

دوفصلنامه علمی «دین و ارتباطات»، سال سی ام، شماره دوم (پیاپی ۶۴)، پاییز و زمستان ۱۴۰۲، مقاله پژوهشی، صص. ۵۳۷-۵۶۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۶

چالش جامعه‌پذیری در پابندی به دعا از طریق والدین و رسانه (مورد مطالعه: مردم شهر لار)

سیدصمد بهشتی*

فاطمه نوروزی**

چکیده

به چالش کشیدن دو مفهوم جامعه‌پذیری از طریق والدین و رسانه برای تبیین پدیده‌ای عرفانی و مذهبی (دعا) در پژوهش حاضر هدف اصلی محققان است. این پدیده در چهار بُعد مناسکی، درخواستی، محاوره‌ای و ذهنی ارزیابی شده است. میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و خارجی به‌عنوان عوامل مؤثر در کنار میزان دعای والدین و متغیرهای زمینه‌ای در بین دو جنسیت آزمون شده است. به این منظور از میان مردم سنتی و مذهبی شهر لار، تعداد ۳۶۰ نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS توصیف شده‌اند و به‌وسیله نرم‌افزار آموس، فرضیه‌های پژوهش آزمون شده‌اند. میزان پابندی به دعا در پاسخگویان بر مبنای ابزار به‌کاررفته در مقاله بالاتر از سطح متوسط است. متغیرهای نهایی و معنی‌دار تأثیرگذار بر پابندی به دعا، میزان دعای والدین، میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و سن بوده‌اند. این متغیرها در مجموع توانسته‌اند ۶۵ درصد از واریانس پابندی به دعا را تبیین کنند. میزان استفاده از رسانه‌های داخلی اثر مثبتی بر پابندی به دعا داشته‌اند حال اینکه این تأثیر برای رسانه‌های خارجی منفی برآورد شده است. به‌طورکلی نتایج نشان از تسلط الگوهای اجتماعی شدن از طریق خانواده نسبت به رسانه در تبیین پابندی به دعا دارد.

واژگان کلیدی: پابندی به دعا، جامعه‌پذیری دینی، رسانه‌های داخلی و خارجی، والدین، مردم شهر لار.

* عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).
sbeheshty@yu.ac.ir

** عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، جمهوری اسلامی ایران.
fatemehnowrouzi@pnu.ac.ir

مقدمه

عوامل مختلف اجتماعی شدن خانواده، گروه همسالان، رسانه و مدرسه همواره مورد توجه محققان و اندیشمندان به‌عنوان تأثیرگذارترین عوامل بر الگوهای ذهنی و کنشی افراد بوده است. شاید این جمله که ما از بین انتخاب‌های گسترده، آنی را انتخاب می‌کنیم که در حوزه شناختی و نگرشی با آن دست‌وپنجه نرم کرده و پرورش یافته‌ایم دور از واقع نباشد. انسان‌ها انتخاب می‌کنند چگونه روابط مذهبی خود را شکل دهند؛ اما از این میان پرورش اجتماعی با خانواده‌ای خاص می‌تواند الگوها را به فرد تزریق نماید.

می‌توان گفت چنانچه مید و کولی^۱ در ارتباط با نقش‌پذیری‌های خود بحث می‌کنند، یا دورکیم و کنت^۲ که خانواده را عنصر اساسی در بررسی‌های خود قرار می‌دهند، نقش خانواده می‌تواند بسیار مؤثر و حساسیت‌برانگیز باشد. ابعاد ذهنی و روحی و اجتماعی انسان توسط عناصر مختلف اجتماعی شدن برانگیخته‌شده و پرورش می‌یابند. در این میان دو بعد اساسی مؤثر، والدین به‌عنوان اولین و قدیمی‌ترین عنصر مؤثر در جامعه‌پذیری و اجتماعی کردن فرد، و رسانه به‌عنوان جدیدترین و نوظهورترین ابعاد می‌توانند فرد را درگیر نمایند.

بحث تربیتی و دینداری در این فرایند و تأثیرگذاری آن‌چنان مهم است که پژوهش‌های زیادی به آن پرداخته و رابطه آن را مورد تأکید قرار داده‌اند؛ به‌عنوان مثال، در کار حسینی و دیگران (۱۳۹۴)؛ قاسمی و دیگران (۱۳۹۵)؛ حیدری و هاشمی (۱۳۹۶) این مسئله بررسی و تأیید شده است؛ به‌عنوان مثال، خودتعیین‌گری که از انگیزش‌های ذاتی برای یادگیری و رشد در قالب انگیزش درونی و درونی‌سازی است، تحت تأثیر شرایط مناسب اجتماعی و فرایند درونی‌سازی توسط فرد به‌صورت خودانگیخته رخ می‌دهد. ریان و دسی^۳ (۲۰۰۹) می‌گویند افراد زمانی رفتارها و ارزش‌های دیگران را درونی‌سازی می‌کنند که احساس کنند با آنها مرتبط‌اند. رودریگویز و کاوندیش^۴ (۲۰۱۲) محیط اجتماعی فرد به‌ویژه خانواده با ارضای نیازهای اساسی روان‌شناختی و یا ممانعت از آن می‌تواند نقش مهمی در خودتعیین‌گری کودکان داشته

-
1. Mad & Cooley
 2. Durkheim & Comte
 3. Ryan & Deci
 4. Rodriguez & Cavendish

باشد (حسینی و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۱۰۴).

رسانه‌ها در عصر جدید، یک جهان مجازی می‌سازند که در این جهان مجازی هر فردی برای برقراری ارتباط، از امکان‌های متعددی برخوردار است و لذا شخصیت فرد از طریق مجموعه ارتباطات او ساخته می‌شود (موسوی‌مهر، ۱۳۹۳، ص. ۱۶۶). بسیاری از محققان از جمله لینگ^۵ (۲۰۰۴)؛ کاتز و آکلوس^۶ (۲۰۰۲)، کاتز^۷ (۲۰۰۶)، معتقدند رسانه می‌تواند تقریباً بر همه جنبه‌های زندگی از جمله مذهب و روحیه مذهبی تأثیر بگذارد. گرینوی و دیگران^۸ (۲۰۱۷) بیان می‌دارند که بسیاری از سنت‌های مذهبی برای رشد معنوی از رشته‌های معنوی استفاده می‌کنند. فعالیت این رشته‌ها از زمان سکوت مراقبه تا روزه‌های طولانی مدت است؛ اما یکی از رایج‌ترین رشته‌هایی که در بسیاری از سنت‌ها یافت می‌شود، نوعی ارتباط با موجودی ماوراءالطبیعه است که به آن دعا می‌گویند. دعا کردن یکی از ابعاد دینداری است. نیومن^۹ عقیده دارد مذهب می‌تواند در ایجاد احساس امید، نزدیکی به خدا و کمک به حل مشکل، مؤثر باشد (شهریاری‌پور و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۶۷). چند گروه از محققان با مرور بر مطالعات نتیجه گرفتند که اعتقادهای دینی و عمل به آن تأثیر مثبتی بر وضعیت سلامت روحی و جسمی افراد داشته است. همچنین مطالعات دیگر نشان داده است که بین عموم مردم آن‌هایی که بیشتر مذهبی‌اند و به دستورالعمل‌های مذهبی توجه دارند، عمر طولانی‌تری دارند (رعنایی و دیگران، ۱۳۸۸، ص. ۷۶).

تجارب شخصی نشان می‌دهد که در ایران نیز بسیاری از اختلال‌های روانی-عاطفی و حتی بین شخصی در تعامل با مسائل معنوی و مذهبی قرار دارد (داداشی حاجی، ۱۳۸۹، ص. ۱۳). چندین محقق از جمله (Masters and Spielmans, 2007; Harris & et al, 2008)، ارتباط بین انواع دعا و نتایج روان‌شناختی مانند شادی، رضایت ذهنی و سلامت روان را تأیید نمودند. مطالعات (Pawlak and Defronzo, 1993; Evans et al, 1995; Wallace and Williams, 1997; Cochran and Akers, 1989)، نشان می‌دهد، اکثریت مطالعاتی که شامل معیارهای مذهبی (به‌خصوص حضور کلیسا و اهمیت ایمان

5. Ling

6. Katz & Aakhus

7. Katz

8. Tyler S. Greenway, Sarah A. Schnitker, and Abigail M. Shepherd

9. Newman

مذهبی) بوده است، بر مصرف مواد مخدر، مصرف الکل و مصرف دخانیات، و اعمال مجرمانه تأثیر معکوس و کاهش‌دهنده داشته است. مطالعات لامبرز و دیگران^{۱۰} (۲۰۰۰)، نشان می‌دهد که ارتباطات معکوسی بین دینداری و داشتن شریک جنسی، تعداد شریک جنسی، مقاربت جنسی و حاملگی نوجوان وجود دارد.

دعا یکی از عالی‌ترین مضامین الهی است که همیشه مورد توجه بشریت بوده است و هر انسانی به فراخور میزان درک فقر ذاتی خویش به معناشناسی و مسائل پیرامون آن پرداخته است (خادمی و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۲). دعا در شیعه، عبادت و یکی از جوهره‌های اصلی عبادت تلقی شده است. دعا در لغت، متوجه نمودن شیئی با صدا و کلام به خود است. گاهی منظور از آن، مطلق خواندن است. دعا در اصطلاح، طلب خاضعانه فروتر از بالاتر است. اعم از اینکه متعلق این خواندن و غرض دعاکننده ستایش خدا باشد، یا غرض حاجت یا نیاز و یا هر امر دیگری باشد. حقیقت دعا روی-آوردن و طلب و خواستن عبد از مولاست (مهدوی‌راد و حسنی، ۱۳۹۷، صص. ۷-۹).

لدد و اسپیلکا^{۱۱} (۲۰۰۲) انواع دعا را به جنبه‌های درونی، بیرونی و به‌سمت بالا تقسیم کرده‌اند. در جنبه درونی به امتحان خود، در جنبه بیرونی رابطه انسان و انسان و در بُعد به سمت بالا رابطه با خدا مطرح می‌شود.

