



پیمایش ملی سنجش دینداری ایرانیان (بُعد اول: اعتقادی)

پیمایش ملی سنجش دینداری ایرانیان در سال ۱۳۸۸ توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) انجام شد. محقق این طرح محمدرضا طالبان دانشیار گروه جامعه‌شناسی انقلاب اسلامی پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی است. مرکز رصد فرهنگی طی چند مطلب بخش‌هایی از این گزارش را به همراه متن کامل آن منتشر می‌کند.

مشخصات

پیمایش ملی سنجش دینداری ایرانیان، محقق دکتر محمدرضا طالبان، مجری مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، انجام پیمایش مرداد ۱۳۸۸، انتشار گزارش بهار ۱۳۸۹، منتشر شده در وبسایت شورای عالی انقلاب فرهنگی.

مدخل

دین‌پژوهی در ایران در دو دهه اخیر تحولات مثبت و ارزنده‌ای یافته است و دین رفته رفته در کانون انواع تحلیل‌های فلسفی- نظری و پژوهش‌های علمی- تجربی واقع شده است و امید می‌رود که این مجموعه مطالعات در نهایت درک جامعه دینی ما را از پدیده پیچیده و دوجوانب دین و دینداری عمق و ژرفای بیشتری بخشد.

به هر جهت، این واقعیتی انکارناپذیر ولی مستور است که هرگونه دین‌پژوهی (اعم از نظری یا تجربی) لاجرم دیدگاهی را درباره دین مفروض می‌گیرد. به بیان دیگر، دین‌پژوه پیش از پژوهش تفصیلی خود درباره پدیده دین، لاجرم تصویری (ولو اجمالی و تلویحی) از آن پدیده دارد و پژوهش خود را بر بنیان آن تلقی استوار می‌کند. دیدگاه دین‌پژوه درباره دین به نحوی از انحاء در ساختار و حتی محتوای پژوهش وی مؤثر می‌افتد و البته نتایج پژوهش نیز می‌تواند به نوبه خود تلقی پژوهنده را درباره دین تدقیق و تنقیح نماید.

هنگامی که هر پژوهنده‌ای درصدد برمی‌آید که حیطه گسترده و پیچیده‌ای چون دینداری را در سطح کل کشور و با شیوه‌ای پهنانگر مورد بررسی تجربی قرار دهد این ضرورت را احساس می‌کند که با نگاهی تفصیلی بنیان‌های نظری مفهوم محوری در دست پژوهش خویش را مورد توجه قرار دهد. بدین لحاظ تلاش گردید «دین و دینداری» در دو حوزه متفاوت معرفتی یعنی دیدگاه اسلامی (درون دینی) و علوم اجتماعی (برون دینی) مورد واکاوی نظری قرار گیرد.

مروری اجمالی بر تعاریف ارائه شده از دین توسط دانشمندان علوم اجتماعی (و حتی فیلسوفان) نشان می‌دهد که تقریباً همگی بر سه جزء اصلی به عنوان ارکان دین تأکید نموده‌اند: «اعتقادات و باورداشت‌ها»، «تجربه و احساسات مذهبی» و «اعمال و مناسک دینی». با کمی تأمل روشن می‌شود که این اجزاء همگی صفت انسان بوده؛ لذا، معطوف به تعریف دینداری است. درواقع ارکان مذکور که تا حدود زیادی جوهر تعاریف دین در علوم اجتماعی محسوب می‌شوند محصول و نتیجه پذیرش دین توسط آدمیان (= دینداری) است.

بنابراین، هنگامی که در علوم اجتماعی صحبت از دین می‌شود منظور «دین مردم» به عنوان واقعیت یا نهادی اجتماعی بوده که در حقیقت عبارت از «دینداری» و آثار و لوازم حضور آن در سطح فردی و اجتماعی است. لذا خواننده تیزبین نباید آن را یک نوع غش علمی یا مغالطه دین با دینداری برای خلط مبحث محسوب نماید.

