

Pathology of Culture Promotion and Development Programs to Pray at Islamic Azad University of Sirjan

Tayebeh Balvardi (Ph.D.)¹
Zohreh Ghavidel²

Abstract

The present article examines the pathology of programs to promote and develop the culture of prayer as an important indicator for future planning of the education system. Cultural work and programs to promote and develop the culture of prayer for students in general, is one of the policies of the Vice Chancellor of Culture at the Islamic Azad University. Each phenomenon may be exposed to different damages; it is necessary to study the planning approach of the situation of offering prayers and identify its harms. By identifying weaknesses and injuries, comprehensive plans can be achieved to further strengthen prayer promotion and development programs. This research is a survey, applied and descriptive and analytical in terms of correlation. The statistical population is all students studying at the Islamic Azad University of Sirjan. In this study, 364 students were randomly selected for sampling. According to the research results, the average index of extension programs for prayer is 2.54, which means that it is average to low. This index has the highest correlation with the Congregational Imam index ($r = 0.50$), followed by professors, officials and staff ($r = 0.40$) and finally, with the university mosque index ($r = 0.24$). In the following, the relationship between the institutionalization index and the independent variables of the research can be examined. The highest correlation for the awareness index is " $r = 0.28$ " and for religious missionaries is " $r = 0.27$ ".

Keywords: *Programs, Promotion and Development, Prayer, Cultural Trustees (Professors, Imams), Physical Environment of the University Mosque, Awareness, Rewards.*

1. Correspondent Author: Assistant Professor, Department of Islamic knowledge, Sirjan Branch, Islamic Azad University, Sirjan, Iran, balvardit@gmail.com
2. Master of Sociology, Islamic Azad University, Sirjan, Iran

آسیب‌شناسی برنامه‌های ترویج و توسعه فرهنگ اقامه نماز دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان

دکتر طیبه بلوردی*، زهره قوبدل**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۱۰

چکیده

مقاله حاضر به بررسی آسیب‌شناسی برنامه‌های ترویج و توسعه فرهنگ اقامه نماز به عنوان یک شاخص مهم در جهت برنامه‌ریزی‌های آینده نظام تعلیم و تربیت پرداخته است. کار فرهنگی و برنامه‌های ترویج و توسعه فرهنگ نماز برای دانشجویان به‌طور عام، یکی از سیاست‌های معاونت فرهنگی در دانشگاه آزاد اسلامی است. هر پدیده‌ای ممکن است در معرض آسیب‌های متفاوت قرار گیرد؛ ضرورت دارد رویکرد برنامه‌ریزی وضعیت اقامه نماز مورد کنکاش قرار گیرد و آسیب‌های آن شناسایی شود. با شناسایی نقاط ضعف و آسیب‌ها می‌توان به برنامه‌ای جامع در جهت تقویت هر چه بیشتر برنامه‌های ترویج و توسعه نماز دست یافت. این پژوهش پیمایشی، کاربردی و از نظر اجرا توصیفی و تحلیلی از نوع همبستگی است. جامعه آماری کل دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان است. در این نوشتار برای نمونه‌گیری به صورت تصادفی ۳۶۴ نفر از دانشجویان انتخاب شدند. براساس نتایج پژوهش، میانگین شاخص برنامه‌های ترویجی اقامه نماز ۲/۵۴، یعنی متوسط به پایین است. این شاخص بیشترین همبستگی را با شاخص امام جماعت (r=۰/۵۰) و بعد استادان، مسئولان و کارکنان (r=۰/۴۰) و در نهایت، با شاخص مسجد دانشگاه (r=۰/۲۴) دارد. در ادامه، می‌توان ارتباط شاخص نهادینه کردن را با متغیرهای مستقل تحقیق مورد بررسی قرار داد. بیشترین میزان ارتباط برای شاخص آگاه‌سازی (r=۰/۲۸) و مبلغان مذهبی (r=۰/۲۷) است.

کلیدواژه‌ها: ترویج و توسعه، اقامه نماز، متولیان فرهنگی (استادان، امام جماعت)، فضای فیزیکی مسجد دانشگاه، آگاه‌سازی، پاداش.

*. نویسنده مسئول: استادیار گروه معارف، واحد سیرجان، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران
balvardit@gmail.com

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران

بیان مسأله

نماز از جمله نماز از جمله والاترین عبادت‌ها و عالی‌ترین^۱ شکل ارتباط عاشقانه با خداوند است. نماز یک ضرورت مطلق بوده، از شرایط اساسی زندگی انسان به شمار می‌رود که نباید در حاشیه فعالیت‌های روزمره زندگی قرار گیرد؛ بلکه باید در متن و ساختار زندگی انسان تنظیم شود.^۲ از منظر امام خمینی (ره) نماز نسخه جامع است؛ نسخه‌ای که پروردگار برای رهایی جان قدسی انسان از قفس طبیعت، تجویز کرده است. ایشان می‌فرمایند: «حقیقت این عبادت الهی و نسخه جامعه برای خلاصی این طایرهای قدسی از قفس تنگنای طبیعت به کشف نام محمدی ترتیب داده شده و به قلب مقدسشان نازل شده است...» «این نسخه کامل که ترکیب قدسی الهی است؛ همانند دیگر افعال و احکام الهی برپایه حکمت و قوانین حضرت حق بنا نهاده شده است» (امام خمینی، ۱۳۶۸: ۱۰).

اساسی‌ترین اقدام برای نیل به توسعه و اقامه نماز در جامعه «برنامه‌ریزی، بسترسازی و فرهنگ‌سازی توسط نهادهای متولی، به ویژه دانشگاه» است. قرآن کریم می‌فرماید از ویژگی‌های یاران خداوند آن است که: «الَّذِينَ إِن مَكَّنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَ لِلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ» (حج/۴۱): آنها کسانی هستند که هر گاه در زمین به آنها قدرت بخشیدیم، نماز را برپا می‌دارند و زکات می‌دهند و امر به معروف و نهی از منکر می‌کنند.

بهترین زمان شکل‌گیری شخصیت فرد و نهادینه شدن ارزش‌ها و فرهنگ، «مقطع جوانی» است. ثبات شخصیت هر انسان در این زمان آغاز می‌شود و به هر صورت شکل می‌گیرد. جوانان متأثرترین قشر در اجتماع هستند که تمایلات و گرایش‌هایشان آنها را متوجه اهدافشان می‌سازد. باید حقیقت و لذت نماز برای افراد جامعه تبیین شود و جوانان و نوجوانان به مسائل معرفتی آشنا شوند. باید با تقویت انگیزه‌های معنوی، آنها را به سمت معنویت سوق دهیم. میزان مشارکت در نماز تحت تأثیر عوامل مختلفی است و همچون هر نهاد دیگری، از تحولات اجتماعی متأثر می‌شود و هر نوع تغییر اجتماعی می‌تواند بر میزان مشارکت دانشجویان در نماز تأثیر بگذارد.

۱. پیامبر اکرم (ص) فرمودند: پاکیزه‌ترین و بلندترین اعمال که شما را به عالی‌ترین درجه قرب الهی می‌رساند و بهترین چیزی است که خورشید بر آن می‌تابد، ذکر و یاد خداست (بحار الانوار، ۱۴۱۰، ج ۹۰: ۱۶۳).

۲. إِنَّ صَلَاتِي وَ نُسُكِي وَ مَحْبَابِي وَ مَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ (انعام/۱۶۲).

از طرفی، یکی از مسائل مهم در ارتباط با موقعیت و وضعیت دانشجویان در جامعه در حال گذار ایران، فاصله گرفتن و گذار جامعه از وضعیت سنتی به صنعتی و گسترش چشمگیر و روزافزون مدرنیته است که بر اثر آن، قشر جوان و دانشجو دچار نوعی سردرگمی، ناآرامی، تشویش، تردید و دودلی در شکل‌گیری باورها و اعتقاداتشان شده‌اند. باید توجه داشت قشر جوان و دانشجو نقش فعالی نیز در پیشگیری و بازدارندگی از هویت‌های آسیب‌دیده و نامطلوب دارند. این امر محقق نخواهد شد، مگر با داشتن مهارت مقابله با آسیب، عزت نفس، دریافت حمایت اجتماعی و القای امید. دین و معنویت نقشی اساسی در عزت نفس و سلامت روان دارد.

امروزه سازمان‌های دانشگاهی و آموزش عالی همچون سایر نهادهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای مقابله خردمندانه با چالش‌ها و نیازهای پیش رو، توجه ویژه‌ای به اهداف، وظایف و کارکردهای خود مبذول می‌دارند. یکی از مهم‌ترین کارکردها و اهداف، فرهنگ و تبیین رابطه میان آموزش عالی با فرهنگ و نیازهای جدید جامعه است. این رویکرد نمایانگر آن است که پرداختن به موضوعات فرهنگی نقشی راهبردی در توسعه دارد و در آینده نیز بیش از پیش، نقش خواهد داشت. برآوردن این نیاز مستلزم آگاهی و شناخت از فرصت‌ها، محدودیت‌ها و تهدیدها در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی است. قرار گرفتن در تقابل دوگانه «سنت/مدرنیته»، بر شدت تهدیدات، محدودیت‌ها و تعارضات افزوده است. تزلزل ارزش‌ها و باورهای پیشین جامعه و عدم شکل‌گیری نظم و ارزش‌های جدید (منطقی، ۱۳۸۳)، زمینه‌ساز متبادر کردن ابهام‌هایی درباره درستی یا نادرستی روابط اجتماعی به ذهن کنشگران اجتماعی جوان جامعه است. این ابهام‌ها می‌تواند زمینه شکل‌گیری ذهنیت منفی کنشگران نسبت به اقدامات و طرح‌های برنامه‌ریزان اجتماعی، افول روحیه مشارکت‌جویی و در نهایت، کناره‌گیری یا مقاومت در برابر فرهنگ رسمی را فراهم آورد. متفکران و برنامه‌ریزان اعتلای جامعه از این عامل به عنوان پدیده‌ای «آسیب‌مند» یاد می‌کنند.

