

دینداری و عوامل فردی و سازمانی موثر در آن در بین جوانان شاغل در نهادهای فرهنگی کشور (با تأکید بر نهادهای مردمی)

*
مجید سلیمانی
**
محمد رضا احمدی

چکیده

مقاله حاضر بر اساس پژوهشی با هدف بررسی سطح دینداری جوانان و شناسایی عوامل فردی و سازمانی مؤثر در افزایش و یا کاهش آن در برخی سازمان‌های فرهنگی کشور تنظیم شده است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار گردآوری، پرسشنامه محقق ساخته بوده است. اعتبار ابزار تحقیق از طریق اعتبار صوری مشخص شده است. به منظور اندازه‌گیری پایایی ابزار تحقیق، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای عوامل مؤثر بر سطح دینداری ۷۹٪ به دست آمده که قابل پذیرش است. جامعه آماری شامل جوانان شاغل در برخی ادارات دولتی و مراکز وابسته در سطح کل کشور در کلیه سطوح تحصیلی به تعداد ۲۵۰۰۰ نفر بوده که با روش فرمول کوکران برآورد شده است. روش نمونه‌گیری مورد استفاده چندمرحله‌ای و تصادفی بوده است. واحدهای نمونه از یازده استان کشور انتخاب شده است. داده‌های بدست آمده با استفاده از آزمونهای همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر، تجزیه و تحلیل شده است. ۷۳٫۵ درصد دینداری بسیار زیاد و ۲۵ درصد دینداری زیاد داشته‌اند. بین متغیرهای رضای نیاز، نحوه مدیریت، جامعه‌پذیری سازمانی، امکانات، رابطه دوستانه، علقه سازمانی و سطح دینداری جوانان رابطه معنی‌دار وجود داشته است. تنها بین دو متغیر پایگاه اجتماعی و دینداری جوانان رابطه معنی‌دار مشاهده نگردید. نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد تأثیر همه متغیرهای فوق بر دینداری افزایش یافته است، بجز متغیر امکانات که به طور مستقیم تأثیر کاهنده بر دینداری داشته است. به منظور بهبود دینداری جوانان تقویت رفتارها و اعمال دینی، توجه به نیازهای جوانان، اصلاح نظام مدیریتی، معرفی فرهنگ و ارزشهای سازمانی، افزایش امکانات فرهنگی، انجام فعالیتهای فرهنگی و تربیتی و تقویت آموزشها لازم و ضروری است.

واژه‌های کلیدی: دین، دینداری، دینداری جوانان، سازمان، مدیریت.

مقدمه

پس از تجربه کوتاه حکومت اسلامی در چهارده قرن قبل، انقلاب اسلامی بر پایه باورها و ارزشهای دینی شکل گرفت. باورها بود که با رشد بینش افراد عجین گردید و تغییرات رفتاری در افراد و ساختارهای جامعه پدید آورد. بر این اساس، پس از پیروزی انقلاب اسلامی، همه ارگانها، نهادها و عوامل رسمی فرهنگی کشور، تلاش خود را برای پرورش مذهبی مردم و به ویژه نسل جدید به کار گرفتند. در اهداف پرورشی نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران مصوب شورای تغییر بنیادی نظام آموزش و پرورش چنین آمده است: «یکی از آرمانهای انقلاب شکوهمند اسلامی، تربیت نسلی معتقد به مبانی دین، عامل به احکام و آداب الهی و برخوردار از سجایا و فضایل اخلاقی می باشد. دستگاه تعلیم و تربیت خود را متعهد می‌داند که در جهت تحقق این هدف تلاش نماید» (نظری، ۱۳۸۱).

بسیاری از پیروزی‌ها و موفقیت‌ها در جامعه و گذر از آزمایش‌های سخت، مرهون اعتقادات و باورهای دینی است. «دین محبت می‌آورد و موسیقی زندگی است» (مطهری، ۱۳۷۵: ۳۸). «دین... هم برای سازگار ساختن محیط اجتماعی با زندگانی فرد، یعنی ایجاد عدالت اجتماعی و سازمان متوافق با مصالح عموم، و هم در ایجاد توافق و انطباق در روحیه فرد با مصالح عالی اجتماع موثر است» (همان: ۷). «دین هم پشتوانه حقوق و قانون است و هم بر انگیزاننده عواطف و احساسات انسانی» (مطهری، ۱۳۸۰، ۱۳۲) «آن چیزی که زندگی را برای انسان گوارا و لذت بخش می‌سازد، کار او را مفرح می‌سازد، به دل او حرارت و گرمی می‌بخشد، افق دید انسان را خیلی وسیع می‌کند، همان چیزی است که دین به انسان می‌دهد» (مطهری، ۱۳۷۵: ۳۹۹).

علامه طباطبایی کارکرد اجتماعی دین را در حفظ نظم و بنیادهای جامعه می‌داند. از نظر او، «دین، حافظ، نگه دارنده و ضامن اخلاق فاضله در جامعه و علت اصلی و اساسی جلوگیری از هوا و هوسهای انسانی است و در پی چنین جایگاهی برای دین است که نظم و انتظام جامعه باقی می‌ماند و شیرازه آن از هم نمی‌گسلد» (طباطبایی، ۱۳۷۰) «مذهب به‌عنوان چارچوبی برای حمایت اجتماعی از پیروان خود عمل می‌کند و منجر به کاهش تخلف در بین آنها می‌شود» (Gorsuch, 1995: 65). اغلب گفته می‌شود «دین، ضمن فراهم آوردن معنا، تنها در صدد حل مسائل مربوط به وجود فردی نیست، بلکه در این رهگذر، نقش اجتماعی مهمی را نیز ایفا می‌کند. دین برای عرفها، رسوم و تنظیم‌های اجتماعی توجیه و مشروعیت فراهم می‌آورد» (Hamilton, 2001, 273).