چارچوب مفهومی

می‌توان جدول زیر را منعکس‌کننده مفهوم‌سازی سازه دینداری (البته، تا سطح مؤلفه‌ها نه معرف / شاخص‌ها) در تحقیق حاضر دانست:

مفهوم‌سازی دینداری

سازه

ابعاد

مؤلفه‌ها

دینداری

اعتقادی

اصول

فروع

عاطفی

تجربه دینی

علقه دینی

هویت دینی

رفتاری

اخلاقیات

شرعیات

مثبت

برای ساختن سنجه دینداری در هر یک از مؤلفه‌های فوق‌الذکر، معرّف / شاخص‌های زیر انتخاب شده است:

الف) اصول اعتقادی

اعتقاد به: خداوند، پیامبری حضرت محمد(ص)، قرآن مجید، جهان آخرت، عدل الهی و امامت.

ب) فروع اعتقادی

اعتقاد به: عصمت پیامبران، شفاعت، عالم برزخ یا عالم قبر، ملائکه و شیطان، معجزه پیامبر، عصمت ائمه، عصمت حضرت فاطمه، و قیام حضرت مهدی(عج)

ج) تجربه دینی

احساساتی همچون: معنویت خاص حین عبادت، حضور خداوند، ترس از خداوند، توبه، نزدیکی به خداوند، پاسخ خداوند به خواسته‌های فرد، توجه همیشگی به خداوند؛ و همچنین، کمک‌گرفتن از خداوند، توکل و نذر کردن(نذر کردن غیر از عمل کردن به نذر است. نذر نوعی درخواست نمودن از خداوند است) و مشاهده دخالت مستقیم و بی‌واسطه خدا در حوادث خارج عادت و شگفت‌انگیز.

د) علقه دینی

علاقه‌مندی به اسلام و بالیدن به آن، تنفر از توهین‌کنندگان به قرآن کریم و/یا پیامبر اسلام، آرزومندی زیارت خانه خدا، علاقه‌مندی زیاد به خواندن کتاب‌های مذهبی یا شنیدن سخنرانی‌های مذهبی، عدم علاقه به کسانی که با دین اسلام میانه خوبی ندارند اولویت ارزشی به تدین اسلامی در انتخاب همسر، ناراحتی از عدم انجام تکلیف اسلامی، حاضر به جنگ و جان‌فدایی برای اسلام.

(د) هویت دینی

افتخار به مسلمان بودن، اجتناب از دوستی با غیرمسلمانان، تنفر از توهین‌کنندگان به مسلمانان، احساس مسئولیت در قبال سایر مسلمانان، مهم‌ترین آرزوی فرد: سربلندی مسلمانان، احساس غرور و افتخار از موفقیت مسلمانان، احساس نزدیکی به مسلمانان در هر کجای جهان، ضد اسراییلی بودن.

(ه) اخلاقیات

صداقت و راستگویی، عفو و گذشت، درستکاری، انصاف، امانتداری، پایبندی به قول و قرار، دورویی و تظاهر، تقلب و کلاهبرداری، تملق و چاپلوسی، حرص و طمع، اسراف، و غیبت کردن.

شایان ذکر است که برای اعتباربخشی بیشتر به سنجش مؤلفه اخلاقیات، هر یک از رفتارهای اخلاقی فوق‌الذکر به دو طریق پرسیده شد: ابتدا بصورت غیرمستقیم هنجار ذهنی و سپس بصورت مستقیم. یعنی، ابتدا از پاسخگویان پرسیده شد که «فکر می‌کنید مردم هر یک از این خُلقیات را تا چه حد دارا می‌باشند؟ سپس، پرسیدیم که «خود شما چطور؟».

