی بی تاثیر نشان می دهد. تحقیقات خارجی

مک آلیستر^۱ و دی وانس^۲ (۱۳۷۶) در مطالعه ای که در کشور استرالیا انجام داده اند به دنبال مشخص کردن رابطه دین داری و جنسیت بوده اند و سعی در فهمیدن اینکه چرا زنان بیشتر از مردان دین دار می باشند داشته اند. یافته های آنان نشان داد اگر در ارتباط با شرکت در نیروی کار در نظر گرفته نشود، بین دین دار بودن زن و مرد رابطه ای وجود ندارد اما همین که این متغیر وارد معامله می شود این نسبت به سود زنان است و زنان را مذهبی تر از مردان نشان می دهد. (دواس، ۱۳۷۶: ۳۹۸)

والتر^۳ و داوی^۴ (۱۹۹۸) در تحقیقی در بریتانیا تحت عنوان "مذهبی بودن زنان در غرب" نیز به بررسی علل مذهبی تر بودن زنان پرداخته اند. طبق تحقیق ایشان زنان در همه ی شاخص ها دارای نمرات بالاتری بوده اند نویسنده اظهار می کند که هم آسیب پذیری فیزیکی و هم اجتماعی تحت شرایط تجدد تغییر می کند و این باعث می شود که دنیا گرایی در مردان بیش از زنان باشد (والتر و داوی، ۱۹۹۸: ۶۵۰).

مبانی نظری تحقیق

برای ارائه نظریات برخی از مهمترین جامعه شناسان کلاسیک و معاصر، شاید بهترین دسته بندی، دسته بندی روش شناختی نظریات جامعه شناسی باشد. یعنی اول رهیافت ساختی کارکردی که بر پایه پوزیتیویسم بنا شده است، دوم رهیافت تفسیری و سوم رهیافت انتقادی، در این تحقیق سعی شده است جامعه شناسان کلاسیک را در مقوله ای قرار دهیم که بیشترین سنخیت

1 -MC.Allister

2 -De vaus

3 -Walter

4 -Davie

را با آن داشته باشد. ابتدا به بررسی آرا و نظرات متفکرانی از دیدگاه های ذکر شده خواهیم پرداخت. در ادامه مروری بر نظریه دین به عنوان جبران خواهیم داشت. در پایان با توجه به اهمیت موضوع سرمایه اجتماعی و فرهنگی در این تحقیق به بررسی نظریات بورديو به طور مجزا خواهیم پرداخت.

کارکردگرایی

از دیدگاه دورکیم دین چیزی جز نیروی جمعی جامعه بر افراد نیست. این جامعه است که سرچشمه دین است و این جامعه است که بعضی چیزها را مقدس و بعضی ها را غیر مقدس می شناسد.

نوع تقسیم کارعاملی اساسی است که از دیدگاه دورکیم در شکل گیری انواع جوامع و افکارو اعتقادات موجود در آنها موثر است. در جوامع ابتدایی شرایط زندگی برای افراد یکسان بود و افراد از این شرایط به گونه ای یکسان تاثیر می پذیرند و تحت این شرایط باورهای دینی شکل گرفته نقشی اساسی در انسجام جامعه داشته اند. "دورکیم معتقد است در جوامعی که همبستگی مکانیکی رایج است، اعتقادات جمعی در دین متمرکز می شود. در جوامع ابتدایی حقوق جنایی، حقوق دینی هستند و شنیع ترین جرم ها یعنی آنهایی که شدید ترین تضمین ها را دارند، آنهایی هستند که دستورات دینی را نقض می کنند" (گیدنز: ۱۳۷۹: ۲۲). اما تقسیم کار در جوامع نوین نقشی را که دین در انسجام جامعه برعهده دارد کمرنگ تر کرده است و بدین ترتیب با تقسیم کار، خدا از جهان و زندگی جمعی جدا و متمایز می شود و وجدان جمعی دگرگون می شود و بر پایه مفاهیم انتزاعی شکل می گیرد. همچنین دورکیم علم را به عنوان رقیبی برای دین معرفی می کند. او معتقد است که با افزایش علم و شکل گیری روحیه انتقادی و برخورد عقلانی با جهان دین سلطه خود را از دست داده است. این روند با رشد و قدرت گرفتن علم در جهان به تضعیف بیشتر دین خواهد انجامید.

یکی از نظریه پردازانی که در دهه ۷۰ یک رویکرد کارکردگرایانه را با عناصر روان شناختی ترکیب کرده است یینگر است. وی ضمن تاکید همزمان بر روی عوامل اجتماعی و روان شناختی توجه به عوامل روانشناختی - با تاکید بر مساله خانواده - را عاملی مهم در بررسی دین داری می داند که غفلت از آنها باعث یک رویکرد یکسویه و منفعل در بررسی دین می داند. او اعتقاد دارد که وجود ارزش های فراگیر برای زندگی کردن ضروری است، زیرا انسان باید برای مسائلی مانند مساله مرگ پاسخ های قانع کننده ای داشته باشد و همچنین باید بتواند وجود مساله شر در دنیای انسانی را توجیه و معنا دار کند و راه حل هایی را برای مساله رستگاری بیاندیشد. به این ترتیب دین برای یینگر نظامی از باورداشت ها است که کارکرد آن برای جامعه این است که به مردم در برخورد با مسائل اصلی زندگی مانند مرگ، جاودانگی و شر یاری می رساند و نیاز های روانشناختی افراد همچون غلبه بر هراس، اضطراب و ناکامی و بی پناهی محرکهای ایجاد کننده دین معرفی می شوند

