

صلى الله عليه وسلم

بررسی رابطه نگرش مذهبی با تجمل گرایی

استاد راهنما:

آقای فردین پرویزی

مؤلفان:

فریبا کرمی^۱

معصومه هوشنگی^۲

ندا معتمدی^۳

مدرسه علمیه نرجسیه شهرستان سنقر کلیائی

۱. طلبه سطح (۲)، مدرسه علمیه نرجسیه شهرستان سنقر.

۲. طلبه سطح (۲)، مدرسه علمیه نرجسیه شهرستان سنقر.

۳. طلبه سطح (۳)، مدرسه علمیه نرجسیه شهرستان سنقر.

چکیده

هدف: پژوهش حاضر بررسی ارتباط بین نگرش مذهبی و تجمل گرایی است. برای بررسی این پژوهش ۱۰۰ نفر مرد و زن متأهل با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند و از طریق پرسش نامه افراد گروه نمونه مورد ارزیابی قرار گرفتند و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این تحلیل نشان داد که بین نگرش مذهبی و زیر مقیاس های دنیاگرایی (به جز زیر مقیاس تجمل گرایی) معکوس و در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند.

کلید واژه ها: نگرش مذهبی، تجمل گرایی، دنیاگرایی.

فهرست مطالب

Contents

| | |
|---|----|
| مقدمه..... | ۱ |
| فصل اول: کلیات پژوهش..... | ۱ |
| ۱-۱- بیان مسئله..... | ۱ |
| ۲-۱- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق..... | ۵ |
| ۳-۱- اهداف تحقیق..... | ۶ |
| فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش..... | ۷ |
| ۱-۲- چهار چوب نظری..... | ۷ |
| ۱-۱-۲- مفهوم شناسی فرهنگ..... | ۷ |
| ۲-۲- مفهوم تجمل گرایی..... | ۸ |
| ۳-۲- مفهوم شناسی تجملگرایی..... | ۱۰ |
| ۴-۲- اسلام و زیبایی..... | ۱۱ |
| ۵-۲- شفاف سازی ابعاد تحقیق..... | ۱۳ |
| ۲-۲- آسیب های تجمل گرایی..... | ۱۳ |
| ۱-۲-۲- فراموشی یاد خدا و دنیا زدگی..... | ۱۳ |
| ۲-۲-۲- کفران نعمت..... | ۱۴ |
| ۳-۲-۲- مصرف گرایی..... | ۱۴ |
| ۴-۲-۲- پیدایش و گسترش فقر..... | ۱۵ |

| | |
|----|---|
| ۱۵ | ۵-۲-۲- پیدایش حالت تفاخر و استکبار..... |
| ۱۶ | ۶-۲-۲- رواج الگو گیری نامناسب و تقلیدهای ناصحیح..... |
| ۱۷ | ۷-۲-۲- عدم توجه به از اجر و نیازمندان و عدم مشارکت در امور خیر..... |
| ۱۷ | ۳-۲- راهکارهای پیشگیری از تجمل گرایی..... |
| ۱۷ | ۱-۳-۲- توجه به هدف خلقت..... |
| ۱۸ | ۲-۳-۲- رواج الگوگیری از سیره معصومان..... |
| ۱۹ | ۳-۳-۲- قناعت و مناعت طبع..... |
| ۱۹ | ۴-۳-۲- اعتدال و میانه روی..... |
| ۲۰ | ۵-۳-۲- توجه به فرجام تجمل گرایی..... |
| ۲۰ | ۴-۲- پژوهش های داخلی..... |
| ۲۵ | ۵-۲- فرضیه های تحقیق..... |
| ۲۵ | فصل سوم: روش شناسی پژوهش..... |
| ۲۵ | ۱-۳- طرح پژوهش..... |
| ۲۶ | ۲-۳- جامعه و نمونه مورد مطالعه..... |
| ۲۶ | ۳-۳- نمونه و روش نمونه گیری..... |
| ۲۶ | ۴-۳- ابزار و روش جمع آوری اطلاعات و داده ها..... |
| ۲۹ | ۵-۳- متغیرهای پژوهش..... |
| ۲۹ | ۶-۳- روش آماری و تجزیه و تحلیل داده ها..... |
| ۲۹ | ۷-۳- تعریف نظری و عملیاتی متغیرها..... |
| ۳۷ | فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری..... |
| ۴۰ | فهرست منابع و مآخذ..... |

مقدمه

در دهه‌های اخیر کشورمان ایران هم‌هم‌چون سایر کشورها از جمله کشورهای جهان سوم دچار دگرگونی‌های ارزشی و فرهنگی در نوع رفتارها در بین مردم شده است که گسترش رسانه‌های گروهی و تبلیغات برنامه‌ریزی شده وسیع، این تغییرات را تسریع کرده و جامعه ما را روز به روز به سمت جامعه مصرفی سوق داده است. در این میان زنان که هم‌حضور بیشتری در عرصه‌های شغلی و تحصیلی یافته‌اند و هم در اثر تغییر سبک زندگی غالباً مسئولیت خرید و تهیه اقلام مصرفی خانواده‌ها را به عهده گرفته‌اند، بیشتر مدها و تبلیغات معرفی شده در رسانه‌ها در نحوه حضور و الگوهای ارزشی، نگرشی و رفتاری آنها تأثیر گذار بوده و از این طریق تأثیرات فردی و اجتماعی مهمتری بر جای گذارده است.

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- بیان مسئله

دین مبین اسلام به نام یک دین کامل و جامع، علاوه بر سلامت اخروی، به زندگی و سلامت دنیوی انسان‌ها نیز توجه دارد و در این راستا بهره‌مندی از وسایل و امکانات رفاه و آسایش انسان را تا حدی، تا حد رعایت بندگی مجاز شمرده است و مسلمانان را به پرهیز از افراط و تفریط در این زمینه، فراخوانده و به یک زندگی متعادل دعوت می‌کند. هدف اصلی اسلام هدف اصلی اسلام، ایجاد قسط و رهنمون ساختن انسان به سوی خدا و سعادت جاوید می‌باشد و با نگرشی کوتاه در می‌یابیم، این مکتب آسمانی با توجه به ساختمان مخصوص انسان، برای تحقق بخشیدن

به عدالت، همه عوامل مؤثر و موجد را خاطر نشان ساخته و از عواملی که مزاحم رسیدن به این هدف و مانع برقراری عدل است، نهی فرموده است تا انسان با امکانات کافی بتواند مسیر خویش را بییماید. از آنجا که طبیعت انسان به گونه‌ای است که وقتی در یک مورد، قانون شکنی کرد و از مرز عدل عبور کرد، رفته رفته با تکرار تجاوز در همان یک مورد (مثلاً تجمل گرایی) قدرت جسارت و قانون شکنی در او زیاد می‌شود تا حدی که این روند اوج می‌گیرد و به همه افکار و اعمالش سرایت می‌کند و او را از صراط مستقیم، خارج می‌سازد (رحیمی، ۱۳۹۴).

