

## بررسی روش‌های بهبود و تحول اساسی در اجرای مناسبت‌های رسمی (مذهبی، اجتماعی، ملی)

● فردین منصوری<sup>۱</sup>، حسن غنیمتی<sup>۲</sup>، مرتضی سعیدیان<sup>۳</sup>

### چکیده

تقویت آئین‌ها و مناسبت‌های مذهبی، اجتماعی و ملی و انتقال آنها از نسلی به نسل دیگر رسالتی است که بر دوش مسئولان سازمان‌ها و نهادهای رسمی و غیررسمی (خانواده) جامعه گذاشته شده است. با توجه به گستردگی ابعاد جوامع و تنوع مشاغل، تخصص و در نتیجه گوناگونی نگرش‌ها، ساماندهی و اجرای مطلوب آئین‌ها و مراسم که جزء مهم‌ترین ابزارهای فرهنگی هستند، از رویکردهای گوناگونی متأثر می‌شود که گاه کارکردها و اثرگذاری‌های فرهنگی را مخدوش می‌سازد. لذا سازمان‌ها و نهادهای متولی همچون شهرداری‌ها، صداوسیما، مطبوعات، مسئولان انتظامی، وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و ... در این زمینه مسئولیت عمده اطلاع‌رسانی، جلب مشارکت ارادی همراه با مداخله نسبی را به عهده دارند. در این مطالعه کوشش شده است تا یک پژوهش کاربردی جهت اجرای مناسب آئین‌ها و مراسم‌ها ارایه گردد. به همین منظور در بررسی پیش‌رو ضمن مرور ادبیات مرتبط، اقدام به طراحی یک چارچوب نظری و سپس ارائه فرضیات و در نهایت آزمون تجربی آنها گردید. جامعه آماری پژوهش پیش‌رو شامل جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله مقیم مناطق ۲۲ گانه تهران و حجم نمونه برابر با ۴۰۰ نفر از این افراد بود که بر اساس شیوه‌های نمونه‌گیری انتخاب گردیده‌اند. نتایج نهایی رگرسیون چند متغیره برای تاثیر مشترک متغیرهای مستقل بر بهبود اجرای آئین‌ها نشان داده است که مجموع متغیرهای مستقل مورد استفاده این پژوهش تنها توانسته در حدود ۱۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند و مابقی تغییرات ناشی از متغیرهای دیگری خواهد بود که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. همچنین این نتایج نیز نقش پراهمیت جامعه‌پذیری را در بهبود اجرای آئین‌ها نسبت به سایر متغیرها برجسته‌تر نمایان ساخته است.

### واژگان کلیدی:

تحول، اجرا، مناسبت‌های رسمی، مذهبی، اجتماعی، ملی، هویت، همبستگی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی - سیاستگذاری فرهنگی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

fardinmansori@gmail.com

h-ghanimati@sbu.ac.ir

msaedayan@yahoo.com

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب، تهران، ایران.

۳. مربی گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

## مقدمه

در حال حاضر با تغییر شیوه و شکل اجرای مراسم و شعائر و کمرنگ شدن فشار هنجاری برای حضور در چنین وضعیتی، شیوه‌های فراهم کردن زمینه حضور افراد در مراسم به یک امر مهم تبدیل شده است. با توجه به نقش گسترده مناسبت‌ها و شعائر در فراهم آوردن زمینه پیوندهایی که اشاره شد، مطالعه پیش‌رو به دنبال آن است که چگونه و توسط چه ابزارهایی می‌توان در کم و کیف اجرای مناسبت‌ها و شعائر تحول اساسی ایجاد نمود تا مشارکت اجتماعی در قالب آئین‌ها تقویت گردد. در واقع مسأله اساسی مطالعه پیش‌رو این است که چگونه می‌توان کانال انتقال ارزش‌ها و هنجارهای مورد نظر جامعه را در مناسبت‌های مختلف به ویژه در نسل جوان (که بیش از همه دوره گذار بین‌نسلی را تجربه می‌کند) ایجاد کرد و زمینه حضور گسترده و فعال آنها را فراهم آورد. می‌توان مسأله را بدین‌گونه مطرح کرد که چگونه می‌توان عناصر هویت‌بخش جامعه را در قالب آئین‌های اجتماعی سازمان داد تا افراد از یک طرف به حضور در مراسم و اجرای آن ترغیب شده و از طرف دیگر این آئین‌ها و مراسم برای آنها معنادار باشند، یعنی عناصر مناسکی دارای ارجاعاتی به شیوه زیست آنها گردند. با تغییر در جوامع و تبدیل شدن جامعه سنتی به مدرن و یا جوامع در حال گذر از سنتی به مدرن، سازمان‌ها و نهادهایی غیر از نهادهای اولیه به منظور حفظ، برقراری و اجرای مراسم و آئین‌ها به‌وجود آمده‌اند. جامعه مدرن، نیاز به شکل‌گیری نهادهایی داشته است که بتواند وظیفه اجرای مراسم و آئین‌ها را بر عهده گیرد و آن را از حوزه‌های نهادهای کوچک خانوادگی جدا کند. این سازمان‌ها، در راستای اصل تخصصی‌شدن نهادها، متشکل از افرادی هستند که دارای تخصص‌های گوناگون در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و غیره می‌باشند. این سازمان‌ها با عناصر و ابزارهای مختلف فرهنگی و سنتی که ریشه در هویت تاریخی و اجتماعی جامعه داشته و با مبانی هویتی اعضای آن پیوستگی عمیقی دارد، سعی در اجرای مراسم و آئین‌هایی دارند که در گذشته به شکل غیررسمی در جامعه اجرا می‌شده است (Forbish, 2004: 361). لذا ما شاهد رسمی شدن و در عین حال تخصصی شدن آئین‌های اجتماعی هستیم. با شکل‌گیری سازمان‌هایی که بخش مهمی از وظایف‌شان سازماندهی و اجرای چنین مراسمی است و اغلب مورد حمایت نهادهای اداره امور عمومی و حاکمیتی‌اند، این مراسم‌ها گاهی از شکل مردمی و جمعی آن خارج شده و رویکرد حاکمیتی یا به اصطلاح رویکرد «از بالا به پایین» پیدا می‌کنند. اخذ وجوه حاکمیتی توسط این مراسم‌ها و کم رنگ شدن نقش مردم می‌تواند از زمینه‌های تأثیرگذاری چنین برنامه‌هایی بکاهد.

اجرای هر یک از آئین‌ها و رسوم به شرایط مکانی و زمانی هر یک از آنها مربوط می‌شود. لذا مستلزم برخورداری از فضا، جمعیت، ابزار و نظم در برنامه‌ریزی است تا اجرای صحیح آنها محقق شود. گاهی شاهد هستیم که اجرای این رسوم به دلایل فقدان شرایط مطلوب با مشکل

مواجهه شده و کارکردهای فرهنگی، اجتماعی و ملی آن را مخدوش می‌سازد. فقدان چنین شرایطی زمینه را برای پیدایش آسیب‌های فرهنگی در مراسم فراهم می‌سازد. لذا تقویت آئین‌ها و مناسبت‌های مذهبی و اجتماعی و ملی و انتقال آنها از نسلی به نسل دیگر رسالتی است که علاوه بر خانواده و نهادهای غیررسمی به دوش مسئولان سازمان‌ها و نهادهای رسمی کشوری است که این خود سدی در مقابل فرهنگ وارداتی و از طرفی واکنش‌ها در جامعه در مقابل هجوم فرهنگ غیرملی می‌شود.