اهداف و چشم‌اندازهای فرهنگی دانشگاه‌ها همواره بر مبنای توسعه فرهنگی و مشارکت در برنامه‌های ترویج و توسعه فرهنگ اقامه نماز مطرح می‌شوند. این برنامه‌های فرهنگی نقشی مؤثر در روحیه مشارکت و هویت جمعی و دینی دانشجویان خواهند داشت. یکی از سیاست‌های مدیریت فرهنگی در دانشگاه آزاد اسلامی، ترویج و توسعه فرهنگ نماز برای دانشجویان به‌طور عام، است.

با وجود این، آنچه در مراکز آموزش عالی جامعه ما روی داده، عدم توفیق دستیابی به ایجاد فرهنگ نماز است. به رغم اینکه ستاد اقامه نماز در معاونت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی با هدف تقویت، توسعه و ترویج فرهنگ اقامه نماز در میان دانشگاهیان و نیز تشریح فلسفه نماز و تبیین جاذبه‌های آن برای دانشجویان با تهیه، تدوین دستورالعمل‌ها، سیاست‌گذاری‌های اجرایی و برنامه‌های متعدد در پی ترویج و توسعه این فریضه مهم در دانشگاه هست؛ اما به نظر می‌رسد که واقعیت موجود در دانشگاه همسو و موافق با این برنامه‌ها نیست. واحدهای دانشگاهی ما نتوانسته‌اند با توجه به میراث فرهنگی ملی - منطقه‌ای خود رسالت فرهنگی خویش را انجام دهند. از این رو، پرداختن به بحث برنامه‌های تبلیغ، ترویج و توسعه نماز برای شناسایی و علت‌یابی و نیز رفع این آسیب‌ها و موانع، قابل توجه است. متغیرهایی که در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد، عملکرد متولیان فرهنگی و گروه‌های مرجع علمی دانشگاه است. در تعریف گروه مرجع آمده است: «گروه مرجع گروهی را می‌سازند که فرد خود را با آن، یکی می‌داند. اندیشه‌ها و افکارش را از آن می‌گیرد و همواره درستی یا نادرستی اندیشه‌ها و افکارش را با معیارهای آن می‌سنجد» (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۳۰۵).

تعریف مفاهیم

فضاسازی: «حس مکانی به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه از محیط خود است، که شخص را در ارتباط درونی با محیط قرار می‌دهد؛ به طوری که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند می‌خورد و یک پارچه می‌شود» (فلاح، ۱۳۸۵: ۵۷). این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد می‌شود.

آگاه‌سازی: روان‌شناسان اجتماعی بر این باور هستند که میزان کمی و کیفی اطلاعات و آگاهی فرد درباره موضوع یا شخص مورد نظر، می‌تواند بر شکل‌گیری و تکوین مؤثر باشد. اگر فردی نسبت به موضوعی آگاهی لازم را نداشته باشد، طبیعی است که نگرشی هم نسبت به آن ندارد. اما به دلیل پیچیدگی جهان امروز، همه قادر نیستند اطلاعات لازم را به طور مستقیم و دست اول به دست آورند (به‌پژوه، ۱۳۸۱: ۱۵).

تشویق و پاداش: وسیله و ابزاری در دست مسئولان سازمان است تا با ایجاد سازوکارهای دفاعی معین (نظام پاداش‌دهی) رفتار افراد را در جهت مطلوب تقویت کنند و بدان سو سوق دهند. نظام پاداش مهم‌ترین بعد برای افزایش بهره‌وری در یک سازمان است (سیاری فرد و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰).

نهادینه کردن: فراهم آوردن زمینه‌ها و شرایطی است که موجب ثبات، پایداری و فراگیر شدن رفتارهای مطلوب شود (اسکات، ۲۰۰۱).

سؤال اصلی

برنامه‌های ترویج و توسعه فرهنگ اقامه نماز در دانشگاه آزاد اسلامی تا چه میزان موفق بوده است؟

سؤالات فرعی

۱. عوامل مؤثر در نهادینه کردن نماز و اقامه آن در دانشگاه کدام است؟
۲. عملکرد مسئولان دانشگاه در نهادینه کردن نماز در دانشجویان چه تأثیری دارد؟
۳. آسیب‌ها و کاستی‌های این برنامه چیست؟
۴. آیا عملکرد متولیان امور فرهنگی دانشگاه در زمینه ترویج و توسعه فرهنگ اقامه نماز، مؤثر بوده است؟

ادبیات تحقیق

رضا فرهادیان (۱۳۸۰) در پژوهش خود با عنوان «عوامل مؤثر در گرایش نوجوانان و جوانان به نماز» می‌گوید: هیچ تربیت و آموزشی بدون زمینه‌سازی، موفق نیست. وی به بررسی عناصر تأثیرگذار در محیط خانه، مدرسه و جامعه پرداخته و بیان کرده است که اگر در القای یک ارزش معنوی (نماز) و رساندن پیام و بیان روح آن، این عناصر عملاً یکدیگر را نفی کنند و هر کدام راه و هدفی متفاوت و مغایر با یکدیگر بینمایند، در ذهن فرد تناقض به وجود می‌آورند و پیام منجر به

ایجاد انگیزه، شوق، اراده و عمل نمی‌شود.

زهره پاکدل (۱۳۸۰) به پژوهشی با عنوان «بررسی راه‌های جذب دانش‌آموزان به اقامه نماز» پرداخت و به این نتیجه رسید که اقامه نماز جماعت در مقطع ابتدایی شهرستان قزوین، نمازخوان بودن پدر و مادر، شرکت مدیران و مربیان پرورشی و معلمان در نماز جماعت مدرسه، امکانات مدرسه و... همگی از عوامل مؤثر در جذب دانش‌آموزان به نماز به شمار می‌روند.

فاطمه زهرا بیگدلی و خدابخش احمدی (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان «عوامل مرتبط با میزان شرکت کارکنان در نماز جمعه»، مشخصات دموگرافیک، وضعیت شرکت در نماز جمعه و عوامل فردی، خانوادگی و اجتماعی مرتبط با شرکت در نماز جمعه را بررسی کرده‌اند. براساس این پژوهش، دو عامل «نگرش و اعتقاد به نماز جمعه» و «میزان تقیدات مذهبی افراد» بیشترین تأثیر را در شرکت یا عدم شرکت در نماز جمعه داشته‌اند. همچنین افزایش تقیدات مذهبی، تلاش برای بهبود نگرش و افزایش اعتقاد نسبت به نماز جمعه، انجام اقداماتی در جهت فراهم‌سازی تسهیلاتی برای شرکت افراد به صورت خانوادگی و در قالب گروه‌های همکاران، هم‌محلی، هم‌مسجدی و سایر گروه‌ها در نماز جمعه و فراهم‌سازی تسهیلات تردد رایگان و راحت به نماز جمعه، می‌تواند موجب افزایش میزان مشارکت افراد در نماز جمعه شود.

مسعود حسین چاری، راضیه نصیرزاده و نرجس عرفان‌منش (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «مقایسه نگرش و پای‌بندی دانشجویان ساکن خوابگاه و دانشجویان دیگر، نسبت به نماز و ادراک موانع فردی، اجتماعی و محیطی درباره آن» به این نتیجه دست یافته‌اند: دین مهم‌ترین منبع ترغیب دانشجویان خوابگاهی و غیرخوابگاهی به نماز به شمار می‌رود. پسرانی که با والدین خود زندگی می‌کردند، در مقایسه با سایر گروه‌ها نگرش منفی‌تری نسبت به نماز داشتند و موانع اجتماعی و فردی کمتری در مورد اقامه نماز گزارش کردند. دانشگاه به‌عنوان یک نهاد فرهنگی و هنجارآفرین توانسته است در جهت نهادینه کردن هنجارهای اسلامی جامعه گام‌های موفقیت‌آمیزی بردارد؛ به‌ویژه در مورد دانشجویان ساکن خوابگاه‌های دانشجویی که از والدین خود دور هستند و ممکن است بیشتر تحت تأثیر هنجارهای دانشگاه قرار بگیرند.