دین مبین اسلام بر بهره‌مندی از انواع زینت‌ها همچون سایر امور در حد معقول و عاقلانه تأکید دارد. شایان ذکر است میل به زیبایی و نیکویی از نظر اسلام امری پسندیده و مورد تأیید است پس اسلام دستور داده است که خود و زندگی خود را زیبا سازید، نعمت‌هایی را که خداوند به شما داده با آراستن خود و زندگی خود را زیبا سازید، نعمت‌هایی را که خداوند به شما داده با آراستن خود و زندگی خود نمایان سازید. همان طور که در حدیثی حضرت علی (علیه‌السلام) می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ وَ يُحِبُّ أَنْ يُرَى أَثَرُ نَعْمَةٍ عَلَى عَبْدِهِ ؛ خداوند زیباست و زیبایی را دوست دارد و دوست دارد اثر نعمت را در بنده‌اش ببیند». (مکینی، ۱۴۰۷، ۶/۴۳۹)

خداوند متعال به نام یک قانون همیشگی که شامل تمام اعصار و قرون می‌شود دستور می‌دهد که «يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ اِی فرزند آدم! زینت خود را به هنگام رفتن به مسجد با خود داشته باشید». (اعراف/۳۱) این جمله از کلام الهی می‌تواند اشاره به «زینت‌های جسمانی» باشد که شامل پوشیدن لباس‌های مرتب، پاک و تمیز و شانه کردن موها و به کار بردن عطر و مانند آن می‌شود، و هم شامل «زینت‌های معنوی» یعنی صفات انسانی و ملکات اخلاقی و پاکی نیت و اخلاص می‌شود. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۱۴۸).

پیامبر بزرگ اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) در روایتی می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ مَنْ عَبْدِهِ إِذَا خَرَجَ إِلَى إِخْوَانِهِ أَنْ يَتَهَيَّأَ لَهُمْ وَيَتَجَمَّلَ خدای تعالی دوست دارد وقتی بنده‌اش نزد برادران خود می‌رود با هیأت و ظاهری پرداخته و آراسته برود». (حرعاملی، ۱۴۰۹: ۱۱/۵)

امام صادق (علیه السلام) نیز در روایتی فرموده است: «إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ يُحِبُّ الْجَمَالَ وَالتَّجَمُّلَ وَ يُبْعِضُ الْيُؤْسَ وَ التَّبَاؤُسَ؛ هَمَانَا

خداوند زیبایی و تجمل (خودآرایی) را دوست دارد و از فقر و فقرنمایی بدش می آید». (حرعاملی، ۱۴۰۹: ۶/۴۴).

بنابراین گرایش به جمال و زیبایی یکی از ابعاد اصلی و روان آدمی است که تجمل با فطرت، خواستار اشباع آن شده است. همچنین سیره عملی پیامبر اکرم (صلی الله علیه وآله وسلم) و ائمه (علیه السلام) نیز مؤید این است که تجمل و زینت به خودی خود ناپسند نیست و چه بسا ممدوح و مورد علاقه است. در سیره پیامبر اعظم (صلی الله علیه وآله وسلم) نقل شده است که آن حضرت همواره در آینه می نگرست و موی سر خویش را روغن و شانه می زد و چه بسا در آب زلال نگاه و موهای خود را مرتب می کرد. رسول خدا (صلی الله علیه وآله وسلم) افزون بر زینتی که در محیط خانه داشت، آن را برای اصحاب و محیط بیرون نیز انجام می داد و می فرمود: «إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ مَنْ عَبْدَهُ إِذَا خَرَجَ إِلَى إِخْوَانِهِ أَنْ يَتَّهَبَا لَهُمْ وَ يَتَجَمَّلَا؛ خداوند دوست دارد وقتی بنده اش به سوی برادران دینی خود از خانه بیرون می رود، خود را بیاراید». (محمدری شهری: ۱۳۸۸ : ۲۵۲/۱) بنابراین در مورد استفاده از انواع زینت ها، اسلام مانند تمام موارد، حد اعتدال را تایید و تأکید کرده است، نه مانند بعضی که می پندارند استفاده از زینت ها و تجملات (هر چند به صورت معتدل بوده باشد) مخالف زهد و پارسایی است، و نه مانند تجمل پرست اینکه غرق در زینت و تجمل می شوند، و تن به هر گونه عملی نادرست برای رسیدن به این هدف نامقدس، حتی شوم می دهند. زیباسازی و آراستن خود و زندگی مطلوب و فقر و فقر نمایی مورد نفرت است و خداوند عوامل نفرت را برای یک انسان به ویژه فرد با ایمان نمی پسندد. در نتیجه زیبایی و آراستگی را محبوب فطری انسان قرار داد و چگونگی آراستن خویش را به او الهام کرد. اما نکته مهم این است که خواهش فطری تجمل و خود آرایی انسان، باید تحت مراقبت کامل قرار گیرد، و به دور از هرگونه افراط و تفریط برآورده شود.

اسلام در دستورهای خود، حس خودآرایی مسلمانان را به راه صحیح و بی خطر هدایت کرده، بر جلوه و جمال آنها افزوده است؛ ولی اگر توجه به ظواهر زندگی و به کارگیری تجملات از حد تجاوز کند به طوری که باعث اسراف و اتراف و برای انسان به صورت هدف درآید، مورد نکوهش شدید اسلام است (الهامی نیا و همکاران، بی

تا: ۲۸/۱) زیرا انسان را وابسته و اسیر مال دنیا می‌کند و شرافت و آزادگی انسان را به سبب کسب تجمل به هر قیمت از بین می‌برد و مقدمات سقوط او را فراهم می‌کند.

انسان تجمل پرست مقام انسانی خود را نمی‌شناسد، از این رو فضایل انسانی و آزادگی خود را به متاع قلیل دنیا می‌فروشد. «قُلْ مَتَاعُ الدُّنْيَا قَلِيلٌ؛ بگو: متاع دنیا اندک است» (نساء/ ۷۷).

بنابراین از نظر اسلام تجمل گرایی و قرار دادن اساس زندگی بر محور تجملات، کاری شیطانی و امری ناپسند و برنامه‌ای مطابق با هوای نفس و شهوات حیوانی است. که باعث خروج انسان از حد اعتدال، و باعث باز ماندن از توجه به هدف خلقت و مانع رسیدن انسان به کمال می‌شود.

منظور از نگرش مذهبی، نگرش نظامداری از باورها و اعمال نسبت به امور مقدس است. ایستاری است که معطوف به امر مقدس در دو بعد آشنایی و دین باوری می‌شود. نگرش به امور ماورائی است که احراز و تقویت آن یگانگی، ثبات، استمرار و پایداری فرد در جامعه را موجب می‌شود (یاوری/ ۱۳۸۵) در پژوهشی که در خصوص رابطه میان ذکر و دعا با میزان اضطراب دانشجویان انجام شد، نتایج نشان داد بین نگرش مثبت به دعا و نیایش فردی با میزان اضطراب دانشجویان رابطه معکوس وجود دارد و ذکر خدا به عنوان نیرویی برای مقابله با استرس شناخته شده است (شریفی، ۱۳۸۸).

نگرش‌ها و باورهای مذهبی هر فرد ریشه در باورهای خانوادگی دارد. افرادی که باورهای مذهبی قوی دارند در برخوردهای اجتماعی نیز قوی عمل می‌کنند و شایستگی‌های بالاتری از خود نشان می‌دهند.