یکی از ویژگی‌های دنیای نوین امروزی گستره و تنوع رسانه‌هایی است که وجود دارند. رسانه‌ها هر روز بیشتر و بیشتر چالش‌برانگیز و جاذب می‌شوند، طوری که انسان دنیای جدید را دیگر نمی‌تواند بدون دنیای ارتباطات تصور کند. رسانه تا ژرفای زندگی خصوصی افراد خود را کشانده و گویی قسمتی از زندگی شخصی و اجتماعی انسان عصر حاضر شده است. آیا رسانه می‌تواند در دنیای پرمشغله نوین و پست‌مدرن، مسئله دین و الگوهای رفتاری و اعتقادی آن را به چالش کشیده و مردم را درگیر کم‌وزیاد انگیزه‌شده به این امر بنماید. رسانه‌ها هر روز بیشتر و بیشتر چالش‌برانگیز و جاذب می‌شوند. در دنیایی که الکترونیک و وسایل ارتباطی وقت افراد را پُر کرده، چقدر می‌توان از الگوی جامعه‌پذیری خانواده و والدین در کنار سایر عوامل نام برد. آیا هنوز می‌توان گفت خانواده قدرت خود را در همراه کردن و اجتماعی نمودن افراد حفظ

10. Lammers et al

11. Ladd and Spilka

کرده است؟ یا باید گفت این قدرت اضمحلال یافته و به نفع سایر قدرت‌ها خود را به حاشیه کشانده است؟

اینگلهارت^{۱۲} معتقد است با توسعه اقتصادی و افزایش رفاه و امنیت جامعه، افراد گرایش بیشتری به ارزش‌های فرامادی نشان می‌دهند؛ البته او با فرضیه‌های کمیابی و اجتماعی شدن این فرایند را توضیح می‌دهد (معدنی و خسروانی، ۱۳۹۰، ص. ۱۲۹)؛ اما کشور ایران نه‌چنان توسعه یافته است که جذب ارزش‌های مادی صرف شود و چنان عقب‌مانده است که درگیر ارزش‌های مادی و ضروریات شود و در واقع ایران شرایط کشور در حال‌گذری را تجربه می‌کند که آمیزه‌ای از هر دو ارزش‌ها در آن دیده می‌شود. گرچه دعا کردن را نمی‌توان نشانه صرف دینداری دانست؛ اما می‌تواند طبق نظریه اینگلهارت یکی از شاخصه‌های فرامادی شدن نیز تلقی شود، حتی در جامعه در حال‌گذری مانند ایران می‌تواند نشانه تمایل افراد به تجربه شاخص عرفانی شدن و غرق شدن در لایتناهی نیز باشد. گرچه طالبان و دیگران (۱۳۹۸) بر اساس تحلیل ثانویه این نتایج را استخراج نموده‌اند؛ ارزش‌های مادی در ایران افزایش یافته و ارزش‌های معنوی کاهش یافته و میزان اهمیت ارزش‌های مادی و معنوی برای افراد بالاتر از ۵۰ سال بیشتر از جوان‌ها بوده است؛ اما فولادیان و دیگران (۱۳۹۹) در بررسی تحولات هویت از ۱۳۵۳-۱۳۹۴، بیان می‌دارند که هویت مذهبی در ایران به‌عنوان هویت غالب در بین افراد شناسایی می‌شود.

با توجه به اهمیت آثار دعا کردن به‌عنوان یکی از ابعاد دینداری و اتصال به دنیای فرامادی، پژوهش حاضر بر آن هست تا عوامل مؤثر بر این کنش را بررسی کرده و به دنبال پاسخگویی به سؤال‌های زیر باشد: پابندی به دعا در بین گروه‌های مختلف در شهر لار چگونه می‌باشد؟ پابندی به کدام بُعد مناسکی، درخواستی، محاوره‌ای و ذهنی دعا در بین افراد در شهر لار بارزتر می‌باشد؟ آیا جامعه‌پذیری مذهبی (دعا والدین) عامل مؤثر بر میزان پابندی به دعا در شهر لار است؟ آیا پابندی به دعا می‌تواند تحت تأثیر رسانه در شهر لار به چالش کشیده شود؟ در میان تأثیر رسانه و جامعه‌پذیری از طریق والدین در شهر لار، کدام اثر بیشتری دارد؟ عوامل دیگری که می‌توانند بر این تمایل در شهر لار تأثیرگذار باشند، کدامند؟

۱. ادبیات پژوهش

هر چند در زمینه تأثیر دین بر عوامل مختلف و یا عوامل مؤثر بر دینداری پژوهش‌های مختلفی را می‌توان مرور کرد؛ اما تحقیق‌های مرتبط‌تر با موضوع این پژوهش را می‌توان به شرح زیر معرفی نمود:

مقدس و نوروزی (۱۳۹۰) در بررسی ارزش‌های مذهبی بیان می‌دارند که عامل اجتماعی شدن در خانواده (ارزش‌های مذهبی مادر) نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین ارزش‌های مذهبی دختران خود ایفا می‌کند. بیشترین تفاوت میان مادران و دختران آنها در بعد جمعی رفتارهای مذهبی نمود می‌یابد. در زمینه اعتقادات تفاوتی بین مادران و دختران‌شان وجود ندارد؛ ولی در کل مادران مذهبی‌تر از دختران هستند. در مدل نهایی چهارم دو عامل بُعد جمعی رفتار مذهبی و سطح اعتقاداتی مادر بیشترین قدرت پیش‌بینی را داشته‌اند و در لار بُعد جمعی رفتار مذهبی مادر و میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی مهمترین عوامل تأثیرگذار بر ارزش‌های مذهبی دختران بوده‌اند.

حیدری و دیگران (۱۳۹۱) در قسمتی از پژوهش خود به بررسی میزان پایبندی مردم کاشان به دعا پرداخته و نتایج نشان‌دهنده پایبندی بیشتر زنان نسبت به مردان است. بین بالا رفتن تحصیلات و این امر رابطه معکوس وجود دارد.

موسوی‌نسب و دیگران (۱۳۹۲) در بررسی تحول مفهوم اجابت دعا در کودکان و نوجوانان، نشان دادند که میزان فهم اجابت دعا با افزایش سن افزایش یافته است.

موحد و دیگران (۱۳۹۴) در بررسی‌ای نشان می‌دهند که بین عوامل فرهنگی و اقتصادی نوین، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی نوین و تحصیلات رابطه معکوس و معنی‌داری با دعا کردن دارند و گونه‌های ذهنی بر حسب محل تولد (روستا-شهر) تفاوت معنی‌داری دارد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که با ورود نوسازی (مدرنیته) به ایران و همزمان با آن، رشد عوامل نوین، گرچه نتوانسته است اعتقاد به دعا یا میزان آن را کاهش دهد؛ اما آن را به‌سوی صورت‌های فردی‌شده‌تری کشانده است.

تحقیق‌های دی‌وس و مک‌آلسیتر^{۱۳} (۱۹۸۷)، نشان داد که زنان بیشتر دعا می‌کنند؛ زیرا زنان مذهبی‌تر از مردان هستند. مطالعات ریلی^{۱۴} و وارن^{۱۵} (۱۹۹۹)، نشان می‌دهد

13. De Vaus and McAllister

14. Riley

15. Varon

که جوانان و خانواده‌های آنان که به صورت مرتب در کلیسا حضور می‌یابند، رضایت عمیق‌تری نسبت به زندگی جوانان دارند و دخالت بیشتر خانواده‌ها و مهارت‌های بهتر در حل مشکلات مربوط به سلامت نسبت به کسانی که والدین آنها در کلیسا کمتر حضور می‌یابند، دارند.

کراس و کاترز^{۱۶} (۲۰۰۵) نشان دادند سیاه‌پوستان پیر نسبت به سفیدپوستان پیر بیشتر نماز یا دعا می‌خوانند. کامپبل^{۱۷} (۲۰۰۷)؛ چندین کاربرد از تلفن همراه را برای نماز مشخص می‌کند: استفاده از تلفن همراه برای مشارکت در سرویس‌های کلیسا، استفاده از زنگ یادآوری تلفن عنوان یادآوری برای دعا، دریافت دعاهای روزانه و آیات قرآن در دستگاه تلفن همراه، استفاده از شبکه تلفن همراه برای ایجاد زنجیره دعای ملی برای جوانان، و پیام هشدار متن؛ تعدد استفاده از دعا و رسانه‌های تلفن همراه نشان می‌دهد که دعا بخش مهمی از چشم‌انداز رسانه‌های جدید است (Baesler & Chen, 2013, p. 4).

کراوس^{۱۸} (۲۰۰۴) نشان داد که زنان آمریکایی مسن‌تر و افرادی که پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین‌تری دارند بیشتر نماز می‌خوانند.

برسلین و لوئیس^{۱۹} (۲۰۱۰)، به بررسی و دسته‌بندی ۱۹ نوع دعا در بین آنها می‌پردازند و آنها را با نمونه‌های آمریکایی بررسی شده در تحقیق‌های دیگر مقایسه می‌نمایند. نتایج نشان می‌دهد، بیشتر پاسخگویان با گزینه نوع دعای هدایت برای خود^{۲۰}، موافق بوده‌اند درحالی‌که با دعا برای تطبیق و هماهنگی^{۲۱}، کمترین میزان توافق وجود داشته است، درحالی‌که در مطالعه قبلی این مورد ۵۲ درصد گزارش شده است. محققان معتقدند شاید افراد منظور از این گزینه را نفهمیده‌اند (همسویی اراده شخص با اراده خدا)؛ زیرا در مقابل آن علامت سؤال گذاشته‌اند. شفا برای دیگران، حفاظت از دیگران، بخشش، شکرگذاری، محافظت از خود، صلح، راهنمایی برای دیگران، دعای پروردگار، قدرت یا شجاعت، شفابخشی برای خود، اعتراف، ستایش خدا، دعای آیینی (به‌عنوان مثال تسبیح)، رونق برای خود، سعادت برای دیگران، دعا برای خدمت، فروتنی

16. Krauss & Chatters
17. Campbell
18. Krause
19. Breslin and Lewis
20. Guidance for self
21. Attunement

و تطبیق نیز درصدهای متنوعی را به خود اختصاص داده‌اند. لیککا (۲۰۱۵) نشان داد که ۵۵ درصد آمریکایی‌ها از جمله ۲۱ درصد افراد غیرمذهبی روزانه دعا می‌کنند.

هتچ و دیگران^{۲۲} (۲۰۱۶) در مقاله «قدرت نماز و دعا در تحول در افراد و روابط زناشویی: بررسی کیفی خانواده‌های مسیحی، یهودی و مسلمان» در بین ۱۸۴ زوج نشان داده‌اند که: (الف) نماز و دعا یک کاتالیزور برای تغییر است؛ (ب) نماز و دعا تواضع و مثبت بودن را تسهیل می‌کند؛ (ج) نماز و دعا ارتباط و تفاهم را در بین زوجین تسهیل می‌کند و (د) نماز و دعا زوجین را متحد کرده و در حل تعارض کمک می‌کند.

گرینوی و دیگران^{۲۳} (۲۰۱۸) به بررسی میزان دعا و نماز بر انجام اعمال خداپسندانه در بین ۳۱۳ نفر با استفاده از گروه کنترل پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد افرادی که بیشتر به دعا پایبند هستند، بیشتر اعمال خیرخواهانه انجام می‌دهند.

