

بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رفتار دینی دانش‌آموزان

* دکتر فیض اله نوروزی

** رقیه دیوسالار

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۰/۰۲

تاریخ تأیید مقاله: ۹۰/۰۱/۲۵

چکیده

دین یکی از قدیمی‌ترین و مهم‌ترین نهادهای اجتماعی است. گاهی ادعاهایی مبنی بر کاهش دینداری در بین افراد جامعه، بخصوص نوجوانان و جوانان به گوش می‌رسد. با توجه به نقش دین در وفاق و انسجام اجتماعی، ضعف پایبندی به رفتارهای دینی می‌تواند آثار سوئی به دنبال داشته باشد. مقاله‌ی حاضر برگرفته از پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر رفتار دینی دانش‌آموزان» است، که قصد دارد به سنجش دینداری و عوامل مؤثر بر آن در بین دانش‌آموزان شهر چالوس بپردازد.

جامعه‌ی آماری پژوهشی این مقاله عبارت است از کلیه‌ی دانش‌آموزان سوم دبیرستان شهرستان چالوس (۱۶۹۷ نفر) که از بین آنها ۲۳۴ نفر با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. براساس یافته‌های تحقیق، میانگین دینداری (رفتارهای دینی) در بین دانش‌آموزان برابر با ۳/۳۷ که نمره این میانگین از ۵ بوده است و تحت تأثیر متغیرهای زیر است:

دیدگاه دانش‌آموزان در مورد مذهبی بودن والدین‌شان، بیشترین تأثیر مثبت را بر رفتارهای دینی دانش‌آموزان دارد. همچنین میان متغیرهای «در معرض آموزش‌های مذهبی قرار گرفتن» و «پاداش گرفتن در قبال انجام اعمال دینی»، «تعلق به گروه» با رفتار دینی دانش‌آموزان رابطه‌ی معناداری و مثبتی وجود دارد. این متغیرها در مجموع ۵۷ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین نموده است.

واژگان کلیدی: رفتار دینی، دین، دینداری، جامعه‌شناسی دین، مناسک و شعائر دینی.

* استادیار دانشگاه آزاداسلامی واحد تهران شمال f_noroozi@iautnb.ac.ir

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه آزاداسلامی واحد تهران شمال

مقدمه

در نگاه جامعه‌شناختی، دین نهادی اجتماعی است. دین و آگاهی‌های دینی به عنوان بخشی از آگاهی‌های موجود در جامعه می‌تواند به نوجوانان در هویت‌یابی کمک نماید و به بسیاری از سؤال‌ها و مسایل آن پاسخ دهد. «تحقیقات کوهلن و آرنولد نشان داده که نوجوانان در سنین ۱۲ تا ۱۵ سالگی دارای اعتقادات مذهبی بیشتری هستند و در سن ۱۸ سالگی این اعتقادات کاهش می‌یابد» (احمدی، ۱۳۷۲: ۵۹-۶۰).

در سال‌های اخیر ترندها و نگرانی‌هایی در مورد تحقق رفتارها و باورهای عملی مذهبی، از سوی برخی منتقدین ابراز گردید و توفیق دستگاه‌های رسمی جامعه‌پذیری مذهبی در انتقال و اشاعه باورهای عملی مذهبی به آحاد افراد جامعه به خصوص نسل جوان مورد سؤال قرار گرفته است. سراج‌زاده در تحقیق خود (۱۳۷۵)، نشان داده که نوجوانان به دین اعتقاد دارند اما در بسیاری از موارد به اعتقادات خود عمل نمی‌کنند.

یکی از مسائل مهم در تربیت دینی کودکان و نوجوانان این است که به موازات آموزش تعالیم دینی و پرورش فکری و اعتقادی آن‌ها لازم است عواطف دینی نیز در آن‌ها رشد و گسترش یابد.

نقش اجتماعی دین اساساً در مجتمع کردن آن است، دین چنانچه از معنای آن بر می‌آید، پیوستگی‌های اعضای جوامع و الزامات اجتماعی را - که به وحدت آنان کمک می‌کند - ازدیاد می‌بخشد (جلالی مقدم، ۱۳۷۹: ۴۳).

نظر به اهمیت نقش دین در هویت بخشی، انسجام و انتظام اجتماعی و اساساً در تحقق بخشیدن به احساس «ما»، به عنوان عنصر اصلی تشکیل جامعه و با توجه به تأثیر غیرقابل انکار دین بر حیات جامعه بشری، در این تحقیق سعی شده است تا به سنجش میزان رفتار دینی و شناخت عوامل اجتماعی موثر بر آن پردازیم.

اهداف این تحقیق را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- ۱- سنجش رفتار دینی دانش‌آموزان
- ۲- شناسایی عوامل موثر بر رفتارهای دینی دانش‌آموزان
- ۳- ارائه راهکار برای تقویت و تثبیت رفتار دینی در بین نوجوانان دانش‌آموز.

مبانی نظری تحقیق

از جمله تحقیقات داخل کشور، تحقیقی است که توسط طالبان تحت عنوان «سنجش دینداری جوانان» انجام شده است و نشان می‌دهد که: دانش‌آموزان از اعتقادات مذهبی بالایی برخوردار بوده‌اند و تفاوت معناداری بین دختران و پسران وجود ندارد. در حدود ۸۳/۶ درصد افراد دینداری قوی و ۶/۲ درصد آنها دینداری ضعیف داشتند.

سراج‌زاده در سال ۱۳۷۵ تحقیقی تحت عنوان «نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آنان برای نظریه سکولار شدن» انجام داده است. جامعه آماری این پژوهش محدود به دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان بوده است و یافته‌های تحقیق حاکی است، نمرات دینداری پاسخگویان در ابعاد مختلف دینداری کاملاً متفاوت بود. التزام پاسخ‌گویان در بعد اعتقادات دینی قوی‌تر از سایر ابعاد بود. و بعد از آن عواطف دینی، بعد پیامدی و بعد مناسکی قرار داشت. در مورد رابطه جنسیت با دینداری، این اختلاف از نظر آماری معنادار نبوده است.