شایستگی‌های اجتماعی فرزندان با یک بعد قوی ارتباط دارد و آن هم نگرش‌ها و باورهای مذهبی است که از عمق خانواده برمی‌خیزد. مذهب به عنوان مجموعه‌ای از اعتقادات، بایدها و نبایدها و نیز ارزش‌های اختصاصی و تعمیم یافته، از مؤثرترین تکیه‌گاه‌های روانی به شمار می‌رود که قادر است معنای زندگی را در لحظه لحظه‌های عمر فراهم کند و در شرایط خاص نیز با فراهم سازی تکیه‌گاه‌های تبیینی، فرد را از تعلیق و بی معنایی نجات دهد (ایگال

آرگیل (۲۰۰۹) در پژوهش خود دریافت که ابعاد متفاوت نگرش مذهبی پیش بینی کننده معناداری برای مقیاس‌های سازگاری و شایستگی اجتماعی دانشجویان بود.

فرارو، وکلی و مور (۲۰۰۶) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که بین نگرش مذهبی زنان و مردان تفاوت معنی داری وجود دارد، بطوری که نگرش مذهبی زنان بیشتر از مردان است. همچنین (سامانی و لطیفیان، ۱۳۸۷) مشاهده کردند که سطح تحصیلات والدین بر سطح اعتقادات مذهبی دانشجویان تأثیر دارد بطوری که فرزندان طبقات با تحصیلات متوسط بیشترین اعتقادات مذهبی را از خود نشان می‌دهند. از سوی دیگر هرچه تحصیلات مادران افزایش می‌یافت، سطح اعتقادات مذهبی فرزندان آنها کاهش می‌یافت. همچنین، تحصیلات والدین بر نوع نگرش فرزندان در خصوص جمع گرایی یا فرد گرایی و خودکنترلی هیجانی آنها مؤثر بود.

باتوجه به اینکه جامعه ایران جامعه ای مذهبی شناخته می‌شود و از آنجا که مذهب و ابعاد جهت‌گیری مذهبی در روابط بین اعضای خانواده نقش مهمی را ایفا می‌کند بنابراین پژوهشگر قصد دارد به بررسی رابطه بین نگرش‌های مذهبی و تجمل‌گرایی بپردازد.

۲-۱- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

خانواده این واحد به ظاهر کوچک اجتماعی، از ارکان عمده واز نهادهای اصلی هر جامعه به شمار می‌رود و در واقع هر خانواده را باید خشت بنای جامعه و کانون اصلی حفظ سنت و رسوم و ارزش‌های والا و مورد احترام و شالوده مستحکم مناسبات پایدار اجتماعی و روابط خویشاوندی، مبدأ بروز و ظهور عواطف انسانی و کانون صمیمانه-ترین روابط میان افراد، و مهد پرورش فکر و اندیشه و اخلاق و تعالی روح انسانی به حساب آورد. مذهب و خانواده دو نهادی بوده که همواره در مرکز بحث‌های جامعه شناسی قرار داشته است چرا که در گستره جغرافیا و هر کجا که

انسانی زیست می‌کند و در عمق تاریخ تا آنجا که نشانی از انسان ملاحظه شده خانواده وجود داشته و نیز انسان به پرستش اشتغال داشته است.

دیدگاه اخلاقی و مذهبی هر فرد می‌تواند نحوه و مشکل سازگاری آن فرد مشخص کند و انسانی که معتقد به اصول اخلاقی و مذهبی است روش‌های سازگاری خاص خود را دارد که از ویژگی‌های آن، قدرت تحمل بالا، صبر مقاومت و توکل به خداوند هنگام مواجهه با مشکلات و بلایاست. به درستی هیچ کس نمی‌تواند تأثیر نگرش مذهبی را در بهبود روابط انسانی و سازگاری در زندگی اجتماعی بشر نادیده بگیرد.

امروزه بیش از هر زمان دیگر میل به کنکاش و چالش گرفتن مذهب در حل بسیاری از معضلات اخلاقی اجتماعی انسان بوجود آمده است و هیچ کس نیست که بتواند نقش مذهب را انکار نماید. این مذهب آثار نیک فراوان دارد که یکی از آنها کاهش و رفع ناراحتی‌هاست. از جمله آثار نیک مذهب کاهش بیماری‌ها و افزایش سطح سازگاری در انسان است و پیروان همه ادیان، عقیده دارند که علت ماندگاری مذهب این است که هم جزء خواسته‌های فطری و عاطفی بشر است و هم برخی از نیازهای اساسی انسان را به صورت منحصر به فرد تأمین می‌کند، بنابراین اهمیت و ضرورت انجام تحقیق ضروری به نظر می‌رسید.

۳-۱- اهداف تحقیق

هدف کلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین نگرش‌های مذهبی و تجمل‌گرایی را مورد بررسی قرار دهد بنابراین پژوهش حاضر کاربردی و شیوه اجراء آن همبستگی است.

اهداف جزئی:

تعیین میزان تجمل‌گرایی در افراد متاهل.

تعیین میزان نگرش‌های مذهبی در افراد متاهل.

۱-۲- چهار چوب نظری

۱-۱-۲- مفهوم شناسی فرهنگ

کثرت تجمل گرایی باعث آسیب فرهنگی به جامعه می‌شود. برای روشن شدن معنای آسیب فرهنگی لازم است که ابتدا تعریفی از آسیب شناسی و نیز تعریفی از فرهنگ ارائه شود تا مفهوم عبارت آسیب شناسی فرهنگی بیشتر روشن شود.

آسیب شناسی در واقع مطالعه علمی آسیب‌ها و بیماری‌ها و اختلالات است. آسیب شناسی موقعیتی نابهنجار و یا حالتی زیست شناختی است که در آن حالت، یک ارگانیزم از عملکرد صحیح و یا مناسب منع شده است. (فرهمینی فراهانی و همکاران، ۱۳۸۲:۳۶)

آسیب شناسی در زمینه مسائل روانشناختی و تربیتی و یا فرهنگی اصولاً به مطالعه و بررسی دقیق عوامل زمینه ساز و پدیدآورنده یک آسیب می‌پردازند. چنین مطالعاتی با هدف تکمیل و تأمین بخش‌های سه‌گانه شناسایی، تشخیص و درمان صورت می‌پذیرد و برآیند آن پیشنهاد راه‌حل‌های مناسب برای دفع یا رفع آفات و آسیب‌ها است. (میر تبار، ۱۳۹۰:۱۷)

واژه فرهنگ از زبان پهلوی و فارسی میانه از دو جز «فر» و «هنگ» تشکیل شده و به معنی تعلیم و تربیت است (عمید، ۱۳۴۲:۷۹). فر یا فره نمود بارقه الهی است که بر دل انسان تجلی می‌کند و مایه تعالی و کمال است و هنگ از مصدر هیختن و به معنی آوردن و جلوه‌گر ساختن است، لذا فرهنگ تجلی کمال در فرد و جامعه است (کاظمی، ۱۳۷۶:۳۵).

فرهنگ مجموعه اموری است که به روح و فکر انسان شکل می‌دهد و انگیزه اصلی او را به سوی مسائل مختلف

فراهم می سازد. مجموعه عقاید، تاریخ، آداب و رسوم جامعه، ادبیات و هنر، همان فرهنگ جامعه است. (مکارم شیرازی، بی تا، ۱/۱۸۵).

۲-۲- مفهوم تجمل گرایی

واژه «تجمل» در لغت بار معنایی مثبتی دارد و به معنای آراستن و زیبا کردن است (المنجد ذیل ماده جمل) مورد تأکید روایات قرار گرفته است این غیر آن چیزی است که امروزه در بین ما به معنای خروج از حد اعتدال در استفاده از وسایل دنیوی که از آن به تجمل گرایی تعبیر شده است می باشد.