در ارتباط با موضوع این پژوهش و تبیین آن می‌توان از برخی نظریه‌ها استفاده کرد. در ادامه برخی از آنها مرور می‌شوند:

۱-۱. نظریه‌های متفکران مسلمان

دعا در ادیان مختلف وجود دارد، به‌ویژه در دین اسلام دعا کردن به درگاه الهی جایگاهی ویژه دارد. از نظر صاحب التحقیق، اصل و ریشه دعا، خواستن و طلب است: «آنچه اصل و ریشه در این ماده است، همانا خواستن و طلب چیزی است که به‌سوی آن توجه می‌کند، به آن میل دارد و به‌سوی آن حرکت می‌کند؛ بنابراین نسبت به هر چیزی بر حسب و اقتضای آن معنای مختلفی خواهد داشت» (مهدوی‌راد و حسنی، ۱۳۹۸، ص. ۸). ابن منظور (۱۴۱۴ق) می‌گوید: متعلق این خواندن و غرض دعاکننده می‌تواند ستایش یا غرض حاجت یا نیاز و یا هر امر دیگر باشد. طوسی (۱۴۱۱ق) بیان می‌دارد: عبد به هنگام دعا رو به‌سوی حق می‌آورد و خمینی (۱۳۸۶) می‌گوید: عبد با تمام وجود خدا را طلب می‌کند. این توجه ممکن است ذاتی باشد یا حالی، باطنی باشد یا ظاهری، به لسان استعداد باشد، یا زبان حال و قال. علامه طباطبایی (۱۴۲۲ق)

22. Hatch

23. Tyler S. Greenway, Sarah A. Schnitker, and Abigail M. Shepherd

می فرماید: حقیقت دعا برخواستن طلب از قلب و زبان فطرت است، نه آنکه زبان هر طور خواست حرکت داده شود. او یکی از مؤلفه‌های حقیقت دعا را اظهار عبودیت و تذلل به محضر خداوند می‌داند. در واقع بنده به وسیله قرار دادن خود در مقام بندگی و مملوکی، رحمت و عنایت خدا را به سوی خویش معطوف می‌نماید. جوادی آملی (۱۳۷۸) بیان می‌دارد که اصل دعا و سؤال بیانگر نیاز و عدم استقلال نیاشگر است. سؤال نیز وقتی حقیقی خواهد بود که مسئول، یعنی شخص سؤال شده، منبع مستقل و غنی باشد که او تنها خداوند است (مهدوی‌راد و حسنی، ۱۳۹۷، ص. ۹-۱۱).

از نظر عارفان مسلمان دعا و درخواست از پیشگاه خداوند متعال سه گونه است؛ ۱- دعا و سؤال به لسان قال یا درخواست لفظی و کلامی؛ ۲- دعا و سؤال به لسان حال یا درخواست و طلب حالی و ۳- دعا و سؤال به لسان استعداد یا درخواست و طلب بر اساس استعداد و قابلیت. دعا به زبان قال اظهر با کلمات و عبارات از حق، که گاه معین است؛ مانند طلب علم و گاه نامعین.

ابن عربی خواهندگان به زبان قال را گروه دانسته است: گروهی که استعجال طبیعی آن‌ها را بر آن داشته که طلب چیزی را پیش از موعد حصول داشته باشند و این درخواست شتاب‌زده برای درخواست‌کننده مرتبه و مقامی ندارد. گروه دیگر انگیزه سؤال آن‌ها اطلاع از آن است که حصول بعضی مشروط و برخی غیرمشروط است. گروه سوم تنها به منظور امتثال از امر حق دعا می‌کنند. در دومین نوع درخواست حال عجز و نیاز سائل بهترین گواه درخواست است. سومین نوع درخواست، دعا به زبان استعداد پنهانی‌ترین زبان درخواست است (پورطولمی و کاظم‌خانی، ۱۳۹۳، ص. ۲۸-۳۰).

در مورد زمان دعا و اجابت آن، قیصری می‌گوید: چون وقت یا سؤال و درخواست موافق افتد، اجابت به شتاب صورت بندد و خواسته شده در حال حصول یابد و چون وقت به تعویق افتد، اجابت هم به تأخیر می‌افتد (پورطولمی و کاظم‌خانی، ۱۳۹۳، ص. ۳۴).

۲-۱. نظریه‌های اجتماعی شدن و تأثیرهای گروه^{۲۴}

یکی از عوامل مهم شکل‌دهنده گرایش‌های فرد، تعلق گروهی است. این بدان معناست که فرد به چه گروهی تعلق دارد. هر فردی به‌عنوان عضوی از یک گروه ارزش‌ها،

هنجارها، عقاید و باورداشت‌های آن گروه را یادگرفته و درونی می‌نماید تا بتواند در میان سایر اعضای گروه دوام یابد. همچنین، گرایش‌ها و رفتارهای افراد بر اساس عقاید و باورداشت‌ها و شناخت‌های او از محیط پیرامون خود است. یکی از مراجع نخستین انسان خانواده است (نوروزی و فرهادیان، ۱۳۹۳، ص. ۱۴). مید در قالب تکامل اجتماعی، خانواده را اساسی‌ترین گروه اجتماعی می‌داند و معتقد است که مذهب با گذر زمان مفاهیم جهانی یکپارچه‌سازی را توسعه می‌دهد (Ashley, 1995, pp. 463-465). اجتماعی شدن فرایندی است که طی آن کودک ناتوان به تدریج به شخصی خودآگاه، دانا و ورزیده در شیوه‌های فرهنگی که در آن متولد گردیده است تبدیل می‌شود. مید عنوان می‌کند که خردسالان و کودکان پیش از هر چیز با تقلید اعمال کسانی که در پیرامونشان هستند، به عنوان موجودات اجتماعی درمی‌آیند (Giddens, 1990). از نظر مید برای آنکه زندگی اجتماعی وجود پیدا کند، لازم است که کنشگران نمادهای معنی‌دار مشترکی داشته باشند (ریترز، ۱۳۷۹، ص. ۲۷۷). در رویکرد جامعه‌پذیری فرض بر این است که کودک و نوجوان از طریق والدین و نهادها و سازمان‌های دینی به‌طور انتقال یک‌سویه یا تبادلی دیندار می‌شوند (موسوی‌نسب و دیگران، ۱۳۹۲، ص. ۶). مطابق به نظریه الگوهای ارتباطی خانواده^{۲۵}، خانواده‌ها برای حفظ کارکرد بهینه خود در شرایط متغیر، لازم است یک واقعیت اجتماعی مشترک ایجاد کنند تا اعضای خانواده به کمک آن به درک مشترکی از یکدیگر و نیز از رویدادها و وقایع برسند. دستیابی به یک واقعیت مشترک، شانس ایجاد تفاهم بین اعضای خانواده را بیشتر کرده و به تعامل‌های اثربخش‌تر و کاهش عدم توافق و تعارض منجر می‌شود (حسینی و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۱۰۴).

۳-۱. نظریه‌های پایگاه اجتماعی

وبر^{۲۶} از جمله اندیشمندانی است که دیدگاهی کثرت‌گرایانه به پدیده پایگاه اجتماعی دارد و آن را چندبُعدی می‌داند؛ سه عامل مهم منابع اقتصادی، منزلت و قدرت است. پایگاه عامل اجتماعی مهم در جهت‌گیری دینی است. دراین‌راستا، دنیس، رابینسون،

25. Family Communication Patterns

26. Weber

سالت و بادنثوم^{۲۷} در تحقیق‌های خود به این نتیجه رسیدند که افراد متعلق به پایگاه اجتماعی بالا در مقایسه با پایین، یا کسانی که به لحاظ درآمد، سواد و شغل بالاتر هستند کمتر به برنامه‌های دینی توجه دارند (نوروزی و فرهادیان، ۱۳۹۳، ص. ۱۰). اخیراً، عالمان اجتماعی تفاوت موقعیت اجتماعی در نمازگزاردن بیشتر را بر اساس این تبیین می‌نمایند که افرادی که موقعیت‌های کم‌امتیاز دارند مانند زنان، غیرسفیدپوست، افراد سالخورده و افرادی که پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایینی دارند، از نماز به‌عنوان وسیله و راهی برای مقابله با موقعیت‌های کم‌امتیاز و کم‌ارزش خود استفاده می‌نمایند (Norris, & Inglehart, 2004; Baker, 2008).

۱-۴. نظریه‌های جامعه‌پذیری رسانه‌ای

به قول ویلبور شرام^{۲۸} همیشه به سه عنصر پیام، فرستنده پیام و گیرنده نیاز است. شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای و رسانه به‌عنوان رهبران افکار عمومی پیام مورد نظر را به شکل رمز یا کد درمی‌آورند تا اطلاعاتی را که می‌خواهند به مخاطبان انعکاس دهند را به‌صورت قابل هضم درآورند. پیام در فرایند جامعه‌پذیری مجازی به‌عنوان رابطه دوسویه از سوی فضای مجازی ارسال می‌شود و به مخاطبان می‌رسد و سپس از سوی مخاطبان به‌سوی فضاهای مجازی ارسال می‌شود؛ بنابراین ایجاد ارتباط زمانی امکان‌پذیر است که مخاطبان و شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای به یک همانندی و هم‌فهمی و درک متقابل برسند؛ اما در برخی موارد فضاهای مجازی پیامی را به مخاطب ارسال می‌کنند و مخاطبان هم متوجه منظور فضاهای مجازی می‌شوند؛ در اینجا نه‌تنها فرایند جامعه‌پذیری مجازی انجام‌نشده بلکه مخاطبان شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای را یا پس‌زده یا نمی‌پذیرند.

به‌نظر شرام سه دسته نظریه‌های جامعه‌پذیری مجازی کارکردگرایانه، انتقادگرایانه و واقع‌گرایانه ترسیم می‌گردد. به‌نظر او و دیوید برلو^{۲۹} کاربرد رسانه و فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات باعث توسعه و نوسازی در جوامع در حال گذر می‌شوند. ۱- مدل اقناع رسانه‌ای پیام: در این مدل رمز ارسالی میان فضای مجازی رمزگذار و

27. Dennies, Robinson, Solt & Buddenbaum

28. Wilbur Lang Schramm

29. Schramm & Berlo

مخاطبان رمزخوان، زبان آنهاست. در این مدل تعاملی ارتباطات، فرایند رمزگشایی و رمزگذاری، به‌طور همزمان توسط فضاهای مجازی و مخاطبان صورت می‌گیرد. ۲- در مدل انگیزش پیروی از پیام؛ فضای مجازی برای تداعی و تفهیم ساده‌تر مخاطبان پیام‌ها را به کمک علائم و نشانه‌ها کدگذار و تنظیم می‌کنند. مخاطبان پیام‌ها را کدگذاری، بازخوانی، دریافت می‌کنند و انتقال می‌دهند. ۳- در مدل ارزش اقتصادی پیام، پیام‌های اولیه و ثانویه با فرایند انتقال خاصی همراه است؛ مثلاً مکث، تأکید بر کلمه خاص، نگاه. ۴- در مدل گزینش پیام‌های مهم، مخاطبان دست به کدگذاری می‌زنند و به گزینش پیام‌های مهم در موقعیت و شرایط مشخص می‌پردازند. ۵- در مدل گرایش به پیام، درواقع فضای مجازی به مخاطبان می‌گوید که چگونه انبوه پیام‌ها در شبکه‌های ارتباطی را تفسیر کنند (صدفی و محسنی تبریزی، ۱۳۹۲، صص. ۱۱۰-۱۱۳).