داود ستارزاده، حسین علی قنادزادگان و مائده یوسف‌نژاد شیروانی در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر در جذب نوجوانان و جوانان به مساجد (جامعه آماری دانشجویان دانشگاه پیام نور

مرکز ساری در سال ۱۳۹۲)» به بررسی دیدگاه‌های این دانشجویان در ارتباط با عوامل مؤثر در جذب جوانان به مسجد پرداخته و آسیب‌شناسی مساجد را از نگاه دانشجویان این دانشگاه بررسی کرده‌اند. در این مقاله، مجموعه عواملی که در جذب جوانان به مسجد مؤثرند، به عوامل «مسجدی»، «فرهنگی» و «اجتماعی» تقسیم شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هم عوامل مسجدی و هم عوامل اجتماعی و فرهنگی بر جذب جوانان و نوجوانان به مسجد مؤثرند و در بین عوامل مسجدی، عامل وضعیت ظاهری و معماری مساجد، و در بین عوامل فرهنگی و اجتماعی عامل خانواده و وضعیت خانوادگی بیشترین اهمیت را دارند.

حمید یعقوبی و حمیدرضا حسن‌آبادی و همکاران (۱۳۹۲) به «بررسی وضعیت گرایش به نماز خواندن در بین دانشجویان بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی» پرداخته‌اند و در پرسشنامه گرایش به نماز، گویه‌ها را به چهار مؤلفه شامل: گرایش به نماز، آثار نماز، اجتناب از نماز و امام جماعت دسته‌بندی کرده‌اند. آنها تفاوت این چهار مؤلفه و نمره کل پرسشنامه را در متغیرهای جمعیت‌شناختی رشته تحصیلی، جنسیت، وضعیت تأهل، نوع پذیرش در دانشگاه، سال چندم تحصیلی، مقطع تحصیلی، سهمیه پذیرش و محل سکونت فعلی دانشجویان مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از معنادار بودن تفاوت در میزان گرایش به نماز در بین دخترها و پسرهای دانشجوی، بین رشته‌های مختلف تحصیلی و سایر متغیرهای گروه‌بندی بود. همچنین گروه مجرد نسبت به گروه متأهل در مؤلفه‌های توجه به نقش امام جماعت میانگین نمره بالاتری به دست آوردند. پسرهای مجرد نسبت به پسرهای متأهل ادراک مثبت‌تری به نقش امام جماعت دارند. پسرهای مجرد و متأهل در میزان گرایش به نماز مشابه هستند؛ در حالی که دخترهای متأهل بیش از دخترهای مجرد به طرف نماز گرایش نشان می‌دهند و در مؤلفه‌های نقش امام جماعت، گرایش به نماز، تصور مثبت به آثار نماز و نمره کل مقیاس گرایش به نماز، گروه مؤنث نسبت به گروه مذکر از میانگین نمرات بالاتری برخوردارند؛ در حالی که در مورد مؤلفه اجتناب از نماز و ادراک خنثی به آثار نماز، وضعیت برعکس است. این نشان می‌دهد که دخترها نسبت به پسرها به نماز گرایش بیشتری دارند. این پژوهش در یازده دانشگاه دولتی کشور انجام گرفت.

مباحث نظری

آسیب‌شناسی عبارت است از: مطالعه و شناخت ریشه بی‌نظمی‌ها در ارگانسیم انسانی. بنابراین، در مشابهت کالبد انسانی با کالبد جامعه، اصطلاح آسیب‌شناسی اجتماعی برای مطالعه و ریشه‌یابی بی‌نظمی‌های اجتماعی به کار می‌رود (خسروپناه، ۱۳۸۳: ۴).

براساس مدل آسیب‌شناسی اجتماعی^۱ مسائل اجتماعی نتیجه نوعی بیماری در جامعه است (صنیعی، ۱۳۹۸: ۳). اگر بخش‌هایی از جامعه، از جمله عناصر ساختاری و فرهنگی درست عمل نکنند، بیماری حاصل خواهد شد. این نظریه بیان می‌دارد که بیماری اجتماعی زمانی به وجود می‌آید که افراد آن‌قدر جامعه‌پذیر نشده‌اند که هنجارها و ارزش‌های جامعه را بپذیرند. لذا برای پیشگیری از مسائل اجتماعی و حل آنها، افراد باید به درستی جامعه‌پذیر شوند و آموزش‌های اخلاقی و فرهنگی مناسب را دریافت کنند. در نظریه بی‌سازمانی اجتماعی تأکید می‌شود که تغییرات سریع اجتماعی هنجارهای جامعه را دچار اختلال می‌کند. وقتی هنجارها ضعیف یا با یکدیگر در تعارض باشند، جامعه در وضعیت بی‌سازمانی یا بی‌هنجاری قرار می‌گیرد. براساس این نظریه، راه‌حل مسائل اجتماعی کم کردن سرعت تحولات اجتماعی و قوت بخشیدن به هنجارهای اجتماعی است (میری آشتیانی، ۱۳۸۲: ۷۸).

براساس دیدگاه کارکردگرایی، جامعه نظامی از بخش‌های مرتبط است که هماهنگ با یکدیگر در جهت حفظ، تعادل و توازن اجتماعی کار می‌کنند. از منظر این دیدگاه، هر یک از نهادهای اجتماعی نقش مهمی در جامعه ایفا می‌کنند و بر نهادهای دیگر تأثیر می‌گذارند. کارکردگرایی اساساً می‌کوشد تا هر نهاد مشخص اجتماعی و فرهنگی را در قالب پیامدهایی تبیین کند که برای جامعه، به مثابه یک کل، [عمل می‌کنند]. تبیین کارکردگرایانه بر این فرض استوار

۱. مطالعه انحرافات و کج‌روی اجتماعی و به اصطلاح، آسیب‌شناسی اجتماعی عبارت است از: مطالعه و شناخت ریشه بی‌نظمی‌های اجتماعی. در واقع، آسیب‌شناسی اجتماعی مطالعه و ریشه‌یابی بی‌نظمی‌ها، ناهنجاری‌ها و آسیب‌هایی نظیر بیکاری، اعتیاد، فقر، خودکشی، طلاق و...؛ همراه با علل و شیوه‌های پیشگیری و درمان آنها و نیز مطالعه شرایط بیمارگونه و نابسامان اجتماعی است (ستوده، ۱۳۷۹: ۱۴-۱۵).

است که همه نهادها، در شکل مطلوبشان، در حفظ ثبات جامعه و در نتیجه، بازتولید جامعه از نسلی به نسل دیگر سهیم هستند (فصیحی، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

مفهوم گروه مرجع یکی از مفاهیمی است که در کنار سایر مفاهیم، برای تبیین منابع تولید نگرش و رفتار و نیز به کارگیری معیارهای خودسنجی و دگرسنجی به کار می‌رود. این مفهوم از آن رو اهمیت دارد که سازوکارهای رابطه فرد را با گروه‌های اجتماعی مشخص می‌کند. نظریه گروه مرجع نیز به دلیل تلاش برای کشف همانندی‌ها و اهتمام در شناسایی الگوی مناسبات اجتماعی به عنوان نظریه‌ای جامعه‌شناختی، نفوذ ساختارهای اجتماعی را بر گرایش‌های رفتاری فرد بررسی می‌کند (مرتن، ۱۹۶۸: ۳۵۹).

افراد در شرایط اجتماعی مختلف، معمولاً دارای روابط اجتماعی بسیار هستند. برخی از افراد در گروه‌های خاص می‌توانند الگوهای زندگی دیگران شوند و از طریق مقایسه و همانندسازی رفتار، عقاید و ارزش‌ها، به شکل دادن ارزش‌ها و افکار خود پردازند. این افراد گروه‌های مرجع افراد در زندگی هستند. می‌توان انتظار داشت در هر موقعیتی که افراد عهده‌دار نقش‌های اجتماعی هستند، الگوهایی برای خود در نظر بگیرند. بنابراین، افراد می‌توانند چندین گروه مرجع داشته باشند. همان‌طور که انتظار می‌رود، دانشجویان برخی از استادان و متولیان فرهنگی دیگر را به عنوان گروه مرجع خود انتخاب می‌کنند و از این طریق، به بررسی و مقایسه رفتار آنها با خود می‌پردازند. آنها می‌توانند شرکت در برنامه‌های ترویج و توسعه اقامه نماز را توسعه دهند یا برعکس، مانع از اجرای این برنامه‌ها شوند.

روان‌شناسان اجتماعی بر این باور هستند که میزان کمی و کیفی اطلاعات و آگاهی فرد درباره موضوع یا شخص مورد نظر، می‌تواند بر شکل‌گیری و تکوین مؤثر باشد. اگر فردی نسبت به موضوعی آگاهی لازم را نداشته باشد، طبیعی است نگرشی هم نسبت به آن ندارد. اما به دلیل پیچیدگی جهان امروز، همه قادر نیستند اطلاعات لازم را به‌طور مستقیم و دست اول به دست آورند (به‌پژوه، ۱۳۸۱: ۱۵).