آنچه امروزه به معنای تجمل گرایی است گرایش به زیبایی های مصنوعی است در دنیای کنونی و بین الملل و اقوام پیشرفته مسئله زیبایی مورد توجه قرار گرفته است و تمام طبقات مردم به زیبایی ابراز علاقه شدید می کنند این حس جمال دوستی و زیبا پسندی پیوسته رو به فزونی است و روز به روز تشدید می شود زیبایی های مصنوعی و تجمل و خود آرایی نیز مانند جمال طبیعی مورد عنایت مخصوص قرآن شریف و روایات مذهبی است. و اولیاء گرامی اسلام آن را به پیروان خود اکیداً توصیه نمودند جامه زیبای پوشیدن، مسواک کردن، به مو شانه و روغن زدن معطر بودن، و خلاصه خود را آراستن در حال عبادت و در مواقع معاشرت با مردم، در مسجد یا در محیط خانواده از مستحبات مؤکد و جزء برنامه روزانه مسلمین است

امام صادق (علیه السلام) فرمودند: «مردی به خانه رسول اکرم (صلی الله علیه وآله وسلم) در آمد درخواست ملاقات داشت موقعی که حضرت خواست از خانه خارج شود بجای آینه جلوی ظرف آب بزرگی که در داخل اتاق بود ایستاد و سر و صورت خود را مرتب کرد عایشه از مشاهده این کار به عجب آمد در مراجعت عرض کرد چرا در موقع رفتن موی خود را منظم کردید؟ فرمودند: خداوند دوست دارد که وقتی مسلمانی دیدار برادرش می رود خود را بسازد و خویشتن را برای ملاقات او بیاراید». (طبرسی، ۱۳۶۵، ص ۵۱)

ولی باید توجه داشت که در این راه باید از زیاده روی و افراط دوری جست.

اسلام، با زهد نابجا و ریاضت نامشروع و رهبانیت، مخالف است. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَ الطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ» [ای پیامبر! بگو: «زیورهایی را که خدا برای بندگان پدید آورده، و [نیز] روزی‌های پاکیزه را چه کسی حرام گردانیده؟» بگو: «این [نعمت‌ها] در زندگی دنیا برای کسانی است که ایمان آورده‌اند و روز قیامت [نیز] خاص آنان می‌باشد.» این گونه آیات [خود] را برای گروهی که می‌دانند به روشنی بیان می‌کنیم». (اعراف/۳۲)

راه رسیدن به خدا، ترک امور حلال و طیب نیست، بلکه استفاده‌ی بجا و رعایت قسط و عدل است. اسلام، هماهنگ با فطرت و آیین اعتدال است، به نیازهای طبیعی پاسخ مثبت می‌دهد، آنچه را مفید است حلال می‌شمرد و از آنچه ضرر دارد نهی می‌کند. (قرائتی، ج ۱۳۸۶، ۴، ص ۵۵)

تجمل‌گرایی معنای اصطلاحی آن استفاده از کالاهای لوکس و غیر ضروری است که دامنگیر برخی از خانواده‌ها شده است سبک زندگی بسیاری از خانواده‌ها تجمل‌گرایی شده و افراد براساس شرایط و محیط خانوادگی و روحیه چشم و هم چشمی، به آن خو گرفته‌اند. مقام معظم رهبری در این مورد می‌فرماید: در مصارف گوناگون شخصی و خانوادگی، اسراف فردی صورت می‌گیرد تجمل‌گرایی‌ها چشم و هم چشمی‌ها هوس‌رانی افراد خانواده، مرد خانواده، زن خانواده، جوان خانواده، چیزهای غیر لازم خرید؛ اینها از موارد اسراف است. (کار پرور، ۱۳۹۰، ص ۹)

این تعبیر که خداوند زیبا است و زیبایی را دوست دارد، و یا تعبیر به اینکه خداوند زیبایی‌ها را آفریده، همگی اشاره به این حقیقت است که اگر استفاده از هر گونه زیبایی، ممنوع بود، خداوند هرگز اینها را نمی‌آفرید، آفرینش زیبایی‌ها در جهان هستی خود دلیل بر این است که خالق زیبایی‌ها آن را دوست دارد.

ولی مهم اینجاست که غالباً در این گونه موضوعات، مردم راه افراط را می‌پویند، و با بهانه‌های مختلف رو به

تجمل پرستی می‌آورند، و به همین دلیل قرآن مجید بلافاصله بعد از ذکر این حکم اسلامی از اسراف و زیاده روی و تجاوز از حد، مسلمانان را بر حذر می‌دارد، در بیش از بیست مورد در قرآن مجید به مساله اسراف اشاره شده و از آن نکوهش گردیده است.

به هر حال روش قرآن و اسلام در این مورد، روش موزون و معتدلی است که نه جمود دارد و تمایلات زیباپسندی روح انسان را در هم می‌کوبد، و نه بر اعمال مسرفان و تجمل پرستان و شکمخواران صحنه می‌گذارد، مخصوصاً در جوامعی که افراد محروم و بینوا وجود داشته باشد حتی از زینت‌های معتدل نیز نهی می‌کند، و لذا می‌بینیم در بعضی از روایات هنگامی که از بعضی امامان سؤال می‌کردند چرا لباس فاخر پوشیده‌اید در حالی که جد شما علی (علیه‌السلام) چنین لباسی در تن نمی‌کرد؟ در پاسخ می‌فرمودند مردم آن زمان در شدت و فشار بودند و می‌بایست چنین شود، اما مردم زمان ما زندگی مرفه‌تری دارند و در چنین شرائطی استفاده از این زینت‌ها (در حدود معقول) مانعی ندارد.

(مکارم، ج ۶، ۱۳۶۲، ص ۱۵۲)

۲-۳- مفهوم شناسی تجمل گرایی

همچنین باید تجمل گرایی را مفهوم شناسی کنیم. تجمل گرایی مرکب از دو واژه تجمل و گرایی است. تجمل واژه عربی است که مصدر باب تفعّل و گرایی نیز یک پسوند فارسی است. تجمل گرایی یک واژه فارسی است که در عرف فارسی زبانان نیز معنای خاص خودش را دارد. تجمل و جمال در لغت‌نامه‌های عربی به معنی زیبایی و نیکویی (فراهیدی، ۱۴۰۹، ۱۴۲/۶) نکویی زیاد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲:۲۰۲) و زینت کردن (فیروز آبادی، ۱۴۲۶ق، ۴۸۱/۳) آمده است. و در لغت نامه فارسی به معنای خود را زینت دادن و آراسته شدن، جاه و جلال، حشمت و شوکت، رفاه و آسایش (نفیسی، بی تا، ۸۰۹/۲) و اثاثیه گرانبها داشتن (معین، ۱۳۷۱، ۱۰۳۲/۱) آمده است. جمع کلمه تجمل، تجملات است که به معنی اسباب زینت و آرایش و شکوه و بزرگی و عیش و عشرت، وسایل زینت و آرایش، آنچه موجب نشان دادن شأن و شکوه و زیبایی باشد. (نفیسی، بی تا، ۸۰۹)

ملاحظه می شود که در فرهنگ لغت های فارسی حوزه معنایی تجمل گسترده است. قدر مشترک تعریفی که در لغت فارسی و عربی هست، زیبایی و زینت کردن است. گرای، پسوندی است که به معنای رغبت، میل و قصد کردن است. (عمید، ۸۶۷: ۱۳۴۲)

با توجه به این معانی تجمل گرایی به معنی میل و زغبت کردن به تجملات و توجه به ظواهر زندگی می باشد و نیز گاهی به جای آن از کلمه تجمل پرستی به کار برده می شود که برای مقصود گویاتر است و درجه وابستگی و بندگی تجمل پرستان را نسبت به وسایل لوکس، زینتی و تشریفاتی را بهتر می رساند. (الهامی نیا و همکاران، بی- تا، ۱/ ۱۲۵) که خود کنایتی به این است که تجمل گرایی گاهی جای خدا پرستی را هم می گیرد. باید گفت در واقع تجمل گرایی یک نوع علاقه افراطی به زینت کردن و استفاده از وسائل زینتی است. آنچه در تعریف تجمل گرایی مورد توجه است همین علاقه افراطی است و گرنه استفاده متعارف و حد نیاز نکوهیده نیست.