(و) شریعات

این مؤلفه به دو زیرمؤلفه تقسیم شد: یکی مثبت و دیگری منفی. بخش مثبت اختصاص به تقید به واجبات شرعی دارد که با معرف‌هایی همچون، تقلید در احکام شرعی (در صورت مجتهد نبودن)، پرداخت خمس و زکات فطره (در صورت داشتن شرایط)، امر به معروف و نهی از منکر، و رعایت حکم شرعی پول پیدا شده عملیاتی گردید. بخش منفی شریعات (منهیات) به اجتناب از تحریم‌های شرعی اختصاص دارد که با معرف‌های زیر مورد سنجش قرار می‌گیرد: رباخوری، مشروبخواری، مصرف غذاهای گوشتی بدون ذبح شرعی، قماربازی، شرکت در مجالس رقص و آواز، گوش دادن به آهنگ‌هایی که خواننده‌اش زن می‌باشد، دست دادن با نامحرم، پاسوربازی شرطی، تراشیدن کامل ریش برای مردان و عدم رعایت حدود حجاب اسلامی برای زنان. البته، با توجه به محدودیت‌های شرعی و عرفی در مطالعه ملی حاضر که شیوة اجرای ابزار اندازه‌گیری آن، مصاحبة پرسشگر با پاسخگویان می‌باشد بهتر دیده شد در بخش منفی شریعات (منهیات) به جای پرسش مستقیم از فراوانی انجام رفتارهای خلاف شرع از پاسخگویان خواسته شود تا عقاید و نگرش خویش را نسبت به اینگونه رفتارها و اشخاصی که مرتکب آنها می‌شوند، ابراز دارند.

(ز) عبادات

مؤلفه عبادات، بالمعنی‌الاصح (منظور اعمال مناسکی و شعائری دین است)، نیز به دو زیرمؤلفه فردی و جمعی تقسیم می‌شود. عبادات فردی با معرف‌های زیر عملیاتی گردیده است:

نمازهای: یومیه، نافله، غفیله، امام زمان، جعفر طیار، آیات، حاجت، و نماز شب. همچنین، روزه گرفتن، پرداخت خمس، پرداخت زکات فطره، تلاوت قرآن، صدقه دادن، استخاره کردن، زیارت اماکن متبرکه، و بطور فردی دعا و

معرف‌های عبادات جمعی عبارت بوده‌اند از: شرکت در نمازهایی همچون عید فطر، عید قربان، نماز جمعه، نماز جماعت در مسجد یا ادارات، شرکت در مراسم اعتکاف، شرکت در هیأت‌های مذهبی، شرکت در مراسم روضه یا عزاداری، شرکت در مراسم بزرگداشت جشن‌های مذهبی و تولدهای معصومین، شرکت در مراسم دعا و شب‌های احیاء در ماه رمضان.

در پایان، ذکر این نکته از اهمیت بسزایی برخوردار است که به هیچ‌وجه اعتقاد نداریم که تکتک معرف/ شاخص‌های ارائه شده تطابق کامل به مؤلفه‌های مذکور داشته‌اند، چرا که این امر نیازمند تخصص وسیع و احاطه کامل به دانش دینی است که محقق این پژوهش اذعان به ضعف خود دارد. از این رو، با وجود این که معتقدیم معرف/ شاخص‌های مذکور وجهی یا جنبه‌ای از تدین اسلامی را مورد سنجش قرار می‌دهند ولی تصدیق داریم که تطبیق کلیه معرف/ شاخص‌ها به مؤلفه‌های مذکور ممکن است دقیق نبوده باشد. از حیث روش‌شناختی، اصولاً، وقتی با مفاهیمی سروکار داریم که واجد درجه بالایی از انتزاع بوده و به همین خاطر به ابعاد و مؤلفه‌های متعددی تجزیه می‌شوند در پاره‌های از مواقع و در خصوص برخی موارد، تطبیق هر معرف/ شاخص به تنها یک مؤلفه نیز کار بسیار دشواری است. باری، دقیق‌تر شدن این مفهوم‌سازی بالاخص در سطح تطابق معرف/ شاخص به مؤلفه/بعد مستلزم نقدهای مضمونی دین‌پژوهان بویژه علماء و صاحب‌نظران حوزه دین می‌باشد. امید است علماء و صاحب‌نظران حوزه دین و دین‌پژوهان علوم اجتماعی با یافتن ایرادات و نقایص این مفهوم‌سازی و بیان خطاهای آن در بهبود و ارتقاء مفهوم‌سازی دینداری برای مطالعات پهنانگر پیمایشی مشارکت نمایند. در هر حال، هیچ کاری از کمال آغاز نمی‌شود و با مشارکت دیگر دین‌پژوهان است که به تدریج می‌توانیم به سمت کمال بیشتر حرکت کنیم.