در جوامع مختلف این جوانان هستند که به زودی خود را با تغییرات همراه می‌سازند. در دوران معاصر، این تغییرات عمدتاً شامل الگوهای فکری و رفتاری‌اند که مشخصه بیرونی دارند، یعنی از خارج از مرزهای کشورها و توسط محصولات فرهنگی جدید، به ویژه وسایل ارتباط جمعی، وارد می‌شوند. گروه سنی جوانان به دلیل اینکه زمان زیادی برای فعالیت‌های فرهنگی اختصاص می‌دهند، به طور بالقوه‌ای در معرض چنین الگوهای فکری و رفتاری جدیدی هستند. این الگوهای بیرونی در اغلب موارد در تضاد با الگوهای درونی‌اند و همین امر «شکاف نسلی» و پیامدهای ناشی از آن را به وجود می‌آورد. بنابراین بررسی جوانان به عنوان جامعه آماری این پژوهش از این حیث اهمیت دارد که جوانان، گروه اجتماعی‌ای هستند که در رفتار و افکار آنها چالش سنت و مدرنیته رخ می‌دهد. در واقع پذیرفتن سبک‌های زندگی جدید غربی و درونی شدن ارزش‌های آن در جوانان، ارزش‌های حاکم بر جامعه را سست کرده و نشان دهنده روند فرایندی است که در آن جوانان هر چه بیشتر با فرهنگ اصیل و ملی خود بیگانه شده و جذب فرهنگ‌های دیگر می‌شوند. این در حالی است که افراد میانسال و سالمند به نسبت بسیار کمتر دچار چنین تغییراتی می‌شوند و این موضوع دقیقاً همان چیزی است که از آن تحت عنوان شکاف نسلی یاد می‌شود.

بنابراین سؤال اصلی آن است که با توجه به گستردگی ابعاد و تحولات جدید جوامع شهری، نقش سازمان‌ها و نهادهای رسمی که از امکانات، لوازم، فضا و ... برخوردارند به عنوان تسهیلگران مشارکت مردمی در ساماندهی و اجرای مطلوب آئین‌ها و مراسم که جزو مهم‌ترین ابزارهای فرهنگی هستند چگونه خواهد بود؟

### پیشینه پژوهش

شفیعی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی نقش مراسم و آیین‌های معنوی و مذهبی در رونق گردشگری مذهبی (محرم) مورد مطالعه: (مراسم نخل گردانی در استانزد) می‌پردازد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که در ایران مراسم و آیین‌های مذهبی و معنوی موجب حس تعلق خاطر و دل‌بستگی در میان گردشگران شده است و همین امر موجب ارتقاء گردشگری مذهبی در کشور می‌شود. در ضمن تاثیر گردشگری مذهبی بر کشور شامل داشتن جامعه سالم و پایدار

است که ارتباط تنگاتنگی با ارتقاء سطح کیفی و کمی برگزاری مراسم و آیین‌ها دارد که افزایش میزان گردشگران را نیز بدنبال خواهد داشت. میرسندهی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان مراسم و مناسبت‌ها، مفهوم و گونه‌شناسی، به بررسی انواع گونه‌ها و تقسیم‌بندی‌های مراسم و مناسبت‌ها می‌پردازد. در این مطالعه محقق به بررسی متغیرهایی می‌پردازد که بر میزان مشارکت و عدم مشارکت مردم در مراسم و مناسبت‌ها تاثیرگذار است. رجب‌زاده و فاضلی (۱۳۸۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی خانوار» پرداخته‌اند. در این پژوهش اعمال مذهبی به عنوان فعالیت‌های فرهنگی در کنار بقیه فعالیت‌های فرهنگی مطالعه شده است. نتایج نشانگر آن است که تعداد زنانی که به هر فعالیت مذهبی می‌پردازند، بیش از تعداد مردان در همان فعالیت است. همچنین استقبال زنان از فعالیت‌های نوظهور، رفتن به مجالس جشن و سرور مذهبی / مولودی بیشتر از مردان بوده است. «اگر از دیدگاه شبکه‌های اجتماعی و نقش‌های گوناگون این شبکه‌ها در اعمال روندهای جامعه‌پذیری بر فرد، گردش اطلاعات، ایجاد پیوندهای اجتماعی قوی و ضعیف در بین افراد و جبران کاهش روابط اجتماعی در شهرها به اطلاعات فوق بنگریم، می‌توان به نقش مهمی که مجالس مذهبی در بین گروه زنان ایفا می‌کنند، پی برد. این مجالس احتمالاً می‌توانند، کارکردی قابل مقایسه با کارکرد روابط برقرار شده، میان مردان در محیط‌های شغلی داشته باشند.» (رجب‌زاده و فاضلی، ۱۳۸۰: ۸۹-۸۸). غیاثوند (۱۳۸۰) در تحقیقی به بررسی عوامل اجتماعی‌کننده دینی و وضعیت دینداری جوانان دانشجوی پرداخت. دو جنبه و فرایند قابل مطالعه در جامعه‌پذیری تعهد دینی عبارتند از: ۱. کارگزاران و عوامل اجتماعی‌کننده دینی و ۲. نتایج تأثیر نهادهای اجتماعی‌کننده دینی. همچنین عوامل اجتماعی‌کننده دینی مهم شامل این موارد می‌باشند: خانواده، دوستان، گروه‌های مذهبی، مدرسه، دانشگاه.

### مبانی نظری پژوهش

در حوزه مطالعات شعائری، دورکیم (۱۳۸۴) بر نقش شعائر در تقویت همبستگی میان کنشگران تأکید داشته است. کالینز با نظریه تعاملات شعائری توضیح می‌دهد که اشخاص با کمک شعائر زمینه هماهنگی بین خود را فراهم می‌آورند. در این میان تعاملات شعائری و مراسم یک چنین نقشی را به خوبی ایفا می‌کنند و عنصر هویت<sup>۱</sup> به عنوان یکی از نتایج و حاصل از این مراسم و تعاملات و هم به عنوان پدیدآورنده یک احساس متقابل در بین اعضای جامعه عمل می‌کند. کالینز (۱۹۸۱، ۱۹۸۸) مدل تعامل شعائری گافمن را با تمرکز دورکیمی بر روی همبستگی ترکیب نموده، به طوری که یک مدل تعمیم یافته و انتزاعی (اگر چه غیر صوری) از

باز تولید همبستگی (انسجام) ایجاد نموده است. فرایندی که به‌طور همزمان یک گروه، یک اصل اخلاقی<sup>۱</sup> و یک نماد را بوجود می‌آورد (Fararo & Dreian, 1998).

در هر برخوردی اشخاص یک تعامل شعائری (IR) مبادله می‌کنند که میزان همبستگی و تسلط میان مشارکت‌کنندگان آن مبادله متغیر است. نتایج این برخورد مجموع سرمایه اجتماعی (SC)<sup>۲</sup> و انرژی احساسی (EE)<sup>۳</sup> را که این اشخاص به همراه دارند را افزایش یا کاهش می‌دهد. به‌طور متناوب در برخوردهای بعدی تقابل سرمایه فرهنگی (CC)<sup>۴</sup> و انرژی احساسی (EE) موفقیت یا شکست تعامل شعائری را تعیین می‌کند. ساختارهای اجتماعی دقیقاً از چنین سلسله‌های تعاملات شعائری متشکل هستند.

مدل اساسی تعاملات شعائری دارای عناصر زیر است:

- تجمع چهره به چهره یک گروه متشکل از حداقل دو شخص؛
  - تمرکز مشترک بر روی علایق و آگاهی‌های متقابل؛
  - یک حالت و شیوه احساسی<sup>۵</sup> مشترک.
- که اگر این شرایط به قدر کافی بالا باشد، نتایج زیر را بدنبال خواهد داشت:
- افزایش انرژی احساسی و اطمینان و اعتماد اشخاص مشارکت‌کننده در مراسم؛
  - احساس عضویت در گروه؛
  - حس احترام و ملاحظه احساسی برای نمادهای فرهنگی؛
  - احساس خشم دیندارانه در مقابل اشخاصی که به این نمادهای فرهنگی احترام نمی‌گذارند.
- شعائر به زعم رندال کالینز «نمونه‌های اولیه تعاملات» هستند که اعضای جامعه را به شبکه‌ها یا اجتماعات اخلاقی پیوند می‌دهند. هدف این تعاملات ایجاد «همبستگی اجتماعی» است. همبستگی انرژی احساسی نمادینی است که عضویت گروهی را پایدار و پایه‌های گروهی را مستحکم می‌سازد. شعائری که در حول «اهداف مقدس» شکل می‌گیرند به‌طور همزمان دارای خاصیت «جداکننده» و «پیونددهنده» هستند (Collins, 2003).