۲-۴- اسلام و زیبایی

ممکن است در نگاه اول این شبهه پیش آید که اسلام با هرگونه زینت و زیبایی و استفاده از آنها مخالف است، لذا لازم است که نظر اسلام درباره زیبایی و استفاده از زینت نیز بیان شود که این شبهه رفع شود. دین مبین اسلام بر بهره مندی از انواع زینت ها در حد اعتدال تأکید دارد. شایان ذکر است میل به زیبایی و نیکویی از نظر اسلام امری پسندیده و مورد تأیید است پس اسلام دستور داده است که خود و زندگی خود را زیبا سازید. نعمت های که خدا به شما داده است را با آراستن خود و زندگی خود نمایان کنید، همانطور که در حدیثی از حضرت علی (علیه السلام) می فرماید: «خدا زیباست و زیبایی را دوست دارد و دوست دارد که اثر نعمت را در بنده اش ببیند». (کلینی، ۱۴۰۷، ۶/ ۴۳۹)

خداوند متعال به نام یک قانون همیشگی که تمام اعصار و قرون را در برمی گرد می فرماید: «يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ

عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ؛ ای فرزندان آدم، جامه خود را در هر نمازی برگیرید، و بخورید و بیاشامید و [ولی] زیاده‌روی نکنید که او اسرافکاران را دوست نمی‌دارد». (الأعراف / ۳۱)

این جمله از کلام الهی هم می‌تواند اشاره به زینت‌های جسمانی باشد که شامل پوشیدن لباس‌های مرتب، پاک و شانه مو و عطر زدن شود و هم شامل زینت‌های معنوی یعنی صفات انسانی و ملکات اخلاقی و پاکی نیت و اخلاص را شامل شود. (مکارم شیرازی، ۱۴۸، ۱۳۷۴)

پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) در روایتی می‌فرماید: «خداوند دوست می‌دارد که وقتی بنده‌اش از خانه خارج می‌شود خود را بیاراید». (حرعاملی، ۱۴۰۹: ۱۱/۵)

امام صادق (علیه‌السلام) در روایتی می‌فرماید: «خداوند زیبایی و خود آرایی را دوست دارد و از فقر و فقر‌نمایی بدش می‌آید». (همان، ۴۴۰/۶)

بنابراین گرایش به جمال و زیبایی یکی از ابعاد اصلی روان آدمی است و انسان به مقتضای فطرت الهی خود آن را می‌پسندد. اسلام نیز به عنوان آیین منطبق و هماهنگ با فطرت خود خواستار اشباع آن شده است و همچنین سیره عملی معصومین (علیهم‌السلام) هم مؤید این است که زینت به خودی خود ناپسند نیست بلکه ممدوح است. ولی اگر توجه به ظواهر زندگی و به کارگیری تجملات از حد خود تجاوز کند به طوری که باعث اسراف و اتراف شود و برای انسان به صورت هدف در آید، مورد نکوهش شدید اسلام است زیرا انسان را وابسته و اسیر مال دنیا می‌کند و شرافت و آزادگی انسان را به سبب کسب تجمل به هر قیمت از بین می‌برد و مقدمات سقوط او را فراهم می‌کند. (الهامی نیا و همکاران، بی تا، ۱۲۸/۱)

۲-۵- شفاف سازی ابعاد تحقیق

اسراف و تجمل گرایی عوامل متعددی دارد که باید برای شناسایی این عوامل ریشه‌های گرایش خانواده‌ها به تجمل را یافت زیرا بدون شناسایی ریشه‌ها و عوامل تجمل گرایی نمی‌توان راهکار مناسبی داد. عوامل درونی تجمل گرایی عبارت است از: فراموشی مرگ و قیامت، تقلید و چشم و هم چشمی، خود نمایی، میل به تجمل در زنان.

عوامل بیرونی گرایش به تجمل: رهبران فکری و اجتماعی جامعه، صدا و سیما و مطبوعات، ترویج فرهنگ بیگانه، فقدان ساست روشن درباره خانواده.

آثار درونی تجمل گرایی: محرومیت از هدایت الهی، پیدایش فقر و نداری، رو آوردن به درآمدهای نامشروع، فاصله گرفتن از مردم.

آثار اجتماعی تجمل گرایی: بی تدبیری در امر مصرف، کاهش تولید، اختلاف طبقاتی، تحقیر دیگران، تجاوز به حقوق دیگران.

راههای مقابله با تجمل گرایی: اعتدال و میانه روی در زندگی، قناعت و صرفه جویی در مصرف، الگو ناپذیری از فرهنگ بیگانه، ترویج روحیه ساده زیستی، برقراری عدالت اجتماعی. (سهراب مروتی)

۲-۲- آسیب‌های تجمل گرایی

۲-۲-۱- فراموشی یاد خدا و دنیا زدگی

فراموش کردن یاد خدا و به دنبال آن دنیاگرایی از آسیب‌های است که بر اثر گرایش و روی آوری به تجملات دامن انسان را می‌گیرد و موجب غفلت انسان از خدای هستی بخش و وابسته شدن به امور پست می‌شود. غفلت در بسیاری از موارد قدرت اختیار انسان را سلب می‌کند زیرا اختیار در جایی تحقق می‌یابد که انسان به دو یا چند طرف

موضوع توجه کند و پس از مقایسه و سنجش آنها با یکدیگر یکی را برگزیند بنابراین شرط اساسی انتخاب این است که انسان به اطراف موضوع توجه کند در واقع انگیزه های غریزی و اهداف دنیوی تجمل گرایان و رفاه طلبان را به کارهایی وادار می کند که در مسیر حقیقت نیست: «يَعْلَمُونَ ظَاهِرًا مِّنَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ عَنِ الْآخِرَةِ هُمْ غَافِلُونَ» از زندگی دنیا، ظاهری را می شناسند، و حال آنکه از آخرت غافلند». (الروم/۷) (اسحاقی، ۹۲: ۱۳۸۸)

۲-۲-۲- کفران نعمت

کفران نعمت از آسیب های است که تجمل گرایی بر انسان وارد می کند از آنجایی که انسان دارای طبیعت انسانی و سر و کارش با اسباب مادی و طبیعی است، کفران نعمت عادت اوست و در اثر خو گرفتن به زندگی تجملی رفته رفته مسبب الاسباب را فراموش می کند. با این که در هر حالی و آنی در نعمت های خدا غوطه ور است، بدین معنا که انسان با اشتغال به محسوسات و مادیات در درونش ملکه مادی گری دل بستگی به اسباب ظاهری و استناد نعمت ها را به آن اسباب ایجاد می کند و این گرایش پرده ای را میان او و معرفت فطری اش به وجود می آورد (جمشیدی، ۲۳۴، ۱۳۸۸)