دیدگاه تفسیری ومعنا گرایانه

"دین در اندیشه وبر یک فاکتور اساسی برای تبیین مسائل است. مساله ای که دیگران کم به آن توجه کرده اند. وبر هم مبانی عقلی و هم مبانی عاطفی دین را در ارتباط با عوامل اجتماعی قرار می دهد. به اعتقاد وی اقشار مختلف جامعه هرکدام ممکن است تفسیرهای متفاوتی از دین داشته باشند. از دیدگاه وبر ساخت دولت، اوضاع اقتصادی، سازمان اداری، وضعیت شهرنشینی، تاسیسات و بنگاه های مالی و بازرگانی، نهادهای حقوقی، اوضاع جغرافیایی، وضعیت هنر و ادب و خلاصه تشکیلات گوناگون اجتماعی با دین ارتباط دارند و بر آن تاثیر می گذارند. وبر در نتیجه از هرگونه اظهار نظر تقلیل گرایانه در جهت پیوند دادن دین با عوامل اجتماعی پرهیز می کند و تنها سعی در بررسی میزان تاثیر متقابل هر یک از این عوامل مختلف با دین دارد. از دیگر عواملی که وبر بر باورهای دینی موثر می دید میزان رهیافت عقلانی جامعه است. به اعتقاد وبر غرب در رهیافت خود به همه ی قلمروهای کار و زندگی عقل گراتر بوده است و این عقلانیت در قلمرو دین به معنای حذف جنبه های جادویی و رفع تناقض ها و ابهامات دینی دارد (همیلتون، ۱۳۹۲: ۲۴۴). به بیان دیگر میزان وجود عقلانیت در جامعه عاملی موثر در بسیاری اعتقادات و باورهای دینی افراد است.

رویکرد انتقادی

کارل مارکس با بیان دیدگاه اقتصادی خود به نوعی دین را یک فراورده کاملاً اجتماعی می‌داند که با توجه به نظام طبقاتی جامعه شکل می‌گیرد. به اعتقاد مارکس، تقسیم جهان به طبقات گوناگون اقتصادی، جهان بینی های سیاسی، اخلاقی، فلسفی، مذهبی گوناگون را به دنبال دارد. در این دیدگاه عامل اقتصادی در نهایت به نوعی موثرترین و کلیدی ترین عامل در شکل گیری باورهای دینی است. طبق نظر مارکس جنبه های اقتصادی همچون ابزار و نیروهای تولیدی زیربنای جامعه را تشکیل می‌دهند. او دین را به مثابه یک پدیده فرهنگی در روبنای اجتماعی قرار می‌دهد که در یک رابطه یک سویه توسط زیر بنا (مناسبات و نظام تولیدی) شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. هر نوع نظام اقتصادی سازمان مذهبی خاص خود را دارد و هرگونه تغییر در زیربنای اقتصادی جامعه سبب تغییر در روبنای مذهبی می‌گردد (مرادی ۱۳۹۳: ۱۷).

دین به عنوان جبران

رویکرد دین به عنوان جبران که به نوعی سعی در ارائه نظریه ای عام درباره دین دارد به نحوی است که به آسانی نمی‌توان آن را در زمره نظریه های کارکرد گرایی، تفسیری و انتقادی قرار داد، اما مانند دیگر نظریات موجود با همه ی آن ها بعضی ویژگی های مشترک دارد. پایه های این رویکرد بر اساس نظریه مبادله و قوانین مربوط به این نظریه است که آن هم مبتنی بر این اصل می باشد که همه یا تقریباً همه ی کنش های متقابل بشری را می‌توان به نوعی مبادله در نظر گرفت. استارک^۱ و بین بریج^۲ محرومیت را تنها یکی از عواملی می‌دانند که نقش مهمی در برانگیختن رفتار دینی بازی می‌کند و دستیابی به معنا و هدف زندگی و مسائل بنیادی وجودی نیز می‌تواند محرکهایی جهت روی آوردن به باورهای دینی باشد. میزان پیچیدگی جوامع یکی دیگر از عواملی است که به نظر استارک و بین بریج شکل گیری نوع باورهای دینی موثر است، آنها اصل را بر این می‌گیرند که هرچه جامعه پیچیده تر شود پهنه نقش هایی که فرهنگ آن جامعه را می‌سازند نیز گسترده تر می‌شود. این قضیه در مورد تبیین های دینی جامعه نیز مصداق می‌یابد و از آن چنین بر می‌آید که با پیچیده شدن فرهنگ جامعه خدایان بر پهنه زندگی نفوذ بیشتری پیدا می‌کنند و بر جنبه های مختلف زندگی بیش از پیش تسلط می‌یابند (همیلتون، ۱۳۹۲: ۳۱۶). در آغاز مفاهیم دینی مفهوم خدایان شکل می‌گیرد، که انسان ها در جستجوی برخی پاداش ها هستی هایی همچون خدایان را تصور می‌کنند که قادرند پاداش هایی را به آنها ببخشند. با رشد پیچیدگی جامعه خبرگان دینی پیدا می‌شوند که به نوعی ادعا می‌کنند میانجی خدایان و انسانها هستند و انسان ها از طریق آنها می‌توانند دسترسی ساده تری به پاداش ها داشته باشند. در ادامه گسترش روند پیچیدگی جوامع، روند کاهش خدایان نیز ادامه پیدا می‌کند تا جایی که به یک خدا ختم می‌شود. آن هم خدایی که به تنهایی همه ی پهنه ی نامحدود حیات را تحت کنترل خود داشته باشد و نتواند جبران کننده هایی ارضا کننده برای دین داران ارائه دهد. آنگاه دیگر قادر نخواهد بود رضایت اکثریت مردم را فراهم کند، چنین دینی از مصیبت، تقدس زدایی می‌کند و نمی‌تواند آن را برای انسان معنا دار کند و در این صورت باید شاهد کاهش استقبال از آن باشد (مرادی ۱۳۹۳: ۱۰۰).