۵-۱. نظریه‌های رسانه و دین

مجموع دیدگاه‌های ارائه‌شده در خصوص ماهیت و چپستی رسانه را می‌توان در سه نظریه نسبتاً شناخته‌شده خلاصه نمود: ۱- ابزارگرایانه؛ رسانه تنها ابزاری است که می‌تواند در خدمت هر هدفی قرار گیرد. پس رسانه ابزاری بی‌طرف و خنثی است که بهتر است از آن برای اهداف خیرخواهانه دینی استفاده کرد. ۲؛ ذات‌گرایانه؛ رسانه ذاتاً درای هویتی فرهنگی و تاریخی مستقلی است؛ لذا در تعامل با دیگر ابعاد زندگی انسانی، باید به تناسب و یا تناسب‌نداشتن این ذات و ماهیت با هویت‌های دیگر توجه کامل داشت. هرگونه استفاده دینی از رسانه متناقض با ماهیت دین است. ۳- تعامل‌گرایانه: هم نقش رسانه در فرایند خلق و آفرینش نمادها و هم نقش رسانه‌ها در تفسیر و کاربرد نمادهای دینی لحاظ می‌شود و وجوه مشترک دین و رسانه موردتوجه قرار می‌گیرد (مهدی‌زاده و زارع غیاث‌آبادی، ۱۳۹۴، ص. ۱۵۲).

برخی محققان، ذات رسانه را سکولار و غربی برمی‌شمارند و آن را با نگرش لیبرالی پیوند می‌زنند. برخی دیگر بر گریزناپذیری ساحت رسانه از دین سخن می‌گویند. کری^{۳۰} اعتقاد دارد دین معقول‌ترین موضوع در ارتباطات و رسانه است. انسان‌ها به همان اندازه که نابود می‌کنند، می‌سازند و بنا می‌کنند. ارتباطات به‌عنوان تجربه‌ای دینی

در قلب و مرکز آگزیستانس اجتماعی قرار دارد. دورکیم نیز معتقد است که میان علم و دین نوعی مراوده متقابل یا دیالکتیک وجود دارد؛ اما رویکرد ابزارنگارانه با دین و رسانه‌ای که در آن از ظرفیت رسانه برای نشر دین استفاده می‌شود، تأکید می‌ورزد. دریدا^{۳۱} معتقد است که رابطه متعامل‌گونه میان دین و رسانه وجود دارد که در آن هم رسانه قدرت فروکاستن نیرومندی دین را دارد و هم دین می‌تواند ذات رسانه را دگرگون سازد. او بر این باور است که اسلام در دوره اخیر قدرت خود را بازیافته و توانسته با بهره‌گیری از عناصر مختلف از جمله رسانه، سرعت خود را گسترش دهد (پورحسن، ۱۳۹۰، صص. ۶۴-۶۷).

بر اساس نظریه کاشت^{۳۲}، تماشای زیاد تلویزیون به‌عنوان کاشت نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهانی که برنامه‌های تلویزیونی به‌تصویر می‌کشند، هماهنگ است تا با جهان واقعی. طبق این نظریه، رسانه یک بازوی فرهنگی است که بر مفروض‌های بنیادین انسان از جمله اعتقادات و باورهای دینی تأثیر می‌گذارد، در نظریه برجسته‌سازی^{۳۳} نیز که یکی از شیوه‌های تأثیر رسانه‌ها بر عامه است؛ رسانه‌ها با برجسته‌کردن یک موضوع باعث توجه عامه به یک مطلب می‌شوند (مهدی‌زاده و زارع غیاث‌آبادی، ۱۳۹۴: صص. ۱۵۲-۱۵۴).

استوارت ام. هوور و وید کلارک پروف^{۳۴} معتقدند که دین از حالات خصوصی به‌درآمده و جنبه عمومی یافته است. رسانه‌ها با ارائه برنامه‌هایی درباره مسائل دینی نه تنها توانسته‌اند باعث افزایش اطلاعات دینی و تعمق در دین شوند بلکه رفتار دینی را هم برمی‌انگیزانند، درحالی‌که محققانی مانند پیتر هورسفیلد، ویلیام فور و نیک کولدری^{۳۵} عمدتاً به کارکرد منفی رسانه‌های دینی توجه دارند و معتقدند چون رسانه‌ها با اقتصاد جهانی پیوند خورده‌اند، شکل و محتوای آنها از حالت دینی خارج شده است؛ بنابراین رسانه‌ها عامل افزایش دینداری در افراد نیستند (نوروزی و فرهادیان، ۱۳۹۳، ص. ۱۱).

در مورد دعا، تحقیق‌های مختلف سعی نموده‌اند که شاخص جامعی در ارتباط با

31. Derrida

32. Cultivation Theory

33. Agenda-setting Theory

34. Stewart m Hoover & Clarke

35. Horsfield, william fowr & Nick Couldry

دعا ارائه دهند. رومارین^{۳۶} (۱۹۸۹) به بررسی شاخص دعای پولوما و پندلتون^{۳۷} (۱۹۸۹) که معیار چهار عاملی دعا را برای انعکاس انواع معمول دعا ارائه دادند، می‌پردازد. پولوما و پندلتون (۱۹۸۹) داده‌های بیش از ۱۰۰۰ آمریکایی را که دعا خود را حداقل برای مناسباتی گزارش می‌دهند، تجزیه و تحلیل کردند. در نمونه نهایی، ۹۵ درصد از شرکت‌کنندگان گزارش کردند که دارای وابستگی مذهبی هستند.

تجزیه و تحلیل عاملی آنها از مقیاس انواع دعا، چهار عامل پیشنهادی را به وجود آورد: محاوره‌ای، مراقبه‌ای (تفکری)، عریضه‌ای (درخواستی) و تشریفاتی^{۳۸}. دعای محاوره‌ای شامل دعا کردن به موجودی بالاتر از زبان (کلام) خود شخص است. دعای مراقبه‌ای با تمرکز دعاکننده در به دست آوردن احساس صمیمیت با موجودی بالاتر مشخص می‌شود. دعای درخواستی دعا شامل درخواست‌های خاصی از شخص بالاتر برای چیزهای مادی برای خود، دوستان یا بستگان است، درحالی‌که نماز آیینی شامل خواندن دعا چه از حفظ و چه از روی کتاب است، درحالی‌که مؤلفه‌های استغفاری دارند. علیرغم تفاوت بین دعای محاوره‌ای و مراقبه‌ای، مطالعات بین انواع دعای محاوره‌ای و مراقبه‌ای همبستگی زیادی پیدا کرده‌اند. مطالعات نشان داده است که انواع دعای محاوره‌ای، مراقبه‌ای و درخواستی، به‌طور کلی قابلیت اطمینان بالایی دارند، درحالی‌که نوع دعای آیینی یا تشریفاتی معمولاً ضعیف‌تر است (Rosmarin, 2015, p. 207).

لد و اسپیکا^{۳۹} (۲۰۰۲) پیچیدگی ساخت سازه دعا خصوصی را تأیید می‌کنند. پالاما و همکارانش تحقیقاتی را به‌عنوان خودگزارشی افراد برای دعا انجام داده‌اند. بعد آن کسانی مانند لد و اسپیکا (۲۰۰۲ و ۲۰۰۶)، مقیاس‌های جدیدی را ارائه دادند، علیرغم وجود چهار معیار عمده نوع دعا، بسیاری از محققان به‌عنوان مثال؛ فرانسیس و رویینز^{۴۰} (۲۰۰۸)، ویتینگتون و اسکار^{۴۱} (۲۰۱۰)، در این زمینه تصمیم گرفته‌اند تا اقدام‌های خود را برای مطالعات خود ایجاد کنند. طبق نتایج پژوهش رومارین^{۴۲} (۲۰۱۵) به نظر می‌رسد که این رشته هنوز در مورد اندازه‌گیری برای انواع دعا توافق نکرده است.

36. Rosmarin

37. Poloma & Pendleton

38. colloquial, meditative, petitionary, and ritual

39. Ladd & Spilka

40. Francis & Robbins

41. Whittington & Scher

42. Rosmarin

۲. روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش پیمایشی با استفاده از ابزار پرسش‌نامه می‌باشد. نوع نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ساکنان ۱۵ سال به بالا شهر لار می‌باشد. لار شهری مذهبی در جنوب استان فارس بوده و به دو محله شهر قدیم و شهر جدید تقسیم می‌شود. جمعیت منطقه لار بر طبق آمارگیری سال ۱۳۹۷ برابر با ۶۲۰۴۵ نفر می‌باشد. حجم نمونه مطابق فرمول کوکران ۳۶۰ نفر بوده و پرسش‌نامه‌ها بین محلات مختلف شهر جدید و شهر قدیم توزیع شده است.

متغیر وابسته میزان پایبندی به دعا طبق پژوهش موحد و همکاران (۱۳۹۴) در ابعاد زیر سنجیده شده است؛ ذهنی، مناسکی، درخواستی و محاوره‌ای. به منظور سنجش گونه‌های دعا از پرسشنامه گونه‌های دعا برگرفته از مطالعه پولما و پندلتون^{۴۳} (۱۹۸۹) و مراویگیلیا^{۴۴} (۲۰۰۲) است. تعریف مفهومی ابعاد دعا به ترتیب این گونه است؛ استفاده شده گویه‌های ذهنی نشان‌دهنده ارتباط صمیمانه و شخصی با خداست. بعد مناسکی به دنبال سنجش از حفظ خوانی دعاها در دسترس بر مبنای حافظه است و دعای درخواستی درصدد برآوردن نیازهای مادی خود و دوستان است و محاوره‌ای سبک گفتگویی را با عناصر کمتر انتزاعی درهم می‌آمیزد (موحد و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۱۳۱). پایایی گویه‌ها در کار موحد و همکاران (۱۳۹۲)، ۰/۸۳. برای کل دعا، ۰/۸۲ برای بعد ذهنی، ۰/۶۹ مناسکی، ۰/۶۸ درخواستی و ۰/۷۶ محاوره‌ای گزارش شده است. بیشترین سطح ضریب آلفای کرونباخ در بُعد ذهنی بوده است. در مقاله حاضر با بررسی روایی صوری و نظر متخصصان، بُعد مناسکی که با ۵ گویه سنجیده شده است به ۶ گویه گسترش یافته و گویه قرائت دعا از روی کتاب دعا و رادیو و تلویزیون به دو گویه تبدیل شده است و یک گویه نیز به بُعد ذهنی افزوده شده است با این عنوان؛ تکاپوی ذهنی برای رسیدن به حق در زمان بخصوص. به بُعد درخواستی نیز، گویه‌ی دعا برای درخواست‌های مهم اضافه شده است. در جدول شماره (۲) ابعاد دعا به همراه گویه‌های آن ارائه شده است. در نهایت با استفاده از این پرسش‌نامه، پایایی گویه‌ها به صورت زیر گزارش می‌شود. گرچه در دو بُعد میزان پایایی، پایین است؛ اما در کل دعا میزان پایایی به ۰/۸۶ رسیده و این برآورد نسبتاً خوبی از وسیله سنجش می‌باشد.