هرمانوویچ و مورگان از زاویه‌ای موافق با دورکیم و کالینز به بررسی کارکردهای شعائر پرداختند. آن‌ها بر این باورند که یکی از کارکردهای اصلی شعائر حفظ هویت جمعی است. خاصیت کلیدی شعائر جداسازی اعمال مقدس از اعمال عادی است؛ اما تأکید بر اعمال مقدس بر نادیده‌انگاری اعمال عادی دلالت نمی‌کند، بلکه ادعا بر این است که در حین انجام اعمال مقدس اعمال معمولی تجمع مربوطه نیز مورد تأیید قرار

1. Morality
2. Social Capital
3. Emotional Energy
4. Cultural Capital
5. Emotional Mood

می‌گیرد. آن‌ها این خاصیت را «تصدیق هویتی» نامیده‌اند. در این شعایر افراد خودی و غریبه به طور نمادین معرفی می‌شوند و هویت جمعی از طریق توجه به صفات گروهی و ذات مقدس خود گروه تقویت می‌شود. در این راستا دو دلالت بر شعایر بر هویت جمعی قابل شناسایی است: انسجام‌بخش و تضادآفرین. این دو در فرایند هویت‌سازی جمعی متبلور می‌شوند؛ اما در نهایت شعایر به یکپارچگی اجتماعی می‌انجامند. پوتنام نیز، کاهش مشارکت را با متغیرهای فرهنگی همانند اعتماد و تعهد هنجاری به مشارکت تبیین می‌کند. در امریکا کاهش مشارکت را عموماً به وسیله متغیرهای فرهنگی چون فردگرایی مفرط و فقدان تفکر مدنی تبیین می‌کنند. بنابراین سرمایه اجتماعی فرایند ویژه‌ای در میان مردم و سازمان‌ها است که در یک فضای اعتماد به وجود می‌آید و منجر به یک سود مشترک متقابل در میان اعضای جامعه می‌شود. سرمایه اجتماعی اشاره به افراد خاصی ندارد، بلکه منظور تعاملات بین فردی، از طریق سیستمی است که این تعاملات را افزایش داده و حمایت می‌کند. مناسک و مناسبت‌ها توان تجمع چندین نسل را در خود دارند. بخش‌ها و آئین‌های متنوعی که در آنها وجود دارد سبب تماس و تجانس و برقراری ارتباط بین نسل‌های مختلف می‌گردد. در این میان بار دیگر ارزش‌ها و هنجارهای آنها مورد تأکید و تکرار قرار می‌گیرند. این فرایند هم بازتولید ارزش‌ها را در پی دارد و هم موجب ارتباط و پیوند نسل‌های گذشته با نسل کنونی می‌شود. همان‌طور که در بخش‌های قبلی گفته شد ارزش‌ها یکی از عناصر بنیادین مناسک و مناسبت‌ها هستند.

جامعه‌پذیری یکی از عوامل مهم در شکل‌دهی شخصیت فرد محسوب می‌شود. جامعه‌پذیری با مفهوم «تربیت» به‌طور یکسان به کار برده می‌شود. در تاریخ جامعه‌شناسی یکی از مهم‌ترین رویکردهایی که به مسئله جامعه‌پذیری توجه نمود رویکرد کج‌رفتاری است (صدیق سروسستانی، ۱۳۸۳: ۱۰۴). این رویکرد جامعه‌پذیری نامتناسب را بعنوان عامل موثر در بروز و ظهور کج‌رفتاری معرفی می‌کند. آلن بیرو در «فرهنگ علوم اجتماعی» در تعریف این مفهوم می‌گوید: جامعه‌پذیری فرایند تأثیر متقابل بین یک شخص و محیط اجتماعی او را می‌رساند که نتیجه آن پذیرش مدل‌های رفتار اجتماعی در آن محیط و پیدایی نوعی انطباق بین فرد و جامعه است. در این معنا، جامعه‌پذیری فرایندی است روانی- اجتماعی که بر پایه آن شخصیت اساساً تحت تأثیر محیط و به‌خصوص نهادهای تربیتی، دینی و خانوادگی تشکیل می‌یابد؛ و یا جامعه‌پذیری به معنی همسازی و هم‌نوایی فرد با ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های گروهی و اجتماعی است. جامعه‌پذیری فراگردی است که به واسطه آن فرد دانش‌ها و مهارت‌های لازم اجتماعی را برای مشارکت موثر و فعال در زندگی گروهی و اجتماعی کسب می‌کند (بیرو، ۱۳۶۷: ۳۶۳).

جامعه‌پذیری سازمانی فرایند پویای انتقال ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای رفتاری مطلوب، دیدگاه‌ها و در کل، مطلوبیت‌های سازمان به همراه اطلاعات شفاف و روشن‌گر در باب کلیت سازمان به اعضای جدید و نیز دلالت‌های تغییرات سازمانی و محیطی به کلیه اعضای سازمان است که به صورت رسمی و غیررسمی صورت می‌پذیرد تا نمادهای سازمان و ارزش‌های جاری و ارزش‌های موقعیتی برآمده از شرایط کنونی و آینده را پرورش دهد (سلیمی و داوری، ۱۳۸۱: ۶۹).

### جدول ۱. مفاهیم کلیدی، اندیشمندان و دیدگاه‌های مطرح در حوزه شعائر

دیدگاه‌های نظری شعائری	
گافمن	حالت شاعر به عنوان یک فن اجتماعی محسوب می‌شوند.
فان فریتس استال، کارولین همپفری و جیمز لیدلاو	شعائر فعالیت‌های نابی هستند که هیچ کارکرد، هدف یا مقصدی ندارند.
امیل دورکیم	صور ابتدایی حیات دینی یافت؛ که در این اثر انجام شاعر مترادف با واقعی ساختن اجتماع دانسته شده است.
جفری الکساندر	اثر بخشی شاعر به مشارکت انرژی می‌بخشد و مردم را به همدیگر پیوند می‌دهد.
اکسل مایکل	شعائر را با پنج جنبه مشخص می‌سازد: انگیزش، شیوه‌های صوری، معیارهای صوری، معیارهای سبکی، تغییر پایگاه‌ها.
کالینز	از نظر او در مناسک یک تعامل شعائری مبادله می‌کنند که میزان همبستگی و تسلط میان مشارکت‌کنندگان آن مبادله متغیر است.
اتزیونی	یکی از مهمترین کارکردهای شاعر و مناسک انسجام و همبستگی اجتماعی است.
لاولر و یون	شعائر و مناسک مختلف زمینه مناسک برای توسعه تعاملات بین فردی و گروهی است که از طریق آن احساس تعلق گروهی بین افراد و در نهایت میزان همبستگی و انسجام گروه و جامعه را بالا می‌برد.
کوهن	کنترل و نظارت اجتماعی
هرمانوویچ و مورگان، بیرلین و هیپ	هویت بخشی و الگوسازی
پیر بوردیو، جیمز کلمن، رابرت پوتنام، اشمید، مارش. اتزیونی، فوکویاما	سرمایه اجتماعی
روح‌الامینی، چلبی، رفیع‌پور، جانسون	بازتولید ارزش‌ها و پیوند بین نسل‌ها
بیرو، گیدنز، مورلاند	جامعه‌پذیری
ایدلر و کسل، وینکلمن، سرد، رگنروس	پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی
ژوفر دومازیه، ماکس کاپلان، هابرماس	پر کردن اوقات فراغت

## فرضیات پژوهش

- هرچقدر مشارکت (جامعه‌پذیری) بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر؛
- هرچقدر آگاهی بخشی و تبلیغات بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر؛
- هرچقدر تسهیلگری بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر؛
- هرچقدر گسترش فضاهای رسانه‌ای مجازی بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها کمتر؛
- هرچقدر تغییر ارزش‌ها بیشتر، ضعف هویتی بیشتر؛
- هرچقدر ضعف هویتی بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر؛
- هرچقدر دولتی شدن و سیاسی شدن مناسبت‌ها بیشتر، مشارکت کمتر؛
- هرچقدر اعتماد اجتماعی کمتر، مشارکت کمتر؛
- هرچقدر نمادسازی کمتر، مشارکت کمتر.