احمد غیاثوند در تحقیقی تحت عنوان «بررسی فرآیند جامعه‌پذیری دینی جوانان»، نشان می‌دهد که خانواده، دانشگاه و دوستان تأثیر مستقیم بر جامعه‌پذیری دینی دارند. همچنین وی به این نتیجه می‌رسد که در بین دانشجویان نوعی «بی‌شکلی دین‌ورزی» وجود دارد که ناشی از نفوذ باورها و ارزش‌های مدرنیته در دین و رشد نهادها و کارگزاران دینی جدید در کنار نهادهای سنتی است (غیاثوند، ۱۳۸۰).

نظریات مرتبط با دین را از نظر موضوع می‌توان به سه دسته تقسیم‌بندی کرد:

۱- نظریه‌های روانشناختی: در مورد نحوه پیدایش دین، فرد را واحد تحلیل در نظر گرفته‌اند و بر نیروهای درونی فرد تأکید نموده‌اند. ۲- نظریه‌ها با رویکرد جامعه‌شناختی: این نظریات معمولاً به نحوه پیدایش دین به عنوان پدیده‌ای اجتماعی و رابطه آن با سایر نهادهای اجتماعی، نقش دین در جامعه و مسایلی از این قبیل پرداخته‌اند. ۳- نظریه‌هایی با رویکرد روانشناسی اجتماعی: از آن دسته رویکردهایی هستند که ضمن توجه به فرد، به جامعه و نیروهای اجتماعی نیز هم‌زمان توجه می‌کنند.

در اینجا سعی می‌شود با استفاده از برخی نظرات دسته دوم و سوم به بررسی این مسئله می‌پردازیم:

• نقش گروه‌ها در تکوین باورها:

براساس این نظریه، یکی از عوامل مهم شکل دهنده باورهای فرد، تعلق گروهی است. بدون شک هر فردی به عنوان عضوی از یک گروه، هنجارها و عقاید و باورداشت‌های آن گروه را یاد می‌گیرد و درونی می‌نماید تا بتواند در میان سایر اعضای گروه دوام یابد. همچنین گرایش‌ها و رفتارهای افراد براساس عقاید و باورداشتها و شناخت‌های او از محیط پیرامون است (روشبلاو و دیگران، ۱۳۷۷: ۶۲).

بنابراین گروه‌هایی که شخص بدانها متعلق است سرچشمه بسیاری از باورهای اوست. باورهای شخص نماینده اعتقادات و سنت‌های گروهی است که فرد جزء آنهاست و برای حفظ باورهای خود، نیازمند به جلب حمایت دیگران است (کرج فیلد و دیگران، ۱۳۴۷: ۱۳۹).

بنابراین گروه‌های مرجع تأثیر مهمی در شکل‌گیری عقاید و باورهای افراد ایفا می‌کنند. این گروه‌ها می‌توانند چارچوب مرجعی را برای افراد تدارک ببینند که افراد در قالب آن مسایل و رویدادها را تفسیر و رفتار مناسب را اتخاذ نمایند.

• نظریه «کرج و کراچفیلد و بالاجی»

کرج فیلد و همکاران او، عوامل تکوین و تشکیل باورها را چهار عامل دانسته‌اند:

الف: آنچه که نیازهای شخصی را برآورده می‌کند.

ب: اطلاعاتی که شخص در معرض آن قرار می‌گیرد.

ج: تعلق گروهی

د: شخصیت فرد (بالالی، ۱۳۷۷: ۲۱).

• نظریه ک. جیل کیکولت درباره‌ی رابطه باور با ساختار اجتماعی

کیکولت به نقش پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد در شکل‌گیری باورها اشاره می‌کند و آن را از عوامل مهم و تعیین‌کننده گرایش‌ها و رفتارهای فرد می‌شمارد. به نظر وی برخی از افراد مثل کارل مارکس، معتقدند که گروه‌ها در شرایط اقتصادی - اجتماعی متفاوت، منافع متضادی دارد که این منافع متضاد شرایط متفاوتی را نسبت به موضوعات و پدیده‌های اجتماعی مختلف در افراد ایجاد می‌کند (قاضی طباطبائی و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۱).

مارکس معتقد است که روبنا (دین و باورهای دینی) تابعی از زیربنا (موقعیت اقتصادی افراد) است و در واقع باورها و عقاید، بازتاب طبقه‌ی اجتماعی افراد و جایگاه آنان در نظام تولید است (کورز، ۱۳۸۲: ۸۷).

رفیع‌پور معتقد است: «اگر در یک جامعه ارزش‌های مادی گسترش یابد، میزان دینداری و اعتقاد مردم کاهش می‌یابد» (رفیع‌پور: ۱۶۹).

اینگلهارت معتقد است رفتار آدمیان به شدت از فرهنگی که در آن پرورده شود تأثیر می‌پذیرد، اما میزان این تأثیرپذیری را یک سلسله عوامل عینی تعیین می‌کند (اینگلهارت، ۱۳۷۷: ۱۷).

اینگلهارت بر این باور است که مخاطرات شخصی، نیاز به اطمینان دینی را افزایش می‌دهد، و آن کسانی که از حداقل امنیت جانی و اقتصادی در زندگیشان برخوردارند، بیشترین نیاز به راهنمایی و اتکا می‌دارند. که هنجارهای فرهنگی رایج و اعتقادات دینی متعلق آنان را تأمین می‌کند (اینگلهارت و آبرامون: ۱۳۷۸).

نظریه الگوگیری و یادگیری مشاهده‌ای^۱

آلبرت بندورا می‌گوید: دو زمینه‌ای که یادگیری در آن رخ می‌دهد عبارت است از: زمینه یا محیط فیزیکی و زمینه اجتماعی. زمینه فیزیکی، اشاره ساده‌ای دارد به بعد مادی حوزه رفتار. زمینه اجتماعی فرآیند یادگیری، اشاره به حضور واقعی یا ضمنی «دیگران» در حین یادگیری دارد (بندورا، ۱۳۷۲: ۲۴-۴۷).

بنا به نظریه یادگیری اجتماعی، رفتار از طریق پردازش محوری اطلاعات مربوط به پاسخ، به طور نمادین و بیش از آن که اجرا شود یادگیری می‌شود. فرد با مشاهده مدلی در رفتار مطلوب در باب نحوه ترکیب و توالی آن برای خلق رفتار جدید، ایده‌ای پیدا می‌کند (همان: ۴۷).