۲-۲-۳- مصرف گرایی

یکی از موانع رشد اقتصادی جوامع فرهنگ مصرف گرایی است، مصرف گرایی یعنی استفاده بیش از حد از کالا و خدمات و روی آوردن به تجمل گرایی و اشرافی گرایی. هرچند تأمین نیازهای زندگی و استفاده از نعمت های الهی یک امر لازم و مورد تأیید است لیکن گروهی از مردم در این باره زیاده روی می کنند و به تجمل محوری گرفتار می شوند لذا تجمل گرایی ریشه در اسراف دارد که باعث استهلاک، از بین بردن اموال و هزینه کردن بیهوده است. تجمل گرایی و رفاه طلبی سبب می شود فرد بیشتر از آنچه به دست می آورد یا تولید می کند، مصرف کند. هرچند

از نظر اسلام فقر و نداری ناپسند است و عاملی منفی و به عنوان یک حالت اضطرار بیان شده است:

«لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ فِي أَيَّامٍ مَّعْلُومَاتٍ عَلَىٰ مَا رَزَقَهُمْ مِنَ بَهِيمَةِ الْأَنْعَامِ فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطْعِمُوا الْبَائِسَ الْفَقِيرَ؛ تا شاهد

منافع خویش باشند، و نام خدا را در روزهای معلومی بر دامهای زبان بسته‌ای که روزی آنان کرده است ببرند. پس،

از آنها بخورید و به درمانده مستمند بخورانید».(الحج / ۲۸)(میرعمادی، ۸۲: ۱۳۹۰)

۲-۲-۴- پیدایش و گسترش فقر

اسلام دنیا را زمینه ساز و مقدمه آخرت می داند و پیروان خود را به استفاده صحیح از نعم الهی دعوت می کند. برخلاف پندار برخی مغرضان و کج فهمان اسلام دین رهبانیت و فقر نیست بلکه ثروت را مایه راحت و فقر را همسایه کفر می داند. فقر از مهمترین مصیبت های بشر است. یکی دیگر از پیامدهای سوء که بر اثر تجمل گرایی و عدم توجه به میانه روی به وجود می آید، پیدایش فقر، رشد و گسترش آن است که این امر ناشی از مصرف بیش از حد انسان های مرفه در جامعه است. همچنین تجمل گرایی را باید یکی از عوامل به وجود آورنده فقر دانست زیرا همیشه فقر در یک قسمت از جهان مولد ولخرجی و ریخت و پاش در قسمت دیگر جهان است و تنگ دستی یک نسل مولد اسراف کاران نسل قبل است. هرچند که این گرایش موجب فقر و تنگدستی خود فرد در پایان زندگی نیز می شود زیرا در یک زندگی سالم و اقتصادی در آمد شخص یا جامعه از هزینه ان کمتر نیست یا با آن برابر است. (ایروانی، ۱۳۹۱: ۱۱۵)

۲-۲-۵- پیدایش حالت تفاخر و استکبار

یکی دیگر از آسیب های تجمل گرایی و رفاه طلبی پیدایش روحیه کبر ورزی نسبت به وضع خود و فخر فروشی و بالیدن نسبت به امکانات و دارایی های خود است. مصرف در فرهنگ مصرف گرایی متقارن با ارزش تجمل پرستان

است به این معنا که مصرف وسیله ای برای ابراز وجود و به دست آوردن هویت اجتماعی می شود از این رو نه تنها ارزش نمادین است بلکه در برابر مصرف به معنای تأمین کننده نیازهی زیستی انسان قرار می گیرد و اولویت پیدا می کند، این در حالی است که بر اساس آموزه های دینی مصرف کالا و امکانات زندگی صرفاً جهت رفع نیازهای مادی، معنوی، جسمی و روانی است نه برای خود نمایی و فخر فروشی زیرا این کار افزون بر آن که خود یک رذیلت اخلاقی و نشانه رشد نیافتگی شخصیت آدمی و گاه احساس حقارت درونی است که پیامدهای ناگوار اجتماعی بر جای می گذارد، نمونه بارز و نماد ثروتمند مغرور در قرآن قارون است او که ثروت فراوانی داشت، مغرور و خودستای بود و در عرضه ثروت خود بر مردم به خودنمایی و فخر فروشی می پرداخت:

«فَخَرَجَ عَلَى قَوْمِهِ فِي زِينَتِهِ قَالَ الَّذِينَ يُرِيدُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا يَا لَيْتَ لَنَا مِثْلَ مَا أُوتِيَ قَارُونُ إِنَّهُ لَذُو حَظٍّ عَظِيمٍ» پس [قارون] با کوبه خود بر قومش نمایان شد؛ کسانی که خواستار زندگی دنیا بودند گفتند: «ای کاش مثل آنچه به قارون داده شده به ما [هم] داده می شد؛ واقعاً او بهره بزرگی [از ثروت] دارد». (القصص / ۷۹) (ایروانی، ۱۰۰، ۱۳۹۱)

۲-۲-۲- رواج الگو گیری نامناسب و تقلیدهای ناصحیح

از سایر منکرات می توان به رواج الگو گیری نامناسب و تقلیدهای ناصحیح اشاره کرد با توجه به اینکه آدمی در ابعاد گوناگون زندگی و در خوی و منش اخلاقی خود سخت تأثیر پذیر است. الگوها در شکل دهی شخصیت و رفتار آدمی تأثیر بسزایی دارد. در امور اقتصادی و مصرف نیز الگو گرفتن از زندگی مرفهان و به ویژه چشم و هم چشمی با آنان از آسیب های مهم در تجمل گرایی به شمار می آید از این رو قرآن کریم آشکارا دستور می دهد که هرگز از مسرفان پیروی نکنید: «وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُسْرِفِينَ» و فرمان افراطگران را پیروی مکنید». (الشعراء / ۱۵۱) (طباطبایی، ۱۴۱۷،

(۳۰۵/۱۵)

۷-۲-۲- عدم توجه به از اجر و نیازمندان و عدم مشارکت در امور خیر

از دیگر آسیب‌های تجمل‌گرایی، بی‌رغبیتی و دلسردی در انجام کارهای خیر است، به طور معمول انسان‌ها در انجام کارهایی که فایده عمومی و معنوی دارد، خود را شریک می‌کنند تا از اجر و ثواب آن بهره‌مند شوند ولی آنهایی که خودشان را مشغول تجملات کرده‌اند، دستشان از این کار کوتاه است. از سوی دیگر لذت جویی لجام گسیخته و غرق در تجملات روحیه مسئولیت‌پذیری و عواطف انسانی را سخت تضعیف می‌کند با توجه به اینکه زندگی اشرافی ثروت فراوانی را می‌طلبد تا پاسخ‌گوی اسراف‌ها و مصارف افراطی مترفان باشد، در نتیجه مترفان نه توجهی به محرومان و نیازمندان خواهند داشت و نه مشارکتی در کارهای خیر، از این رو در قرآن آنها را بازدارندگان خیر معرفی می‌کند: «مَنَاعٌ لِلْخَيْرِ مُعْتَدٍ أَتَيْمٍ؛ مانع خیر، متجاوز، گناه پیشه» (القلم / ۱۲) و نیز بی‌توجهی به یتیمان و مستمندان را ویژگی بارز آنان بر می‌شمارد: «كَأَلَّا بَلًا لَا تُكْرِمُونَ الْيَتِيمَ؛ ولی نه، بلکه یتیم را نمی‌نوازید» (الفجر / ۱۷) «وَلَا تَحَاضُّونَ عَلَى طَعَامِ الْمِسْكِينِ؛ و بر خوراک [دادن] بینوا همدیگر را بر نمی‌انگیزید» (الفجر / ۱۸)

۳-۲- راهکارهای پیشگیری از تجمل‌گرایی

بعد از شناخت مفهوم تجمل‌گرایی و بیان دیدگان اسلام درباره آن و نیز بعد از بیان آسیب‌هایی که گرایش به تجملات به دنبال داشت با نظر به آموزه‌های دینی به دنبال ارائه راهکارهایی برای پیشگیری از آن هستیم.