جامعه‌پذیری و تعلیم و تربیت اجتماعی از مهم‌ترین زیرساخت‌هایی است که هم‌نوایی فرد با جمع و الزام به رعایت ارزش‌ها، هنجارها، الگوها و انتظارات پذیرفته‌شده را تسهیل کرده، انگیزه کج‌روی را به حداقل می‌رساند. فرد در پرتو فرایند تعطیل‌ناپذیر جامعه‌پذیری و با الگوگیری کامل

از مدل ارائه شده از سوی «دیگران مهم» (افراد و گروه‌های مرجع شخص) و «دیگری تعمیم یافته» (شخصیت و سلوک مقبول جامعه) رفته رفته «خود» و «شخصیت» خویش را متناسب با الگوها و معیارهای فرهنگی جامعه شکوفا می‌سازد و با کسب آمادگی‌های لازم، به عنوان یک عضو متعارف در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی مشارکت می‌جوید. ایفای نقش‌های متناسب، پاسخ‌دهی درخور به انتظارات و توقعات اجتماعی و همسویی با مدل‌های پذیرفته شده محیطی، گویاترین نماد موفقیت در فرایند جامعه‌پذیری و درونی‌سازی فرهنگ جامعه در ساختار شخصیت است. در هر جامعه عوامل و کارگزاران متعددی همچون خانواده، گروه دوستان، مراکز آموزشی و فرهنگی، کانون‌های مذهبی، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی، مطبوعات، سازمان‌های شغلی و جامعه به معنای عام، در مراحل مختلف زندگی مسئولیت انجام نهاده‌سازی رفتارهای مطلوب را برعهده دارند.

«گرین وود» و «هینینگس» نهاده‌سازی کردن را فرایند دو مرحله‌ای اخذ و جذب ارزش‌های فرهنگی از محیط و پذیرش، عینیت و ساختار بخشیدن به آن ارزش‌ها برای استقرار، تثبیت، انتقال و تداوم آنها در تمام سطوح فردی، گروهی و فراگروهی عنوان می‌کنند (روشندل اربطانی، ۱۳۸۶: ۱۶۸). در واقع، نهاده‌سازی کردن بر مجموعه خاصی از رفتارها یا اعمال تمرکز دارد.

پاداش وسیله ابزاری در دست مسئولان سازمان است تا با ایجاد سازوکارهای دفاعی معین (نظام پاداش دهی) رفتار افراد را در جهت مطلوب تقویت کنند و بدان سو سوق دهند. نظام پاداش مهم‌ترین بعد برای افزایش بهره‌وری در یک سازمان است (سیاری فرد و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰). به عقیده هومنز، هر رفتاری که پاداشی در پی داشته باشد، گرایش به بسط موقعیت‌های مشابه دارد. برای مثال، اگر کسی بر اثر فعالیت در یکی از رشته‌های بازرگانی، سود برده باشد، گرایش به این دارد که در رشته‌های دیگر بازرگانی نیز سرمایه‌گذاری و فعالیت کند. در واقع، هر رفتاری از فرد که پیامد مثبت و موفقیت‌آمیزی داشته باشد، سبب گرایش فرد به سوی رفتارهای مشابه آن می‌شود و آمادگی او را برای انجام رفتارهای همانند بیشتر می‌سازد. «به‌طور خلاصه، هومنز سعی دارد قضایای نظریه مبادله را در تبیین انواع رفتارهای اجتماعی، اعم از رفتارهای ساده بین دو نفر یا

رفتارهای نهادینه شده بسیار پیچیده گروهی به کار گیرد و از طریق استنتاج منطقی، پدیده‌هایی مانند: تأثیر افراد بر یکدیگر، قدرت، احترام، رقابت و هم‌نوایی را تبیین کند. همچنین او با تکیه بر تحقیقات محققان، قضایای استنتاجی خود را معتبر می‌سازد و اعتبار روش خود را در تحلیل ساخت گروه‌های ویژه نشان می‌دهد» (ریترز، ۱۳۷۹: ۴۱۴).

علاوه بر آن، مدل انگیزشی انتظار پورتر و لاولر (۱۹۶۸) مدعی است که میزان تلاش فرد برای انجام یک کار، به پاداش‌هایی که عملکرد به دنبال دارد، بستگی دارد؛ یعنی برخلاف تفکر سنتی که رضایت را علت عملکرد می‌دانست، در اینجا عملکرد علت رضایت تلقی می‌شود (قلی‌پور، ۱۳۹۴: ۸۵). بنابراین، با افزایش کمیت پاداش‌های دریافتی و همچنین ارائه پاداش‌های مطلوب‌تر، می‌توان انگیزش و در نتیجه، تلاش فرد را افزایش داد.

چارچوب نظری

آسیب‌شناسی در حوزه فرهنگ نماز از دید مقام معظم رهبری به طور کلی به دو دسته «فردی» و «گروهی» قابل تقسیم است که در هر بخش، کمبودها، نقاط ضعف و آسیب‌ها و نیز راه‌حل‌هایی را متذکر شده‌اند که می‌بایست به آنها عمل کرد تا ترویج و تعالی فرهنگی نماز بهتر صورت گیرد. منظور از «فردی» این است که خود فرد به توصیه‌ها عمل کند و مراد از گروهی (مسجد و متولیان) این است که مسئولان، مدیران، کارشناسان و کسانی که می‌توانند در امر نماز تأثیرگذار باشند، به توصیه‌ها عمل کنند.

این پژوهش برای بررسی موضوع مورد نظر، از دیدگاه بی‌سازمانی اجتماعی^۱ استفاده کرده

۱. نظریه بی‌سازمانی اجتماعی، جامعه را یک نظام پیچیده و پویا می‌داند که بخش‌های مختلف آن از طریق قواعد و مقررات اجتماعی با یکدیگر هماهنگ و منظم می‌شوند و هنگامی که مسئله‌ای یک بخش از نظام را تغییر می‌دهد، سایر بخش‌های آن نیز باید خود را با آن بخش هماهنگ و سازگار کنند. از نگاه این نظریه، مسائل اجتماعی محصول درهم‌ریختگی سازمان اجتماعی و فرهنگی است؛ همان تضاد فرهنگی، بی‌هنجاری، ضعف قوانین و ناهماهنگی نهادها و مناسبات اجتماعی که در نتیجه تغییرات سریع اجتماعی و برهم زنده تعادل آن به وجود آمده است و باعث احساس ناکامی در افراد و انهدام کنترل اجتماعی می‌شود. پیروان نظریه‌های بی‌سازمانی اجتماعی راه‌حل مسائل اجتماعی را در ایجاد قوانین کارآمد یا کاهش سرعت تغییرات اجتماعی در راستای احیای هماهنگی پیشین نظام اجتماعی می‌دانند.

است. این نظریه دانشگاه را به مثابه مرجع نهاد فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و پژوهشی و سیستمی می‌داند که همه اجزای آن در جهت کمک به اجرای کارکرد بخش‌های دیگر در حال فعالیت هستند. اما در این میان، ممکن است برخی از اجزا در سیستم اختلال ایجاد کنند و مانع از تحقق اهداف شوند که این موضوع می‌تواند ناشی از عواملی همچون جامعه‌پذیری متفاوت از سیستم باشد یا حتی افراد، آگاهی کامل از هنجارهای اجتماعی دانشگاه نداشته باشند و ناآگاهانه منجر به اختلال در سیستم شوند که در اینجا باید ریشه بی‌هنجاری در سازمان مشخص شود و در نهایت، افرادی که سبب رعایت نشدن هنجارها شده‌اند، مورد آموزش متناسب با سیستم قرار گیرند.

در این بخش علاوه بر استادان، مسئولان دانشگاه که به عنوان گروه مرجع می‌توانند بر رفتار دینی دانشجویان تأثیر بگذارند و عملکرد امام جماعت به عنوان مبلغ دینی که می‌تواند گروه مرجع قشر خاصی از دانشجویان باشد نیز دارای اهمیت است که به نقش مهم آنها پرداخته می‌شود. عملکرد استادی که مخالف با اجرای درست برنامه‌های ترویج و توسعه اقامه نماز در دانشگاه است، باعث می‌شود دانشجویانی که چنین استادانی را مرجع می‌دانند، متناسب با عقاید آنها عمل و در بخش فرهنگی دانشگاه اختلال ایجاد کنند. چنانچه استادان، دانشجویان را به شرکت در نماز یا برنامه‌های فرهنگی تشویق نکنند یا حتی در مواردی مانع از حضور دانشجویان در چنین برنامه‌هایی به بهانه شروع کلاس درس شوند، این موضوع می‌تواند به اختلال در رعایت ارزش‌ها و هنجارهای مربوط به دانشگاه بینجامد.