نظریه یادگیری اجتماعی در روانشناسی اجتماعی، بخصوص در مورد نقش و حضور دیگران اجتماعی در یادگیری با نظریه جرج هربرت مید در مورد «خوداجتماعی» و تفکیک بین «من» و «خودم» شباهت بسیاری دارد.

• نظریه «خوداجتماعی» جرج هربرت مید

مید کوشیده تا از طریق تمایز قائل شدن در میان «من» و «خودم» نظریه‌هایش را درباره بنیاد اجتماعی خود روشن سازد.

^۱ - *Observational learning*

«من» همان واکنش ارگانیک به رویکردهای دیگران است. حال آنکه «خودم» مجموعه سازمان نیافته‌ای از رویکردهای دیگران است که مورد قبول یک فرد قرار می‌گیرد. رویکردهای دیگران، «خودم» سازمان نیافته را می‌سازد و سپس شخص به عنوان یک «من» نسبت به «خودم» واکنش نشان می‌دهد. او برحسب رویکردهایی که دیگران نسبت به او دارند، به خودش واکنش نشان می‌دهد. «خودم» همان خودی است که از دیگران مهم یا کلّ اجتماع پنداشته و دریافته می‌شود (کورز، ۱۳۶۹: ۴۵۰).

از نظر مید «دیگری تعمیم یافته» مجموعه چشمداشت‌هایی است که شخص معتقد است که دیگران از او دارند. دیگران مهم اشخاصی هستند که بر رویکردهای افراد دیگر بسیار نفوذ دارند، بیشتر آدم‌ها می‌کوشند تا دیگران مهم را خشنود سازند.

بروس کوئن معتقد است که «گروه‌های مرجع به عنوان الگوی داور و ارزیابی کار فرد برای اشخاص اهمیت دارند. بیشتر ما در ارزیابی رفتار، قیافه ظاهری، ارزشها و نظایر آن، به معیاری مراجعه می‌کنیم که گروه مرجع مان به دست می‌دهد (بروس کوئن، ۱۳۷۰: ۷۷-۹۹).

• نظریه‌ی تبادل

نظریه تبادل درصدد است که اصول رفتارگرایی را در برگیرد و پس از درآمیختن آن‌ها با اندیشه‌های دیگر، درمورد مسایل مورد علاقه جامعه‌شناسان به کارش بندند. این نظریه در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ با کارهای جورج هومنز مطرح شد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۴۱۴).

قضایای بنیادی هومنز عبارت است از:

۱- قضیه اول- انگیزه: اگر در گذشته وقوع وضعیتی مشخص سبب شده است که فعالیت فرد به پاداش منتهی شود، هرچه وضعیت کنونی بیشتر شبیه گذشته باشد، احتمال این که فرد به همان فعالیت یا فعالیتی مشابه آن دست زند زیادتر است.

۲- قضیه دوم- موفقیت: «هرچه فعالیت فرد در زمان معینی پاداش بیشتری به شخص برساند، به همان نسبت فرد آن فعالیت را تکرار خواهد کرد.

۳- قضیه سوم- ارزش: هرچه نتیجه یک کنش برای شخص با ارزش‌تر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد.

۴- قضیه چهارم- محرومیت: هرچه فرد، در گذشته نزدیک، پاداش خاصی دریافت داشته باشد، از میزان ارزش آن به تدریج کاسته خواهد شد (ادیبی: انصاری، ۱۳۵۸: ۲۴۷-۲۴۹).

۵- قضیه پنجم پرخاشگری - تایید:

قضیه الف: هرگاه یک شخص از کنش خود پاداشی را که انتظار دارد به دست نیاورد و یا تنبیهی را دریافت دارد که انتظارش را ندارد، خشمگین خواهد شد و در چنین موقعیتی، احتمال بیشتری دارد که رفتار پرخاشگرانه از خود نشان دهد؛ در ضمن نتایج چنین رفتاری برایش ارزشمندتر خواهد شد (همان، ۱۳۵۸: ۴۳۰).

قضیه ب: هرگاه شخص پاداش مورد انتظارش را به دست بیاورد، به ویژه اگر پاداش بیش از حد چشمداشتش باشد، یا با تنبیه مورد انتظارش روبرو نشود، احساس خرسندی خواهد کرد؛ در این صورت احتمال بیشتری می‌رود که آن شخص رفتار تأییدآمیزی از خود نشان دهد و نتایج رفتارش نیز برایش ارزشمندتر می‌شود (ریتزر: ۴۳۱).

• جامعه‌پذیری^۱ و دین

جامعه‌پذیری فرآیند کسب دائمی تجربیات اجتماعی است. یکی از هدف‌های عمده فرآیند اجتماعی شدن عبارت است از ادغام موازین و ارزش‌های گروهی در وجدان‌های فردی، به نحوی که اعضای جامعه ارزش‌های گروهی را نه به عنوان معیارهای تحمیلی از خارج، بلکه به عنوان ارزش‌ها و معیارهای شخصی به خویش بپذیرند (لنسکی، ۱۳۷۴: ۴۸). دین در جامعه، چه به عنوان نهادی مانند سایر نهادهای اجتماعی و چه بصورت مجموعه‌ای از توصیه‌ها و دستورالعمل‌های دینی و اخلاقی و الگوهای رفتاری در سطح فردی و اجتماعی از اهمیت بسزایی برخوردار است. مهم‌تر از همه اینکه، دین مکانیسمی است که موجب انتقال ارزش‌ها و هنجارهای دینی می‌شود و فرایند جامعه‌پذیری، تعهد دینی را در بین نسل جدید ایجاد می‌کند (غیاثوند، ۱۳۸۰: ۱۷۷-۱۹۲).

خانواده، گروه همسالان، مدرسه و رسانه‌های جمعی مهمترین عناصر مؤثر بر جامعه‌پذیری و جامعه‌پذیری دینی هستند.