۱-۳-۲- توجه به هدف خلقت

انسان بیهوده و بی‌هدف پا به عرصه هستی نهاده است بلکه آفرینش او و تمامی امکاناتی که در اختیارش نهاده شده است هدفی بس بالا و متعالی دارد: «أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ؛ آیا پنداشتید که شما را بیهوده آفریده‌ایم و اینکه شما به سوی ما بازگردانیده نمی‌شوید؟» (المؤمنون / ۱۱۵)

بنابراین هدف نهایی و کمال حقیقی انسان همان قرب به پروردگار است و سایر کمالات بدنی و روحی همه مقدمه و ابزار رسیدن به چنین مقامی است که باید به اندازه تأثیرشان در رسیدن به کمال حقیقی مورد بهره برداری قرار گیرد و هیچ کدام حتی عالی‌ترین و لطیف‌ترین آنها از کمالات اصیل به شمار نمی‌آیند. (اسحاقی، ۱۳۸۸: ۷۵)

۲-۳-۲- رواج الگوگیری از سیره معصومان

یکی از عوامل مهم در تربیت بشر و از ویژگی‌هایی که در وجود هر انسانی به ودیعه گذاشته شده، عادت الگو پذیری است. انسان همیشه می‌خواهد در زندگی خود شیوه کسانی را که در نظر او شرافت و موفقیت دارند و از نظر شخصیت کامل هستند سرمشق زندگی خود قرار دهند. بنابراین اگر این الگو پذیری با هدایت عقل و انتخاب الگوی صحیح و مناسب همراه باشد انسان را در مسیر رشد، کمال و رسیدن به فضایل کمک خواهد کرد، چنانچه با جهل و خواسته‌های نفسانی همراه باشد، نتیجه خطرناک و زیان باری در زندگی انسان دارد و به بزرگ‌ترین مانع در راه هدایت انسان تبدیل خواهد شد. در این زمینه نیز آموزه‌های دینی همواره به دوری از متکاثران و الگو ناپذیری از آنان دستور داده اند. خداوند می‌فرماید: «لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَخَفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ؛ و به آنچه ما دسته‌هایی از آنان [کافران] را بدان برخوردار ساخته‌ایم چشم مدوز، و بر ایشان اندوه مخور، و بال خویش برای مؤمنان فرو گستر. (الحجر / ۸۸).

زندگانی ساده و بدون تجملات و تشریفات پیامبر بزرگ اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) و ائمه معصومین (علیهم‌السلام)

مجموعه‌ای از الگوهای ارزشمند اخلاقی و رفتاری است. (اسحاقی، ۱۳۸۸: ۷۹).

۲-۳-۳- قناعت و مناعت طبع

یکی از مهمترین و عمیق‌ترین راهکارها برای دوری از تجمل‌گرایی و اسراف که به جرأت می‌توان گفت باز دارندگی آن از راهکارهای دیگر بیشتر است، آراسته بودن به صفت مناعت است. قناعت یعنی راضی بودن به قسمت و روزی است و در اصطلاح حالتی است که برای نفس که عامل اکتفا کردن آدمی به قدر حاجت و ضرورت است. خصلت قناعت و آراسته بودن به این ارزش اخلاقی، آثار مادی و معنوی فراوانی را در زندگی به دنبال دارد شخص قانع سریع‌تر از دیگران به سعادت ابدی نایل می‌گردد زیرا اکتفا کردن به کمترین امکانات زندگی به انسان فرصت می‌دهد که خود را سرگرم امور مادی و تجملات نکند بلکه به مسایل دینی خود بپردازد و توشه آخرت را ذخیره سازد و بر عکس از دست دادن روحیه قناعت و بی‌نیازی باعث غرق شدن در مادیات، تجملات و زرق و برق دنیا و در نتیجه از دست دادن آخرت است. (رحیمی اصفهانی، ۱۳۶۸، ۱۵۱/۲)

۲-۳-۴- اعتدال و میانه روی

اعتدال و میانه روی یکی از معیارها و ارزش‌های مهم اسلام در تمام ابعاد زندگی از جمله مصرف می‌باشد. اعتدال در لغت به معنای رعایت حد وسط و میانه در بین دو حال از جهت کمیت و مقدار و از جهت کیفیت و چگونگی است. اعتدال در مصرف عبارت است از بهره‌گیری از امکانات زندگی به گونه‌ای که مستلزم تلف کردن و هدر دادن مال و نیز مازاد بر نیاز نباشد و کم و کیف آن از نگاه عرف هماهنگ با شرایط زمانی و مکانی و متناسب با شأن و موقعیت مصرف‌کننده باشد که قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ؛ شما بهترین امتی هستید که برای مردم پدیدار شده‌اید: به کار پسندیده فرمان می‌دهید، و از کار ناپسند باز می‌دارید، و به خدا ایمان دارید. و اگر اهل کتاب ایمان آورده بودند قطعاً برایشان بهتر بود؛ برخی از آنان مؤمنند و [ولی] بیشترشان نافرمانند.

(آل عمران/۱۱۰)

یکی از ویژگی‌های بارز دین اسلام که آن را از دیگر دین‌ها متمایز می‌کند اعتدال و میانه‌روی است. (کلانتری،

۱۳۸۸: ۲۹)

۲-۳-۵- توجه به فرجام تجمل‌گرایی

دقت و توجه به فرجام و عاقبت تجمل‌گرایی می‌تواند به عنوان راهکاری مناسب برای پیشگیری از ان ارائه شود. فرجام اخروی اسراف و تجمل‌گرایی با نظر به آیات و روایات بسیار دردناک بیان شده است چنانکه قرآن کریم می‌فرماید: «لَا جَرَمَ أَنَّمَا تَدْعُونَنِي إِلَيْهِ لَيْسَ لَهُ دَعْوَةٌ فِي الدُّنْيَا وَلَا فِي الْآخِرَةِ وَأَنْ مَّرَدَّنَا إِلَى اللَّهِ وَأَنَّ الْمُسْرِفِينَ هُمْ أَصْحَابُ النَّارِ؛ آنچه مرا به سوی آن دعوت می‌کنید، به ناچار نه در دنیا و نه در آخرت [درخور] خواندن نیست، و در حقیقت، برگشت ما به سوی خداست، و افراط‌گران همدمان آتشند». (غافر/ ۴۳)

بنابراین توجه و دقت در فرجام تجمل‌گرایی به انسان کمک می‌کند که در شهوت مال و مقام غرق نشود و همیشه در زندگی خود اندازه مشخص و متناسب با نیاز خود را در نظر گیرد زیرا روزی خواهد رسید که همه‌انی نعمت‌ها از او گرفتار می‌شود. (کلانتری، ۱۳۸۸: ۵۰)

۲-۴- پژوهش‌های داخلی

در زمینه نگرش مذهبی و رابطه‌اش با تجمل‌گرایی تا کنون تحقیقی در داخل کشور انجام نشده (یا حداقل نگارنده با بررسی طولانی چینی موضوعی را نیافته است) اما پیرامون نگرش مذهبی و تجمل‌گرایی به صورت جداگانه پژوهش‌هایی انجام گرفته است که به طور خلاصه در ذیل آورده شده است.