بورديو

بورديو سه شکل متفاوت از سرمایه را شناسایی کرده است که عبارتند از شکل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی؛ شکل اقتصادی سرمایه بلافاصله قابل تبدیل به پول است مانند دارایی های منقول و ثابت یک سازمان، سرمایه فرهنگی نوع دیگر سرمایه است که در یک سازمان وجود دارد مانند تحصیلات عالی اعضای سازمان که این سرمایه نیز در برخی موارد قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و سرانجام شکل دیگر سرمایه که به ارتباط و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و می‌تواند به عنوان

1 -Stark

2 -Bainbridge

ابزاری برای رسیدن به سرمایه اقتصادی باشد (الوانی، تقوی، ۱۳۸۰: ۵). سرمایه فرهنگی در دیدگاه بورديو در سه شکل کالاها، مصنوعات و فراورده های فرهنگی، به رسمیت شناخته شدن و ذخیره دانش و مهارت و تجارب افراد آنچنان که مثلا در مدارج و گواهینامه های آموزشی و علمی و حرفه ای می توان در نظر گرفت و سرانجام تمایلات و عادت واره های افراد که آن ها را در پیشرفت و اندوختن مهارت و تخصص بیشتر یاری می رساند، تجلی می یابد (بورديو، ۱۳۸۶). بنابراین در دیدگاه بورديو سرمایه فرهنگی زمینه ساز تمایلات علایق و سلیقه های مختلف افراد است و از این نظر مبنای سبک زندگی آنها می تواند قرار گیرد.

علاوه بر سرمایه فرهنگی که دایره عمل آن بیشتر در سطح فردی است، محیط نهادی و کیفیت روابط فردی و اجتماعی در یک اجتماع نیز بر انتخاب رفتار و نحوه ی تفکر تاثیر گذار است. سرمایه اجتماعی به زعم بورديو و بسیاری دیگر از اندیشمندان به پیوند ها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که از طریق خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می گردد (الوانی و تقوی، ۱۳۸۰: ۱). از دیدگاه بورديو سرمایه اجتماعی مجموعه ای از تماس ها، رابطه ها و آشنایی ها و دوستی ها و دین ها هستند که به عامل اجتماعی وزن کم یا بیش سنگین، قدرت کنش کم یا بیش زیاد و پیوند هایی که وی را به افراد دیگر وصل می کند می بخشد و همین اعتماد، وزن اجتماعی و قدرت کنش و واکنش و پیوند ها می تواند عامل تعیین کننده در نحوه تفکر و رفتار فرد در یک شبکه اجتماعی باشد.

چارچوب نظری تحقیق

از آنجا که این تحقیق به بررسی تاثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر باور های دینی می پردازد و ضمن توجه به این نکته نیز که واقعیت های اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف با هم فرق دارد سعی شده است از نظریاتی استفاده شود که بیشترین هم پوشی را با مساله ما داشته باشد چارچوب نظری این تحقیق از مدل مرکبی استفاده می کند که ترکیبی از نظریات بینگرومدل ارزشی وبر و همچنین مباحث سرمایه بورديو است. در این نظریات بر موارد زیر یعنی میزان توجه فرد به ارزش های مادی (مادیگرایی)، جامعه پذیری مذهبی و نوع نگرش های مذهبی، میزان دسترسی افراد به وسایل ارتباطی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی که فرد در آن قرار دارد تاکید می شود. در این تحقیق میزان دین داری از طریق مدل گلاک و استارک اندازه گیری خواهد شد.

چارچوب روش تحقیق

یکی از روش های تحقیق که امروزه بیشتر در پژوهش های جامعه شناختی به کار می رود پیمایش است. دواس در زمینه تحقیق پیمایشی بیان می کند که پیمایش روشی در تحقیق اجتماعی است که مانند هر روش دیگری مدافعان و مخالفانی دارد و دقیقا به معنای تکنیک خاصی در گردآوری اطلاعات نیست. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه استفاده شده است. پرسش نامه این تحقیق شامل ۹۸ سوال بوده که دین داری را به عنوان متغیر وابسته و همچنین متغیر های ساختار خانواده، میزان استفاده از رسانه، پایگاه اجتماعی و اقتصادی و سرمایه اجتماعی و فرهنگی را به عنوان متغیر های مستقل سنجیده است. همچنین پرسش ها هم به صورت باز و هم بصورت بسته مطرح شده اند. جامعه آماری این تحقیق ساکنین ۱۵-۵۵ سال شهر شیراز می باشد که بر اساس آمار ارائه شده در سالنامه های آماری سال ۱۳۹۲ تعداد ۱۰۲۹۱۱۹ نفر می باشند. نمونه گیری این پژوهش نیز به شیوه سهمیه ای انجام شده است. به این صورت که به نسبت تراکم جمعیت در مناطق ده گانه شهر شیراز نمونه گیری انجام شده است. برای تشخیص حجم نمونه از روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه استفاده شده است بر این اساس حجم نمونه در این تحقیق بر اساس فرمول کوکران نمونه ما ۳۸۴ نفر انتخاب شد. در این تحقیق برای سنجش دین داری از مقیاس دین داری دکتر موحد استفاده شده است که با یک مقیاس بیست سوالی که این مقیاس شامل پنج گزینه که دامنه ی آن از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف گسترده است و برای سنجش سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی

مقیاس های سرمایه اجتماعی دکتر معدوی و سرمایه فرهنگی بورديو که هر کدام به ترتیب دارای ۴۸ و ۲۱ سوال می باشند، استفاده شده است.