اندیشمندان معتقدند: «ریشه بیشتر انحرافات دینی و اخلاقی نسل جوان را در لابلای افکار و عقاید آنان باید جستجو کرد. فکر این نسل از نظر مذهبی آنچنانکه باید رهنمایی نشده است و از این نظر فوق العاده نیازمند است. اگر مشکل در رهنمایی این نسل باشد بیشتر در فهمیدن زبان و منطق او و روبروشدن با او با منطق و زبان خودش است. و در این وقت است که هر کسی احساس می‌کند این نسل، برخلاف آنچه ابتدا به نظر می‌رسد، لجوج نیست، آمادگی زیادی برای دریافت حقایق دینی دارد» (مطهری، ۱۳۷۵: ۳۷۷). پژوهش‌هایی که اخیراً صورت گرفته، نشان می‌دهند که تصور درباره دینداری و گرایش به کلیسا در ۲۰ سال گذشته به‌طور اساسی دگرگون شده است اما اشتباه است که تصور کنیم اعتقادات دینی در حال نابود شدن است (شفرز، ۱۳۸۴: ۱۷۰). چرا که «ظرفیت باورداشت انسان، تقریباً نامحدود است» (Hamilton, 2001: 1).

بهترین فرصت برای کار کردن، دانش آموختن و ثروت اندوزی معنوی، جوانی است.. مردان کامیاب کسانی بودند که از فرصت‌های دوران کودکی و جوانی و مراحل بالاتر خوب استفاده کردند و عقل فطری را با عقل اکتسابی پرورش دادند. بهترین فرصت برای این کار دوران جوانی است (سبحانی، ۱۳۸۳: ۹۱).

بررسی‌های اولیه نشان می‌دهد که برخی سازمانها نه تنها در انتقال ارزشهای فرهنگی به این قشر و ارتقاء سطح دینداری آنان توفیق چشم‌گیری نداشته‌اند، بلکه متأثر از آثار مخرب فرهنگی آنان نیز بوده‌اند. هنوز چندلایگی، موازی کاری، خنثی سازی فعالیت‌های همدیگر و حاکمیت نگاه روزمره به جای نگاه راهبردی در متولیان امور نیروی انسانی، فرهنگی، آموزشی و تربیتی نمایان است.

برای ارتقاء سطح دینداری جوانان، اهداف، سیاستها و برنامه‌ها و شیوه‌های استاندارد و تعریف شده‌ای وجود ندارد. قشری که باید سفیران، حاملان و عاملان به ارزشهای فرهنگی در جامعه باشند، به نوعی گرفتار روزمرگی شده و بر بال حوادث، ذوق و سلیقه شخصی روزگار می‌گذرانند. با توجه به مسائل و مشکلات مطرح شده، هدف این مقاله: « بررسی دینداری و عوامل فردی و سازمانی موثر در آن در بین جوانان شاغل در نهادهای فرهنگی کشور است».

بررسی پژوهشهایی که به سنجش تجربی دینداری در میان جوانان کشور اقدام نموده‌اند، نشان می‌دهد که به طور کلی بحرانی در وضعیت دینداری جوانان وجود ندارد و نظریه افول دینداری در ایران با مشکلات جدی روبروست. اما نکته حائز اهمیت اینکه بحرانی نبودن وضعیت دینداری جوانان به معنای مطلوبیت روند جامعه‌پذیری دینی جوانان هم نیست و از این منظر، عملکرد نهادهای مؤثر بر جامعه‌پذیری دینی جوانان مورد سؤال است. بحرانی نبودن وضعیت دینداری جوانان به معنای بحرانی نبودن الگوی رسمی هویت دینی ارائه شده به جوانان نیست، چرا که بعضاً پژوهشگرانی که معتقد به بحرانی نبودن وضعیت دینداری جوانان هستند، وضعیت الگوی رسمی هویت دینی که به جوانان ارائه می‌شود را بحرانی قلمداد کرده‌اند.

در تحقیق حاضر علاوه بر توجه به ابعاد مورد توجه دیگر محققان در سنجش دینداری و استفاده از الگوی گلاک و استارک، بعد عواطف دینی نیز سنجیده شده و افزون بر آن عوامل فردی و سازمانی موثر بر دینداری جوانان هم بطور جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است.

چارچوب نظری تحقیق مبتنی بر نظریه‌های کارکردگرایی و نظریه‌های انگیزشی است. جدای از این دو رویکرد کلی، از نظریه‌های سطح خردی چون نظریه انتقال فرهنگی^۱ و تعلق اجتماعی^۲ هم استفاده شده است. نظریه‌های کارکردی شامل نظریه پارسنز^۳ (۱۹۵۱) و مرتن^۴ (۱۹۶۸) و نظریه‌های انگیزشی شامل نظریه آبراهام مزلو^۵ (۱۹۴۳) و فستینگر^۶ (۱۹۵۶) و نظریات سطح خرد چون نظریه ساترلند^۷ (۱۹۳۹) و هیرشی^۸ (۱۹۶۹) بوده است. علاوه بر این به منظور بومی‌سازی بحث و اعتباریابی این نظریات از آموزه‌های اسلامی و دینی استفاده گردید. در بررسی ابعاد

1. cultural transmission

2. social bond

3. Parsons

4. Merton

5. Maslow

6. Festinger

7. Sutherland

8. Hirshi

دینداری از مجموعه تعالیم اسلامی شامل: ۱. اصول عقاید: یعنی چیزهایی که فرد در پی تحصیل عقیده درباره آنهاست. ۲. اخلاقیات: یعنی خصلت‌هایی که یک فرد مسلمان می‌کوشد تا خویشتن را به آن خصلت‌ها و خوبی‌ها بیاراید و از اضرار آنها خویشتن را دور نگه دارد. ۳. احکام: یعنی دستورهایی که به فعالیت‌های خارجی و عینی انسان، اعم از امور معاشی و معادی، دنیوی و اخروی، فردی و اجتماعی مربوط است (مطهری، ۱۳۷۵: ۶۵)، و از نظریه گلاک و استارک^۹ (۱۹۶۸) شامل ابعاد اعتقادی یا باورهای دینی، اعمال دینی (شعائر و مناسک، پرستش و نیایش)، بعد تجربی دین، دانش دینی و پیامدهای دینداری (به نقل از انوری، ۱۳۷۳) استفاده شده است.