نقش خانواده در جامعه‌پذیری دینی را به وسیله روابط و تعاملات اعضای خانواده و بررسی الگوهای دینی آن‌ها را در این امر می‌توان دانست که در اکثر خانواده‌ها، پدر و مادر خود را مسؤول می‌دانند که فرزندان خود را از نظر دینی و مکتبی متعهد و معتقد بار بیاورند. کودکی که در یک خانواده دینی به دنیا می‌آید از همان ابتدای زندگی، با مشاهده

^۱ - socialization

رفتارهای پدر و مادر و دیگر اعضای خانواده باورهای دینی را یاد می‌گیرد و به تدریج به تقلید از آنها، اعمال دینی را انجام دهد.

پس از خانواده، مدرسه عهده‌دار تربیت و اجتماعی کردن دانش‌آموزان در ابعاد مختلف، خصوصاً جامعه‌پذیری دینی و پاسخگویی به مشکلات دینی دانش‌آموزان است. رابرتسون معتقد است: مدرسه، اجتماعی کردن را در خلال برنامه‌های پنهان که در محتوای فعالیتهای مدرسه نهفته است انجام می‌دهد (رابرتسون، ۱۳۷۷: ۱۳۰).

معلمان و مربیان مدارس به مثابه الگوهای مطلوب نوجوانان، زمانی می‌توانند توفیق چشمگیری در پرورش احساس مذهبی و تبلور رفتارهای دینی آنها داشته باشند که شخصیت مذهبی ایشان برای بچه‌ها محبوب باشد.

یکی دیگر از عوامل موثر در شکل‌گیری رفتارها، افکار، نگرش‌ها، احساسات و به طور کل شخصیت نوجوانان و جوانان، ارتباط با دوستان و همسالان است (گیدنز، ۱۳۷۴: ۸۶). نقش دوستان و همسالان دانش‌آموز در ترغیب آنان به نماز و سایر رفتارهای دینی موثر است؛ یعنی هرچقدر دوستان نزدیک در برگزاری نماز پایبندی بیشتری داشته باشند، تاثیر بیشتری بر فرد خواهند گذاشت. عکس این مطلب نیز صادق است.

رسانه‌های جمعی هم می‌تواند هنجارهای اجتماعی را تقویت و هم آنان را آشفته سازند (کوئن، ۱۳۷۱: ۱۱۲).

جرج گربنر، مبدع نظریه پرورش معتقد است که: رسانه‌ها به ویژه تلویزیون، در شکل دادن به عقاید، نگرش‌ها و رفتارها تأثیر اساسی دارند (ساروخانی و مهدی‌زاده، ۱۳۸۱: ۲۴۴).

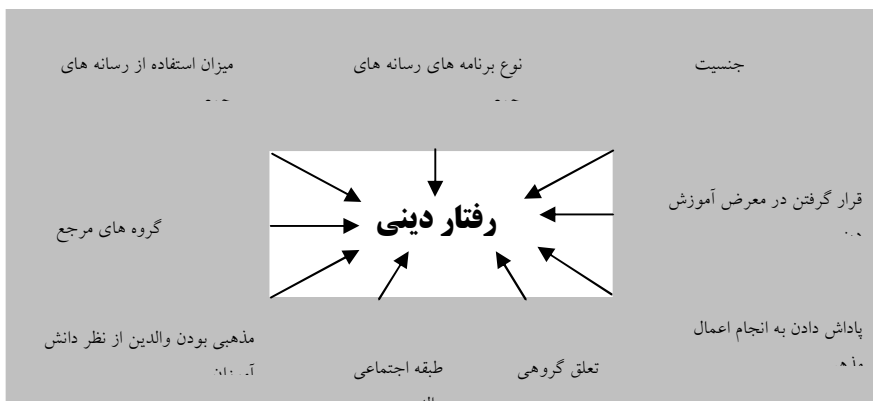
حال اگر فرستندگان از طریق رسانه‌ها، پیام‌هایی را پخش کنند که در راستای ترویج و تبلیغ دین ارزشهای دینی باشد، تاثیر مثبتی بر فرایند اجتماعی شدن افراد در جهت دینی شدن خواهد داشت و اگر خلاف این امر صورت پذیرد، افراد پیام‌هایی را دریافت خواهند کرد که مغایر با باورهای دینی است (رفیع‌پور، ۱۳۷۶: ۲۶۳).

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین جنسیت دانش‌آموزان و رفتار دینی آنها رابطه وجود دارد.

۲. بنظر می‌رسد که میان طبقه‌ی اجتماعی والدین و رفتار دینی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد که میان نوع برنامه‌های رسانه‌های جمعی و رفتار دینی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد.
۴. هرچقدر دانش‌آموزان احساس کنند که والدین شان مذهبی تر هستند دانش‌آموزان نیز رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.
۵. هرچقدر احساس تعلق گروهی دانش‌آموزان بیشتر باشد رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.
۶. هرچقدر گروه‌های مرجع دانش‌آموزان مذهبی تر باشند دانش‌آموزان رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.
۷. هرچقدر قرار گرفتن دانش‌آموزان در معرض آموزش‌های مذهبی بیشتر باشد آنها رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.
۸. هرچقدر پاداش رفتار دینی دانش‌آموزان بیشتر باشد رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.
۹. هرچقدر میزان استفاده از وسایل ارتباطی مدرن (تلفن همراه و اینترنت) دانش‌آموزان بیشتر باشد رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.
۱۰. بین نوع استفاده از وسایل ارتباطی مدرن (تلفن همراه و اینترنت) دانش‌آموزان با رفتار دینی آنها رابطه وجود دارد.
۱۱. هرچقدر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی دانش‌آموزان بیشتر باشد آنها رفتارهای دینی بیشتری خواهند داشت.

مدل علی



روش تحقیق

در این تحقیق از روش پیمایشی و تکنیک پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است.