برای تجزیه و تحلیل داده ها در دو قسمت آمار توصیفی و آمار استنباطی از جداول توصیفی و آزمون های آماری استفاده شد. به علت استفاده از پرسشنامه برای تجزیه و تحلیل از نرم افزار رایانه ای SPSS استفاده شده و از طریق این نرم افزار و روش های پیشرفته آماری مثل رگرسیون و تحلیل واریانس استفاده شده است و در قسمت آمار توصیفی از طریق توزیع فراوانی، درصد و میانگین، به توصیف داده ها پرداخته شد. اعتبار پرسش نامه حاضر یک اعتبار صوری است و روش آلفای کرونباخ پایایی سوالات پرسش نامه را تایید می کند.

یافته های تحقیق:

آمار توصیفی: توزیع فراوانی و درصد افراد پاسخگو بر حسب وضعیت جنس فرد نشان می دهد که ۳۷.۲ درصد مرد و ۶۲.۸ درصد زن هستند. یکی از شاخص های جمعیتی مورد مطالعه سن افراد می باشد. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب گروه های سنی که حداقل سن ۱۵ و حداکثر آن ۵۵ سال می باشد. این دامنه سنی به ۶ گروه تقسیم شده است. بیشترین فراوانی به گروه سنی ۲۵-۲۹ سال تعلق دارد که این تعداد ۳۳.۳ درصد از افراد می باشد. همچنین کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی با ۱۵-۱۹ سال (۷.۶ درصد) می باشد و میانگین سنی افراد نیز ۲۹.۱۹ محاسبه گردیده است. توزیع فراوانی و درصد افراد پاسخگو را بر حسب وضعیت تاهل نشان می دهد. ۵۷.۸ درصد مجرد و ۴۲.۲ درصد متأهل می باشند. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان دینداری و ابعاد آن به تفکیک نشان میدهد که در کل بیشترین فراوانی به گزینه متوسط تعلق دارد که این تعداد ۴۶.۹ درصد از افراد می باشد. همچنین کمترین فراوانی مربوط به گزینه پایین با (۱۰.۲ درصد) می باشد. ۴۲/۹ درصد از پاسخگویان تحقیق نیز میزان دینداری بالایی داشته اند.

توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان سرمایه اجتماعی و ابعاد آن به تفکیک به نمایش گذاشته شده است. همانطور که مشاهده می شود، به صورت کلی در ارتباط با سرمایه اجتماعی، بیشترین فراوانی به گزینه متوسط تعلق دارد که این تعداد ۶۸.۲ درصد افراد می باشد. همچنین کمترین فراوانی مربوط به گزینه بالا (۹.۴ درصد) می باشد. همچنین توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب میزان فرهنگی و ابعاد آن نیز نشان می دهد به طور کلی در سرمایه اجتماعی بیشترین فراوانی به گزینه متوسط تعلق دارد که این تعداد ۶۴.۳ درصد از افراد می باشد. همچنین کمترین فراوانی مربوط به گزینه بالا (۱۴.۶ درصد) می باشد.

آمار استنباطی:

فرضیه ۱- به نظر می رسد بین جنس پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. میزان میانگین ها حاکی است که میانگین ابعاد دینداری، در بین زنان بیشتر می باشد. در نتیجه زنان اعتقادات دینی بالاتری نسبت به مردان داشته اند. برای اما ارتباط بین جنس پاسخگویان با بعد پیامدی و مناسکی تایید نمی شود و لذا حضور بیشتر زنان در مراسم و جنبه های مناسکی و همچنین تاثیر پیامدی دین داری بر زندگی آنان در مقایسه با مردان تایید نمی گردد.

فرضیه ۲- به نظر می رسد بین وضعیت تاهل پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. نتایج بررسی همچنین تفاوت ابعاد دینداری بر حسب وضعیت تاهل پاسخگویان را تایید نمی نماید. میانگین دین داری افراد مجرد در این بخش برابر با ۶۹.۲ و میانگین دین داری افراد متأهل ۷۰.۶ می باشد. میزان میانگین ها حاکی است که ابعاد دینداری، در بین افراد متأهل و مجرد تفاوت چندانی ندارد.

فرضیه ۳- به نظر می رسد بین وضعیت اشتغال پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. فرضیه اخیر نیز با توجه به نتایج بدست آمده تایید شده است. یافته ها نشان می دهد میانگین دین داری افراد شاغل در این بخش برابر با ۶۷.۶ و میانگین دین داری غیر شاغلین ۷۴.۹ می باشد. میانگین ها حاکی است که ابعاد دینداری، در بین افراد غیر شاغل بیشتر می باشد. و به عبارتی در تمام جنبه های اعتقادی، مناسکی، پیامدی و احساسی افراد شاغل میزان دینداری کمتری دارند.

فرضیه ۴- به نظر می رسد بین سن پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. نتایج در سطح معناداری به دست آمده نشان می دهد تنها بین سن و بعد مناسکی رابطه معنادار و منفی وجود دارد. علامت منفی ضریب همبستگی ها بیانگر رابطه معکوس بین دو متغیر می باشد، یعنی با افزایش سن، بعد مناسکی دینداری نیز کاهش می یابد و در سایر ابعاد همبستگی معنا داری وجود ندارد.