## روش پژوهش

در این قسمت روش انتخابی به‌طور مختصر توضیح داده می‌شود. برای انجام هر پژوهشی روش‌های خاصی وجود دارد که گاه ترکیبی از چندین روش متفاوت را شامل می‌شود که استفاده از هر کدام تابع بیشترین میزان اطلاعات حاصله از آن روش است. روش این پژوهش، پیمایش (میدانی) از نوع همبستگی یا مقایسه‌ای است، به‌گونه‌ای که جمعیت نمونه شامل دو گروه مشارکت‌کنندگان و عدم مشارکت‌کنندگان می‌باشد. مطالعات میدانی بررسی‌های علمی غیر آزمایشی هستند که هدفشان کشف روابط و تعامل بین متغیرهای جامعه‌شناختی، روانشناختی و آموزشی در ساختارهای اجتماعی واقعی‌اند.

جامعه آماری پژوهش حاضر، تمامی افراد بالای ۱۸ سال شهر تهران می‌باشند که دین آنها اسلام و مذهب آنها تشیع می‌باشد. روش نمونه‌گیری اتخاذ شده برای این بخش پژوهش، روش طبقه‌ای متناسب است که در آن، نمونه پژوهش به گونه‌ای انتخاب شد که زیر گروه‌ها در حد امکان با همان نسبتی که در جامعه وجود دارند در نمونه نیز حضور یابند. از فرمول کوکران برای برآورد حجم نمونه استفاده شده. تعداد جامعه آماری در این پژوهش ۷۹۸۷۳۴۲ نفر در نظر گرفته شده است.

$$n = \frac{\frac{1/96' \cdot 0/5' \cdot 0/5}{0/0025}}{1 + \frac{1}{7987342} \left( \frac{1/96' \cdot 0/5' \cdot 0/5}{0/0025} - 1 \right)} \gg 385$$

در این مقاله، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است که با مراجعه حضوری به نمونه و



تکمیل پرسشنامه به‌وسیله محقق صورت گرفته است. در مجموع روش جمع‌آوری اطلاعات از طریق روش اسنادی و پرسشنامه می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است و اطلاعات گرد آوری شده در سه سطح توصیف، تبیین و تحلیل چند متغیری با تکنیک‌های مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

### متغیرها و گویه‌ها

#### - متغیر وابسته:

شرکت در مناسبت‌ها و میزان اهمیت آنها برای مشارکت‌کنندگان: مناسبت‌های ملی، مناسبت‌های دینی / مذهبی، مناسبت‌های انقلابی

#### - متغیرهای فرعی:

جنس، سن، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، که در این پژوهش برای سنجش متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی از شاخص‌های تحصیلات، شغل، و میزان درآمد والدین استفاده شده است.

#### - متغیرهای مستقل:

استفاده از فضاهای مجازی، تغییر ارزش‌ها، سیاسی شدن مناسبت‌ها، اعتماد اجتماعی، هویت اجتماعی، ضعف نماد سازی، آگاهی بخشی و تبلیغات، تسهیلگری، همبستگی اجتماعی و جامعه پذیری. در جدول شماره ۲ گویه‌های هر کدام از متغیرهای مستقل و سطح سنجش آنها بیان شده است.

## جدول ۲. متغیرهای مستقل، گویه‌ها و سطح سنجش

منغیر مستقل	عنوان گویه	سطح سنجش
تغییر ارزش‌ها	امروزه دیگر نمی‌توان مانند گذشته زندگی کرد.	ترتیبی
	خیلی چیزها تغییر کرده است. نباید انتظار داشت فرزندان مانند پدر و مادرها عمل کنند.	ترتیبی
	به نظر من شرایط زندگی امروزی چندان تفاوتی با گذشته‌ها ندارد.	ترتیبی
	ارزش‌ها و اعتقادات نسل جوان با نسل قبلی آنها (پدر و مادر) بسیار متفاوت است.	ترتیبی
	به نظر من بسیاری از ارزش‌ها و باورهای جامعه تغییر کرده‌اند.	ترتیبی
سیاسی شدن مناسبت‌ها	مسئولان سعی می‌کنند در قالب مناسبت‌های مختلف (محرم، نوروز و ...) حقایق خود را اثبات کنند.	ترتیبی
	به نظر من مسئولان در برگزاری مناسبت‌هایی چون محرم، نوروز و ... هیچ گونه دخالتی ندارند.	ترتیبی
	مسئولان تلاش می‌کنند ارزش‌ها و باورهای خود را از طریق مناسبت‌های مختلف به مردم القا کنند.	ترتیبی
	بسیاری از مناسبت‌ها (محرم، نوروز و ...) جنبه سیاسی پیدا کرده‌اند.	ترتیبی
	من دیگر از مناسبت‌های مختلف (محرم، نوروز و ...) لذت نمی‌برم، زیرا که همه آنها سیاسی شده‌اند.	ترتیبی
اعتماد اجتماعی	اقوام و خویشان خود را قابل اعتماد می‌دانم.	ترتیبی
	به نظر من بیشتر مردم قابل اعتماد هستند.	ترتیبی
	این روزها به سختی می‌توان کسی را پیدا کرد که واقعا بتوان به او اعتماد کرد.	ترتیبی
	اکثر مردم در معامله با دیگران درستکار و بی‌شبهه پبله‌اند.	ترتیبی
استفاده از فضای مجازی	رادیوهای داخلی ایران	فاصله‌ای
	تلویزیون داخلی ایران	فاصله‌ای
	مطبوعات داخلی (کتابها، روزنامه‌ها و مجلات خارجی)	فاصله‌ای
	مطبوعات خارجی (کتابها، روزنامه‌ها و مجلات خارجی)	فاصله‌ای
	رادیوهای خارجی	فاصله‌ای
	ماهواره	فاصله‌ای
	اینترنت	فاصله‌ای