43. Poloma & Pendleton(1989)

44. Meravigilia(2002)

جدول (۱): گزارش میزان آلفای کرونباخ ابعاد دعا

میزان پایایی	تعداد گویه	ابعاد
۰/۸۷	۶	بعد مناسکی
۰/۷۵	۴	بعد درخواستی
۰/۶۵	۴	بعد محاوره‌ای
۰/۶۵	۵	بعد ذهنی
۰/۸۶	۱۹	پایبندی به دعا

منبع: (نویسنده)

جدول (۲): دسته‌بندی مؤلفه‌های دعا

دعا کردن با دیگران	مناسکی
دعا کردن با اعضا خانواده	
دعا کردن با روحانی مسجد	
قرائت دعا از حفظ	
قرائت دعا از روی کتاب‌های دعا	
قرائت دعا از رادیو و تلویزیون	درخواستی
دعا برای احساس نگرانی نسبت به بیماری	
دعا برای بهبودی علائم بیماری	
دعا برای نیازهای مادی ضروری	
دعا برای درخواست‌های مهم	محاوره‌ای
حرف زدن با خدای به زبان خود	
درخواست بخشش گناهان از خدا	
درخواست یاری از خداوند در تصمیم‌گیری‌ها	
شکرگزاری خداوند به خاطر نعمت‌ها	ذهنی
فکرکردن به خدا هنگام آرامش	
وقت صرف کردن برای احساس حضور خدا در زندگی	
وقت صرف کردن برای عبادت و ستایش خداوند	
گوش فرادادن به دستوره‌های خداوند	
تکاپوی ذهنی برای رسیدن به حق	

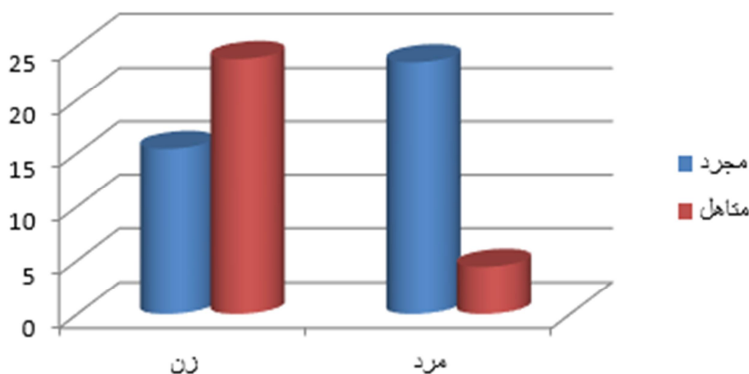
منبع: (نویسنده)

۳. فرضیه‌های پژوهش

- ۱- به نظر می‌رسد میزان استفاده از رسانه داخلی بر میزان پابندی به دعا در شهر لار اثر معنی‌داری دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد میزان استفاده از رسانه خارجی بر میزان پابندی به دعا در شهر لار اثر معنی‌داری دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد میزان دعای والدین بر میزان پابندی به دعای فرزندان در شهر لار اثر معنی‌داری دارد.
- ۴- به نظر می‌رسد سطح پابندی به دعا بر حسب جنسیت افراد در شهر لار تفاوت معناداری دارد.

۴. یافته‌ها پژوهش

بر اساس نمودار (۱)، ۱۵/۴ درصد زنان مجرد، ۲۳/۸ درصد زنان متأهل، ۲۳/۵ درصد مردان مجرد و ۳۷/۳ مردان متأهل می‌باشند.



نمودار (۱): توصیف افراد بر اساس وضعیت تأهل و جنسیت

منبع: (نویسنده)

بر اساس جدول (۳) میانگین و میانه تحصیلات افراد تقریباً ۱۳ سال تحصیل می‌باشد؛ اما نمای تحصیلات ۱۶ است، حداقل میزان تحصیلات پاسخگویان ۲ کلاس و حداکثر ۱۸ کلاس است. تعداد افراد خانواده افراد تقریباً ۴ نفر بوده و با میانه و مد آن

برابر است. میزان استفاده از رسانه به طور متوسط در بین افراد ۱۵ است و حداقل استفاده از رسانه ۰ و حداکثر نمره آن آنها از طیف ۴۰ می باشد.

جدول (۳): توصیف میزان تحصیلات، تعداد اعضای خانواده و میزان استفاده از رسانه

متغیر	میانگین	میانه	مد	حداقل	حداکثر
میزان تحصیلات	۱۳/۶۱	۱۳	۱۶	۲	۱۸
تعداد اعضا خانواده	۳/۹۲	۴	۴	۳	۱۰
میزان استفاده از رسانه	۱۵	۱۵	۱۵	۰	۴۰

منبع: (نویسنده)

بر اساس جدول ۴ تقریباً همه پاسخگوها به دعا کردن اعتقاد داشته اند و معادل نیمی از پاسخگویان به طور مکرر دعا می کنند، در مرتبه بعد ۱۹/۶ درصد در طول شبانه روز سه بار دعا می کنند و ۱۰/۸ درصد یک بار دعا می کنند و بقیه دو یا چهار بار دعا می کنند و فقط ۱/۹ درصد اصلاً دعا نمی کنند. زمان دعا کردن ۷۱ درصد افراد تقریباً ۱۰ دقیقه می باشد و ۱۲/۷ درصد ۲۰ دقیقه و افراد کمی ۴۰ و ۶۰ دقیقه را انتخاب نموده اند و ۱/۵ درصد اصلاً دعا نمی کنند. اکثر افراد گفته اند در طول شبانه روز دعا می کنند. ۲۳ درصد در طول روز و ۱۶/۵ درصد در شب دعا می کنند.

جدول (۴): میزان و زمان دعا کردن افراد

	توزیع فراوانی نسبی میزان دعا در شبانه روز						میزان و زمان دعا کردن
	اصلاً	یک بار	دو بار	سه بار	چهار بار	مکرر	
	۱/۹	۱۱/۲	۱۳/۸	۱۹/۶	۴/۶	۴۸/۸	
	میزان دعا کردن (به دقیقه)						
صفر دقیقه	۱/۵	۷۱/۹	۱۲/۷	۷/۷	۳/۱	۲/۷	۶۰ دقیقه
۱۰ دقیقه							به بالا
۲۰ دقیقه							
۳۰ دقیقه							
۴۰ دقیقه							
۶۰ دقیقه							
	زمان دعا کردن						
اصلاً		در طول روز	در طول شب	شبانه روز			
۰/۸	۲۳/۱	۱۶/۵	۵۹/۶				

منبع: (نویسنده)

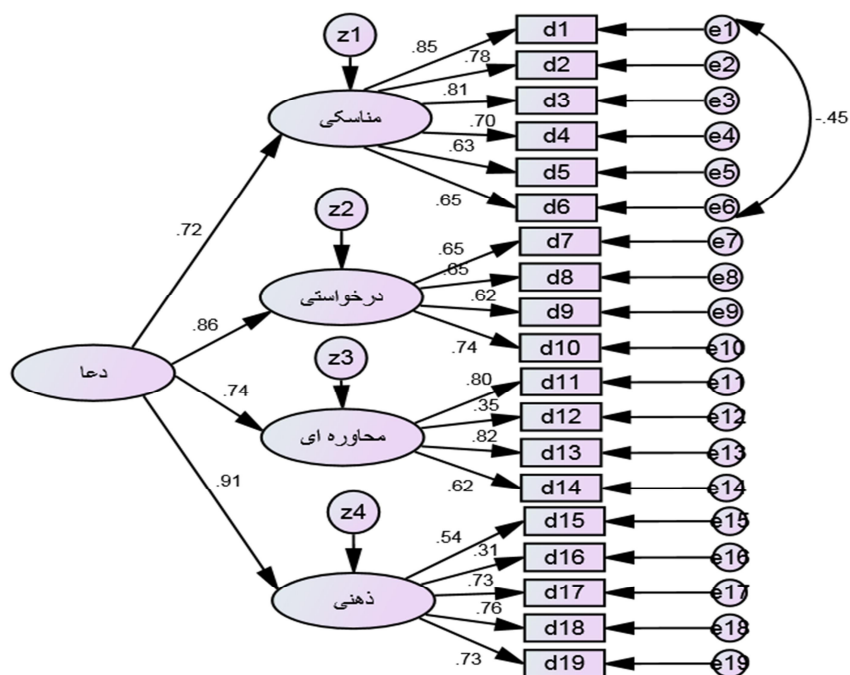
براساس جدول ۵ می‌توان گفت، توزیع آماری نمونه پژوهش در حدود طبیعی است و میزان پابندی به دعا در پاسخگویان بر مبنای ابزار به‌کاررفته در مقاله در سطح نمونه و جامعه آماری بالاتر از سطح متوسط است. نتیجه آزمون تی تک‌نمونه‌ای با اطمینان ۹۹ درصد ادعای مذکور را تأیید می‌کند.

جدول (۵): آماره‌های متغیر پابندی به دعا پاسخگویان

متغیر	میانگین واقعی	کجی	دامنه	حداقل	حداکثر	میانگین طیف	T	sig
پابندی به دعا	۶۸/۶۸	-۳۷۳	۱۳۸	۳	۱۴۱	۴۷/۵	۶۶/۵۱	۰/۰۰۰
مناسکی	۱۷/۷۹	-۲۸	۳۰	۰	۳۰	۱۵	۳۹/۹۱	۰/۰۰۰
درخواستی	۱۵/۲۰	-۰/۹۹	۲۰	۰	۲۰	۱۰	۶۵/۶۰	۰/۰۰۰
مجاوره‌ای	۱۶/۷۴	۱/۶۲	۵۶	۰	۵۶	۱۲/۵	۶۰/۹۹	۰/۰۰۰
ذهنی	۱۸/۹۳	۲/۱۰	۷۱	۰	۷۱	۱۲/۵	۵۲/۴۰	۰/۰۰

منبع: (نویسنده)

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش در سطح نمونه و تعمیم آنها به جامعه آماری از مدل‌سازی معادلات ساختاری با به‌کارگیری نرم‌افزار آموس استفاده شده است. روند کار به این صورت بود که ابتدا مدل اندازه‌گیری متغیر میزان پابندی به دعا و ابعاد آن (مناسکی، درخواستی، مجاوره‌ای، ذهنی) براساس نمره‌های عاملی متغیرهای تشکیل‌دهنده آن محاسبه و برازش آن با استفاده از شاخص‌های اصلاح نرم‌افزار به حداکثر ممکن رسانیده شده است. سپس برای آزمون فرضیه‌ها روابط ساختاری بین عامل‌های مکنون اندازه‌گیری شدند. در ادامه نتایج فرضیه‌ها ارائه می‌شوند:



شکل (۱): مدل پنج عامل مرتبه دوم اندازه‌گیری ابعاد دعا

منبع: (نویسنده)

شاخص‌های برازش مدل بر اساس ابعاد دعا برگرفته از موحد و دیگران (۱۳۹۴) با تغییرهای جزئی در همه ابعاد بر اساس P-value به‌دست‌آمده معنی‌دار می‌باشد. وجود بارهای عاملی قابل قبول (عمدتاً بالای ۰٫۴) در مدل اندازه‌گیری فوق و نیز شاخص‌های برازش مدل در جدول بالا به‌خوبی نشان‌دهنده مناسب بودن این مدل برای اندازه‌گیری عامل پایبندی به دعا هست.