جدول شماره ۱. تاثیر سن پاسخگویان بر میزان دین داری

دینداری	اعتقادی	مناسکی	بعد پیامدی	احساسی	وابسته / مستقل
-۰.۰۷۳	-۰.۱۲۰*	۰.۰۱۶	-۰.۰۹۶	-۰.۰۶۹	سن

فرضیه ۵- به نظر می رسد بین بعد خانواده پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. در سطح معناداری به دست آمده نتایج نشان می دهد بین بعد خانواده و دین داری و تمامی ابعاد آن رابطه معناداری وجود ندارد، به عبارت دیگر شمار افراد یک خانواده که در یک واحد مسکونی با هم زندگی می کنند تأثیری بر میزان دین داری فرد ندارد و لذا فرضیه های فوق تأیید نمی شوند.

جدول شماره ۲. بعد خانواده بر دین داری

دینداری	اعتقادی	مناسکی	پیامدی	احساسی	وابسته / مستقل
۰.۰۰۴	۰.۰۰۷	۰.۰۱۳	۰.۰۲۵	-۰.۰۶۳	بعد خانواده

فرضیه ۶- به نظر می رسد بین پایگاه اجتماعی پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. در بررسی رابطه بین پایگاه اجتماعی و درآمد خانواده با دینداری، سطح معناداری به دست آمده نشان می دهد تنها بین تحصیلات مادر و بعد اعتقادی دینداری رابطه معنادار و منفی وجود دارد. همچنین سایر شاخصها و در نهایت پایگاه اجتماعی افراد تأثیری بر میزان دین داری آنها ندارد، به عبارت دیگر دین داری افراد کمتر از پایگاه های اجتماعی آنها تأثیر می پذیرد.

جدول شماره ۳. پایگاه اجتماعی و درآمد خانواده بر دینداری

دینداری	اعتقادی	مناسکی	پیامدی	احساسی	وابسته / مستقل
-۰.۰۰۶	-۰.۰۲۷	۰.۰۶۴	-۰.۰۹۸	-۰.۰۴۷	تحصیلات
-۰.۰۳۶	-۰.۰۴۸	۰.۰۱۵	۰.۰۲۳	-۰.۰۳۵	تحصیلات پدر
-۰.۰۲۷	-۰.۱۰۶*	۰.۰۴۷	-۰.۰۱۰	-۰.۰۸۰	تحصیلات مادر
۰.۰۵۴	۰.۰۰۳	۰.۰۷۷	۰.۰۲۲	۰.۰۷۸	درآمد خانواده
۰.۰۳۴	۰.۰۷۴	۰.۰۳۳	۰.۰۴۵	۰.۰۵۷	احساس طبقاتی
۰.۰۲۶	-۰.۰۲۹	۰.۰۶۱	۰.۰۴۳	۰.۰۰۴	پایگاه اجتماعی

فرضیه ۷- به نظر می رسد بین میزان استفاده از رسانه پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. نتایج نشان می دهد که رابطه معنادار و مثبتی بین استفاده از رسانه های سنتی با دین داری و ابعاد آن وجود دارد. همچنین نتایج به دست آمده نشان می دهد تنها بین استفاده از رسانه های مدرن با بعد پیامدی دین داری رابطه منفی معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۴. بین میزان استفاده از رسانه پاسخگویان با میزان دین داری

وابسته	مستقل	بعد احساسی	بعد پیامدی	بعد مناسکی	بعد اعتقادی	دینداری
رسانه های سنتی		۰.۱۹۸**	۰.۱۴۴**	۰.۲۷۶**	۰.۱۲۶*	۰.۲۲۷**
رسانه های مدرن		۰.۰۱۱	-۰.۱۵۶**	۰.۰۱۴	-۰.۰۶۳	-۰.۰۵۰

فرضیه ۸- به نظر می رسد بین سرمایه اجتماعی پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و دین داری و ابعاد آن نشان می دهد همبستگی ضعیفی بین اعتماد عمومی با دین داری و هر چهار بعد آن وجود دارد. سطح معناداری به دست آمده نشان می دهد بین اعتماد عمومی با بعد پیامدی، مناسکی و دینداری رابطه معناداری وجود دارد اما همبستگی معنا داری بین اعتماد عمومی با بعد احساسی و اعتقادی وجود ندارد و در کل نتایج نشان می دهد که میان سرمایه اجتماعی افراد با دین داری در تمام ابعاد آن رابطه معنا داری وجود دارد و افزایش سرمایه اجتماعی با افزایش ابعاد مختلف دین داری همراه است.