ترتیبی	از زمان فرا رسیدن مناسبت‌های مختلف را با نشانه‌هایی که در خیابان‌ها نصب می‌شوند، مطلع می‌شوم.	ضعف نمادسازی
ترتیبی	تصویر و فضای شهر ما متناسب با ایام و مناسبت‌های خاص تغییر می‌کند.	
ترتیبی	رسانه‌های جمعی مثل صداوسیما، مطبوعات، سایت‌های اینترنتی و ... در مناسبت‌های خاص از رنگ‌ها و شکل‌های خاصی استفاده می‌کنند.	
ترتیبی	تقریباً اکثر مناسبت‌های ما از نمادهای مشخصی برخوردار نیستند.	
ترتیبی	از زمان و مکان اجرای مراسم‌ها را از رسانه‌های جمعی مثل صداوسیما، مطبوعات، سایت‌های اینترنتی و ... مطلع می‌شوم.	آگاهی بخشی و تبلیغات
ترتیبی	از محتوای مراسم‌ها از رسانه‌های جمعی مثل صداوسیما، مطبوعات، سایت‌های اینترنتی و ... مطلع می‌شوم.	
ترتیبی	رسانه‌های جمعی مثل صداوسیما، مطبوعات، سایت‌های اینترنتی و ... من را نسبت به علت و فواید اجرای مراسم‌ها آگاه می‌کنند.	
ترتیبی	با بررسی و مطالعات شخصی نسبت به علت و فواید مراسم‌ها آگاه می‌شوم.	
ترتیبی	اطلاعات مربوط به مراسم‌ها را از دروس تحصیلی‌ام آموخته‌ام.	
ترتیبی	شرکت در مراسمی که به خوبی اجرا شده‌اند، من را نسبت به علت و فواید آنها آگاه کرده‌اند.	تسهیلگری
ترتیبی	تا چه حدی از شیوه اجرای مناسبت‌های مختلف توسط نهادهای مسئول رضایت دارید.	
ترتیبی	تا چه حدی نهادهای مسئول امکانات لازم را برای اجرای مراسم‌های مختلف فراهم می‌آورند.	
ترتیبی	به نظر شما مکان‌های اختصاص یافته برای مراسم‌ها مناسبند.	
ترتیبی	آیا نهادهای مسئول توانسته‌اند امنیت لازم برای مراسم و تجمعات آئینی را فراهم آورند.	
ترتیبی	آیا از وسایل ایاب و ذهاب برای شرکت در مراسم‌ها رضایت دارید.	هویت اجتماعی
ترتیبی	تا چه حدی از افرادی که اجراکنندگان مراسمند، رضایت دارید.	
ترتیبی	اگر فرصتی پیش بیاید ترجیح می‌دهم در یک کشور غربی زندگی کنم.	
ترتیبی	من به سرزمین ایران عشق می‌ورزم.	
ترتیبی	خیلی وقت‌ها به خودم می‌گویم که ای کاش در ایران به دنیا نیامده بودم.	
ترتیبی	با شنیدن سرود جمهوری اسلامی ایران به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنم.	
ترتیبی	آماده‌ام جان خود را برای دفاع از خاک سرزمین ایران فدا نمایم.	

ترتیبی	در مراسم‌های خانوادگی مانند جشن‌ها و دورهمی‌ها شرکت می‌کنم.	جامعه‌پذیری
ترتیبی	در امور مربوط به اقتصاد مانند تولید، کارآفرینی و اشتغال فعالیت دارم.	
ترتیبی	در حوزه آموزش مانند کنفرانس‌ها، گردهمایی‌های علمی مشارکت دارم.	
ترتیبی	در مراسم‌های سیاسی مانند راهپیمایی، بزرگداشت شخصیت‌ها و انتخابات مشارکت دارم.	
ترتیبی	در مراسم‌های دینی و مذهبی مانند نماز جمعه و تماز اعیاد و عزاداری‌ها مشارکت دارم.	

### یافته‌های پژوهش

در این بخش به بررسی نهایی وضعیت متغیرها (توصیفی) و روابط بین آنها (تحلیلی) می‌پردازیم و سپس در ادامه از طریق آزمون رابطة بین متغیرهای زمینه‌ای و مستقل با متغیر وابسته به تحلیل داده‌های گردآوری شده خواهیم پرداخت.

### - توصیف متغیرها:

#### • سن

جامعه آماری پژوهش پیش‌رو تمامی افراد بالای ۱۸ است که دین آنها اسلام و مذهب آنها تشیع می‌باشد. جدول شماره ۳ توزیع سنی افراد را نشان می‌دهد.

جدول ۳. توزیع افراد بر اساس سن

گروه‌های سنی	۲۸-۱۸	۳۸-۲۹	۴۸-۳۹	۵۸-۴۹	۵۹ و بالاتر	جمع
فراوانی	۳۹	۶۷	۷۰	۸۵	۱۲۲	۴۰۰
درصد معتبر	۱۰/۲	۱۷/۵	۱۸/۳	۲۲/۲	۳۱/۹	۱۰۰
درصد تجمعی	۱۰/۲	۲۷/۷	۴۶/۰	۶۸/۱	۱۰۰	
	میانگین: ۴۹/۰	میانگین: ۷۴/۳		انحراف معیار: ۱۶/۵۶		

#### • جنس

یکی دیگر از متغیرهای زمینه‌ای در این پژوهش، متغیر جنسیت است که در جدول زیر توزیع افراد را بر حسب این صفت آورده‌ایم.

جدول ۴. توزیع فراوانی افراد بر حسب جنسیت

وضعیت تاهل	مرد	زن	جمع
فراوانی	۱۴۷	۲۵۳	۴۰۰
درصد	۳۶/۸	۶۳/۳	۱۰۰

بر اساس جدول فوق میزان پاسخگویان زن ۶۳ درصد و پاسخگویان مرد ۳۷ درصد است.

#### ● میزان مشارکت در مناسبت‌ها

یکی از متغیرهای اصلی مقاله پیش‌رو میزان مشارکت مردم در مناسبت‌ها از دید پاسخگویان است. در این پژوهش این مناسبت‌ها به سه دسته مناسبت‌های ملی، دینی / مذهبی و انقلابی تقسیم‌بندی می‌شود. جداول زیر توزیع فراوانی این متغیر را نشان می‌دهند.

جدول ۵. توزیع فراوانی (درصد) افراد بر حسب شرکت در مناسبت‌های ملی، مذهبی و انقلابی

سوال	مناسبت‌های ملی	مشارکت ندارم	به ندرت	معمولاً	همیشه
۱	جشن نوروز	۲۰/۳	۱۴/۸	۲۴/۳	۴۰/۶
۲	سیزده بدر	۲۱/۵	۱۵/۵	۲۶/۸	۶۳/۳
۳	روز درختکاری	۲۸/۷	۲۰/۴	۲۷/۷	۲۳/۲
۴	شب یلدا	۱۹/۰	۱۸/۰	۲۸/۸	۳۴/۱
۵	چهارشنبه‌سوری	۲۴/۱	۱۹/۰	۲۶/۸	۳۰/۱
مناسبت‌های مذهبی					
۶	محرم (تاسوعا و عاشورا)	۱۵/۳	۱۳/۸	۲۸/۰	۴۳/۰
۷	نماز جمعه	۲۶/۹	۲۵/۱	۲۵/۶	۲۲/۴
۸	میلادها به طور کلی	۱۹/۱	۲۰/۱	۳۲/۷	۲۸/۱
۹	شهادت‌ها به‌طور کلی	۱۹/۵	۲۰/۳	۲۳/۳	۲۷/۸
۱۰	لیالی قدر	۲۰/۵	۱۷/۸	۳۳/۵	۲۸/۳
۱۱	عید غدیر	۱۷/۵	۲۰/۸	۳۵/۰	۲۶/۸
۱۲	عید قربان	۱۹/۰	۱۸/۸	۳۶/۰	۲۶/۳
۱۳	عید فطر	۲۱/۴	۱۶/۶	۳۳/۷	۲۸/۴
مناسبت‌های انقلابی					
۱۴	راهپیمایی ۲۲ بهمن	۲۷/۶	۲۲/۱	۲۹/۱	۲۱/۳
۱۵	راهپیمایی ۱۳ آبان	۲۹/۰	۲۲/۰	۲۸/۳	۲۰/۸
۱۶	راهپیمایی روز قدس	۲۵/۵	۲۴/۸	۲۶/۰	۲۳/۸

### • مناسبت‌های ملی:

همان‌طور که در جدول شماره ۵ می‌توان مشاهده کرد، بیشترین میزان مشارکت مربوط به شرکت در جشن نوروز که ۴۰/۶ درصد از پاسخگویان در آن همیشه مشارکت داشته‌اند، و بیشترین میزان عدم مشارکت مربوط به حضور در مراسم روز درختکاری با ۲۸/۷ درصد می‌باشد.

### • مناسبت‌های مذهبی:

همان‌طور که در جدول شماره ۵ می‌توان مشاهده کرد، بیشترین میزان مشارکت مربوط به شرکت در مراسم محرم که ۴۳ درصد از پاسخگویان در آن همیشه مشارکت داشته‌اند و بیشترین میزان عدم مشارکت مربوط به حضور در مراسم نماز جمعه با ۲۶/۹ درصد می‌باشد.