جدول (۶): شاخص‌های برازش مدل ابعاد دعا

شاخص	CMIN/DF	TLI	IFI	CFI	PNFI	PCFI	RMSEA
دامنه پذیرش	۱-۵	۰/۹۰-۱	۰/۹	۰/۹۰-۱	۰/۵۰-۱	۰/۵۰-۱	۰-۰/۰۸
مدل مفروض	۲/۱۶۵	۰/۹۰۲	۰/۹۰	۰/۹۱۶	۰/۷۳۵	۰/۷۸۷	۰/۰۶۷

منبع: (نویسنده)

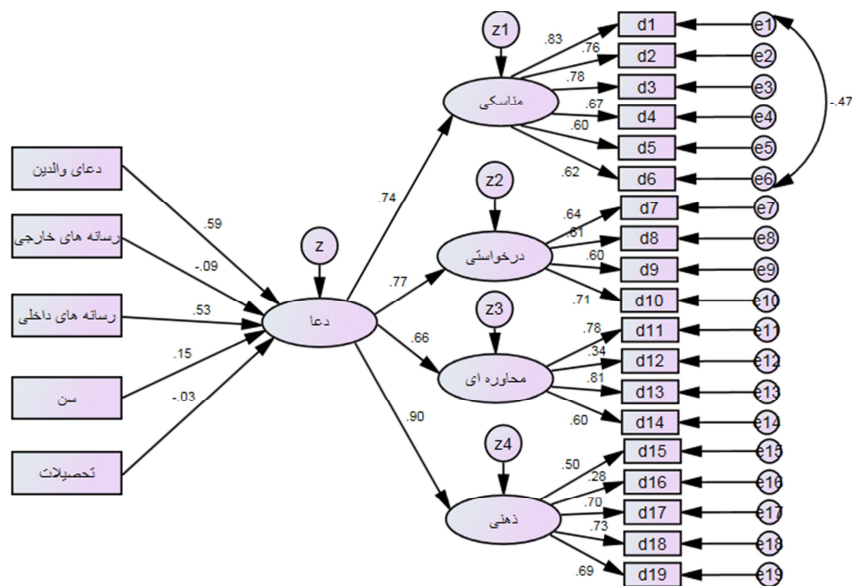
از آنجاکه در بسیاری از تحقیق‌ها، جنسیت عامل مؤثری در سطح دینداری افراد بوده است این فرضیه مطرح می‌شود که «به نظر می‌رسد میزان پابندی به دعا بر حسب جنسیت افراد تفاوت معناداری دارد». برای آزمون این فرضیه از روش مقایسه میانگین‌های ساختمند استفاده شد به این صورت که در ابتدا مدل اندازه‌گیری فوق در بین دو گروه مرد و زن معادل‌سازی شد و در مرحله بعد با مرجع قرار دادن گروه مردان مقایسه میانگین پابندی به دعا بر حسب جنسیت پاسخگویان صورت گرفت. نتیجه این مقایسه میانگین در جدول زیر آمده است:

جدول (۷): مقایسه میانگین گرایش به دعا در بین زنان و مردان

سطح معناداری	سطح بحرانی	مقدار تفاوت
۰/۷۷۵	۰/۲۸۶	۰/۰۳۶

منبع: (نویسنده)

با توجه به سطح معناداری به دست آمده (۰/۷۷۵) نتیجه آزمون فوق نشان می‌دهد تفاوت معناداری در میزان پابندی به دعا در بین زنان و مردان وجود ندارد. برای بررسی فرضیه‌هایی که عوامل مؤثر بر گرایش به دعا را بررسی می‌کنند نخست مدل اندازه‌گیری فوق (شکل ۱) به عنوان متغیر وابسته پژوهش در مدل قرار داده شد. سپس متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده به این شکل افزوده شدند و در نهایت مدل تدوین شده پژوهش مطابق با تصویر زیر شکل گرفت:



شکل (۲): مدل معادله ساختاری نهایی عوامل تأثیرگذار بر میزان پایبندی به دعا

منبع: (نویسنده)

شاخص‌های برازش مدل که در جدول زیر آمده است به‌وضوح نشان‌دهنده نکویی برازش مدل هست.

جدول (۸): شاخص برازش عوامل مؤثر بر دعا

شاخص	CMIN/DF	IFI	CFI	PNFI	PCFI	RMSEA
دامنه پذیرش	۱-۵	۰/۹	۰/۹۰-۱	۰/۵۰-۱	۰/۵۰-۱	۰-۰/۰۸
مدل مفروض	۲/۱۰	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۷۱	۰/۷۹	۰/۰۶۵

Chi-square: 520 df: 247 0/65: R Square

منبع: (نویسنده)

شاخص‌های برازش الگو نشان‌دهنده مناسب بودن مدل نهایی عوامل مؤثر بر دعا می‌باشند. این متغیرها توانسته‌اند ۰/۶۵ کل تغییرهای پایبندی به دعا را تبیین نمایند. میزان بتاهای به‌دست‌آمده و معنی‌دار به ترتیب متعلق به میزان دعای والدین (۰/۵۹)، میزان استفاده از رسانه‌های داخلی (۰/۵۳)، سن (۰/۱۵) توانسته‌اند با p-value معنی‌دار وارد مدل

شده و انحراف معیار میزان پایبندی به دعا را پیش‌بینی نمایند. در این میان تحصیلات فرد و میزان استفاده از رسانه‌های خارجی تأثیر معنی‌داری نداشته است. جدول زیر مقدار پارامترهای به‌دست‌آمده در خصوص اثرگذاری عوامل مختلف بر میزان پایبندی دعا را به‌صورت مقایسه‌ای، تفکیک جنسیت افراد و نیز کل نمونه نمایش می‌دهد:

جدول (۹): برآورد ضرایب استاندارد عوامل مؤثر بر دعا خواندن افراد

گروه‌ها	عوامل مؤثر بر دعا	برآورد	مقدار بحرانی	سطح معناداری
کل افراد	میزان استفاده از رسانه داخلی	۰/۱۱۶	۸/۵۷	***
	میزان استفاده از رسانه خارجی	-۰/۰۲۱	-۱/۹۴	۰/۰۵۲
	سن	۰/۰۱۳	۳/۰۲۲	۰/۰۰۳
	میزان دعای والدین	۰/۴۱	۹/۱۵	***
	تحصیلات	-۰/۰۰۹	-۰/۶۰۳	۰/۵۴
زنان	میزان استفاده از رسانه داخلی	۰/۱۲۸	۱۲/۳۲	***
	میزان استفاده از رسانه خارجی	-/۰۲۵	-۴/۱۱	***
	سن	۰/۰۱۳	۵/۲۱	***
	میزان دعای والدین	۰/۴۲۶	۱۲/۵۲	***
	تحصیلات	-۰/۰۰۴	-۰/۴۶	۰/۶۲
مردان	میزان استفاده از رسانه داخلی	۰/۱۲۸	۱۲/۳۲	***
	میزان استفاده از رسانه خارجی	-/۰۲۵	-۴/۱۱	***
	سن	۰/۰۱۳	۵/۲۱	***
	میزان دعای والدین	۰/۴۲۶	۱۲/۵۲	***
	تحصیلات	-۰/۰۰۴	-۰/۴۶	۰/۶۲

منبع: (نویسنده)

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تقریباً همه افراد به‌نحوی اعلام نموده‌اند که دعا می‌کنند. دعا و ذکر نه‌تنها در ادیان ابراهیمی بلکه در شبه‌ادیان نیز وجود دارد. امروزه توجه به دین و دینداری نه کمرنگ شده است و نه پُررنگ. همان‌طور که دورکیم، وبر و به‌خصوص پارسونز راز ماندگاری و تداوم دین در جامعه را کارکردی‌بودن آن می‌دانند. گاه می‌توان

آموزه‌های دینی را در حوزه آموزشی دل‌انگیز که انسان را برای رفع گرفتاری‌ها محکم‌تر می‌کند، دانست. می‌توان گفت افراد هنوز با اعتقادهای مذهبی و دعا زندگی خویش را پذیرفته‌تر و آرام‌تر برنامه‌ریزی می‌کنند و ترس و هراس‌های زمانه پراشوب را با آرامش می‌گذرانند.

در این بررسی میزان دعاکردن افراد در همه ابعاد (مناسکی، محاوره‌ای، درخواستی و ذهنی) بیش از متوسط بوده است. تقسیم‌بندی این ابعاد علاوه بر اینکه در طبق مطالعه پولما و پندلتون^{۴۵} (۱۹۸۹) و مراویگیلیا^{۴۶} (۲۰۰۲) است با نظر عارفان مسلمان نیز همخوانی دارد که دعا و درخواست از پیشگاه خداوند متعال سه گونه است؛ ۱- دعا و سؤال به لسان قال یا درخواست لفظی و کلامی؛ ۲- دعا و سؤال به لسان حال یا درخواست و طلب حالی؛ ۳- دعا و سؤال به لسان استعداد یا درخواست و طلب بر اساس استعداد و قابلیت. این ریشه تاریخی را چنانچه هیرشکیند (۲۰۰۶) بیان می‌کند در انسان‌شناسی اسلام و برجسته بودن پرورش عادت‌های معنوی می‌توان جستجو - نمود. بالاتر بودن میزان پایبندی به دعا در سایر پژوهش‌ها نیز تأیید شده است؛ برای مثال، مهدی‌زاده و زارع غیاث‌آبادی (۱۳۹۴) میزان اعتقادهای دینی، عواطف دینی و مناسک دینی را دارای میانگین بالاتر از حد متوسط در بین جوانان دانسته‌اند.

ابعاد چهارگانه دعا که از پولوما و پندلتون (۱۹۸۹) اخذ شده است، با مدل معادله ساختاری مورد ارزیابی واقع شده و مناسب بودن برازش آن با افزایش یک گویه و جدا کردن دو گویه اثبات شده است و اغلب افراد با این گزینه موافق بوده‌اند که برخی دعاها بنا به مصلحت فرد با تأخیر به اجابت می‌رسد. تا اینجا می‌توان فهمید که دعا در بین مردم راهگشا بوده و مورد استفاده عموم قرار می‌گرفته است؛ اما از فرضیه‌های اساسی پژوهش تأثیر رسانه (داخلی و خارجی) و دعای والدین بر میزان پایبندی افراد به دعا بوده است.

در مدل نهایی که متغیرهایی وارد شده‌اند که بالاترین میزان برازش را در الگو نشان دهند، ابتدا عامل دعای والدین، سپس میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و در مرتبه بعد عامل سن تأثیرگذار بوده است.

45. Poloma & Pendleton(1989)

46. Meravigilia(2002)

در کنار چالش دو متغیر مهم وارد شده در پژوهش، رسانه و دعای والدین به‌عنوان گونه‌های اجتماعی شده متقدم و متأخر، می‌توان شاهد پُررنگ‌بودن و قابل دفاع‌بودن الگوی اجتماعی خانواده در الگوپذیری افراد بود. در دنیایی که اثر خانواده رو به اضمحلال می‌رود، می‌توان از پُررنگ و اثرگذار بودن آن در این مورد بحث نمود. اغلب افرادی که میزای پابندی به دعای خود را بالا گزارش می‌کرده‌اند، پدر و مادر آنها نیز بیشتر درگیر این مسئله بوده‌اند؛ البته می‌توان رسانه‌های داخلی را نیز به‌عنوان عامل دوم در افزایش پابندی به دعا مشاهده نمود و این نشان‌دهنده عملکرد مطلوب رسانه‌های داخلی در این زمینه می‌باشد.