جامعه‌ی آماری را کلّ دانش‌آموزان دختر و پسر سال سوم دبیرستان شاغل به تحصیل در سال تحصیلی ۸۷-۱۳۸۸ شهر چالوس تشکیل می‌دهد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و با جمعیت ۱۶۹۷ نفر دانش‌آموز و خطای استاندارد ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۲۳۴ نفر برآورد گردیده است. در نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شده است.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها و مفاهیم تحقیق

رفتار دینی: رفتار دینی کلیه رفتارهایی است که بر مبنای اعتقاد به خداوند، ماورالطبیعه، امور قدسی انجام می‌گیرد و مستلزم انجام مناسک و شعائر خاصی است که انتظار می‌رود پیروان هر دین آن‌ها را به جا آورند. (گلاک و استارک، ۱۳۷۲: ۲۰-۲۱). می‌توانیم رفتار دینی را به دو شاخص «رفتار دینی فردی» و «رفتار دینی جمعی» تقسیم‌بندی نماییم. شاخص «رفتار دینی فردی» شامل اعمال دینی زیر می‌باشد:

۱- خواندن نماز روزانه واجب ۲- گرفتن روزه واجب ۳- نذر کردن ۴- قرآن خواندن ۵- رفتن به زیارت اماکن مقدس مذهبی

و شاخص «رفتار دینی جمعی» شامل اعمال دینی زیر می‌باشد:

۱- شرکت در نماز جماعت ۲- شرکت در نماز جمعه ۳- شرکت در مراسم و آئین‌های خاص مذهبی .

طبقه‌اجتماعی والدین: «طبقه اجتماعی به بخشی از جامعه اطلاق می‌شود که به لحاظ داشتن ارزش‌های مشترک، منزلت اجتماعی معین، فعالیت‌های دسته‌جمعی، میزان ثروت،

دیگر دارائی های شخصی و نیز آداب معاشرت، با دیگر بخش‌های جامعه متفاوت باشد» (کوئن، ۱۳۷۲: ۲۳۹).

طبقه اجتماعی والدین توسط - ثروت - ۲- تحصیلات ۳- نوع شغل ۴- منزلت اجتماعی آنها سنجیده شده است.

نوع برنامه‌های رسانه‌های جمعی: «آن دسته از وسایل ارتباط جمعی که در تمدن‌های جدید بوجود آمده و مورد استفاده‌اند و ویژگی اصلی آنها قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع آنهاست و بیشتر در جهت تغییر شکل، روش و جریان کلی روابط اجتماعی به کار می‌آید. ضمن آن‌که این اصطلاح، ارتباطی را مشخص می‌کند که هدف آن تماس با یک گروه مخاطب وسیع یا یک گروه کوچک نیست، بلکه با جمع سروکار دارد» (کازنو، ۱۳۸۱: ۶۴). در این تحقیق، نوع و ساعات استفاده از برنامه‌های رسانه‌های جمعی مشخص مثل (رادیو، تلویزیون، ماهواره، سینما) مدنظر محقق بوده است. و منظور از وسایل ارتباطی جدید، (اینترنت و تلفن همراه) و مدت زمان استفاده از آن‌ها بوده است. پاداش دادن در قبال انجام اعمال مذهبی: «در تربیت، تشویق بیشتر از تنبیه تأثیر دارد تشویق می‌تواند به صورت نوازش کلامی، بدنی، ذکر عبارات خوشایند و گاهی به صورت مالی و دادن جایزه و پاداش باشد (قائمی، ۱۳۷۶: ۵۰)». شامل تشویق کلامی و پاداش مادی از سوی والدین و مدرسه در قبال انجام اعمال مذهبی.

در معرض آموزشهای مذهبی قرار گرفتن: «وجود آموزش به همراه عمل دین. این متغیر را با استفاده از ۱. رفتن به کلاس های آموزشی دینی توسط دانش آموز ۲. آموزش های مذهبی از طریق مدرسه ۳. تحقیق و مطالعه توسط خود فرد ۴. پرسش از والدین ۵. پرسش از دبیران و اولیای مدرسه ۶. پرسش از دوستان و همسالان سنجیده ایم.

گروه مرجع: گروه مرجع^۱ گروهی که به منزله‌ی الگوی رفتاری برای افرادی که می‌خواهند به قضاوت و ارزیابی خود پردازند به کار می‌رود (کوئن، ۱۳۷۲: ۸۶). نوجوانان معمولاً به دو گروه اجتماعی عمده «خانواده» و «دوستان و همسالان» تعلق دارند. این گروه‌ها اغلب تأثیرات عمده‌ای بر روی گرایش‌ها و رفتارهای نوجوانان می‌گذارند، این گروه‌های مرجع، غالباً نظامی از مقیاس‌ها و ارزشهای هنجاری تولید می‌کنند که اعضای

^۱ - Reference Group

گروه، به دلایل مختلف از جمله فشارهای هنجاری، هم‌نوایی با گروه‌ها خود را موظف به پذیرش و پیروی از آن‌ها می‌دانند» (طالبان، ۱۳۷۸: ۳۹).

تعلق گروهی: شامل رفتار مطابق خواست گروه از طریق قبول هنجارها و ارزش‌های گروهی می‌باشد. این متغیر را با استفاده از این موارد سنجیده ایم.

۱. هم‌نوایی با ارزشها و هنجارهای گروه
۲. احساس همدلی و همدردی با گروه
۳. حس همکاری و مشارکت با گروه
۴. حس تعلق و دلبستگی داشتن به گروه.

نتایج تحقیق

بر اساس شاخص طبقه‌ی اجتماعی تعداد کل افراد نمونه تحقیق برابر با ۲۳۴ نفر می‌باشند. از این تعداد، نیمی (۱۱۷ نفر) را دانش‌آموزان پسر و نیمی دیگر (۱۱۷ نفر) را دانش‌آموزان دختر تشکیل می‌دهند.

بر اساس شاخص مذهبی بودن والدین، ۵۶ درصد پاسخگویان والدین خود را به میزان زیاد یا خیلی زیاد مذهبی دانسته‌اند. این در حالی است که پاسخگویانی که ارزیابی ضعیف از والدین خود داشته‌اند، اندکی بیش از ده درصد است.

بر اساس شاخص در معرض آموزش‌های مذهبی و دینی قرار گرفتن، و با مقایسه میانگین سؤالاتی که در این زمینه طراحی و در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. بیشترین تأثیر را در این زمینه، آموزش‌های دینی والدین پاسخگویان با میانگین ۳/۷۹ (نزدیک به زیاد) و کمترین تأثیر را دوستان و همسالان با میانگین ۲/۴۹ از ۵ (معادل کم/متوسط) داشته‌است.