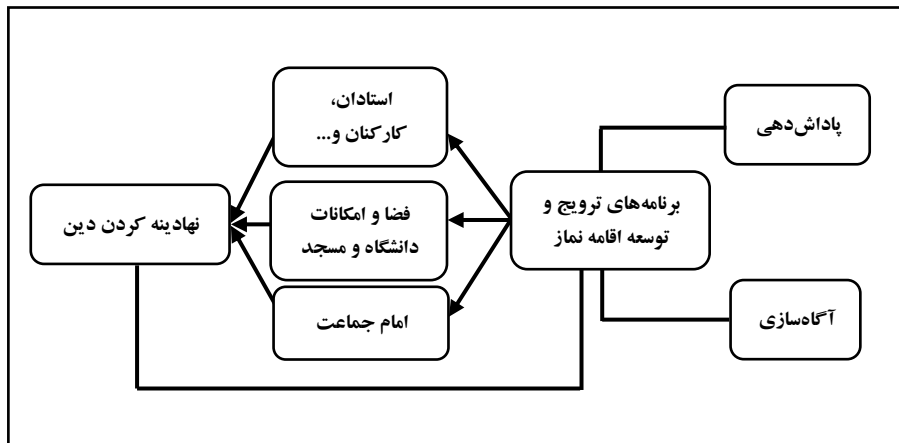
اساسی‌ترین اقدام دانشگاه برای بیان برنامه‌های ترویجی نماز و گرایش دانشجویان، افزایش آگاهی آنان است تا به اختیار و انتخاب خود نسبت به اجرا و اقامه برنامه‌های توسعه نماز ترغیب شوند؛ به گونه‌ای که احساس شود این، انتخاب خود دانشجویان است. تبلیغات عمدتاً بر جنبه آگاهی‌بخشی تکیه می‌کند و البته مهم‌ترین ابزار تبلیغ، علم و آگاهی است. برای اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی دانشجویان و جوانان باید از روش‌های نوین تبلیغی بهره برد و از منابع و مراجع اطلاعاتی دیگر، مانند استادان، رسانه‌های جمعی، بنر، پیامک و... نیز استفاده کرد. تأثیر تبلیغ و رسانه در شکل‌دهی به رفتار و اعتقادات دانشجو و نیز تغییر و ثبات نگرش آنها بالاست. بسیاری تحت تأثیر تبلیغات و برنامه‌های آگاه‌سازی رسانه‌ای قرار می‌گیرند و رفتارهای خود را تغییر می‌دهند. از سوی دیگر، تبلیغات و اطلاع‌رسانی‌ها نیازمند داشتن یک سری امکانات سخت‌افزاری و فضا‌سازی‌های بصری در سطح دانشگاه است.

برنامه‌ریزی مناسب برای آگاه‌سازی و آشناسازی عملی و نظری آنها با اصول و مبانی دین، تخصیص اعتبارات مناسب برای انجام فعالیت‌های فرهنگی، ایجاد زمینه همکاری دانشگاه با استادان و کارکنان و نیز استفاده از نیروهای متخصص در این زمینه، می‌تواند در جهت نهادینه کردن و فرهنگ اقامه نماز در دانشگاه گامی بلند باشد. نهادینه کردن دین از فرد شروع می‌شود، ولی هرگز به آن ختم نمی‌شود و به علت ماهیت اجتماعی آن، در کل جامعه فراگیر می‌شود. از منظر جامعه‌شناسی، زمانی می‌گویند که چیزی، فکری یا پدیده‌ای نهادینه شده است که در روند استواری مبتنی بر سازمان یافته شدن، سیستماتیک شدن و ثابت شدن قرار گیرد، و نقش و کارکردهای آن مشخص شود. در این صورت، آن پدیده یا ارزش «نهادینه» می‌شود.

در نهایت، با توجه به آنچه که گفته شد، می‌توان مدلی مفهومی متشکل از چندین عامل پوشش‌دهنده برنامه‌های ترویج و توسعه فرهنگ اقامه نماز در میان دانشجویان، برای آگاه‌سازی در نظر گرفت. این موارد در کنار وجود «امکانات مادی و معنوی»، «شرایط فضایی و بصری مسجد» به همراه «نقش متولیان فرهنگی و استادان» و «توانمندی امام جماعت» از مهم‌ترین عوامل برای تقویت رابطه دانشجویان و روحانیت و نیز تقویت فرهنگ اقامه نماز در دانشگاه به شمار می‌روند و در مشارکت دانشجویان در نماز تأثیر بسزایی دارند.

طراحی و استفاده کارا و مؤثر از فضا برای ایجاد محیطی هماهنگ، جذاب، آرام و خوشایند به لحاظ فیزیکی و متناسب با اهداف مورد نظر فرهنگی بسیار مهم است. فضا در مفهوم موجود خویش به تنهایی هیچ ویژگی خاصی را مطرح نمی‌کند، ولی به محض آنکه یک گروه انسانی فعالیت را در مکانی شروع کند، معنای نمادین فضا پدیدار می‌شود. از این پس، فضا بستری برای بیان فعالیت و رفتارهای انسانی می‌شود؛ محلی برای بیان تخیل و واقعیت (حیسی، ۱۳۸۲: ۳۹). فضاسازی یا حس مکانی در ارتباط معنایی با روح مکان، همواره اصطلاحی بوده که برای مراسم مذهبی - جایی که کاربران باید در آن، برای مناسک عبادی توجه و احترام زیادی قائل شوند - به کار می‌رفته است (رحیمیان و محکی، ۱۳۸۸: ۴۶). برخی از محیط‌های محلی نامناسب، عدم جاذبه کافی مساجد و مکان‌های عبادی و عدم رعایت مسائل بهداشتی در مساجد و نمازخانه‌ها از دیگر عواملی هستند که در ترک و روی گردانی یا کم‌توجهی نوجوانان و جوانان به مسائل عبادی، به‌ویژه نماز تأثیر بسزایی دارند. لذا باید به این مسئله توجه کرد و در رفع و حل آن کوشید.

این پژوهش متغیرهای زمینه‌ای جنس، سن، وضعیت تأهل، اشتغال، مقطع تحصیلی و گروه تحصیلی را نیز مورد توجه قرار داده است. ترکیب یا برآیند عوامل مذکور را براساس توضیحات فوق می‌توان در مدل فرضی و فرضیات ذیل به نمایش گذاشت.



نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از دو بخش، شامل مطالعات اسنادی و بخش پیمایش تشکیل شده که در مطالعات اسنادی از منابع موجود و در پیمایش از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. واحد مشاهده دانشجویان مشغول به تحصیل دانشگاه‌های آزاد اسلامی سیرجان مقاطع کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد هستند که جامعه آماری ما را تشکیل می‌دهند. در این روش از جدول اعداد تصادفی برای گزینش تصادفی واحدهای نمونه استفاده می‌شود. همه افراد با واحدهای نمونه‌گیری (در اینجا دانشجویان) فهرست می‌شوند. پس از شماره‌گذاری با کمک جدول اعداد تصادفی، ۳۶۴ نفر از دانشجویان انتخاب شدند. برای بررسی اعتبار شاخص‌ها، از روش همبستگی درونی، ضریب آلفای کرونباخ و KMO استفاده شده است. نمونه اولیه بیست پرسشنامه پیش‌آزمون و میزان ضریب اعتماد براساس این روش‌ها محاسبه شد. پس از جمع‌آوری همه داده‌ها، یک‌بار دیگر این

آزمون انجام شد. ضریب آلفای کرونباخ تمام شاخص‌ها - همان‌طور که در جدول مشاهده می‌کنید - به دست آمد. این اعداد بیانگر آن است که همه شاخص‌های مورد بررسی دارای اعتبار مورد قبول هستند و پرسشنامه مورد استفاده از قابلیت اعتماد یا پایایی لازم برخوردار است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی شاخص‌ها

KMO	α	شاخص‌های پژوهش
۰/۷۹	۰/۷۸	ساختار فیزیکی مسجد
۰/۶۲	۰/۶۵	پاداش‌ها
۰/۶۳	۰/۷۵	آگاه‌سازی
۰/۷۵	۰/۷۹	استادان و مسئولان
۰/۸۱	۰/۸۳	امام جماعت
۰/۸۵	۰/۸۴	برنامه‌های ترویج و توسعه اقامه نماز
۰/۹۱	۰/۸۷	نهادینه کردن دین

یافته‌ها و نتایج

همان‌طور که اشاره شد، این پژوهش به بررسی آسیب‌شناسی برنامه‌های ترویج و توسعه اقامه نماز پرداخته است. به‌رغم اینکه برخی پرسش‌شوندگان اطلاعات هویتی خود را بدون جواب گذاشته بودند، اما از ۳۵۳ پرسش‌نامه جمع‌آوری شده، موارد ذیل قابل توصیف هستند:

جدول ۲. توزیع فراوانی پرسش‌شوندگان

درصد نسبی	فراوانی	متغیرها	
۵۵/۵	۱۹۶	زن	جنس
۴۴/۵	۱۵۷	مرد	
۶۹,۹	۲۴۷	مجرد	وضعیت تأهل
۲۵,۴	۹۰	متأهل	
۱,۶	۶	فوت همسر	

درصد نسبی	فراوانی	متغیرها	
۲,۸	۱۰	مطلقه	
۲۲,۹	۸۱	کاردانی	مقطع تحصیلی
۶۷,۹	۲۴۰	کارشناسی	
۹,۰۶	۳۲	کارشناسی ارشد	

از موارد علامت زده شده حدود ۵۵/۵ درصد زن و حدود ۴۴/۵ درصد مرد هستند. ۶۹,۹ درصد از پاسخگویان وضعیت تأهل خود را مجرد، ۲۵,۴ درصد متأهل، ۱,۶ درصد فوت همسر و ۲,۸ درصد مطلقه اعلام کرده‌اند. میانگین سنی پاسخگویان در این تحقیق، ۲۲,۸۵ سال است. ۲۲,۹ درصد از پاسخگویان در مقطع کاردانی، ۶۷,۹ درصد از آنها در کارشناسی و ۹,۰۶ درصد از آنها در مقطع کارشناسی ارشد تحصیل می‌کنند. در بیان طیف بیشترین و کمترین میزان پاسخگویان باید اشاره داشت که بیشترین میزان، متعلق به رشته تحصیلی حقوق با ۱۸,۷ درصد است و ۱۱ درصد به رشته معماری تعلق داشتند.