روش

در این پژوهش در بخش بررسی ابعاد مفهومی و نظری دینداری که ادبیات، تئوری‌ها و چارچوب نظری تحقیق را شکل می‌دهد، از روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و مطالعات نظری و در بخش سنجش سطح دینداری و عوامل مؤثر بر آن در بین کارکنان جوان از روش پیمایش^{۱۰} استفاده شده است.

واحد تحلیل در تحقیق حاضر فرد، اما سطح تحلیل آن گروه است. به عبارت دیگر، برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز درباره گروه جوانان شاغل، به افراد آنها مراجعه شده، ولی در مقام تحلیل به مجموعه داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه مورد مطالعه توجه شده است.

در انتخاب ابزار مناسب جهت گردآوری داده‌ها دو ملاحظه زیر مدنظر بوده است: ۱. تناسب ابزار مورد استفاده با روش تحقیق و شاخص‌هایی که برای اندازه‌گیری سازه مورد نظر تعریف شده است. ۲. امکانات طرح و به ویژه فرصت زمانی و به تبع آن سرعتی که در گزارش نتایج تحقیق مورد انتظار بوده است.

بر این اساس، با توجه به ویژگی‌های موضوع مورد مطالعه و عناصر تشکیل دهنده آن، حجم وسیع و پراکندگی جمعیت مورد مطالعه و ویژگی‌های آزمودنی‌ها و مهم‌تر از همه، زمان و میزان سرعتی که در انجام طرح و تدوین نتایج آن مورد نظر بود، پرسشنامه و مصاحبه بهترین شیوه برای گردآوری اطلاعات در نظر گرفته شد. در تهیه پرسشنامه از طیف لیکرت (مجموع نمرات) استفاده شده است. در بخش ادبیات، چارچوب نظری و تئوری‌های تحقیق، از ابزار فیش‌برداری برای گردآوری اطلاعات استفاده شد.

اعتبار ابزار این تحقیق از طریق اعتبار صوری مشخص شده است. منظور از آن شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا معرف‌های پژوهش از طریق مراجعه به داوران است. به منظور اندازه‌گیری پایایی ابزار تحقیق، از آلفای کرونباخ استفاده شد. به این منظور، پیش‌آزمون در بین ۴۰ نفر از کارکنان انجام گرفت. در نهایت آلفای کل سؤالات ۰/۹۲ به دست آمد که نمایانگر پایایی بالای پرسشنامه است.

جامعه آماری شامل جوانان شاغل در نهادهای فرهنگی در سطح کل کشور، بود. در برآورد حجم نمونه در این تحقیق از فرمول کوکران استفاده شد که جمعاً ۲۲۵۰ نفر برآورد شد. با توجه به حجم نمونه و ویژگی‌های جمعیت مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای و تصادفی استفاده شد. واحدهای نمونه بر اساس تعداد جوانان در

1. Glock & Stark
2. survey

هر رده سازمانی انتخاب شدند. از بین استان‌های کشور، یازده استان قم، اصفهان، تهران، شیراز، مشهد، آذربایجان، کرمانشاه، سیستان و بلوچستان، کرمان، مازندران و خوزستان، به عنوان نمونه انتخاب شدند.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از فنون آماری تعبیه شده در نرم‌افزار SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی بهره‌گیری شد. در سطح توصیفی از توزیع‌های آماری و شاخص‌های مرکزی چون درصد، میانه و... استفاده شد و در سطح تبیینی از آمارهایی که بیانگر روابط بین متغیرها هستند، نظیر فرمول همبستگی پیرسون، و رگرسیون چند متغیره استفاده شد.

یافته‌ها

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که حدود نیمی از پاسخگویان سابقه عضویت بیش از ۱۲ ماه داشته‌اند. بیشترین تعداد پاسخگویان را جوانان با تحصیلات دیپلم تشکیل می‌دادند (۴۵/۵ درصد). در مجموع ۲۹ درصد، تحصیلات دانشگاهی داشتند. تحصیلات پدر ۴۷/۵ درصد از پاسخگویان زیر دیپلم بود. در مجموع ۱۴/۵ درصد از پدران پاسخگویان تحصیلات دانشگاهی داشتند و قریب ۱۴ درصد بی‌سواد بودند. تحصیلات مادر حدود نیمی از پاسخگویان زیر دیپلم بود، ۷/۵ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی و ۲۰ درصد بی‌سواد بودند. در مجموع در مقایسه با پدران سطح تحصیلات مادران پایین‌تر بوده است. پدر ۷۷ درصد از پاسخگویان صاحب ملک (منزل) شخصی بوده است.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که درآمد سرپرست خانواده ۶۹/۵ درصد از پاسخگویان در حد متوسط است. ۴۵ درصد پاسخگویان، تنها یک دوره آموزشی حین خدمت را طی کرده‌اند. ۲۱ درصد نیز ۴ دوره مصوب آموزشی را پشت سر نهاده‌اند.

طبق نتایج جدول ۱، بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۹ درصد)، معتقدند که سازمان، نیازهای اقتصادی، اجتماعی، روانی و شغلی آنها را پاسخ نداده و در این زمینه ابراز نارضایتی کرده‌اند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۶ درصد)، نحوه مدیریت سرپرستان خود را، مناسب ارزیابی کرده‌اند (۱۵ درصد بسیار قوی و ۱۴ درصد قوی).

بیش از دو سوم پاسخگویان، نقش آموزش‌های عقیدتی و برنامه‌های فرهنگی را مثبت ارزیابی کرده‌اند. به این معنی که ۷۷ درصد معتقدند آموزش‌ها و برنامه‌های مذکور و امکانات و ساز و کارهای منظور شده در این زمینه مناسب و تأثیر گذار بوده است.

بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۵,۵ درصد) امکانات و تجهیزات سازمان را با اهداف از پیش تعیین شده در زمینه ارتقای ارزشها، مناسب قلمداد نکرده‌اند و در این زمینه معتقد به وجود کاستی‌ها و نقایصی هستند. اکثریت پاسخگویان (۸۰,۵ درصد) چگونگی روابط و تعاملات دوستانه در محیط سازمان را بهنجار و مثبت ارزیابی کرده‌اند، طوری که ۴۷,۵ درصد روابط را در حد خوب و ۳۳ درصد بسیار خوب بر شمرده‌اند. اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان (۹۰ درصد)، علقه سازمانی محکمی به سازمان خود ابراز داشته‌اند. طبق نتایج بدست آمده، اکثریت پاسخگویان (۶۶ درصد) پایگاه اجتماعی متوسطی دارند. ۲۹ درصد پایگاه اجتماعی پایین و ۵ درصد نیز از پایگاه بالایی برخوردارند. کلیه آزمونهای بکار رفته از نظر آماری معنی دار بوده است. در نتیجه داده‌ها با اطمینان ۹۹ درصد قابل تعمیم به جامعه آماری است.

جدول ۱- توزیع نظر پاسخگویان در خصوص متغیرهای مستقل

<u>X^2</u>	<u>خیلی کم</u>	<u>کم</u>	<u>زیاد</u>	<u>خیلی زیاد</u>	<u>جوابها</u>
<u>MEDIAN</u>					<u>متغیرها</u>
<u>P</u>					
$X^2 = 40/514$					
$M=2$	۱۸	۴۰٫۸	۳۱٫۸	۹٫۳	میزان ارضای نیازها
$P=.000$					
$X^2 = 484/897$					
$M=2/6$	۱۴٫۴	۳۱٫۷	۴۰٫۶	۱۵٫۳	نحوه مدیریت (سرپرستی)
$P=.000$					
$X^2 = 853/099$					
$M=3/07$	۴٫۷	۱۸٫۵	۴۷٫۹	۲۹	جامعه پذیری سازمانی
$P=.000$					
$X^2 = 286/875$					
$M=2/33$	۱۶٫۵	۳۹	۴۴٫۵	۰	امکانات
$P=.000$					
$X^2 = 1002/94$					
$M=3/17$	۲٫۴	۱۷	۴۷٫۴	۳۳٫۲	روابط دوستانه (غیر رسمی)
$P=.000$					
$X^2 = 1462/4$					
$M=3/33$	۱٫۶	۸٫۴	۴۹٫۶	۴۰٫۵	علاقه سازمانی
$P=.000$					
$X^2 = 751/153$					
$M=2$	۲۸٫۹	۶۶٫۶	۴٫۹	۰	پایگاه اجتماعی
$P=.000$					

طبق آنچه در جدول ۲ به تصویر کشیده شده است حدود نیمی از پاسخگویان (۵۰٫۵ درصد) از انگیزه لازم برای انجام فعالیت برخوردار نیستند. به عبارتی، ۳۵ درصد انگیزه شان پایین و ۱۵٫۵ درصد بسیار پایین است. این در حالی است که اکثریت پاسخگویان (۸۹٫۵ درصد)، نگرش مثبتی به سازمان دارند (۵۷ درصد نگرش مثبت و ۳۲٫۵ درصد کاملاً مثبت). اکثریت پاسخگویان (۸۱٫۵ درصد) کارکرد سازمان را مثبت ارزیابی کرده‌اند (۵۱٫۵

درصد در حد قوی و ۲۰ درصد بسیار قوی). آزمون بکار رفته از نظر آماری معنی‌دار است در نتیجه، یافته‌ها قابل تعمیم به جامعه آماری است.

جدول ۲- توزیع نظر پاسخگویان در خصوص متغیرهای مستقل کلی

χ^2 MEDIAN P	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	جوابها متغیرها
$\chi^2 = 468/117$ M=۲ P=.۰۰۰	۱۵,۴	۳۵,۱	۳۸	۱۱,۵	انگیزش سازمانی
$\chi^2 = 1608/744$ M=۳ P=.۰۰۰	۱,۲	۹,۶	۵۶,۸	۳۲,۵	نگرش سازمانی
$\chi^2 = 984/049$ M=۳ P=.۰۰۰	۴,۲	۲۴,۲	۵۱,۷	۱۹,۹	کارکرد سازمان

مطابق اطلاعات مندرج در جدول ۳، اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان (۹۷,۵ درصد) به میزان زیاد و خیلی زیادی از شناخت دینی برخوردار بوده اند. اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان (۹۹درصد) در حد زیاد و خیلی زیادی عقاید دینی محکمی داشته اند. بیشتر پاسخگویان (۸۱,۵ درصد) اعمال و مناسک دینی را انجام می دهند (۵۵,۵ درصد در حد زیاد و ۲۶ درصد در حد خیلی زیاد). ۹۴ درصد برآنند که بر دین و دینداری آثار مثبت و ارزنده فردی و اجتماعی مترتب است (۵۲ درصد خیلی زیاد و ۴۲ درصد زیاد). ۹۸,۵ درصد نوعی تجربه دینی را پشت سر گذارده اند و به عبارتی طعم دینداری را چشیده اند.

اکثریت پاسخگویان (۹۸ درصد) از نوعی احساس عشق و دوستی به خدا و ائمه(عواطف دینی) برخوردارند (۷۵,۵ درصد خیلی زیاد و ۲۲,۵ درصد زیاد).

۹۸,۵ درصد دینداری بالایی داشته اند. (۲۵ درصد زیاد و ۷۳,۵ درصد بسیار زیاد). آزمون بکار رفته از نظر آماری در مورد یکایک ابعاد دینداری معنی‌دار است، در نتیجه با اطمینان ۹۹ درصد، یافته ها قابل تعمیم به جامعه آماری است.