بر اساس شاخص پاداش دادن در قبال اعمال زیر، نزدیک به دو سوم از پاسخگویان (۶۳ درصد) به میزان کم یا خیلی کم به خاطر انجام اعمال مذهبی مورد تشویق قرار گرفته این در حالی است که ۱۲/۵ درصد به میزان زیاد یا خیلی زیاد در این خصوص پاداش دریافت کرده‌اند.

بر اساس شاخص احساس تعلق گروهی حدود ۹۰ درصد پاسخگویان به میزان زیاد یا خیلی زیاد به گروه‌هایی که عضو آن هستند احساس تعلق می‌کنند این در حالی است که ۴/۳ درصد به میزان کم به این افراد احساس تعلق دارند.

بر اساس شاخص گروه مرجع، ۵۵/۷ درصد گروه مرجع خود را از نزدیکان و خویشاوندان خود اعلام نموده و ۲۷/۵ درصد شخصیت‌های مذهبی را به عنوان گروه‌های مرجع خود معرفی نموده‌اند. گروه مرجع سایر پاسخگویان شخصیت‌های علمی (۱۱/۵ درصد) و هنرپیشه‌ها و ورزشکاران (۵/۳ درصد) می‌باشد.

بر اساس شاخص طبقه اجتماعی، نزدیک به ۴۵ درصد دانش‌آموزان در رده متوسط، ۱۶.۷ درصد در طبقه پایین و ۳۸.۶ درصد در طبقه بالا قرار گرفته‌اند.

از نظر مولفه‌های مختلف شاخص رفتارهای دینی، نمازهای ۴۵.۸ درصد پاسخگویان در حد کم یا خیلی کم، ۲۱.۸ درصد در حد متوسط و ۳۲.۴ درصد در حد زیاد یا خیلی زیاد، قضا می‌شود.

۶۳.۴ درصد پاسخگویان به میزان زیاد یا خیلی زیاد، ۱۷.۲ درصد به میزان متوسط و ۱۹.۴ درصد به میزان کم یا خیلی کم سعی می‌کنند که در ماه مبارک رمضان روزه بگیرند.

۲۷.۷ درصد پاسخگویان میزان قرآن خواندن خود را در حد زیاد یا خیلی زیاد، ۳۹ درصد در حد متوسط و ۳۳.۳ درصد در حد کم یا خیلی کم اعلام کرده‌اند.

در پاسخ به سوال مربوط به شرکت در نماز جماعت، ۵۲.۶ درصد گزینه کم یا خیلی کم، ۲۶.۱ درصد گزینه متوسط و ۲۱.۲ درصد گزینه زیاد یا خیلی زیاد را برگزیده‌اند.

میزان شرکت در نماز جمعه در نزد ۶۳ درصد پاسخگویان کم یا خیلی کم، در نزد ۲۵.۷ درصد متوسط و در نزد ۱۱.۳ درصد در حد زیاد یا خیلی زیاد بوده است.

۳۱.۶ درصد پاسخگویان به میزان کم یا خیلی کم، ۲۷.۷ درصد به میزان متوسط و ۴۰.۷ درصد زیاد و خیلی زیاد سعی می‌کنند به زیارت اماکن مقدس مذهبی بروند.

در حدود ۲۰ درصد پاسخگویان در حد کم یا خیلی کم، ۲۱.۸ درصد در حد متوسط و ۵۸.۱ درصد در حد زیاد یا خیلی زیاد در مراسم و آیین‌های مذهبی شرکت می‌کنند.

در حدود ۶۷/۸ درصد از پاسخگویان به میزان زیاد یا خیلی زیاد، ۱۹/۱ درصد به میزان متوسط، ۱۳/۱ درصد به میزان کم یا خیلی کم برای رفع حاجات خود به نذرکردن متوسل می‌شوند.

در بین رفتارها و مناسک دینی بیشترین توجه و انجام مربوط به روزه (با میانگین ۳.۸ از ۵) و کمترین آن مربوط به شرکت در نماز جمعه (با میانگین ۲.۱۵ از ۵) می‌باشد.

رابطه متغیرهای مستقل با رفتارهای دینی دانش‌آموزان

۱- بین میزان دینداری والدین با میزان انجام اعمال دینی توسط دانش‌آموزان رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر معادل ۰.۶۴۴ است که رابطه مثبت و نسبتاً قوی را نشان می‌دهد. این بدان معناست که هر چقدر والدین دانش‌آموزان اعمال و مناسک مذهبی را بیشتر انجام دهند دانش‌آموزان نیز این کار را بیشتر انجام می‌دهند.

۲- بین آموزش‌های دینی و مذهبی و انجام رفتارهای دینی توسط دانش‌آموزان نیز همبستگی مثبت و نسبتاً قوی (۰/۶۱۵) وجود دارد. بدین معنی که با ارائه آموزش‌های دینی در بین دانش‌آموزان بر میزان انجام اعمال دینی آنان افزوده می‌شود.

۳- همانند دو متغیر فوق، پاداش دادن در قبال انجام اعمال دینی، تأثیر مثبت بر رفتارهای دینی دانش‌آموزان دارد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر معادل ۰.۴۵۰ است که رابطه متوسط و از نظر آماری معنادار را نشان می‌دهد.

۴- تعلق به گروه اثر فزاینده بر رفتارهای دینی دانش‌آموزان دارد. این اثر متوسط بوده است، و از نظر آماری معنادار می‌باشد. این ضریب معادل ۰.۳۵۷ است.

۵- برای بررسی رابطه جنسیت با رفتار دینی از آزمون t استیودنت استفاده گردیده است. این آزمون، تفاوت معنی‌داری را بین میانگین رفتارهای دینی دختران و پسران نشان نمی‌دهد. لذا فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر وجود رابطه‌ی بین جنس و رفتار دینی نوجوانان تأیید نمی‌شود.

۶- میان میزان استفاده از رسانه‌های جمعی مانند (میزان گوش دادن به تلویزیون و رادیو، میزان رفتن به سینما، میزان استفاده از ماهواره) و رفتار دینی دانش‌آموزان رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

هرچقدر دانش‌آموزان بیشتر از تلفن همراه استفاده کنند از انجام اعمال دینی‌شان کاسته می‌شود. این همبستگی از نظر شدت ضعیف و از نظر نوع رابطه معکوس (۰/۱۹۳-) می‌باشد.