توزیع فراوانی متغیرهای مستقل تحقیق

وضعیت فیزیکی مسجد دانشگاه: درصد نسبی در جدول، وضعیت توزیع فراوانی هر یک از شاخص‌ها را به خوبی نشان می‌دهد. ۵۳,۱ درصد وضعیت فیزیکی مسجد دانشگاه را در سطح کم و ۴۶,۴ درصد در سطح زیاد ارزیابی کردند که می‌توان گفت تقریباً درصد رضایت و عدم رضایت آنها بسیار نزدیک است.

پاداش‌ها: این شاخص که با سه معرف سنجیده شد، بیانگر این موضوع است که ۵۴,۱ درصد از پاسخگویان معتقدند که پاداش کمی برای این منظور در نظر گرفته شده است و ۴۲,۹ درصد از آنها معتقدند پاداش‌های زیادی برای این منظور در نظر گرفته می‌شود.

آگاه‌سازی: این شاخص با سه معرف سنجیده شد. جدول گویای این موضوع است که ۴۵,۲ درصد از دانشجویان معتقدند که وضعیت آگاه‌سازی دانشجویان از برنامه‌های ترویجی اقامه نماز ضعیف است و ۴۰,۹ درصد از دانشجویان آن را در سطح قابل قبولی ارزیابی کردند.

امام جماعت: این شاخص با ۵ معرف سنجیده شد که همان‌طور که در جدول مشاهده می‌کنید، ۴۰,۴ درصد پاسخ دادند که توانمندی امام جماعت در این حوزه و در دانشگاه زیاد و ۵۰,۳ درصد گفتند که کم است و ۰,۳ درصد از این تغییرات هم مربوط به دانشجویانی است که پاسخ نداده یا گفته‌اند که نمی‌دانند،^۱ که در اینجا نیازی به گزارش کردن آنها نیست.

استادان، کارکنان و مسئولان: ۴۱,۸ درصد از دانشجویان، این شاخص را در سطح زیاد و ۵۷,۹ درصد از آنها این شاخص را در سطح کم ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۳. توزیع فراوانی متغیرهای مستقل تحقیق

متغیر	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	
ساختار فیزیکی مسجد	۸۵	۱۰۸	۱۰۶	۶۳	فراوانی
	۲۳,۴	۲۹,۷	۲۹,۱	۱۷,۸	درصد
	۵۳,۱		۴۶,۴		نسبی
N= ۳۶۲	Mean = ۲,۴۰ Std= ۱,۰۳				
پاداش‌ها	۸۶	۱۱۱	۸۸	۶۸	فراوانی
	۲۳,۶	۳۰,۵	۲۴,۲	۱۷,۷	درصد
	۵۴,۱		۴۲,۹		نسبی
N	Mean = ۲,۳۹ Std= ۱,۰۵				
آگاه‌سازی	۹۶	۱۰۵	۹۰	۵۹	فراوانی
	۲۶,۴	۱۸,۸	۲۴,۷	۱۶,۲	درصد
	۴۵,۲		۴۰,۹		نسبی
N= ۳۶۴	Mean = ۲,۳۲ Std= ۱,۰۵				
امام جماعت	۸۳	۱۰۰	۸۷	۶۰	فراوانی
	۲۲,۸	۲۷,۵	۲۳,۹	۱۶,۵	درصد
	۵۰,۳		۴۰,۴		نسبی
N= ۳۳۰	Mean=2.37 Std=1.05				
استادان، مسئولان و کارکنان	۱۰۱	۱۱۰	۷۶	۷۶	فراوانی
	۲۷,۷	۳۰,۲	۲۰,۹	۲۰,۹	درصد
	۵۷,۹		۴۱,۸		نسبی
N=۳۶۳	Mean = ۲,۳۴ Std= ۱,۰۹				

1. Missing Data

شاخص برنامه‌های ترویجی اقامه نماز

در جدول زیر، شاخص برنامه‌های ترویجی اقامه نماز توصیف شده است. همان‌طور که مشاهده می‌کنید، ۴۶,۷ درصد از دانشجویان «کم»، و ۵۱,۴ درصد از آنها «زیاد» را انتخاب کرده‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی شاخص برنامه‌های ترویجی اقامه نماز

متغیر	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	
شاخص برنامه‌های اقامه نماز	۸۴	۸۶	۹۵	۹۲	فراوانی
	۲۳,۱	۲۳,۶	۲۶,۱	۲۵,۳	درصد نسبی
	کم		زیاد		
	۴۶,۷		۵۱,۴		
N	۳۵۷	Mean= ۲,۵۴	Std= ۱,۱۱		

رابطه برنامه‌های ترویجی اقامه نماز با متغیرهای مستقل تحقیق

جدول زیر رابطه برنامه‌های ترویجی اقامه نماز را با متغیرهای مستقل تحقیق نشان می‌دهد: شاخص استادان و کارکنان ($R_s = ۰,۴۰$)، شاخص امام جماعت ($R_s = ۰,۵۰$) و شاخص مسجد دانشگاه ($R_s = ۰,۲۴$). این روابط معنادار است و قابلیت تعمیم به جامعه تحقیق را دارد. از طرف دیگر، در این جدول می‌توان رابطه سه شاخص مستقل فوق را مشاهده کرد.

جدول ۵. رابطه برنامه‌های ترویجی اقامه نماز با متغیرهای مستقل تحقیق

ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری رابطه نهاده شدن دین با متغیرهای مستقل تحقیق			طبقات پاسخ
مسجد دانشگاه	امام جماعت	استادان و کارکنان	
$r_s = ۰,۲۴^{++}$ Sig = ۰,۰۰۰	$r_s = ۰,۵۰^{++}$ Sig = ۰,۰۰۰	$r_s = ۰,۴۰^{++}$ Sig = ۰,۰۰۰	شاخص برنامه‌های ترویجی اقامه نماز
$r_s = ۰,۱۷^{++}$ Sig = ۰,۰۰۱	$r_s = ۰,۴۱^{++}$ Sig = ۰,۰۰۰	$r_s = ۱,۰۰$ Sig =	استادان و کارکنان
$r_s = ۰,۲۸^{++}$ Sig = ۰,۰۰۰	$r_s = ۱,۰۰$ Sig =	-	امام جماعت
$r_s = ۱,۰۰$ Sig =	-	-	مسجد دانشگاه

شاخص نهادینه کردن دین

در کنار بررسی سؤال‌های اصلی تحقیق، نهادینه کردن دین هم مد نظر قرار گرفت. این شاخص از ۱۴ مؤلفه تشکیل شده که در جدول به توصیف آنها پرداخته شده است. اما همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، ۴۰,۱ درصد با گویه‌های نهادینه کردن دین مخالف و ۳۹,۶ درصد از آنها موافق هستند. از طرف دیگر، ۲۰,۳ درصد از آنها عنوان کردند که نسبت به این گویه‌ها نظری ندارند.

جدول ۶. توزیع فراوانی شاخص نهادینه کردن دین

متغیر	نظری ندارم	کاملاً مخالف	مخالف	موافق	کاملاً موافق	
فراوانی	۷۴	۷۴	۷۲	۷۶	۶۸	
درصد نسبی	۲۰,۳	۲۰,۳	۱۹,۸	۲۰,۹	۱۸,۷	
دین		مخالف		موافق		
درصد نسبی		۴۰,۱		۳۹,۶		
N		Mean = ۱,۹۷ Std = ۱,۴۰				

رابطه نهادینه شدن دین با متغیرهای مستقل تحقیق

جدول زیر نشان می‌دهد که شاخص نهادینه شدن دین با شاخص استادان ($R_s=0,25$) با شاخص مقبولیت امام جماعت ($R_s=0,27$)، ساختار فیزیکی مسجد دانشگاه ($R_s=0,26$)، آگاه‌سازی ($R_s=0,28$) با شاخص پاداش‌ها ($R_s=0,23$) در سطح معناداری «۰,۰۰۰» ارتباط دارد. این بدین معناست که می‌توان نتایج این قسمت از تحقیق را به جامعه تحقیق تعمیم داد. در ادامه، می‌توان ارتباط شاخص‌های مستقل تحقیق را مورد بررسی قرار داد. همان‌طور که مشاهده می‌کنید، بیشترین میزان ارتباط برای شاخص «آگاه‌سازی» و «پاداش‌ها» است.