جدول ۳- توزیع دینداری پاسخگویان

χ^2 MEDIAN:P	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	جوابها متغیرها
$X^2 = 3574/340$ $M = 4; P = .000$	۰,۱	۱,۴	۱۹,۲	۷۹,۲	شناخت دینی
$X^2 = 4847/882$ $M = 4; P = .000$	۰,۲	۰,۸	۹	۸۹,۹	اعتقاد دینی
$X^2 = 1362/801$ $M = 3; P = .000$	۱,۵	۱۶,۸	۵۵,۶	۲۶,۱	مناسک دینی
$X^2 = 1781/932$ $M = 4; P = .000$	۰,۶	۵,۳	۴۱,۷	۵۲,۳	پیامدها
$X^2 = 3535/693$ $M = 4; P = .000$	۰,۲	۱,۳	۲۰,۹	۷۷,۶	تجربه دینی
$X^2 = 3295/601$ $M = 4; P = .000$	۰,۳	۱,۹	۲۲,۶	۷۵,۳	عواطف دینی
$X^2 = 2687/225$ $M = 4; P = .000$	۰,۲	۱,۴	۲۵,۱	۷۳,۳	دینداری کل

طبق نتایج جدول ۴، رابطه دو متغیر ارضای نیاز و دینداری از نظر آماری معنی‌دار است ($s.c = 0/25, p < 0/05$) در نتیجه فرض H_1 تأیید می‌شود. نتایج، حاکی از وجود رابطه معنی‌دار آماری بین دو متغیر مدیریت و دینداری جوانان است ($s.c = 0/27, p < 0/05$) در نتیجه فرض H_1 تأیید می‌شود.

مطابق نتایج، بین دو متغیر جامعه‌پذیری سازمانی و سطح دینداری رابطه معنی‌دار آماری وجود دارد. ($s.c = 0/37, p < 0/05$) در نتیجه فرض H_1 تأیید می‌شود.

نتایج حاکی از وجود رابطه معنی‌دار آماری بین دو متغیر امکانات و دینداری جوانان است. ($s.c = 0/11, p < 0/05$) از این رو. فرض H_1 تأیید می‌شود.

بین دو متغیر روابطه دوستانه و دینداری رابطه معنی‌دار آماری وجود دارد ($s.c = 0/36, p < 0/05$). در نتیجه فرض H_1 تأیید می‌شود.

بین دو متغیر علقه سازمانی و سطح دینداری جوانان رابطه معنی‌دار وجود دارد ($s.c = 0/34, p < 0/05$)، در نتیجه فرض H_1 تأیید می‌شود. اما بین دو متغیر پایگاه اجتماعی و دینداری جوانان رابطه معنی‌دار وجود ندارد، در نتیجه فرض H_0 تأیید می‌شود.

جدول ۴- روابط متغیرهای مستقل و سطح دینداری جوانان

<u>Sig</u>	<u>Spearman Correlation</u>	<u>روابط بین متغیرها</u>
۰,۰۰۰	۰,۲۵۷	ارضای نیاز و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۲۷۲	نحوه مدیریت و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۳۷	جامعه پذیری سازمانی و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۱۱	امکانات و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۳۶۳	روابط دوستانه(غیر رسمی) و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۳۴۶	علاقه سازمانی و دینداری
۰,۰۶۲	۰,۰۵۵	پایگاه اجتماعی و دینداری

طبق یافته‌های جدول ۵، بین دو متغیر انگیزش شغلی و سطح دینداری جوانان رابطه معنی دار آماری وجود دارد (s.c = ۰/۲۷, p < ۰/۰۵)، در نتیجه فرض H₁ تأیید می‌شود. به این معنی که با افزایش انگیزه کارکنان، سطح دینداری آنها نیز افزایش می‌یابد و بر عکس. آزمون اسپیرمن نشان می‌دهد بین دو متغیر نگرش به سازمان و سطح دینداری، رابطه معنی داری وجود دارد (s.c = ۰/۳۸, p < ۰/۰۵)، در نتیجه فرض H₁ تأیید می‌شود. به این معنی که هر چه نگرش جوانان به سازمان مثبت‌تر باشد، گرایش دینی آنها نیز قوی‌تر است. آزمون بکار رفته مؤید معنی‌داری رابطه بین دو متغیر ویژگی‌های کارکردی و سطح دینداری بوده است (s.c = ۰/۳۳, p < ۰/۰۵)، در نتیجه بین دو متغیر کارکرد سازمان و دینداری رابطه وجود دارد. از این رو فرض H₁ تأیید می‌شود. یعنی هر چه عوامل سازمانی وظایف خویش را بهتر انجام دهند، گرایش جوانان شاغل در چنین سازمانهایی به ارزشهای دینی، بیشتر می‌شود.

جدول ۵- روابط متغیرهای مستقل کلی و سطح دینداری جوانان

<u>Sig</u>	<u>Spearman Correlation</u>	<u>روابط بین متغیرها</u>
۰,۰۰۰	۰,۲۷۸	انگیزش سازمانی و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۳۸۶	نگرش سازمانی و دینداری
۰,۰۰۰	۰,۳۳۱	کارکرد سازمان و دینداری

بر اساس اطلاعات جدول ۶، مقدار ضریب همبستگی رگرسیون چند متغیره (R=۵۸) بیانگر همبستگی نسبتاً قوی مجموعه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته است. مقدار ضریب تعیین (R² = ۰/۲۴) بیان کننده تبیین بخشی از

واریانس متغیر وابسته، توسط هفت متغیر مستقل است. به این معنی که با ورود همه متغیرهای رفع نیاز علقه سازمانی، روابط اجتماعی، نحوه مدیریت، امکانات، جامعه‌پذیری سازمانی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی، حدود ۳۴ درصد از تغییرپذیری دینداری جوانان توسط این عوامل تبیین می‌شود.

جدول ۶- میزان تبیین متغیر وابسته (دینداری) توسط متغیرهای باقیمانده در معادله رگرسیون

مدل	R	R ²	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	۰,۵۸۷	۰,۳۴۵	۰,۳۴۰	۱۱,۳۱۲

طبق یافته‌های جدول ۷، مقدار آزمون فیشر ($F = ۸۰/۵۰۰$) که در سطح معناداری قرار دارد ($p < .05$)، بیانگر رابطه معنادار متغیر وابسته (دینداری) با مجموعه متغیرهای باقی مانده در معادله است.