جدول شماره ۵. سرمایه اجتماعی پاسخگویان بر میزان دین داری

وابسته	مستقل	احساسی	بعد پیامدی	مناسکی	اعتقادی	دینداری
اعتماد عمومی		۰.۰۴۰	۰.۱۶۸**	۰.۱۵۴**	۰.۰۵۷	۰.۱۲۶*
مشارکت رسمی		۰.۰۸۲	۰.۱۹۳**	۰.۲۹۰**	۰.۱۴۹**	۰.۲۱۹**
مشارکت غیر رسمی		۰.۰۵۵	۰.۰۸۸	۰.۱۶۱**	۰.۰۶۸	۰.۱۱۵*
اعتماد نهادی		۰.۲۱۰**	۰.۳۶۸**	۰.۳۵۰**	۰.۲۰۸**	۰.۳۳۸**
سرمایه اجتماعی		۰.۱۹۲**	۰.۳۶۲**	۰.۳۸۰**	۰.۲۱۱**	۰.۳۴۳**

فرضیه ۹- به نظر می رسد بین سرمایه فرهنگی پاسخگویان با میزان دین داری افراد رابطه وجود دارد. در ارتباط با رابطه سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با دینداری نتایج به دست آمده و سطح معنا داری، تنها همبستگی ضعیف و معناداری بین اطلاعات

فرهنگی با بعد احساسی و اعتقادی و همچنین بین سرمایه فرهنگی با بعد احساسی تایید می شود میزان تمایلات و فعالیت های فرهنگی افراد تاثیری بر هیچ یک از ابعاد دین داری افراد ندارد و تنها افزایش اطلاعات فرهنگی است که آن هم تنها با افزایش بعد احساسی و اعتقادی فرد همراه است و به طور کلی افزایش سرمایه فرهنگی تنها با افزایش جنبه احساسی دین داری رابطه معنا دار و مثبتی دارد.

جدول شماره ۶. بین سرمایه فرهنگی پاسخگویان با میزان دین داری

دینداری	اعتقادی	مناسکی	بعد پیامدی	احساسی	مستقل / وابسته
-۰.۰۳۶	-۰.۰۴۶	۰.۰۶۳	-۰.۰۸۵	-۰.۰۸۴	تمایلات فرهنگی
-۰.۰۸۴	-۰.۱۲۶*	۰.۰۷۰	-۰.۰۷۴	-۰.۱۹۰*	اطلاعات فرهنگی
-۰.۰۲۰	-۰.۰۸۷	۰.۰۲۶	۰.۰۶۹	-۰.۰۷۷	فعالیت های فرهنگی
-۰.۰۴۹	-۰.۰۹۳	۰.۰۶۲	-۰.۰۳۶	-۰.۱۲۵*	سرمایه فرهنگی

نتایج تحقیق و پیشنهادات:

یافته های به دست آمده از داده های پژوهش در ارتباط با دین دار بودن بیشتر زنان با بسیاری از تحقیقات داخلی و خارجی قبلی همخوان می باشد. از دیدگاه نظری چندین رویکرد غالب در تبیین این مساله وجود دارد که نخست تئوری آسیب پذیری زنان که بر پایه نظریات مارکس قرار دارد و دین را عامل جبران کننده ای برای محرومیت های اجتماعی و طبقه زیر دست بودن می داند. تئوری دوم محرومیت های مادی و اجتماعی زنان است، در این تئوری زنان بیشتر به کلیسا روی می آورند تا از سختی زندگی واقعی فرار کنند و در مجموع تبیین این مساله که چرا در جامعه ای که دو جنس در شرایط تقریباً مساوی در محیط های رسمی و غیر رسمی شان قرار می گیرند، زنان دین دار تر از مردان نشان می دهند. به نظر می رسد مساله ای است که باید آن را با توجه به ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و واقعیت های اجتماعی جامعه و همچنین جایگاهی که هر یک از دو جنس در درون این ساختارها دارند تبیین کرد. ارتباط این محرومیت ها با افزایش دین داری به همین صورت تبیین می گردد که زنان با توسل به دین داری محدودیت ها و محرومیت هایشان را اندکی تسکین می دهند و از طرف دیگر جامعه ما با زمینه فرهنگی که در آن دیدگاه بهتری نسبت به زنان دین دار وجود دارد و از نظر اجتماعی بیشتر مورد تایید قرار می گیرند، به این وسیله این نیاز آنها را پاسخ می دهد. اما نکته ای که در ارتباط با دین دار بودن بیشتر زنان نسبت به مردان حائز اهمیت است این است که تفاوت میزان دین داری بیشتر در ابعاد اعتقادی و احساسی بوده و بر خلاف تحقیقات قبلی تفاوت چندانی در دو بعد پیامدی و مناسکی بین دو جنس وجود نداشته است بررسی و کنکاش در مساله فوق می تواند بیانگر این حقیقت باشد که نگرش های فردی و شخصی به دین در زنان نیز افزایش یافته است.

نتایج تحقیق حاضر همچنین فرضیه مربوط به ارتباط داشتن سن افراد و میزان دین داری آنها را تنها در یک مورد تایید می کند. به این ترتیب که بالارفتن سن افراد تنها تاثیر معکوس بر جنبه های اعتقادی دین داری دارد. بر خلاف تعدادی تحقیقات انجام گرفته قبلی، یافته های تحقیق حاضر حاکی از آن است که افزایش سن بر جنبه های اعتقادی دین داری تاثیر معکوس داشته است. استدلال ما این است که عواملی همچون واقع گراتر شدن و عدم رسیدن به بسیاری از چشمداشت ها و انتظارات شکل گرفته ی اوایل انقلاب که با باورهای دینی همسو و همگام پنداشته می شده اند، می تواند فاکتورهای موثری در کم شدن اعتقاد نسل های قبل تر باشد. همچنین نباید دسترسی و تاثیر رسانه های غیر سنتی همچون ماهواره را بر نسل های قبل تر را نادیده گرفت. در مجموع می توان گفت امکان ها و زمینه های هوشمندی و پختگی باعث تعدیل دیدگاه های سنتی و محافظه کار شده است.