لازم به ذکر است که برای ساختن سنجه‌های هر یک از ابعاد دینداری سعی نموده‌ایم- البته، تا جایی که مفهوم‌سازی دینداری اجازه دهد- از گویه‌های بکار گرفته شده در مطالعات ملّی قبلی، بویژه پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، به منظور فراهم نمودن امکان بررسی‌های طولی استفاده شود.

روش تحقیق

روش تحقیق این مطالعه، پیمایشی^[۱] است. این روش از پرکاربردترین روش‌ها در حوزه مطالعات علوم اجتماعی است. در این روش که با دو هدف توصیف و تبیین قابل انجام است، تلاش می‌شود تا با بررسی نمونه‌ای معرف از یک جمعیت تحقیق، تصویری از وضعیت و روابط بین متغیرها در جمعیت تحقیق کل حاصل گردد. برای گردآوری اطلاعات مورد نظر به منظور دستیابی به اهداف تحقیق از «پرسشنامه» استفاده شده است. پرسشنامه مورد نظر پس از طراحی اولیه، مورد آزمون مقدماتی قرار گرفته و پس از اعمال اصلاحات لازم پرسشنامه نهایی تهیه گردید.

جمعیت تحقیق

جمعیت تحقیق این طرح، تمامی افراد ۱۸ سال به بالا خانوارهای معمولی شهری و روستایی ساکن در ۳۰ استان کشور است.

واحد آماری

هر کدام از افراد خانوارهای معمولی ساکن در ۳۰ استان کشور که در زمان اجرای طرح، سن آنها با ۱۸ سال است، واحد آماری این طرح را تشکیل می‌دهد.

روش نمونه‌گیری

برای دستیابی به هدف این پیمایش از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای [۲] استفاده شده است. از آنجا که به دلیل اندازه محدود نمونه امکان توزیع کافی آن در همه استان‌ها وجود نداشت و از طرفی با توجه به اینکه هدف تحقیق پیدا کردن یک برآورد ملی برای بعضی از شاخص‌های مذهبی تحقیق بوده است و نه یک برآورد استانی، لذا تلاش شد که با حفظ نمایایی (معرف بودن) نمونه، شیوه انتخاب استان‌های مورد مطالعه به گونه‌ای باشد که ابتدا استان‌ها از حیث متغیرهای مذهبی (یافته‌های ۴ سوال مربوط به نگرش دینی افراد در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان سال ۱۳۸۱) خوشه‌بندی [۳] شده و سپس در هر کدام از خوشه‌ها (که شامل استان‌های همگن از حیث متغیرهای بالاست) با توجه به عواملی نظیر قومیت، مذهب، جمعیت و همجواری یک یا چند استان انتخاب گردد. در این صورت مطمئن خواهیم بود که نمونه گرفته شده تا حدود بسیار زیادی همه تنوع‌های موجود در جمعیت تحقیق از حیث شاخص‌های جمعیت، قومیت و میزان مشابهت مذهبی را پوشش می‌دهد.

شیوه انتخاب استان‌های نمونه

با استفاده از روش خوشه‌بندی سلسله مراتبی متراکم شونده و الگوریتم Average-Linkage و سوالات مذکور (هر کدام از سوالها برای ۳۰ استان تشکیل یک بردار با ۳۰ مولفه را می‌دهد) خوشه‌ها به قرار زیر بودند (تهران در تحلیل آورده نشده است و به صورت تعمدی به نمونه اضافه خواهد شد):

خوشه اول: آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، لرستان، خوزستان، زنجان، مرکزی، هرمزگان و همدان