### • مناسبت‌های انقلابی:

همان‌طور که در جدول شماره ۵ می‌توان مشاهده کرد، بیشترین میزان مشارکت مربوط به شرکت در راهپیمایی روز قدس که ۲۳/۸ درصد از پاسخگویان در آن همیشه مشارکت داشته‌اند و بیشترین میزان عدم مشارکت مربوط به حضور در راهپیمایی ۱۳ آبان با ۲۹ درصد می‌باشد.

### • میزان اهمیت مناسبت‌ها

یکی دیگر از متغیرهای اصلی پژوهش پیش‌رو میزان اهمیت مشارکت مردم در مناسبت‌ها از دید پاسخگویان است. در این پژوهش این مناسبت‌ها به سه دسته مناسبت‌های ملی، دینی/ مذهبی و انقلابی تقسیم بندی می‌شوند. جداول زیر توزیع فراوانی این متغیر را نشان می‌دهند.

جدول ۶. توزیع فراوانی (درصد) افراد بر حسب میزان اهمیت شرکت در مناسبت‌های ملی، مذهبی و انقلابی

سوال	مناسبت‌های ملی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۱	جشن نوروز	۷/۰	۴/۰	۵/۳	۲۲/۸	۶۰/۹
۲	سیزده بدر	۸/۳	۴/۵	۵/۳	۲۳/۳	۵۸/۸
۳	روز درختکاری	۸/۵	۹/۸	۶/۳	۲۷/۹	۴۷/۵
۴	شب یلدا	۸/۳	۶/۰	۷/۰	۲۹/۵	۴۹/۳
۵	چهارشنبه‌سوری	۹/۸	۷/۸	۷/۳	۲۷/۸	۴۷/۵
	مناسبت‌های مذهبی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۶	محرم (تاسوعا و عاشورا)	۵/۸	۴/۰	۵/۵	۲۸/۳	۵۶/۵
۷	نماز جمعه	۹/۶	۸/۶	۶/۳	۲۸/۰	۴۷/۶
۸	میلادها به طور کلی	۷/۸	۶/۰	۶/۸	۲۸/۶	۵۰/۹
۹	شهادت‌ها به طور کلی	۸/۵	۸/۵	۷/۰	۲۸/۸	۴۷/۱
۱۰	لیالی قدر	۸/۸	۶/۸	۶/۳	۳۲/۳	۴۶/۰

۴۵/۵	۳۳/۰	۶/۵	۶/۸	۸/۳	عید غدیر	۱۱
۴۷/۸	۳۳/۰	۶/۵	۵/۵	۸/۳	عید قربان	۱۲
۴۴/۸	۳۳/۵	۶/۸	۶/۵	۸/۵	عید فطر	۱۳
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	مناسبت‌های انقلابی	
۴۳/۹	۲۹/۱	۶/۸	۱۰/۵	۹/۸	راهپیمایی ۲۲ بهمن	۱۴
۴۲/۰	۳۱/۳	۷/۰	۱۰/۳	۹/۵	راهپیمایی ۱۳ آبان	۱۵
۴۴/۴	۲۹/۳	۷/۳	۸/۰	۱۱/۰	راهپیمایی روز قدس	۱۶

#### • مناسبت‌های ملی:

همانطور که در جدول فوق می‌توان مشاهده کرد، بیشترین میزان اهمیت شرکت در مراسم‌ها مربوط به حضور در مراسم جشن نوروز<sup>۱</sup> با ۶۰/۹ درصد و کمترین میزان اهمیت حضور مربوط به مراسم چهارشنبه سوری با ۹/۸ درصد می‌باشد.

#### • مناسبت‌های مذهبی:

همانطور که در جدول فوق می‌توان مشاهده کرد، بیشترین میزان اهمیت شرکت در مناسبات و مراسم مربوط به حضور در آیین محرم با ۵۶/۵ درصد و کمترین میزان اهمیت حضور مربوط به مراسم نماز جمعه با ۹/۶ درصد می‌باشد.

#### • مناسبت‌های انقلابی:

همانطور که در جدول فوق می‌توان مشاهده کرد، بیشترین میزان اهمیت شرکت در مناسبات مربوط به حضور در راهپیمایی روز قدس با ۴۴/۴ درصد و کمترین میزان اهمیت حضور مربوط به مراسم راهپیمایی روز قدس با ۱۱ درصد می‌باشد.

#### یافته‌های تحلیلی

در این قسمت به آزمون فرضیات مطرح شده و تحلیل رگرسیون چند متغیره پرداخته شده است.

#### – آزمون فرضیات:

با توجه به جدول آزمون فرضیات و نتایج آزمون پیرسون، از بین تمامی فرضیات فقط یک فرضیه رد شد و تمامی فرضیات دیگر تأیید شدند. فرضیه رد شده این فرض است که هر چقدر اعتماد اجتماعی کمتر، مشارکت نیز کمتر است.

## جدول ۷. آزمون‌های آماری مربوط به رابطه دولتی و سیاسی شدن مراسم و مشارکت مردمی

نتیجه	سطح معناداری	میزان	آزمون‌ها	فرضیه‌ها
تایید	۰/۰۰۰	۰/۳۶۹	پیرسون	هرچقدر مشارکت (جامعه‌پذیری) بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر
تایید	۰/۰۰۰	۰/۲۹۹	پیرسون	هرچقدر آگاهی بخشی و تبلیغات بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر
تایید	۰/۰۲۲	۰/۳۰۹	پیرسون	هرچقدر تسهیلگری بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر
تایید	۰/۰۰۵	-۰/۱۴۷	پیرسون	هرچقدر دولتی شدن و سیاسی شدن مناسبت‌ها بیشتر، مشارکت کمتر
رد	۰/۴۱۴	-۰/۰۴۱	پیرسون	هرچقدر اعتماد اجتماعی کمتر، مشارکت کمتر
تایید	۰/۰۰۰	-۰/۰۱۷	اسپیرومن	هرچقدر نماد سازی کمتر، مشارکت کمتر
تایید	۰/۰۰۰	-۰/۱۸۵	پیرسون	هرچقدر گسترش فضاها و رسانه‌های مجازی بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها کمتر
تایید	۰/۰۰۰	۰/۲۵۳	پیرسون	هرچقدر تغییر ارزش‌ها بیشتر، ضعف هویتی بیشتر
تایید	۰/۰۰۵	۰/۱۶	پیرسون	هرچقدر ضعف هویتی بیشتر، بهبود اجرای آئین‌ها بیشتر

## - تحلیل رگرسیون چند متغیره:

در این پژوهش برای انجام رگرسیون چند متغیره از روش خطی استفاده شده است که در آن کلیه متغیرهای مستقل همزمان وارد تحلیل شده و اثرات کلیه متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته بررسی شده است. از آنجایی که متغیرهای مستقل و وابسته در سطح ترتیبی هستند در استفاده از رگرسیون چند متغیره از نوع خطی به روش Forward استفاده شده است تا صرفاً متغیرهایی وارد معادله رگرسیون شوند که دارای شرایط هستند و بقیه متغیرها حذف شوند. در جدول زیر نتایج حاصل از رگرسیون خطی به شیوه Forward آمده است که هدف از آن بدست آوردن معادله رگرسیون برازنده می‌باشد.