جدول ۷- تحلیل واریانس برای معنی‌داری مدل (ANOVA)

مدل	مجموع مجذور	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	Sig
رگرسیون	۷۲۱۱۵۰۳۲	۷	۱۰۳۰۲,۱۸	۸۰,۵۰۰	.۰۰۰
باقیمانده	۱۳۷۱۹۲۰۳۸	۱۰۷۲	۱۲۷,۹۷		
جمع	۲۰۹۳۰۷۰۷۰	۱۰۷۹			

طبق اطلاعات مندرج در جدول ۸، متغیر «جامعه‌پذیری سازمانی» بیشترین تأثیر را بر دینداری جوانان داشته است (با ضریب ۰,۲۸)، یعنی توفیق در اجرای برنامه‌های فرهنگی - عقیدتی تأثیر عمده‌ای در افزایش دینداری جوانان بجای گذاشته است. به عبارتی به ازای هر واحد جامعه‌پذیری سازمانی، دینداری به میزان ۲۸ درصد افزایش یافته است. دومین متغیر مؤثر بر دینداری جوانان، متغیر «علقه سازمانی» است با ضریب ۰,۲۴ یعنی به ازای هر واحد افزایش علقه سازمانی، دینداری به میزان ۲۴ درصد افزایش یافته است.

سومین متغیری که بر دینداری تأثیر داشته، متغیر «روابط اجتماعی دوستانه» است. ضریب تأثیر رگرسیونی استاندارد شده (بتا) آن برابر ۰,۲۰ می‌باشد. یعنی به ازای هر واحد افزایش روابط اجتماعی دوستانه در محیط سازمان، دینداری با افزایش ۲۰ درصدی مواجه می‌شود.

متغیر امکانات، چهارمین متغیری است که به لحاظ وزن بتا وارد معادله شده است. ضریب بتای متغیر مذکور ۰,۰۸- می‌باشد. یعنی به ازای هر واحد افزایش امکانات، دینداری به میزان ۰,۰۸ کاهش می‌یابد.

سایر متغیرهای وارد شده در معادله، یعنی رفع نیاز، مدیریت و پایگاه اجتماعی - اقتصادی از نظر آماری معنی‌داری نمی‌باشند. در نتیجه تأثیر چندانی بر دینداری جوانان ندارند.

همانطور که در خروجی ملاحظه می‌شود، متغیرهای جامعه‌پذیری سازمانی، امکانات، روابط اجتماعی و علقه سازمانی رابطه معنی‌داری در سطح ۹۹ درصد اطمینان با دینداری دارند. ولی رفع نیاز، مدیریت و پایگاه اجتماعی - اقتصادی رابطه معنی‌داری را نشان نمی‌دهند.

جدول ۸- رگرسیون چندمتغیره برای شناسایی (پیش بینی) عوامل مؤثر بر دینداری

<u>Sig</u>	<u>T</u>	<u>Beta</u>	<u>SEB</u>	<u>B</u>	<u>عنوان متغیر</u>
.۰۰۰	۸,۲۹	۰,۲۸	۰,۶۲	۵,۱۶	جامعه پذیری سازمانی
.۰۰۱	-۳,۲۶	-۰,۰۸	۰,۴۹	-۱,۶۲	امکانات
.۰۰۰	۶,۶۰	۰,۲۰	۰,۶۰	۳,۹۷	روابط اجتماعی
.۰۰۰	۷,۵۷	۰,۲۴	۰,۶۷	۵,۰۷	علقه سازمانی
.۳۸	۰,۸۷	۰,۰۳	۰,۵۵	۰,۴۸	رفع نیاز
۰,۲۵	-۱,۱۵	-۰,۰۴	۰,۵۹	-۰,۶۸	مدیریت
۰,۲۴	۱,۱۶	۰,۰۲	۰,۶۵	۰,۷۶	پایگاه اجتماعی-اقتصادی
.۰۰۰	۵۰,۶۵		۲,۲۷	۱۱۵,۱۸	عدد ثابت (Constant)

نتایج تکنیک تحلیل مسیر در جدول ۹، نشان داد متغیر علقه سازمانی بیشترین تأثیر مستقیم و غیرمستقیم (بواسطه متغیر جامعه پذیری سازمانی) را با ضریب ۰.۳۰ بر دینداری داشته است. متغیر جامعه پذیری سازمانی دومین متغیری است که تأثیر بیشتری در دینداری داشته است با ضریب ۰.۲۸. اما به صورت مستقیم. متغیر روابط اجتماعی، سومین متغیری است که علاوه بر تأثیر مستقیم، به صورت غیر مستقیم و با واسطه متغیر جامعه پذیری (با ضریب ۰.۱۷)، متغیر علقه سازمانی (با ضریب ۰.۳۷) بر دینداری مؤثر بوده است (با ضریب ۰.۲۱). متغیر دیگر امکانات است که علاوه بر تأثیر مستقیم کاهنده؛ به صورت غیر مستقیم از طریق متغیرهای جامعه پذیری (با ضریب ۰.۰۹)، روابط اجتماعی (با ضریب ۰.۰۷)، مدیریت (با ضریب ۰.۱۳) و رفع نیاز (با ضریب ۰.۲۲)، بر متغیر وابسته دینداری مؤثر بوده است. تأثیر همه متغیرهای فوق افزاینده بوده، تنها امکانات آن هم به طور مستقیم تأثیر کاهنده بر دینداری داشته است.

جدول ۹- نتایج تکنیک تحلیل مسیر

<u>متغیر مستقل</u>	<u>اثرات غیر مستقیم</u>	<u>اثرات مستقیم</u>	<u>مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم</u>
جامعه پذیری سازمانی	-	۰.۲۸	۰.۲۸
امکانات	۰.۰۰۰۱۴۴۱	-۰.۰۸	-۰.۰۸
روابط اجتماعی	۰.۱۲۵	۰.۲۰	۰.۲۱
علقه سازمانی	۰.۰۶۷	۰.۲۴	۰.۳۰
رفع نیاز	۰.۰۱۸۵	---	۰.۰۱
مدیریت	۰.۰۲۶	---	۰.۰۲
پایگاه اجتماعی- اقتصادی	۰.۰۰۴۸	---	۰.۰۰۴

بحث

هدف این پژوهش، بررسی سطح دینداری جوانان و شناسایی عوامل فردی و سازمانی مؤثر بر افزایش و یا کاهش آن در نهادهای فرهنگی بود. در این بررسی شش فرضیه تأیید و یک فرضیه تأیید نگردید. فرضیه نخست این نکته را مطرح نمود که بین دو متغیر ارضای نیاز و دینداری رابطه معنی‌دار وجود دارد؛ به این معنی که به موازات ارضای نیازهای سازمانی جوانان، دینداری آنها افزایش می‌یابد. رابطه مذکور همسو با نظریه شهید مطهری مبنی بر ارضای نیازهای روحی و اجتماعی و تأثیر آن بر توسعه و کمال دینی، و همچنین نظریه مزلو مبنی بر ارضای نیاز و تأثیر آن بر رشد و پیشرفت انسانی (در اینجا رشد و کمال دینی) است. بنابراین به موازات تلاش سازمان در راستای پاسخگویی به نیازهای مادی و روحی، گرایش به دینداری نزد جوانان افزایش می‌یابد. اما، یافته مذکور با نظریه اینگلهارت^{۱۱} (۱۳۸۷: ۳۹) که بیان داشت بین امنیت و دینداری رابطه معکوس وجود دارد در تعارض است.