جدول ۷. رابطه نهادینه کردن دین با متغیرهای مستقل تحقیق

ضریب همبستگی و سطح معنی داری رابطه نهادینه کردن دین با متغیرهای مستقل تحقیق					طبقات پاسخ
پاداش‌ها	آگاه‌سازی	مسجد دانشگاه	امام جماعت	استادان و کارکنان	
$r_s = 0,23++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,28++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,26++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,27++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,25++$ Sig = 0,000	شاخص نهادینه کردن دین
$r_s = 0,33++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,35++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,17++$ Sig = 0,002	$r_s = 0,41++$ Sig = 0,000	$r_s = 1,00$ Sig =	استادان و کارکنان
$r_s = 0,45++$ Sig = 0,001	$r_s = 0,44++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,28++$ Sig = 0,000	$r_s = 1,00++$ Sig =	-	امام جماعت
$r_s = 0,22++$ Sig = 0,000	$r_s = 0,25++$ Sig = 0,000	$r_s = 1,00++$ Sig =	-	-	مسجد دانشگاه
$r_s = 0,58++$ Sig = 0,000	$r_s = 1,00++$ Sig =	-	-	-	آگاه‌سازی
$r_s = 1,00++$ Sig =	-	-	-	-	پاداش‌ها

رابطه نهادینه کردن دین و متغیرهای مستقل به تفکیک مقطع تحصیلی

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌کنید، رابطه نهادینه کردن دین و متغیرهای مستقل به تفکیک مقطع تحصیلی در نظر گرفته شد. نکته قابل توجه این است که در مقطع کاردانی بین مسجد دانشگاه، پاداش‌ها و آگاه‌سازی ارتباط وجود دارد و براساس معناداری این رابطه، قابلیت تعمیم به جامعه تحقیق را دارد. در مقطع کارشناسی، بین نهادینه کردن دین و استادان و مسئولان، امام جماعت، مسجد دانشگاه، پاداش‌ها و آگاه‌سازی رابطه وجود دارد؛ اما این ارتباط‌ها در مقطع کارشناسی ارشد معنادار نیست. این جدول به خوبی نشان می‌دهد که در هر مقطع تحصیلی، روی کدام یک از متغیرهای مستقل باید سرمایه‌گذاری کرد. در مقاطع تحصیلی پایین‌تر، شاخص «عملکرد دانشگاه» برای نهادینه کردن دین بالاتر است.

جدول ۸. رابطه نهادینه کردن دین با متغیرهای مستقل به تفکیک مقطع تحصیلی

نهادینه کردن دین			متغیر وابسته
کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	متغیرهای مستقل
Rs = ۰,۱۹ Sig = ۰,۳۲	Rs = ۰,۲۷++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۲۰ Sig = ۰,۱۱	استادان و مسئولان
Rs = ۰,۳۳ Sig = ۰,۰۸	Rs = ۰,۲۶++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۲۴ Sig = ۰,۰۷	امام جماعت
Rs = ۰,۰۴ Sig = ۰,۸۳	Rs = ۰,۲۴++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۲۹+ Sig = ۰,۰۲	مسجد دانشگاه
Rs = ۰,۲۲ Sig = ۰,۲۵	Rs = ۰,۲۵++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۲۷+ Sig = ۰,۰۳	پاداش‌ها
Rs = ۰,۱۶ Sig = ۰,۴۳	Rs = ۰,۱۵+ Sig = ۰,۰۲	Rs = ۰,۴۴++ Sig = ۰,۰۰۰	آگاه‌سازی

رابطه برنامه‌های ترویجی اقامه نماز و متغیرهای مستقل به تفکیک مقطع تحصیلی جدول زیر نشان می‌دهد که استادان و مسئولان، امام جماعت و وضعیت مسجد دانشگاه در مقطع کاردانی می‌تواند در شرکت دانشجویان در برنامه‌های ترویجی اقامه نماز تأثیر بسزایی داشته باشد. این ارتباطها در مقطع کارشناسی نیز قابل مشاهده است؛ اما در مقطع کارشناسی ارشد، شاخص امام جماعت اهمیت بیشتری دارد.

جدول ۹. رابطه برنامه‌های ترویجی اقامه نماز و متغیرهای مستقل تحقیق به تفکیک مقطع تحصیلی

برنامه‌های ترویجی اقامه نماز			متغیر وابسته
کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	متغیرهای مستقل
Rs = ۰,۰۴ Sig = ۰,۸۴	Rs = ۰,۴۵++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۵۸++ Sig = ۰,۰۰۰	استادان و مسئولان
Rs = ۰,۴۲+ Sig = ۰,۰۲	Rs = ۰,۵۲++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۵۲++ Sig = ۰,۰۰۰	امام جماعت
Rs = ۰,۲۵ Sig = ۰,۱۹	Rs = ۰,۲۴++ Sig = ۰,۰۰۰	Rs = ۰,۴۴++ Sig = ۰,۰۰۰	مسجد دانشگاه

رگرسیون چند متغیره نهادینه شدن دین

در این قسمت، رابطه بین اجزای متغیرهای مستقل با شاخص نهادینه کردن دین بررسی شد. بنابراین، بین نهادینه کردن و این اجزا در سه حالت فرمان رگرسیون اجرا می‌شود که در اینجا به بررسی آن خواهیم پرداخت. ستون ضریب همبستگی چندگانه Multiple R بیانگر آن است که متغیر اولی که وارد شده (جذابیت بحث‌های امام جماعت دانشگاه برای مخاطبان) به میزان ۰/۳۳ همبستگی با نهادینه کردن دین دارد. ارقام زیر آن هر یک نشان‌دهنده آن است که با ورود متغیر جدید در معادله، ضمن حضور متغیرهای قبلی (بالا تر) همبستگی نهادینه کردن دین با آنها به طور یکجا چقدر شده است. برای مثال، با ورود متغیر دوم (میزان ممانعت برنامه‌های آموزشی برای شرکت در نماز جماعت) مقدار همبستگی از ۰/۳۳ به ۰/۴۰ تغییر یافته است؛ یعنی بین نهادینه کردن دین در نظر پاسخگو به طور هم‌زمان و یکجا با معرف جذابیت بحث‌های امام جماعت دانشگاه برای مخاطبان و میزان ممانعت برنامه‌های آموزشی برای شرکت در نماز جماعت به میزان ۰/۴۰ همبستگی وجود دارد. آخرین رقم این ستون ۰/۴۳ است که همبستگی نهایی نهادینه کردن دین را با معرف‌هایی که وارد رگرسیون شده‌اند، نشان می‌دهد. این امر بیانگر همبستگی بین عوامل وارد شده به معادله و شاخص نهادینه کردن دین است. در ستون سوم، ضریب تعیین (R square) متغیر وابسته که در اینجا نهادینه کردن دین است؛ اولین عدد نشان می‌دهد که معرف اول، ۰/۱۱ از نهادینه کردن دین را تبیین می‌کند. با ورود معرف دوم، مقدار ضریب تبیین از ۰/۱۱ به ۰/۱۶ رسیده است؛ یعنی به‌طور هم‌زمان این دو معرف به میزان ۰/۱۶ از نهادینه کردن دین را توضیح می‌دهند و بقیه تغییرات آن مربوط به عوامل دیگری غیر از این دو عامل است که تا اینجا مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. آخرین رقم این ستون ۰/۱۸ نیز میزان ضریب تعیین چندگانه نهایی را نشان می‌دهد که بیانگر تبیین میزان نهادینه کردن دین با حضور همه عواملی است که وارد معادله رگرسیونی شده‌اند. در ستون پنجم « Adjusted R-square » ضریب تعیین است. اولین عدد این ستون نشان می‌دهد که معرف جذابیت بحث‌های امام جماعت دانشگاه برای مخاطبان به میزان ۰/۱۰ از تغییرات شاخص نهادینه کردن دین را بدون توجه به سایر متغیرها تبیین می‌کند که با ورود معرف دوم، میزان ممانعت برنامه‌های آموزشی برای شرکت در نماز جماعت به میزان ۰/۱۵ تغییر یافت؛ یعنی به‌طور هم‌زمان این دو عامل میزان ۰/۱۵

از تغییرات شاخص نهادینه شدن دین را تبیین می‌کنند و بقیه تغییرات آن مربوط به عواملی غیر از این دو عامل است که تا اینجا مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. آخرین رقم این ستون ۰/۱۷ نیز میزان ضریب تعیین چندگانه تعدیل‌شده نهایی را نشان می‌دهد که بیانگر میزان تغییرات شاخص نهادینه کردن دین با حضور همه عواملی است که وارد معادله رگرسیونی شده است.

ستون ششم B نشان‌دهنده میزان و جهت تغییر در متغیر وابسته نهادینه کردن دین، به ازای تغییر در هر یک از متغیرهای وابسته است. برای مثال، اولین عدد این ستون نشان می‌دهد به ازای یک واحد تغییر در معرف اول، ۲۲،۷۶ واحد در نهادینه کردن دین تغییر ایجاد می‌شود. ستون هفتم Beta نشان‌دهنده وزن B رگرسیون، برای نمره‌های استاندارد است؛ یعنی هنگامی که نمره‌ها به شکل استاندارد درمی‌آیند، مقادیر B از آن‌رو که استاندارد نیستند، قابل مقایسه هم نخواهند بود. اما بتا امکان ارزیابی اثر نسبی هر یک از متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. در مقایسه مقدار Beta درمی‌یابیم که بیشترین تأثیر در نهادینه کردن را معرف اول با مقدار ۰/۳۳ داشته است. ستون هشتم مقدار f را نشان می‌دهد که آیا می‌توان نتایج را به جمعیت تحقیق تعمیم داد. با توجه به معناداری آن می‌توان گفت که نتایج قابلیت تعمیم به جامعه تحقیق را دارند. با توجه به بتا و جهت آن، می‌توان گفت که با افزایش سه معرف زیر، نهادینه کردن دین افزایش می‌یابد. بنابراین، باید دست به اقداماتی زد که این عوامل افزایش یابند.