یکی از عوامل دیگری که می تواند موثر بر اعتقادات مذهبی جوانان بخصوص در سنین پایین تر باشد این مسأله است که جوانان در سنینی که هنوز به طور کامل هویت های اجتماعی مستقل آنها شکل نگرفته با تکیه بر باورهای مذهبی به نوعی به احساس تأیید شدن توسط جامعه می رسند. عوامل رسانه ای سنتی بخصوص تلویزیون بطور دائم این باور را در ذهن می پروراند که افراد اساساً مذهبی افرادی قابل اعتمادتر و شایسته تری هستند و این کسب مطلوبیت می تواند بصورت یک مشوق و انگیزه ای برای هویت دینی جوانترها عمل کرده که آن نیز با افزایش سن و برخورد با سایر واقعیتها و کسب هویتهای شغلی و اجتماعی کمرنگتر می شود.

نتایج تحقیق حاضر در این مورد ارتباط خصوصیات فردی همچون وضعیت تاهل، وضعیت اشتغال، سن و تحصیلات با ارزش های دینی نشان دهنده بی تاثیر بودن بعد خانوار و وضعیت تاهل در میزان دینداری بوده است. اما وضعیت اشتغال و به عبارتی غیر شاغل بودن افراد عاملی موثر در افزایش دینداری است. نکته ای که در ارتباط با وضعیت اشتغال می توان بیان داشت این است که دینداری می تواند یک عامل مؤثر و تاب آور اما شکننده در طولانی مدت تلقی گردد. بدین معنا که با توجه به شرایط خاص اجتماعی که در آن جوانان حتی در سن بالا همچنان احتیاج به حمایتهای اقتصادی و شغلی دارند دین داری می تواند به عنوان یک عامل تسکین دهنده و حمایت کننده برای جبران این شرایط نامناسب باشد. در مورد وضعیت تاهل بی تأثیر بودن این عامل در میزان دینداری و تفاوت نتیجه تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین می تواند با توجه به شرایط روز اجتماعی ناشی از کم اثر شدن عامل ازدواج در شکل گیری باورهای فردی در مقایسه با عواملی همچون اشتغال و رسانه ها باشد.

نتایج تحقیق همچنین در ارتباط با تأثیر رسانه ها حاکی از تأثیر زیاد رسانه های سنتی بر ابعاد مختلف دینداری و همچنین وجود ارتباط منفی میان جنبه ی پیامدی دینداری با میزان استفاده از رسانه های مدرن می باشد. رسانه های سنتی و بطور ویژه رادیو و تلویزیون در کشور ما با ارائه سریالها و سایر برنامه های دینی نقش اساسی در هویت دینی افراد ایفا میکند، با توجه به متوسط استفاده هر ایرانی از رسانه ها بخصوص تلویزیون جامعه ما نیز مانند اکثر جوامع بیشترین اثر پذیری بر باورها را می تواند از رسانه ها داشته باشد. از طرف دیگر باید در نظر داشت جریان غالب در رسانه های نوین بخصوص ماهواره و اینترنت به شکلی است که بیشتر به دنبال به حاشیه بردن دین و جدا کردن آن از عرصه های اجتماعی است. اینترنت و ماهواره به عنوان رقبایی برای رسانه های سنتی هر چند که استفاده از آنها تنها در سالهای اخیر عمومیت بیشتری پیدا کرده اند اما توانسته اند تأثیرات قابل تأملی داشته باشند.

از نتایج این تحقیق که با تحقیقات گذشته کمتر همخوانی دارد در این بخش در ارتباط با رابطه دیندار بودن و پایگاه اجتماعی می باشد که با توجه به گسترش فرد گرایی در جامعه و وجود منابع اطلاعاتی متعدد در اختیار فرد امکان انتخابهای شخصی بیشتر میسر می گردد. نکته دیگری که در ارتباط با پایگاه اجتماعی مشخص شده است این است که تنها میزان تحصیلات مادر ارتباط در جهت معکوس با میزان دینداری در جنبه اعتقادی دارد، این امر به نظر می رسد ناشی از این باشد که در محیط های غیر رسمی مثل خانواده که تعبیر بینگر محیط اجتماعی تعیین کننده در ایجاد انگیزه های فردی است همچنین توجه به این نکته که بیشترین نقش تربیتی در قبال فرزندان نیز به عهده مادران می باشد. اما نکته ای که باید در نظر داشت این است که این عامل نیز می تواند با افزایش سن تحت تأثیر فرد گرایی قرار گیرد.

نتایج این تحقیق همچون بسیاری از تحقیقات دیگر ارتباط میان دینداری و سرمایه اجتماعی را تأیید می کند. تحقیقات پیشین بیشتر بر تأثیرات دینداری بر میزان سرمایه اجتماعی تأکید داشتند، اما تحقیق حاضر به دنبال ارتباط شاخص های سرمایه اجتماعی و میزان تأثیر آن بر دینداری می باشد. در بعد اعتماد عمومی نتایج نشان می دهد که بین اعتماد عمومی با بعد پیامدی، مناسکی و دینداری رابطه معناداری وجود دارد و این بدان معناست که مردم با وجود افزایش تمایل به دینداری بصورت فردی همچنان در جنبه های مناسکی و پیامدی یک شبکه ارتباطی قابل دسترس را ذخیره کردند و رفتار دینی آنها بر مبنای سلیقه کسانی است که با آنها پیوند دارند بعبارتی مردم سرمایه اجتماعیشان را حفظ می کنند و با ناهمناوی به خطر نمی اندازند. همچنین نتایج تحقیق نشان می دهد که اعتماد نهادی بیشتر در فرد می تواند علاوه بر جنبه های مناسکی و پیامدی بر جنبه های احساسی و اعتقادی نیز تأثیر بگذارد. از حیث میزان مشارکت نیز نتایج تحقیق مؤید تأثیر میزان