خوشه دوم: اردبیل، کهگیلویه و بویر احمد

خوشه سوم: اصفهان، خراسان رضوی، سمنان، کرمان، گلستان

خوشه چهارم: ایلام، کرمانشاه

خوشه پنجم: سیستان و بلوچستان

خوشه ششم: فارس، قزوین، گیلان، مازندران

خوشه هفتم: قم و یزد

خوشه هشتم: کردستان

در مرحله بعد، با توجه به حجم جمعیت خوشه و تنوع قومیتی و مذهبی از داخل هر خوشه یک یا چند استان انتخاب شد. استان‌های نمونه در نهایت به قرار زیر بودند:

آذربایجان شرقی، خوزستان، هرمزگان

کهگیلویه و بویر احمد

اصفهان، گلستان

کرمانشاه

سیستان و بلوچستان

گیلان

قم

کردستان

از طرفی «تهران» نیز به صورت تعمّدی به نمونه اضافه شد.

شیوه انتخاب شهر در استان‌های منتخب

با توجه به محدودیت نمونه و هدف پیمایش که به دست آوردن یک برآورد ملی و نه استانی است، نمونه در بین ۹ استان به ترتیبی که در قسمت قبل ذکر شد، توزیع گردید. مزیت چنین کاری این است که می‌توانیم تعداد بیشتری نمونه به یک استان اختصاص بدهیم و چندین شهر و روستا را مورد بررسی قرار دهیم.

این مساله بدین سبب است که چون پراکندگی صفت‌های مورد بررسی در یک استان ممکن است زیاد باشد و از طرفی ممکن بود مرکز بعضی از استان‌ها نتواند معرف کل آن استان باشد (و از طرفی معرف کل خوشه‌ای که استان از آن انتخاب شده است) همچنین به خاطر جمعیت زیاد بعضی از استان‌ها، مقرر گردید در بعضی از استان‌ها علاوه بر مرکز استان یک شهر و روستاهای آنها نیز در نمونه قرار بگیرند. در نهایت شهرهای منتخب به صورت زیر فهرست گردید: (روستاها آورده نشده است):

تهران-کرج

زاهدان-زابل

قم

رشت-لاهیجان

اصفهان-گلپایگان

سنندج-مریوان

اهواز-آبادان

گرگان- گنبد کاوس
تبریز- سراب
بندر عباس- بندر لنگه
ياسوج- دهدشت
کرمانشاه- گیلانغرب

مسئله زمان اجرا

پس از آزمون مقدماتی و نهایی شدن پرسشنامه در اواخر فروردین ماه ۱۳۸۸ به دلیل درگیر شدن سازمانی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) به نظرسنجی‌های انتخاباتی مربوط به دهمین دوره ریاست جمهوری، اجرای پرسشنامه به بعد از برگزاری انتخابات ریاست جمهوری موکول گردید. حوادث بعد از انتخابات و فضای فرهنگی ملت‌ه‌ب جامعه نیز موجب تعویق پی‌درپی اجرای آن گردید. با توجه به محدودیت‌های زمانی و سازمانی، در نهایت، پرسشنامه تحقیق در روزهای پایانی مرداد ماه ۱۳۸۸ و قبل از فرا رسیدن ماه رمضان- که بافت فرهنگی خاصی را بر جامعه حاکم می‌کند- توسط تیم پرسشگری مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) اجراء گردید. مع‌الوصف، شرایط نسبتاً خاص اجتماعی- فرهنگی زمان اجراء (به خصوص در شهر تهران و شاید برخی شهرهای بزرگ) فرضیه روش‌شناختی احتمال تورش پاسخ‌های پاسخگویان در جهت بیشتر دیندار نشان دادنشان را تا حدود زیادی موجه می‌سازد. تکرار این مطالعه ملی در شرایط اجتماعی- فرهنگی دیگر می‌تواند صحت و سقم فرضیه مذکور را روشن ساخته و اعتماد به نتایج نهایی را بالا ببرد.

اصول

Survey [1]

Multi Stage Sampling -[2]

Clustering -[3]