جدول ۱۰. رگرسیون چند متغیره نهادینه کردن دین

معنی داری	مقدار F	Beta	B	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	Multiple R	عوامل مؤثر
۰/۰۰۰	۲۲/۴۶	۰/۳۳	۲۲/۷۶	۰/۱۰	۰/۱۱	۰/۳۳	جذابیت بحث‌های امام جماعت دانشگاه برای مخاطبان
۰/۰۰۰	۱۷/۱۷	۰/۲۷	۱۸/۴۱	۰/۱۵	۰/۱۶	۰/۴۰	میزان ممانعت برنامه‌های آموزشی برای شرکت در نماز جماعت
۰/۰۰۰	۱۳/۴۱	۰/۲۳	۱۵/۸۱	۰/۱۷	۰/۱۸	۰/۴۳	تشویق استادان گروه به ادای فریضه نماز

نتیجه گیری

این پژوهش با استفاده از نظریه بی‌سازمانی اجتماعی کارکردگرایان، عواملی را که منجر به اختلال در ترویج و توسعه اقامه نماز در دانشگاه می‌شوند، مورد واکاوی قرار داد. همان‌گونه که اشاره شد، برنامه‌های ترویجی اقامه نماز به برنامه‌هایی گفته می‌شود که در حال حاضر، دانشگاه آنها را اجرا می‌کند و از دانشجویان پرسیده می‌شود که این برنامه‌ها به چه میزان در دانشگاه شما اجرا می‌شود. این برنامه‌ها نقش پاداش‌دهی و آگاه‌سازی دارند. با توجه به آنچه که از پیمایش به‌دست آمده است، میانگین شاخص پاداش‌دهی ۲,۴۱ و میانگین شاخص آگاه‌سازی ۲,۳۲ است. از طرف دیگر، میانگین شاخص کلی برنامه‌های ترویجی اقامه نماز ۲,۵۴ است که این نشان‌دهنده پاسخ دانشجویان بین طیف کم و زیاد است. ۴۶,۷ درصد از پاسخگویان بیان کردند که اجرای این برنامه‌ها از سمت دانشگاه در سطح ضعیف و ۵۱,۴ درصد از آنها معتقد بودند که اجرای این برنامه‌ها در سطح زیاد است. همچنین براساس نتایج پژوهش، شاخص برنامه‌های ترویجی اقامه نماز بیشترین همبستگی را با مؤلفه امام‌جماعت و بعد استادان، مسئولان و کارکنان و در نهایت، با شاخص مسجد دانشگاه دارد. این بدین معناست که عملکرد و توانمندی اقناع امام‌جماعت، عملکرد استادان، مسئولان و کارکنان و در نهایت، شرایط و ساختار فیزیکی مسجد برای هر چه بهتر اجرا شدن این برنامه‌ها تأثیر بسزایی دارد. بیشترین میزان ارتباط شاخص نهادینه کردن دین با آگاه‌سازی و مبلغان مذهبی بود. این بدین معناست که آگاه‌سازی مسئولان فرهنگی و مذهبی و توانمندی مبلغان مذهبی در اقناع دانشجویان، حضور استادان و مسئولان در ادای فریضه نماز و به عبارت دیگر، نحوه رفتار مبلغان فرهنگی می‌تواند به نهادینه کردن دین در دانشجویان منجر شود. در این زمینه، تشکیل کارگروه انتقادی به‌منظور حضور استادان، کارکنان و مسئولان برای بحث نماز و اهمیت انتقال این فریضه به دانشجو دارای اهمیت بسیاری است. جذابیت بحث‌های امام‌جماعت دانشگاه و توانمندی اقناع وی در زمینه بحث‌های سیاسی، اجتماعی و همچنین در بحث نماز، در کیفیت ارزیابی دانشجو حائز اهمیت است. همان‌طور که واضح است، دانشجو با یک‌سری اعتقادات مذهبی وارد دانشگاه می‌شود، اما مسئله مهم این است که دانشگاه و مبلغان فرهنگی و مذهبی توانایی تقویت این اعتقادات را داشته باشند. مقوله‌ای که در اینجا برجسته می‌شود، کمک گرفتن از پاداش‌های بیرونی برای تقویت امر درونی‌گرایش به نماز است.

دانشجویان با ورود به دانشگاه نیاز به حمایت دارند. این حمایت‌ها می‌تواند در قالب حمایت‌های مالی یا غیرمالی باشد. بنابراین، تشکیل زیرمجموعه‌ای در قالب ستاد اقامه نماز برای پوشش کمک‌های مالی یا غیرمالی به دانشجو دارای اهمیت بسیار است. در پایان باید گفت آگاه‌سازی دانشجویان به مقوله نماز بسیار ضعیف است. معمولاً این آگاه‌سازی در گروه‌های مجازی با تعداد اندک صورت می‌گیرد. توصیه به مکان‌یابی اطلاع‌رسانی، چگونگی انتقال و جذاب‌سازی موضوع نماز می‌تواند بسیار مهم باشد.

فهرست منابع

۱. ابوالقاسمی، محمدجواد و سجادی، مهدی (۱۳۸۴). چالش‌های توسعه فرهنگ دینی. تهران: انتشارات عرش پژوه.
۲. به‌پژوه، احمد و فتحی، شهپر (۱۳۸۱). تأثیر برنامه‌های آگاه‌سازی و تماس اجتماعی بر نگرش دانش‌آموزان دبیرستانی نسبت به دانش‌آموزان عقب‌مانده ذهنی و یکپارچه‌سازی آموزشی آنان. *مجله علوم اجتماعی و انسانی*، دانشگاه شیراز، شماره ۳۶، صص ۲۵-۱۳.
۳. حبیبی، سید محسن (۱۳۸۲). از شار تا شهر. انتشارات دانشگاه تهران.
۴. خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۳). آسیب‌شناسی جنبش نرم‌افزاری. *رواق اندیشه*، شماره ۳۷، صص ۱۷-۳.
۵. خمینی، روح‌الله (۱۳۶۸). *اسرار نماز یا معراج السالکین و صلوه العارفين*، امام خمینی (ره). تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۶. رحیمیان، مسعود و محکی، وحید (۱۳۸۸). بررسی حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن، مطالعه موردی پروژه مداخله در بافت فرسوده میدان شهدا مشهد). اولین همایش بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده شهری، مشهد.
۷. روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۶). تبیین جایگاه رسانه‌های هنگانی در نهادینه کردن ورزش همگانی در کشور نشیبه حرکت، شماره ۳۳.
۸. ریتزر، جورج (۱۳۷۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
۹. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). *درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی*. تهران: کیهان.
۱۰. ستوده، هدایت‌الله (۱۳۷۹). *آسیب‌شناسی اجتماعی*. تهران: نشر آوای نور.
۱۱. سیاری‌فرد، آزاده؛ قدیریان، لاله؛ نظری، مریم؛ رجبی، فاطمه؛ حق‌جو، لیلا و مونسان، لیلا (۱۳۹۵). نظام پاداش‌دهی مؤثر بر عملکرد کارکنان بیمارستان: چالش‌ها و راهکارها. *فصلنامه بیمارستان*، شماره ۴.
۱۲. طالقانی، غلامرضا؛ عابدی‌جعفری، حسن؛ فقیهی، ابوالحسن و عباسی، رسول (۱۳۸۹). مدیریت مسجد، تدوین الگوی شایستگی منابع انسانی. *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، دانشگاه امام حسین، سال ۲، شماره ۳ و ۴.

۱۳. فاضل، رضا و میری اشتیانی، الهام (۱۳۸۷). آسیب‌های اجتماعی ایران، نگاهی به آینده. مجمع تشخیص مصلحت نظام، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۱۴. فصیحی، امان‌الله (۱۳۸۹). بررسی کارآمدی نظریه کارکردگرایی. معرفت فرهنگی اجتماعی، سال اول، شماره دوم.
۱۵. قلی‌پور، آرین (۱۳۹۴). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی). مرکز تحقیق توسعه انسانی.
۱۶. کرمی، عزت‌الله و فنایی، ابوطالب (۱۳۷۳). بررسی نظریه‌پردازی‌های ترویج. معاونت ترویج و مشارکت مردمی.
۱۷. مجلسی، محمد تقی (۱۴۱۰). بحار الأنوار، چاپ اول، بیروت، مؤسسه الطبع و النشر.
۱۸. منطقی، مرتضی (۱۳۸۳). مبانی نظری هویت و بحران هویت؛ مراتب و مؤلفه‌های هویت. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۱۹. میری آشتیانی، الهام (۱۳۸۲). مقدمه‌ای بر آسیب‌شناسی مسائل اجتماعی در ایران. تهران: گفتمان.
20. Merton, R. K. & Rossi, A. (1968). **Contribution to the Theory of Reference Group Behavior**. In Robert, K. Merton (Ed.). *Social Theory and Social Structure*, (P. 279-334), New York, Free Press.
21. Porter, L. W., & Lawler, E. E. III. (1968). *Managerial attitudes and performance*. Homewood, IL: Irwin.
22. Scott, R. W. (2001). **Institutions and Organizations**. Second ed. Sage, Thousand Oaks, CA., 12-13.