در اینجا می‌توان هنوز رد پای پُررنگ نظریه‌های مید و جامعه‌پذیری از طریق خانواده را تأیید کرد. این نتیجه را می‌توان در پژوهش‌های متعدد مشاهده نمود. پژوهش‌های متعدد اجتماعی شدن از طریق والدین را در زمینه مذهب تأیید می‌نمایند؛ مقدس و نوروزی (۱۳۹۰) در بررسی ارزش‌های مذهبی بیان می‌دارند که عامل اجتماعی شدن در خانواده، نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین ارزش‌های مذهبی دختران ایفا می‌کند. مدیری و آزاد ارمکی (۱۳۹۲) بیان داشته‌اند که در خانواده‌هایی که با نفوذ بیشتر پدر زندگی می‌کنند، دینداری بیشتری به‌چشم می‌خورد. نوروزی و فرهادیان (۱۳۹۳) متغیر مذهبی بودن والدین را دارای رابطه معنی‌دار و مستقیم با دینداری می‌دانند. حسینی و دیگران (۱۳۹۴) دینداری پدر و مادر را پیش‌بینی‌کننده مثبت و معناداری مثبت و معناداری بر دینداری دانش‌آموزان می‌دانند. مطالعات ریلی و وارن (۱۹۹۹) نشان‌دهنده این است که حضور بیشتر خانواده‌ها به همراه جوانان در کلیسا، مهارت خانواده‌ها را در حل مشکلات بالاتر می‌برد. بری و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با معادل‌های ساختاری نشان دادند که کیفیت رابطه با مادر با ایمان مذهبی رابطه دارد. در کارهای حسینی و دیگران (۱۳۹۴)؛ قاسمی و دیگران (۱۳۹۵)؛ حیدری و هاشمی (۱۳۹۶) این مسئله به‌عنوان مبحث تربیتی بررسی و تأیید شده است.

در ارتباط با گزینه رسانه و تأثیرگذاری آن بر مسائل مذهبی در دو طیف می‌توان مقاله‌ها را بازبینی کرد. در مقاله‌های داخلی اکثر پژوهش‌های استفاده از رسانه‌های ملی و داخلی را عامل افزایش‌دهنده گرایش‌های مذهبی معرفی نموده‌اند و در عوض رسانه‌های خارجی را عامل کاهش‌دهنده می‌دانند؛ اما در پژوهش‌های خارجی استفاده‌های بهینه از رسانه

و شبکه‌های مجازی در عملکرد مذهب و دعا نیز گزارش شده است. چنانچه مقدس و نوروزی (۱۳۹۰) میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی را در کنار ارزش‌های مادر مهمترین عوامل تأثیرگذار بر ارزش‌های مذهبی دختران و رسانه داخلی را افزاینده و خارجی را کاهش‌دهنده معرفی نموده‌اند.

طبق پژوهش نوروزی و فرهادیان (۱۳۹۳) استفاده از وسایل ارتباط جمعی و گرایش به نوسازی با دینداری رابطه معکوس وجود دارد. موحد و دیگران (۱۳۹۴) بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی نوین و دعاکردن رابطه معکوسی را گزارش نموده‌اند. مهدی‌زاده و زارع غیاث‌آبادی (۱۳۹۴) نیز بیان می‌دارند که بین میزان تماشا و استفاده از انواع برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای و میزان دینداری رابطه منفی است، درحالی‌که با افزایش میزان تماشای تلویزیون ملی بر میزان دینداری جوانان افزوده می‌شود. درحالی‌که در برخی پژوهش‌ها حتی بر تأثیر مثبت رسانه و افزایش استفاده از آنها برای بهبود عملکرد مذهبی تأکید شده است. کمپیل^{۴۷} (۲۰۰۷) تعدد استفاده از دعا و رسانه‌های موبایل را نشان‌دهنده این امر می‌داند که دعا بخش مهمی از چشم‌انداز رسانه‌های جدید شده است. بری و همکاران (۲۰۱۲) نیز استفاده مثبت از رسانه‌ها را به‌طور غیر-مستقیم و مثبت از طریق ارزش‌های مثبت اجتماعی با ایمان مذهبی در ارتباط می‌دانند. در اینجا رویکرد متعامل‌گرایانه نسبت رابطه میان دین و رسانه را توجیه می‌کند. چنانچه دریدا عنوان می‌کند، هم رسانه قدرت فروکاستن نیرومندی دین را دارد و هم دین می‌تواند ذات رسانه را دگرگون سازد. او بر این باور است که اسلام در دوره اخیر قدرت خود را بازیافته و توانسته با بهره‌گیری از عناصر مختلف از جمله رسانه، سرعت خود را گسترش دهد. در اینجا می‌توان ردپای هر دو نظریه‌ای که ۱- بیان می‌دارند رسانه‌ها با ارائه برنامه‌هایی درباره مسائل دینی نه‌تنها توانسته‌اند باعث افزایش اطلاعات دینی و تعمق در دین شوند بلکه رفتار دینی را هم برمی‌انگیزانند و این در ارتباط با رسانه‌های داخلی تصدیق‌شده را یافت و ۲- چون رسانه‌ها با اقتصاد جهانی پیوند خورده‌اند، شکل و محتوای آنها از حالت دینی خارج شده است؛ بنابراین رسانه‌ها عامل افزایش دینداری در افراد نیستند. در پژوهش حاضر گرچه رسانه‌های خارجی تأثیر معکوسی بر میزان پایبندی به دعا داشته‌اند؛ اما معنی‌دار نبوده‌اند.

سن آخرین عامل تأثیرگذار در ارتباط با پابندی به دعا می‌باشد. با افزایش سن، میزان پابندی به دعا افزایش می‌یابد. موسوی‌نسب و دیگران (۱۳۹۲)، عبدی و رضایی (۱۳۹۳)، کمیسیون اروپا (۱۹۹۷)، گالوپ و باسلر (۲۰۰۲)، کارسی (۲۰۰۴)، کراس و کاترز (۲۰۰۵) نیز در تحقیقاتشان چنین نتایجی را گزارش نموده‌اند.

تحصیلات گرچه رابطه معکوسی با میزان پابندی به دعا دارد؛ اما در مدل نهایی معنی‌دار نیست. حیدری و دیگران (۱۳۹۱)، نوروزی و فرهادیان (۱۳۹۳)، نیز ارتباط معکوسی بین تحصیلات و عامل مذهبی بیان نموده‌اند.

آزاد ارمکی در کتاب تغییرات فرهنگی، بیان کرده است که اعتقادات و عواطف دینی زنان از مردان بیشتر است که البته این تفاوت اندک بوده و به رابطه معنی‌داری منجر نمی‌شود. در بررسی حاضر با معادل‌سازی مدل در دو گروه جنسیتی و بررسی شاخص‌ها، تفاوت آماری معنی‌داری از لحاظ میزان دعاکردن در بین دو گروه وجود ندارد. گرچه دی‌وس و مک‌آلسیتر (۱۹۸۷) نشان دادند که زنان بیشتر دعا می‌کنند؛ زیرا زنان مذهبی‌تر از مردان هستند.

در پایان در چالش‌برانگیزترین بحث میان جامعه‌پذیری از طریق والدین و رسانه، می‌توان هنوز نیز با وجود الکترونیک‌شدن و تغییرهای شگرف جوامع، ردپای خانواده را برای برانگیختن یکی از حالت‌های روحانی بشریت همچنان محکم و تأثیرگذار یافت. می‌توان گفت، با دو اهرم قدرتمند (خانواده و رسانه‌های داخلی) که در دست جوامع مذهبی و سنتی‌تر مانند شهر لار وجود دارد، می‌توان افراد بیشتری را به این جبهه برانگیخت و انتظار جامعه سالم و پر نشاط‌تری از طریق افزودن دعا در بین افراد به‌شدت درگیر مسائل روزآمد نمود.

کتابنامه

- پورحسین، قاسم (۱۳۹۰). دین و رسانه. *مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، شماره اول، صص ۶۳-۸۴.
- پورطولمی، منیرالسادات و کاظم‌خانی، سلام‌اله (۱۳۹۳). *دعا و طلب در عرفان نظری*، دوفصلنامه پژوهشنامه عرفان، شماره ۱۴، صص ۲۵-۳۷.

- حسینی، فریده‌سادات؛ جمشیدی سلوکو، بهنام و مزیدی، محمد (۱۳۹۴). پیش‌بینی میزان دینداری نوجوانان بر اساس دینداری والدین و الگوهای ارتباطی خانواده. *فصلنامه شخصیت و تفاوت‌های فردی*، سال چهارم، شماره ۸، صص ۱۰۱-۱۲۴.
- حیدری، حسین؛ صدیقی ارفعی، فریبرز و عسکری بابا دی، مرجان (۱۳۹۱). زمینه‌یابی تجارب تفسیری (دعا، استخاره، رویای صادقانه، لقمه حلال، چشم زخم) از دریافت‌های معرفتی در اقشار مردم کاشان. *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال سوم، شماره دوم، صص ۵۵-۷۸.
- حیدری، سارا؛ هاشمی، زهرا؛ نقش، زهرا (۱۳۹۶). نقش دینداری والدین بر تاب‌آوری و سلامت روان دانشجویان: نقش واسطه‌ای عقلانیت دینی، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، دوره ۷، شماره ۲۵، صص ۴۴۷-۴۶۶.
- داداشی حاجی، مهدی (۱۳۸۹). اثربخشی دعامرمانی بر سلامت عمومی دانشجویان دانشگاه افسری امام‌علی (ع). *فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت نظامی*، شماره ۴۰، صص ۱۱-۳۸.
- دولت‌آبادی، مروه؛ خادمی، عین‌اله و قاسمی طوسی، محمداسماعیل (۱۳۹۸). تأثیر مبانی هستی‌شناسی صدرا در تبیین مسأله دعا. *تأملات فلسفی*، ۸(۲۱)، ۹۱-۱۱۷.
- رعنائی، فریبا؛ فراست، اردلان و ظاهری، فرزانه (۱۳۹۸). بررسی نگرش و عملکرد نسبت به نماز و ارتباط آن با افسردگی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کردستان. *نشریه طب و تزکیه*، ۱۹(۴)، ۷۵-۸۳.
- ریترز، جورج (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- شهریاری‌پور، رضا؛ امین بیدختی، علی‌اکبر و مرادی فرشاد (۱۳۹۲). بررسی رابطه میان نگرش و التزام عملی به نماز با مسئولیت‌پذیری دانشجویان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه‌های سمنان. *فرهنگ در دانشگاه*، سال سوم، شماره اول، صص ۶۴-۸۲.
- صدفی، ذبیح‌اله؛ محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۹۲). تبیین جامعه‌شناختی جامعه‌پذیری رسانه‌ای، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۳، صص ۱۰۱-۱۲۹.
- طالبان، محمدرضا؛ مبشری، محمد و مهرآیین، مصطفی (۱۳۹۸). بررسی روند دگرگونی