## جدول ۸. خلاصه مدل رگرسیونی

مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error	Sig
الف	۰/۳۸۹	۰/۱۵۱	۰/۱۴۹	۰/۹۳۵۲۰	۰/۰۰۰
ب	۰/۴۲۶	۰/۱۸۲	۰/۱۷۷	۰/۹۱۹۷۶	۰/۰۰۰
ج	۰/۴۳۸	۰/۱۹۲	۰/۱۸۵	۰/۹۴۱۵۲۴	۰/۰۰۰



جدول ۹. نتیجه آزمون رگرسیون چند متغیره به روش forward

مدل‌ها	متغیرها	B	t مقدار	معناداری
الف	Constant	۱/۲۲۵	۶/۱۳۶	۰/۰۰۰
	جامعه‌پذیری	-۰/۳۶۹	۷/۷۴۳	۰/۰۰۰
ب	Constant	۱/۵۷۵	۷/۱۵۵	۰/۰۰۰
	جامعه‌پذیری	-۰/۳۵۴	۷/۵۱۳	۰/۰۰۲
	گسترش فضاهای مجازی	-۰/۱۱۷	-۳/۵۱۸	۰/۰۰۰
ج	Constant	۱/۹۵۸	۶/۸۳۹	۰/۰۰۰
	جامعه‌پذیری	-۰/۳۴۷	۷/۳۸۷	۰/۰۰۰
	گسترش فضاهای مجازی	-۰/۱۱۴	-۳/۴۴۰	۰/۰۰۱
	دولتی و سیاسی شدن مراسم	-۰/۱۱۰	-۲/۰۷۷	۰/۰۳۹

### • متغیر وابسته: بهبود اجرای آئین‌ها

در جدول فوق سه مدل ارائه شده است که معیار بهترین مدل، بالا بودن میزان تغییرات تبیین شده متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل یا همان  $R^2$  است که مدل سوم (با وجود متغیرهای جامعه‌پذیری (مشارکت)، گسترش فضاهای مجازی، دولتی و سیاسی شدن مراسم‌ها) بالاترین میزان را داراست و برابر ۰/۱۹۲ است. به عبارت دیگر سه متغیر نامبرده مجموعاً توانسته‌اند که ۱۹/۲٪ از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند و ۸۰/۸٪ باقیمانده از تغییرات بهبود اجرای آئین‌ها به متغیرهای دیگری برمی‌گردد که در این پژوهش آورده نشده‌اند.

جدول ۱۰. نتیجه آزمون رگرسیون چند متغیره

مدل‌ها	متغیرها	B	t مقدار	معناداری
ج	تسهیلگری	۰/۰۵۳	۱/۰۳۵	۰/۳۰۱
	آگاهی بخشی و تبلیغات	۰/۰۳۹	۰/۷۸۷	۰/۴۳۲
	اعتماد اجتماعی در جامعه	۰/۰۰۰	۰/۰۰۶	۰/۹۹۵
	تغییر ارزش‌ها	-۰/۰۱۳	-۰/۲۵۱	۰/۸۰۲
	ضعف هویتی	۰/۰۸۵	۱/۶۵۰	۰/۱۰۰
	ضعف نمادسازی	۰/۰۶۳	۱/۲۶۵	۰/۲۰۷

بر اساس مدل سوم که حاصل آزمون رگرسیون خطی به روش Forward است معادله رگرسیون به صورت زیر است:

$$0/598 + 0/11 = \text{گسترش فضاهای مجازی } 0/114 - \text{جامعه‌پذیری } 0/347$$

## بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان می‌دهند به هر میزان که مشارکت اجتماعی افراد بالاتر رفته، میزان بهبود اجرای مراسم نیز افزایش پیدا کرده است. این امر ممکن است به این دلیل باشد که در جامعه‌پذیری افراد، مراسم و اعیادی که نشان دهنده هویت یک فرد می‌باشند، مهم جلوه داده شده باشند و به همین دلیل نیز فرد بر خود واجب می‌داند که در راستای اجرای مناسب این آئین‌ها تلاش بیشتری نماید که بتواند به همین واسطه هویت خود را بیشتر بر ساخته نماید. آگاهی بخشی و تبلیغات نیز نقش مهمی در بهبود اجرایی مراسم دارند. واضح و مبرهن است که هرچه میزان آگاهی یک فرد از مکان، چگونگی و فواید برگزاری مناسبت‌های مختلف بیشتر باشد، اهمیت آن نیز نزد فرد افزایش خواهد یافت. زمینه‌های متعددی جهت آگاهی بخشی و تبلیغات در زمینه برگزاری مراسم وجود دارد. در سطح ملی، صداوسیما و در سطوح پایین‌تر مساجد، فرهنگسراها، خانه محله و تبلیغات سطح شهری هستند. در یک حالت کلان و دورتر نیز خانواده و آموزش و پرورش نقش مهمی در این ارتباط دارند. آگاهی بخشی و تبلیغات می‌توانند با نماد سازی یک رابطه مستقیم داشته باشند. از سویی بر اساس پاسخ‌های دریافتی از پاسخگویان نشان داده شده است که اجرای خوب مراسم نقش تبلیغی بسیار تأثیرگذاری بر آگاهی از علل برگزاری و فواید آن و میزان مشارکت داشته است. در بررسی رابطه بین میزان تسهیلگری و میزان بهبود اجرای آئین‌ها به این نتیجه رسیدیم که هر چه میزان تسهیلگری (میزان امنیت در اجرای مراسم، تسهیل در رفت و آمد، تعیین مکان مناسب برای اجرای مراسم و...) بالاتر رفته، میزان بهبود اجرای مراسم نیز افزایش پیدا کرده است. این امر ممکن است به این دلیل باشد که افراد در چنین شرایطی احساس می‌کنند که می‌توانند حضور راحت‌تری را داشته باشند و به همین دلیل می‌توانند در بهبود اجرای آئین‌ها تلاش بیشتری نمایند. حوزه فرهنگی، تبلیغ و ایجاد مشروعیت در حضور در چنین مناسباتی را شامل می‌شود و حوزه اجتماعی، تبدیل چنین مناسباتی به گفتمان غالب در میان اعضای محله و منطقه و شهر را دربرمی‌گیرد. در زمینه دولتی و سیاسی شدن مراسم و مشارکت مردم در اجرای آئین‌ها، به این نتیجه منجر گردید که هرچه اجرای این مراسم و آئین‌ها پیوند بیشتری با مسائل سیاسی داشته باشد به همان نسبت مردم نسبت به آن کمتر احساس تعلق کرده و از میزان مشارکت شان در این برنامه کاسته می‌شود. پس برای جلب مشارکت مردم در این گونه مراسم و آئین‌ها باید سعی کرد که فضایی مردمی و عامه را فراهم کرد و دولت نیز در همین زمینه سعی داشته باشد این مراسم را به تریبونی برای اثبات حقانیت و اعمال نظرات خود تبدیل نماید تا زمینه مشارکت عامه مردم در این مراسم فراهم و به تبع آن تلاش برای بهبود اجرایی آئین‌ها افزایش یابد. در بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت مردم در مناسبت‌ها می‌توان گفت اعتماد اجتماعی در این پژوهش نمی‌تواند بعنوان عاملی معنی‌دار و موثر بر میزان مشارکت