یافته دیگر این پژوهش، تأیید فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار آماری بین دو متغیر مدیریت و دینداری جوانان بود. نظریه ناهماهنگی شناختی فستینگر به عنوان نظریه‌ای عام به منظور تبیین رابطه مذکور مورد استفاده قرار گرفت و تأیید شد. به این معنی که چنانچه حرف و عمل مدیران بر هم منطبق و یکی باشد، میان تصورات و آموخته‌ها و ادراکات جوانان از واقعیت اجتماعی سازمان و نحوه مدیریت و آنچه در عمل مشاهده نموده‌اند هماهنگی و تطابق ایجاد می‌شود و باورها، نگرش‌ها و رفتارهای آنها، خصوصاً در حوزه دین تحت تأثیر قرار می‌گیرد. قرآن کریم (صف: ۲ و ۳) در این زمینه می‌فرماید:

ای کسانی که ایمان آورده‌اید چرا سخنی می‌گویید که عمل نمی‌کنید؟ نزد خدا بسیار موجب خشم است که سخنی بگویید که عمل نمی‌کنید.

فرضیه سوم بیان داشت بین جامعه‌پذیری سازمانی و سطح دینداری جوانان رابطه معنی‌دار وجود دارد. نتایج در خصوص رابطه دو متغیر فوق با نظریه کارکردی نظام اجتماعی پارسونز همسو و هماهنگ است. پارسونز معتقد است کارکرد عمده خرده سیستم «نظام فرهنگی» به عنوان یکی از چهار خرده نظام، ایجاد پایداری در جامعه است که بخشی از آن از طریق «آموزش» انجام می‌گیرد. از این رو به موازات تقویت آموزش‌ها و فعالیتهای فرهنگی و تربیتی و پویایی از روشهای تبلیغی و ترویجی باورها، ارزشها و رفتارهای دینی عمق بیشتری یافته است.

یافته دیگر این پژوهش، تأیید فرضیه چهارم یعنی وجود رابطه معنی‌دار آماری بین دو متغیر امکانات و دینداری جوانان است. یافته‌ها در خصوص ارتباط دو متغیر فوق، همسو با نظریه مرتن است یعنی به موازات افزایش امکانات فرهنگی (نمازخانه، دارالقرآن و...) (تفریحی، اداری و...)، گرایش به برنامه‌های دینی و ارزشهای نهادینه شده در سازمان بیشتر شده است. از آنجا که در سازمان‌های فرهنگی بر اهداف نهادی و ارزشهای دینی تأکید می‌شود، چنانچه امکانات رسیدن به آنها در اختیار قرار نگیرد به تعبیر مرتن آنومی یا آشفتگی (به تعبیر ما دین‌گریزی) رخ می‌دهد. در تحلیل مسیر مورد استفاده، صرف امکانات، به طور مستقیم منجر به افزایش دینداری نمی‌شد، اما از

طریق متغیرهای واسطی چون رفع نیاز، مدیریت، روابط اجتماعی، و جامعه‌پذیری بر متغیر دینداری تا اندازه‌ای مؤثر بود. با این توجیح که هرگاه در سازمان امکانات فرهنگی فراهم باشد، پاسخگوی برخی نیازها بوده و کار برای مدیریت تسهیل می‌گردد. مدیریت قوی روابط دوستانه و اجتماعی را در محیط کار تقویت می‌کند و منجر به تقویت جامعه‌پذیری سازمانی می‌گردد یا به طور مستقیم کارکنان را به ارزشهای سازمان پیوند می‌زند و از این طریق در فرآیند دینداری نقش مثبت ایفا می‌کند.

یافته‌ها، حاکی از وجود رابطه معنی‌دار آماری بین دو متغیر روابط دوستانه و دینداری بود. این نتیجه همسو با نظریه انتقال فرهنگی ساترلند بود. بدین معنی که جوانان بواسطه ارتباط با دوستان شایسته، همواره تحت تأثیر آنها قرار گرفته و رفتارهای مثبت را می‌آموزند، و در نهایت این امر منجر به افزایش دوستی، ایمان و سطح دینداری آنان می‌شود. در این رابطه پیامبر اکرم (ص) فرموده است: «از همنشینی و دوستی افراد بد دوری گزینید، که با آنان شناخته می‌شوید» (المتقی الهندی، ۱۳۶۹: ۴۳) و یا مولوی (دفتر اول، ۷۱۰) می‌گوید:

همنشین اهل معنی باش تا هم عطا یابی و هم باشی فتنی

فرضیه ششم این نکته را مطرح نمود که بین دو متغیر علقه سازمانی و سطح دینداری جوانان رابطه معنی‌دار وجود دارد. به این معنی که به موازات افزایش تعلق و تعهد نسبت به سازمان، سطح دینداری جوانان نیز افزایش و رفتارهای نابهنجار آنان کاهش می‌یابد. یافته‌ها در این خصوص نشانگر تأیید نظریه علقه هیرشی است. امام علی (ع) در بیانی کاربردی که مؤید نظریه فوق نیز می‌باشد می‌فرماید: «هر که به مسجد رفت و آمد کند به یکی از این هشت چیز دست یابد، یا برادر دینی سودمند، یا دانشی جدید، یا آیتی محکم و استوار، یا رحمتی منتظر، یا سخنی که او را از هلاکت برهاند، یا شنیدن جمله‌ای که او را به راه راست هدایت کند یا آنکه گناهی را از ترس یا شرم ترک گوید» (حر عاملی، ۱۴۰۹: ۱۹۷).