- ارزشی در ایران (۱۳۵۳-۱۳۸۸). *دانشنامه علوم اجتماعی*، شماره ۳، صص ۲۳-۶۳.
- عبدی، مجتبی و رضایی، احمد (۱۳۹۳). سنجش میزان دیندار در میان دانشجویان جوان. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، (۲۴)، ۹۷-۱۱۴.
- فولادیان، مجید؛ سوهانیان حقیقی، محسن (۱۳۹۹). بررسی تحولات هویت جوانان ایرانی (۱۳۹۴-۱۳۵۳). *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، شماره ۴۹، صص ۱۷۹-۱۴۷.
- قاسمی، حمیده؛ هاشمی، اسماعیل؛ مهربانی‌زاده هنرمند، مهناز؛ داوودی، ایران و نعیمی، عبدالزهرا (۱۳۹۵). پیش‌بینی دینداری دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز بر اساس خودکارآمدی الگوبرداری معنوی، ادراک از دینداری والدین و ویژگی‌های شخصیتی، *دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، شماره ۶۶، صص ۱۱-۲۰.
- مدیری، فاطمه و آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۲). بررسی تفاوت‌های جنسیتی در رفاه ذهنی ایرانیان. (۲)۱۰، ۲۲۵-۲۴۲.
- معدنی، سعید و خسروانی، عباس (۱۳۹۰). عوامل مؤثر در جهت‌گیری ارزشی (مادی/فرامادی) دانشجویان (دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک در سال ۱۳۹۰). *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران*، شماره ۳، صص ۱۲۳-۱۴۳.
- مقدس، علی‌اصغر و نوروزی، فاطمه (۱۳۹۰). مقایسه ارزش‌های مذهبی بین دو نسل دختران و مادران شهرهای لار و جهرم. *فصلنامه اجتماعی روان‌شناسی مطالعات زنان*، دوره ۹، صص ۷-۳۴.
- مهدوی‌راد، مهاجر و حسنی، علی (۱۳۹۸). مؤلفه‌های حقیقت دعا از نظر شیعه و کاتولیک؛ وجوه شباهت و افتراق، *معرفت/دیان*، سال دهم، شماره ۳۸، صص ۷-۲۴.
- مهدی‌زاده، شراره و زارع غیاث‌آبادی، فاطمه (۱۳۹۴). رسانه و دینداری در میان جوانان، *دوفصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات*. شماره ۴۷، صص ۱۴۵-۱۷۷.
- موحد، مجید؛ عباسی شهوازی، محمدتقی و هاشم پورصادقیان، مریم (۱۳۹۴). دعا در دنیای مدرن، مطالعه رابطه عوامل فرهنگی و اقتصادی مدرن با دعا در بین مردم شهر شیراز. *فصلنامه علمی-ترویجی جامعه، فرهنگ و رسانه*، شماره ۱۷، صص ۱۴۲-۱۱۹.
- موسوی مهر، محمدمهدی (۱۳۹۳). تأثیرات رسانه‌ای شدن در ایجاد انگاره جدید از دین. *دو فصلنامه دین و ارتباطات*، (۲۱)۴۶.

موسوی‌نسب، سیدمحمدرضا؛ عسکری، علی و شاملی، عباسعلی (۱۳۹۲). تحول مفهوم اجابت دعا در کودکان و نوجوانان. اسلام و پژوهش‌های تربیتی، سال پنجم، شماره اول، صص ۵-۲۵.

نوروزی، فیض‌اله و فرهادیان سعید (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر دینداری جوانان. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۲۳، صص ۱-۳۱.

- Ashley, D. (1995). *Sociological Theory: Classical Statement, Massachusetts: Allyn and Bocom*.
- Baesler, E. James & Yi-Fan Chen (2013). Mapping the Landscape of Digital Petitionary Prayer as Spiritual/Social Support in Mobile, Facebook, and E-mail E. James Baesler and Yi-Fan Chen Old Dominion. *Journal of Media and Religion*, (12), 1-15..
- Baesler, James E. (2002). Prayer and Relationship with God II: Replication and Extension of the Relational Prayer Model. *Review of Religious Research*, (44), 58-67.
- Baker, J. O. (2008). An investigation of the sociological patterns of prayer frequency and content. *Sociology of Religion* 69(2):169-85.
- Breslin, M.J. & Lewis, C.A. (2010). Examining the types of prayers of Irish adults: An evaluation of the Measure of Prayer Type (Richards, 1991), *The Irish Journal of Psychology*, Vol. 31, No. 1-2, 63-67.
- Campbell, Heidi (2007). What Hath God Wrought?' Considering How Religious Communities Culture (or Kosher) the Cell Phone. *Journal of Media & Cultural Studies*, (21), 191-203. Online (<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304310701269040>)
- Cochran, J,& , Akers, R.(1989). Beyond hellfire: An exploration of the variable effects of religiosity on adolescent marijuana and alcohol use. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 26:198-225.
- De Vaus, D. & McAllister, I. (1987). Gender Differences in Religion: A Test of the Structural Location Theory. *American Sociological Review* 52: 472-81.
- European Commission (1997). The Young Europeans: Eurobarometer 47.2. Retrieved February 11, 2004, from http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb_special_en.htm.
- Evans, T. D. F., Cullen, R. G., Dunaway, & Burton, V. Jr.(1995) Religion and crime reexamined: The impact of religion, secular controls, and social ecology on adult criminality. *Criminology* 33:195-217,
- Francis, L. J. & Robbins, M. (2008). Psychological type and prayer preferences: A study among Anglican clergy in the United Kingdom. *Mental Health, Religion & Culture*, 11, 67-84. <http://dx.doi.org/10.1080/13674670701619445>
- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.

- Greenway, T. S., Sarah Schnitker, s. Abigail M. Shepherd, A.M. (2017). "Can Prayer Increase Charitable Giving? Examining the Effects of Intercessory Prayer, Moral Intuitions, and Theological Orientation on Generous Behavior ", *THE INTERNATIONAL JOURNAL FOR THE PSYCHOLOGY OF RELIGION*, VOL. 28, NO. 1, 3-18
- Harris, I., Christopher R. Engdal, B.E., Olson R.H.A., Winkowski, A.M., McMahon, J. (2008). 'Christian Religious Functioning and Trauma Outcomes.' *Journal of Clinical Psychology* 64: 17-29.
- Hatch, T.G. (2016). The Power of Prayer in Transforming Individuals and Marital Relationships: A Qualitative Examination of Christian, Jewish, and Muslim Families, *Rev Relig Res*, 58, 22-46
- Hirschkind, C. (2006). *The Ethical Soundscape: Cassette Sermons and Islamic Counterpublics*. New York: Columbia University Press.
- Katz, J. E. (2006). *Magic in the air: Mobile communication and the transformation of social life*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Katz, J., & Aakhus, M. (2002). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Krause, N. (2004). Assessing the Relationship among Prayer Expectancies, Race, and Self-Esteem in Late Life. *Journal for the Scientific Study of Religion* 43: 395-408.
- Krause, Neal (2004). Assessing the Relationship among Prayer Expectancies, Race, and Self-Esteem in Late Life. *Journal for the Scientific Study of Religion*, (43), 395-408.
- Krause, Neal (2012). Parental Religious Socialization Practices, Connectedness With Others, and Depressive Symptoms in Late Life, *Int J Psychol Relig*. 22(2), 135-154.
- Krauss, Neal & Linda M. Chatters (2005). Exploring Race Differences in a Multidimensional Battery of Prayer Measures among Older Adults. *Sociology of Religion*, (66), 23-43.
- Krauss, Neal and Linda M. Chatters. 2005. Exploring Race Differences in a Multidimensional Battery of Prayer Measures among Older Adults, *Sociology of Religion*, 66: 23-43.
- Ladd, K. L., & Spilka, B. (2002). Inward, outward, and upward: Cognitive aspects of prayer. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 41, 475-484. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-5906.00131>
- Ladd, K. L., & Spilka, B. (2006). Inward, outward, upward prayer: Scale reliability and validation. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 45, 233-251. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-5906.2006.00303.x>
- Ladd, K., & Spilka, B. (2002). Inward, outward, and upward: Cognitive aspects of prayer. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 41, 475-484. doi: 10.1111/1468-5906.00131.
- Lammers, C. M., Ireland, M. R., & Blum, R. (2000). Influences on adolescents' decision to postpone onset of sexual intercourse: A survival analysis of virginity among youths aged 13 to 18 years. *Journal of*

- Adolescent Health*. 26:42^8.
- Lammers, C. M.; Ireland, M. R. & Blum, R. (2000). Influences on adolescents' decision to postpone onset of sexual intercourse: A survival analysis of virginity among youths aged 13 to 18 years. *Journal of Adolescent Health*, (26).
- Ling, R. (2004). *The mobile connection: The cell phone's impact on society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann.
- Lipka, M. (2015). 5 facts about prayer. Retrieved September 5, 2015, from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/06/5-facts-about-prayer>.
- Masters, Kevin S. & Glen I. S. (2007). Prayer and Health: Review, Meta-Analysis, and Research Agenda. *Journal of Behavioral Medicine* 30: 329–38.
- Norris, P. & Inglehart, R. (2004). *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pawlak, R. & Defronzo, J. (1993). Social bonds, early trauma and smoking: Evidence of the group-specific relevance of control-theory. *Journal of Drug Education* 23:201-14.
- Poloma MM, Pendleton BF. (1989). Exploring types of prayers and quality of life: A research note. *Review of Religious Research*, 31(1), 46-53.
- Rosmarin, D.H.; Poloma & Pendleton's (1989). Prayer Types Scale in Christian, Jewish, and Muslim Praying Adults: One Scale or a Family of Scales?. *Psychology of Religion and Spirituality*, 7(3), 205–216.
- Rosmarin, D.H. Poloma and Pendleton's (1989) Prayer Types Scale in Christian, Jewish, and Muslim Praying Adults: One Scale or a Family of Scales?. *Psychology of Religion and Spirituality*, Vol. 7, No. 3, 205–216.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2009). Promoting self-determined school engagement: Motivation, learning, and well-being. In K. R. Wenzel & A. Wigfield (Eds.), *Handbook of motivation at school* (pp. 171–195).online(<https://psycnet.apa.org/record/2009-24219-009>)
- Varon, S. & A. Riley (1999). Relationship between maternal church attendance and adolescent mental health and social functioning. *Psychiatric Services*, (50), 799-805.
- Varon, S. & Riley, A. (1999). Relationship between maternal church attendance and adolescent mental health and social functioning. *Psychiatric Services* 50:799-805.
- Wallace, J. M. & Williams, D. R. (1997). Religion and adolescent health-compromising behavior. In *Health risks and developmental transitions during adolescence*, edited by Schvlenberg, J., Maggs, J. L., Hurrelmann, K., 444-68, Cambridge: Cambridge University Press,
- Whittington, B. L. & Scher, S. J. (2010). Prayer and subjective well-being: An examination of six different types of prayer. *International Journal for the Psychology of Religion*, 20, 59–68. <http://dx.doi.org/10.1080/10508610903146316>