مردم در اجرای مراسم و آئین‌ها مورد بررسی قرار گیرد. با این حال مقایسه رابطه بین اعتماد عمومی و بهبود اجرای مراسم‌ها نشانگر وجود رابطه مستقیم بین این دو متغیر است. چنین وضعیتی نشان دهنده آن است که با گسترش اعتماد عمومی در جامعه می‌توان زمینه حضور بیشتر افراد در مراسم‌ها را فراهم آورد. موضوع گسترش اعتماد عمومی و اجتماعی در میان مردم امری است که تا حدودی خارج از توان یک نهاد بوده و باید به صورت بین‌نهادی اجرا شود. رابطه بین میزان ضعف نمادسازی و مشارکت مردم در اجرای آئین‌ها معنادار و معکوس است؛ بدین معنا که هرچه ضعف نمادسازی در جامعه بیشتر باشد، به همان نسبت از میزان مشارکت مردم در مناسبت‌های مختلفی که در کشور برگزار می‌شود، کاسته می‌شود. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که علت اینکه اکثر مردم به مناسبت‌های مختلف جهانی مانند روی آورده‌اند، موفقیت کشورهای غربی در نمادسازی قوی و گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی جهانی است. نصب پرچم و تبلیغات این‌چنینی قدم اول در توسعه نماد سازی است. پیشنهاد می‌گردد شهرداری با همکاری سازمان‌های فرهنگی کشور بخش اداری در رابطه با تعریف، ایجاد و توسعه نماد برای اعیاد، مناسبت‌ها و موارد مشابه تدارک ببینند. این موضوع قدمی درست و مهم در جهت بسط و گسترش ایده‌ها و تفکرات اسلامی و ایرانی است و از گرایش جوانان به ارزش‌های بیگانه جلوگیری خواهد شد. ارتباط معنادار و مستقیم بین میزان تغییر ارزش‌ها و میزان بهبود ضعف هویتی معنادار بدین معناست که هر چه میزان تغییر ارزش‌ها بیشتر باشد، میزان ضعف هویتی نیز افزایش پیدا خواهد کرد. این امر ممکن است به این دلیل باشد که یکی از مهم‌ترین منابع هویتی هر گروه و جامعه‌ای ارزش‌هایی هستند که در آن گروه و یا جامعه وجود دارند و در صورتی که تغییری در این ارزش‌ها به وجود بیاید، به همان نسبت نیز هویت افراد در جامعه تغییر خواهد کرد. بنابراین ثبات ارزش‌های یک جامعه رابطه‌ای تنگاتنگ با هویت اجتماعی آن جامعه دارد و تغییر ارزش‌ها می‌تواند عاملی مخرب بر احساس تعلق افراد جامعه باشد. بررسی رابطه بین هویت و بهبود اجرای مراسم و مناسبت‌ها نشان می‌دهد هرچقدر هویت افراد قوت می‌یابد، روند بهبود اجرای مناسبت‌ها و مراسم بهتر می‌شود. همان‌طور که انتظار می‌رفت، رابطه بین میزان گسترش فضای مجازی و اجرای آئین‌ها معنادار و معکوس است؛ بدین معنا که هرچه فضای مجازی در جامعه بیشتر گسترش یابد، به همان نسبت از میزان بهبود اجرای مراسم و آئین‌ها کاسته می‌شود. این امر می‌تواند به این دلیل باشد که در صورتی که در جامعه ضعف هویتی و نمادسازی وجود داشته باشد، رشد و توسعه فضاهای مجازی می‌تواند موجب آن گردد که ارزش‌ها و هنجارهای نوینی در جامعه گسترش یابد و به همین منوال نیز تغییراتی در ارزش‌های موجود در جامعه به وجود آید. همین قضیه موجب آن می‌شود که افراد با ارزش‌های ملی، مذهبی و هویتی خود بیشتر فاصله بگیرند و در نهایت میل و رغبتی برای برپایی انجام مراسم و مناسبات موجود در جامعه نداشته باشند.

## پیشنهادهای کاربردی

حوزهٔ مراسم در محیط شهری زمینه‌ای است که بایستی متولیان فرهنگی و بویژه شهرداری ورود پیدا نمایند. معرفی مناسبت‌ها و مراسم برگزار شده یا مراسمی که برگزار خواهد گردید با محتوا و مکان و زمان نقش بسیار مهمی در جلب حضور و بهبود اجرای مناسبت‌ها خواهد داشت. حضور در فضای مجازی رسانه‌ای می‌تواند زمینه بهبود محتوا و شکل اجرای مناسبت‌ها را با استفاده از نظرات بینندگان فراهم آورد و همچنین به تبلیغ مناسبت‌ها و مراسم بپردازد. این موضوع البته زمانی امکان‌پذیر است که با مدیریت به موقع فضای مجازی همراه باشد. همچنین متولیان امر بایستی شرایطی را فراهم آورند که چنین مراسم‌هایی بیشتر از طریق خود مردم و افراد محله یا منطقه برگزار شده و شهرداری بیشتر نقش مدیریت کلان و هدایت‌کنندگی داشته باشد. در صورت برگزاری مراسم توسط خود مردم بر میزان مشروعیت و مقبولیت مراسم افزوده شده و زمینه حضور بیشتر افراد فراهم می‌گردد. بنابراین، برای جلب مشارکت مردم در این گونه مراسم و آئین‌ها باید سعی در ابداع نمادهایی قوی مبتنی بر فرهنگ ایرانی اسلامی داشت تا از جایگزینی مراسم و نمادهای خارجی و تبعات ناشی از آن جلوگیری شود. پیشنهاد می‌گردد در تعریف این نمادها از متخصصان امر نظیر جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، کارشناسان رسانه‌های جمعی و نظایر اینها استفاده شود. نمادها می‌توانند شامل اشکال، رنگ‌ها، سرودها و نظایر آنها باشد. متولیان امر با آگاهی از این مساله بایستی به دنبال فراهم‌آوری زمینه‌های تسهیل شرکت افراد در مراسم‌ها باشند. این مساله می‌تواند از طریق کسب اطلاعات و داده از شرکت‌کنندگان در مراسم به دست آید. تسهیلگری در حوزه اقتصادی می‌تواند شامل تسهیل در حضور در محل مراسم باشد، این موضوع در حوزهٔ سیاسی می‌تواند شامل تأمین امنیت شرکت‌کنندگان در مراسم و محل برگزاری مراسم از تعدی افراد و گروه‌ها باشد.

## منابع و مأخذ

- بیرو، آلن (۱۳۶۷). **فرهنگ علوم اجتماعی**، ترجمه باقر ساروخانی، چاپ اول، تهران: مؤسسه کیهان.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۴). **صورت‌بنیانی حیات دینی**، ترجمه باقرپرهام، تهران: مرکز.
- رجب‌زاده، احمد و محمد فاضلی (۱۳۸۰). «بررسی جوانی از حیات دینی در ۲۸ مرکز استان کشور»، **نمایه پژوهش**، شماره ۲۰: ۱۰۱-۸۳.
- سلیمی، علی و محمد داوری (۱۳۸۱). **جامعه‌شناسی کجروی**، تهران: حوزه و دانشگاه.
- شفیعی، زهرا (۱۳۹۸). «بررسی نقش مراسم و آیین‌های معنوی و مذهبی در رونق گردشگری مذهبی (محرم) مورد مطالعه: (مراسم نخل گردانی در استانزد)»، **جغرافیا و روابط انسانی**، شماره ۴: ۱۴۷-۱۱۲.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله (۱۳۸۳). **آسیب‌شناسی اجتماعی**، واحد آموزش جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران شاخه علوم اجتماعی، تهران: جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران.
- غیاثوند، احمد (۱۳۸۰). «جامعه‌پذیری تعهد دینی در بین جوانان»، **نمایه پژوهش**، شماره ۲۰: ۱۹۲-۱۷۷.
- کوهن، پرسای اس (۱۳۸۱). **نظریه اجتماعی نوین**، ترجمه یوسف نراقی، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). **جامعه‌شناسی**، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ هفتم، تهران: نی.
- میرسندسی، محمد (۱۳۸۸). **مطالعه میزان و انواع دینداری**، رساله دکترای جامعه‌شناسی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

Collins, Randall (2003). **Emotional Energy and the transient emotions**, Chapter 3 in interaction ritual chains. New York: Princeton University Press.

Dumazedier, joffer (1987). **Toward a society of leisure**, New York: Routledge.

Fararo, Thomas & Dreian, Patrick (1998). **The theory of solidarity: A genda of problems**, Chapter 1 in Patrick Dreian and Thomas J. Fararo (Eds) the problem of solidarity: Theories and models. Gordon and Breach.

Forbish, Todd (2004). **Ritual as Communication**, in Encyclopedia of Religious Rites, Rituals, and Festivals, Edited by Frank A Salamone, London & New York: Routledge.