فرضیه هفتم: بین پایگاه اجتماعی و سطح دینداری رابطه وجود دارد.

یافته‌ها، حاکی از نبود رابطه معنی‌دار بین دو متغیر پایگاه اجتماعی و دینداری جوانان است. یافته‌ها نظریه پیتروسی را تأیید نمی‌کند. به این معنی که پایگاه اجتماعی همبستگی چندانی با سطح دینداری ندارد. در خاتمه با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش به منظور بهبود رفتارهای دینی جوانان ساخت مساجد و نمازخانه و دارالقرآن به فاصله مناسب از محل کار، توجه به معماری اسلامی، بهبود کیفیت تغذیه ماه رمضان، افزایش نمادهای دینی در محل کار، حضور بیشتر روحانیون و... توصیه می‌شود. توجه به نیازهای جوانان در زمینه آموزشهای فنی و حرفه‌ای و مهارت افزایی، و حفظ کرامت انسانی و منزلت اجتماعی آنان برای ارتقای سطح دینداری ضروری است. از این رو لازم است دفتر ساماندهی خدمات و کانون‌های حمایتی از کارکنان در چنین سازمانهایی افزایش یابد.

در نظام مدیریتی، روابط دوستانه و غیر رسمی با جوانان تعریف و نهادینه شود؛ چرا که چنین روابطی می‌تواند اثرات مثبت و سازنده‌ای در گرایش آنان به دین و ارزشهای دینی داشته باشد. همچنین استفاده بجا و بهینه از دانش، تخصص و مهارت جوانان و پرهیز از برخوردهای ناعادلانه و تبعیض‌آمیز، باورمندی آنان را به دین و ارزش‌های آن تقویت می‌کند.

لازم است به منظور جامعه‌پذیری فرهنگی کارکنان جوان و جدیدالورود، فرهنگ سازمانی و ارزش‌های الهی مورد تأکید آن به درستی معرفی شود تا زمینه اعتماد و تعلق آنها به سازمان فراهم گردد.

بودجه و امکانات و نیروی کافی جهت ایجاد فضای مناسب مطالعه و فراگیری علوم دینی و قرآنی در اختیار نهادها قرار گیرد، نیروهای خلاق و توانمند در امور فرهنگی بویژه روحانی تربیت شود، بودجه کافی برای برنامه‌های فرهنگی - تربیتی اختصاص یابد و مرکز مشاوره دینی با تجهیزات لازم تأسیس شود.

در فعالیتهای فرهنگی و تربیتی خاطرات دوران دفاع مقدس و شرح حال شهدا بازگو شود، ارتباط با خانواده جوانان در دستور کار قرار گیرد، تشویق به دیدار خصوصی و عمومی از مکانها و مراکزی که جنبه مذهبی دارند؛ استخراج احادیث و روایات معصومین پیرامون دوستیابی و انتخاب همنشین و انتشار در قالب‌های جذاب، آشنا نمودن جوانان با کتاب و کتابخوانی، تشکیل گروه‌های همیاری و همکاری به منظور فعالیت در امور اجتماعی و فرهنگی و ایجاد زمینه‌های مساعد برای تبادل نظر و برقراری روابط دوستانه میان کارکنان جوان با پیشکسوتان متدین و مجرب توصیه می‌شود.

در زمینه تقویت آموزشها نیز لازم است از اساتید دانشگاه، مدیران و مربیان نخبه و ارزشی در کلاسهای آموزشی استفاده شود، کتابها و دوره‌ها متناسب با خرده فرهنگها و حتی گویش‌های اقوام تقسیم بندی شود، آموزشها فراگیر و همه جانبه و چند بعدی باشد (علاوه بر آموزش معارف، آموزشهای اجتماعی و...) نیز در دستور کار قرار گیرد.

منابع

انوری، حمیدرضا. (۱۳۸۳). پژوهشی راجع به تقدیرگرایی. پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

اینگلهارت، رونالد؛ نوریس، پیپا. (۱۳۸۷). *مقدس و عرفی دین و سیاست در جهان*. (مریم وتر، مترجم). تهران: کویر.

المتقی الهندی، علاء الدین علی. (۱۳۶۹). *کنز العمال*، ج ۹. حیدرآباد.

جلال الدین محمد بلخی، مولانا. (۱۳۱۹). *مثنوی معنوی، دفتر اول*، ۷۱۰. تهران: خاور.

حر عاملی، محمدبن حسن. (۱۴۰۹). *وسائل الشیعه*. قم: مؤسسه آل البیت.

سبحانی، جعفر. (۱۳۸۳). *رمز پیروزی مردان بزرگ*. تهران: نسل جوان.

شفرز، برنهارد. (۱۳۸۴). *مبانی جامعه شناسی جوان*. (کرامت الله راسخ، مترجم). تهران: نشر نی.

طباطبایی، محمد حسین. (۱۳۷۰). *مجموعه رسائل*. (سید هادی خسروشاهی، مترجم). تهران: دفتر نشر

اسلامی.

قرآن کریم. (ناصر مکارم شیرازی، مترجم).

مطهری، مرتضی. (۱۳۷۵). *مجموعه آثار استاد شهید مطهری، جلدهای ۲ و ۴ و ۱۹*. تهران: صدرا.

مطهری، مرتضی. (۱۳۸۰). *مجموعه یادداشتهای استاد مطهری، ج ۴*. تهران: صدرا.

نظری، بهروز. (۱۳۸۱). *تأثیر نگرش مذهبی در قضاوت اخلاقی و نوع دوستی دانش آموزان راهنمایی و متوسطه*

شهر تهران در سال تحصیلی ۸۰-۸۱. تهران: معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران، گروه پژوهشی علوم

تربیتی.

Hamilton, M. (2001). *The sociology of religion*. Second edition, New York, Routledge.

Gorsuch, R.L. (1995). *Religious aspect of substance abuse and recovery*. Journal of Social Issues, 15(2): 65-83.