مشارکتها چه بصورت رسمی و چه غیر رسمی بر میزان دینداری فرد می باشد و این بر خلاف این باورست که عزلت نشینی و دوری گزیدن از مردم و اجتماع باعث توجه بیشتر باورهای مذهبی می گردد. همچنین نتایج مرتبط با میزان ارتباط سرمایه فرهنگی و دینداری در این تحقیق نیز نشان می دهد که تنها میزان اطلاعات فرهنگی و بطور کلی سرمایه فرهنگی با جنبه احساسی دینداری ارتباط معناداری دارند و این تأثیر گذاری که منحصر به جنبه احساسی است، می تواند گواهی بر تمایل بیشتر به دینداری بصورت فردی در میان افراد با سرمایه اجتماعی بیشتر باشد. این افراد با توجه به کنجکاو ذاتی و داشتن اطلاعات بیشتر به دنبال دستیابی به جنبه های تجربی دینی جدا از باورهای غالب می باشند.

یکی از موارد بسیار ضروری در پایان هر تحقیق ارائه پیشنهاداتی برای پژوهش هایی است که قرار است در آینده انجام گیرد. از آنجایی که اعتقاد بر این است که کارهای علمی باید مکمل یکدیگر باشند، پس این بخش از پژوهش از اهمیت بالایی برخوردار است اولین پیشنهادی که باید آنرا مطرح کرد این است که در زمینه نگرش های دینی برای ارائه یک کار کامل تر بهتر است همزمان از دو روش کمی و کیفی استفاده نمود چرا که اعتقادمان بر این است که محقق صرفا با استفاده از روش های کمی نمی تواند به عمق نگرش های دینی رسوخ کند و آنرا مورد تحلیل قرار دهد. مساله دیگری که به محققان پیشنهاد می شود این است که با توجه به این که امروزه ما در شرایطی زندگی میکنیم که با شرایط گذشته بسیار متفاوت است و با توجه به تاثیر فزاینده ای که رسانه ها در دنیای کنونی دارند و همچنین گسترش حضور در دنیای مجازی بپذیریم دین داری افراد را نمی توانیم تنها با چند متغیر تبیین کنیم، پس پژوهشگران باید تلاش کنند با انجام مطالعات بیشتر در این زمینه و آگاهی کامل از اوضاع و احوال اجتماعی متغیر های تاثیر گذارتر و بیشتری را در پژوهش هایشان وارد کنند که این امر به پختگی هر چه بیشتر تحقیق آنان کمک می کند.

منابع فارسی

۱. الوانی، مهدی و تقوی، (۱۳۸۰)، "نقش مولفه های ارزشی در کاهش فشار عصبی"، مجله مجتمعی آموزش عالی قم، شماره ۵
 ۲. احمدی، یعقوب، (۱۳۸۸)، "وضعیت دینداری و نگرش به آینده دین در میان نسلها"
 ۳. امیری، سیاوش، (۱۳۸۳)، "بررسی جامعه شناختی تاثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی و جنسیت بر دینداری جوانان"، رساله کارشناسی ارشد، شیراز: دانشگاه شیراز.
 ۴. زیمیل، گئورگ، (۱۳۹۲)، "مقالات درباره دین"، ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر ثالث.
 ۵. عابدینی، معصومه، (۱۳۹۰)، "عوامل موثر بر پایبندی دینی جوانان"، فصلنامه مطالعات جامعه شناختی ایران، شماره دوم، پاییز ۹۰.
 ۶. گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۹)، "جامعه شناسی"، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران: نشر نی.
 ۷. مرادی، بهروز، (۱۳۹۳)، "درآمدی به جامعه شناسی دین"، تهران: نشر جامعه شناسان.
 ۸. همیلتون، ملکم، (۱۳۹۲)، "جامعه شناسی دین"، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر ثالث.
9. Berger, p.(1973), The Social Reality of Religion. Harmandsworth pengium
10. Spiro, M. E.(1965) Religion System as cultureally constituted Defence Mechanisms, in M. Spiro(ed) context and Meaning in Cultural Anthropology. Glencoe: Free Press.
11. Yinger, J.M. (1957) religion, society and the Individual. new York : Macmillan.

Investigating the Socio-cultural Factors Associated with Religiosity among the Residents of the City of Shiraz in 2016

Asghar Mohammadi¹, Hamid Najm², Mohammad Ansari³, Moslem Mortazapour⁴

1. Assistant professor of the Department of Sociology, Islamic Azad University, Branch of Dehaghan

2. PhD candidate of cultural sociology, Islamic Azad University, Branch of Dehaghan

3. PhD candidate of cultural sociology, Islamic Azad University, Branch of Dehaghan

4. Instructor of the Islamic Azad University, Branch of Yasuj

Abstract

This study aims to investigate the socio-cultural factors associated with religiosity. In this study, which has been conducted using the survey method and a questionnaire, 384 residents of the city of Shiraz have been studied. The questionnaire's validity is a face validity and Cronbach's alpha method confirms the reliability of the questionnaire. The results show that the socio-cultural factors play an important role in shaping people's religious beliefs and behaviors. The most important variables that affect the religious status of people and their religiosity include the traditional media, social capital, gender and employment status. However, other variables such as social status, the family dimension, cultural capital and marital status have not had a significant relationship with the phenomenon of religiosity.

Keywords: Religion, the Family Dimension, Media, Social Status, Social Capital, Cultural Capital