بین نحوه استفاده و نوع مراجعه دانش‌آموان به اینترنت و انجام رفتارهای دینی‌شان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

تعلق به گروه اثر افزاینده‌ای بر رفتارهای دینی دانش‌آموان دارد این اثر متوسط بوده و از نظر آماری معنادار می‌باشد. ضریب همبستگی معادل $0/357$ است.

گروه‌های مرجع تأثیری بر انجام اعمال دینی توسط دانش‌آموان ندارد. این‌که دانش‌آموان الگوهای رفتاری خود را چه کسانی قرار دهند بر انجام رفتارهای دینی توسط آنان تأثیری ندارد.

پاداش دادن (چه به صورت پاداش مادی و چه به صورت غیرمادی) می‌تواند تأثیر مثبتی بر انجام رفتارهای دینی دانش‌آموان داشته باشد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر، معادل $0/450$ است که از نظر رابطه متوسط ولی از نظر آماری معنادار می‌باشد.

بین نوع برنامه‌های رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو، سینما و ماهواره) و رفتار دینی دانش‌آموان رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

یافته‌ها نشان می‌دهد، $35/9$ درصد پاسخگویان به منظور تحقیق در موضوعات مختلف به اینترنت مراجعه می‌کنند و $29/1$ درصد پاسخگویان انگیزه خود را از استفاده از این وسیله بازی و سرگرمی اعلام نموده‌اند. همچنین $17/5$ درصد نیز به منظور چت از اینترنت استفاده می‌کنند مابقی نیز به انگیزه‌های دیگر به اینترنت مراجعه می‌کنند.

تمایل به انجام اعمال دینی در بین دانش‌آموانی که به منظور چت به اینترنت مراجعه کرده‌اند کمتر از دیگران است.

و نهایتاً اینکه آموزش‌های دینی و مذهبی تأثیر بسیار مثبتی بر رفتار دینی دانش‌آموان داشته است ($F=0/615$).

رگرسیون چند متغیره:

از بین متغیرهای مطرح شده در این تحقیق، متغیرهای مربوط به وسایل ارتباطی مدرن و رسانه‌های جمعی به خاطر اینکه تعداد محدودی از دانش‌آموان به این سوالات پاسخ داده وارد معادله نشدند و تنها جنسیت، پایگاه اجتماعی و اقتصادی، دینداری والدین، در معرض آموزش‌های دینی قرار گرفتن، پاداش دادن در قبال انجام اعمال دینی، تعلق به گروه با روش stepwise وارد معادله شدند که در نهایت متغیرهای رفتارهای دینی والدین،

در معرض آموزش‌های دینی قرار گرفتن و تعلق به گروه در معادله باقی ماندند. این متغیرها در مجموع ۵۷ درصد از واریانس رفتارهای دینی را توضیح می‌دهند که این میزان تبیین، قابل توجه است.

بر اساس نتایج به دست آمده همانطور که در روابط متغیرهای مستقل با متغیر وابسته به تفکیک با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، گفته شد دینداری والدین، در معرض آموزش‌های دینی قرار گرفتن و تعلق گروهی تاثیر مثبت بر انجام مناسک دینی دانش آموزان دارد. نکته قابل توجه در این زمینه این است که در تحلیل‌های یک متغیره بین پاداش گرفتن در قبال انجام اعمال دینی با متغیر وابسته رابطه معناداری وجود داشت ولی با تحلیل رگرسیون چند متغیره این رابطه معنادار نشده است.

در بین متغیرهای مورد بررسی بیشترین تاثیر را بر رفتارهای دینی دانش آموزان، انجام اعمال دینی توسط والدین و کمترین تاثیر را تعلق به گروه دارند (نگاه کنید به ضریب Beta).

جدول شماره (۱) آماره‌های مربوط به مدل رگرسیون چند متغیره برای تبیین رفتارهای دینی

Sig.	F مقدار	ضریب تعیین	ضریب همبستگی رگرسیون
۰۰۰۰	۹۴.۵۱۳	۵۷	۰.۷۵۳

جدول شماره (۲) متغیرهای داخل مدل رگرسیون

Sig.		Beta	Std. Error	B	متغیرها
۰.۰۰۰	۹.۰۷۹	۰.۰۵۲	۰.۰۲۰	۰.۱۸۲	رفتارهای دینی والدین
۰.۰۰۰	۷.۲۱۱	۰.۳۳۷	۰.۰۶۰	۰.۴۳۲	آموزش‌های دینی و مذهبی
۰.۰۰۳	۲.۹۵۷	۰.۱۴۱	۰.۰۴۳	۰.۱۲۸	تعلق به گروه

بر این اساس فرمول رگرسیون برای این متغیرها به شرح ذیل است:

$$= (\text{رفتارهای دینی}) - 4.732 + 0.182 (\text{رفتارهای دینی والدین} + 0.432)$$

$$(\text{آموزش‌های دینی} + 0.128 (\text{تعلق به گروه}))$$

معادله فوق را در سه چهار سطر شرح دهید

فرمول رگرسیون چند متغیره:

$$y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

(متغیرهای وابسته)

بر این اساس فرمول رگرسیون برای متغیرهای فوق به شرح ذیل است.
 + (رفتارهای دینی والدین از دید دانش‌آموزان) $0/182 + 0/732 - 4$: y' (رفتارهای دینی)
 (تعلق گروهی) $0/128 +$ (آزمون‌های دینی و مذهبی) $0/234$

در اینجا سه متغیر مستقل باهم و همزمان بر متغیر وابسته تأثیر دارند.
 در ابتدا رابطه بین سه متغیر مستقل همزمان با متغیر وابسته محاسبه نشده پس معلوم
 می‌گردد در متغیر مستقل (X_1 و X_2 و X_3) چه مقدار بر متغیر وابسته (y') تأثیر دارند در
 واقع این روش، متغیر جدیدی را می‌سازد که؟ از سه متغیر (X_1 و X_2 و X_3) است. و
 متغیر وابسته (رفتارهای دینی) نامیده می‌شود. (y').

اگر a را کنار بگذاریم، می‌بینیم که y مجموع X_1 و X_2 و X_3 است که از ضرایب b
 برخوردارند. (b ضرایب یا؟ رگرسیون هستند). دقت b های معادله و (همین طور a)
 محاسبه شوند از آنها برای محاسبه نمره y' (رفتارهای دینی) استفاده می‌کنیم. سپس
 همبستگی چند متغیری بین y ، متغیر وابسته مشاهده شده، و y' متغیر وابسته پیش‌بینی شده
 از روی X_1 و X_2 و X_3 محاسبه می‌شود.

منابع

- ۱- ادیبی، ح و انصاری، ع. (۱۳۵۸) نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات جامعه.
 - ۲- اینگلهارت، ر. (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه م وتر، تهران: کویر.
 - ۳- آبرامون، پ. (۱۳۷۸) «امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی»، ترجمه ش شفیع‌زاده‌خانی، نامه‌ی پژوهش، سال چهارم، شماره ۱۴ و ۱۵، ۵۹-۶۰.
 - ۴- بلالی، ا. (۱۳۷۷) «سنجش گرایش‌دینی دانشجویان روزانه دانشگاه تبریز و بررسی نقش یادگیری اجتماعی در آن» پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز.
 - ۵- بندورا، آ. (۱۳۷۲) نظریه یادگیری اجتماعی، ترجمه ف ماهر، تهران: ره‌شا.
 - ۶- جلالی‌مقدم، م. (۱۳۷۹) درآمدی بر جامعه‌شناسی دین و آرای جامعه‌شناسان بزرگ درباره دین، تهران، مرکز.
 - ۷- رابرتسون، ی. (۱۳۷۳) درآمدی بر جامعه، ترجمه ح بهروان، آستان قدس رضوی.
 - ۸- رفیع‌پور، ف. (۱۳۷۴) «کندو کاوها و پنداشت‌ها»، تهران: شرکت سهامی انتشار.
 - ۹- توسعه و تضاد (۱۳۷۶)، تهران: شرکت سهامی انتشار.
 - ۱۰- ریتزر، ج. (۱۳۷۴)، مبانی پژوهش در علوم رفتاری، ترجمه ع کاردان، تهران: نوآور.
 - ۱۱- روشلاو، آ و بورنیون، ا. (۱۳۷۷) روانشناسی اجتماعی، ترجمه م دادگران، تهران.
 - ۱۲- زارع، م. (۱۳۸۴) «بررسی تغییر نگرش‌ها و رفتارهای دینی جوانان» پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
 - ۱۳- ساروخانی، ب و مهدی‌زاده، ش. (۱۳۸۱) «تلویزیون و نوگرایی» پژوهشنامه دانشکده، ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی شماره ۳۵، ۳۶-۳۷.
 - ۱۴- ساعی، ع. (۱۳۷۷)، تحلیل آماری در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیان‌مهر.
 - ۱۵- سراج‌زاده، ح. (۱۳۷۵)، ۱۳۷۷، «نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آن بر نظریه سکولار شدن» نمایه پژوهش، سال دوم، شماره ۸ و ۷، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه‌ی اسلامی.
 - ۱۶- شایان‌مهر، ع. (۱۳۷۷) دائره‌المعارف تطبیقی علوم اجتماعی، (کتاب اول) تهران: کیهان.
 - ۱۷- شجاعی‌زند، ع. (۱۳۸۴) «مدلی برای سنجش دینداری در ایران» مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۱: بهار ۸۴، صص ۳۸-۴۸.
 - ۱۸- غیاثوند، ا. (۱۳۸۰) «جامعه‌پذیری تهدید دینی در بین جوانان»، نمایه پژوهش، دوره () شماره ۲۰: ۱۷۷-۱۹۲.
 - ۱۹- (۱۳۸۰) «بررسی فرایند جامعه‌پذیری دینی جوانان» پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
 - ۲۰- قاضی طباطبایی، م و دادهیر، ا. (۱۳۷۶) «بررسی و مطالعه گرایش به باورها و عوامل مؤثر بر آن در میان نوجوانان اردبیل»، واحد پژوهش و تحقیقات استان اردبیل.
 - ۲۱- قائمی، ع. (۱۳۷۶) چگونگی تقویت و تثبیت نگرش رفتار دینی در دانش‌آموزان تهران، امیری.
 - ۲۲- کازنو، ژ. (۱۳۸۱) جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه ب ساروخانی و م محسنی، تهران: اطلاعات.
 - ۲۳- کوژر، ل. (۱۳۶۹) زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه م ثلاثی، تهران: علمی.
 - ۲۴- کوئن، ب. (۱۳۷۰) درآمدی به جامعه‌شناسی، ترجمه م ثلاثی، تهران: فرهنگ معاصر.
 - ۲۵- کرج فیلد، د و همکاران (۱۳۴۷)، فرد در اجتماع، م صنایع، تهران: فواکلین.
 - ۲۶- کرلینجر، ف. (۱۳۷۶) «مبانی پژوهش در علوم رفتاری» جلد دوم، ترجمه ح شریفی و نجفی زند، ج، آوای نور، چاپ اول.
 - ۲۷- گلاک، ج و استارک، ر. (۱۳۷۲) «تعریف جامعه‌شناختی از دین» ترجمه ح قاضیان، کیان، سال سوم، شماره ۱۷: ۲۲-۲۶.
 - ۲۸- گیدنز، آ. (۱۳۷۴)، ۱۳۷۸، جامعه‌شناسی، ترجمه م صبوری، تهران: نی.
 - ۲۹- لنسکی، گ. (۱۳۷۴) سیر جوامع بشری، ترجمه ن موقیان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۳۰- <http://www.sciencedirect.com/>,"Religion and education : Evidence from the National child Development study." Sarah Brown, karl Taylor , (۲۰۰۷)journal of Economic Behavior & organization , vol ۶۳(۲۰۰۷)pp:۴۳۹- ۴۶۰.
- ۳۱- [Http://www.sciencedirect.com/science](http://www.sciencedirect.com/science) the journal of socio-Economis ۳۴(۲۰۰۵); Rajen Mookerjee ^a, Krista Beron^b, pp: ۶۷۴-۶۸۵.