تمدنی (۱۳۸۵) تحقیقی با عنوان رابطه نگرش دینی و همسازی اجتماعی دانشجویان با روش نمونه برداری چند مرحله‌ای با حجم ۴۲۴ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب انجام داد که ابزار پژوهش

پرسشنامه بوده است نتایج بدست آمده از تحلیل همبستگی پیرسون نشان داد بین نگرش دینی و سازش یافتگی اجتماعی تنها در دختران رابطه منفی معنا دار وجود داشت و نگرش دینی دانشجویان دختر قوی تر از پسران بود در حالی که در همسازی اجتماعی تفاوتی از لحاظ جنسی بدست نیامد. نتایج رگرسیون حاکی از عدم پیش بینی، سازش یافتگی اجتماعی بر اساس نگرش دینی و جنسی بود. آزمون میانه نیز تفاوتی بین نمره‌های دانشجویان متاهل و مجرد در میزان نگرش دینی و همسازی اجتماعی نشان نداد.

ایمانزاد و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان تأثیر نگرش مذهبی و معنویت گرایی بر مکانیسم دفاعی با حجم ۱۴۰ نفر از دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی ایلام، به صورت تصادفی با روش پرسشنامه‌ای انجام گرفت که نتایج حاصل، حاکی بر این مطلب بود که مکانیسم‌های دفاعی، فرایند های ناهشیار درون روانی هستند که وظیفه محافظت از خود در مقابل موقعیت‌های تهدید آمیز یا استرس زا بر عهده دارند. نتایج، بیانگر رابطه معکوس بین نگرش مذهبی و برخی مکانیسم‌های دفاعی بوده است.

شهینی ییلاق و همکاران (۱۳۸۳) تحقیق با عنوان رابطه علی بین نگرش‌های مذهبی، خوش بینی سلامت روان و سلامت جسمانی با حجم ۳۹۶ نفر از دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز با ابزار پرسشنامه انجام داد که نتایج بدست آمده مسیرهای مستقیم از نگرش‌های به خوش بینی، از خوش‌بینی به سلامت روانی و سلامت روانی به سلامت جسمانی معنی دار بود. همچنین مسیرهای غیر مستقیم از نگرش‌های مذهبی به سلامت روانی و جسمانی و از خوشبختی به سلامت جسمانی معنی دار بود. اما مسیرهای مستقیم بین نگرش‌های مذهبی و سلامت روانی و جسمانی و بین خوش‌بینی و سلامت جسمانی، معنی دار نبود.

حریری و همکاران (۱۳۹۳) تحقیق با عنوان بررسی رابطه نگرش مذهبی و اعتیاد به اینترنت در بین جوانان انجام دادند با حجم ۳۴۵ از دانشجویان رشته علوم انسانی دانشگاه خوارزمی که از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی استفاده شده که ابزارش پژوهش پرسشنامه نگرش مذهبی خدایاری فرد و اعتیاد به اینترنت کیبرلی یانگ بوده است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد رابطه معنی دار منفی بین نگرش مذهبی و اعتیاد به اینترنت وجود دارد. همچنین بین دو

گروه دختر و پسر، از نظر اعتیاد به اینترنت تفاوت معنا داری وجود دارد که به این ترتیب که میانگین اعتیاد به اینترنت پسران بالاتر از دختران است. در نگرش مذهبی نیز به استثنای اخلاقیات و ارزش‌ها، سایر مؤلفه‌ها تفاوت معنی داری با هم دارند و میانگین نگرش مذهبی نیز به استثنای اخلاقیات و ارزش‌ها، سایر مؤلفه‌ها تفاوت معنا داری با هم دارند و میانگین نگرش مذهبی دختران بالاتر از پسران است. همچنین بین نگرش مذهبی دانشجویان و اعتیاد به اینترنت با مقاطع تحصیلی رابطه معنی داری وجود نداشت.

منجری و همکاران (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان بررسی اثر ارتباط اسلامی و نگرش مذهبی بر بهبود رضایت زنا شویی انجام داده‌اند با حجم نمونه ۶۰ زوج شهر اصفهان با طول مدت ۳ الی ۷ مدت ازدواج با ابزار پرسشنامه انجام شده و نتایج بدست آمده اثر ارتباط اسلامی و نگرش مذهبی بر رضایت زنا شویی زوجها در پس آزمون و پیگیری موثر بوده است. همچنین بین نمرات پیش آزمون یا پس آزمون و پیگیری گروه مداخله تفاوت معنا داری مشاهده شد.

حیدری رفعت و همکاران (۱۳۸۹) تحقیقی با عنوان رابطه بین نگرش دینی و شاد کامی در بین دانشجویان انجام داده اند با حجم ۷۰۳۸۹ و با روش نمونه‌گیری تصادفی از بین دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس انتخاب شدند. نتایج نشان داد که بین نگرش دینی و شاد کامی دانش جویان رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد اما بین دانشجویان دختر و پسر در نگرش دینی و شاد کامی تفاوت معنا داری وجود ندارد. بعلاوه بین دانشجویان مجرد و متاهل در نگرش دینی و شاد کامی تفاوت معنا داری وجود دارد و دانشجویان متاهل شاد کام‌تر و نگرش بیشتری دارند همچنین بین دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری در نگرش دینی تفاوت معنا داری وجود دارد و دانشجویان مقطع دکتری از نگرش دینی بیشتری برخوردار بودند ولی از لحاظ شاد کامی تفاوتی بین آنها مشاهده نشد.

حیدری و همکاران (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان بررسی رابطه جهت گیری ارزشی مدرن با هویت دینی با مقایسه جنسیتی آن را انجام دادند با حجم نمونه ۳۷۰ نفر دانش آموزان متوسطه شهر مرو دشت با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله سهمیه ای متناسب با جنس، رشته و مقطع تحصیلی، برای دست یابی به آن استفاده شد ۵۰ درصد دختران

و ۵۰ درصد پسران میانگین نو گرایی دختران بیشتر از نو گرایی پسران بود. براساس نتایج تحقیق میانگین نمره جهت گیری ارزشی مدرن و هویت دینی دختران بالاتر از پسران و معنی دار بوده است. همبستگی جهت گیری مدرن با ابعاد اعتقادی و احساسی هویت دینی منفی و معنا دار بوده است اما همبستگی آن با بعد عملی و کلی هویتی دینی معنی دار نبوده است. درکل بر اساس نتایج تحقیق به نظر می رسد بر خلاف مفروضات رایج نظریه دنیوی شدن، رابطه بین جهت گیری ارزشی مدرن و هویتی، حداقل در بین پاسخ گویان این تحقیق نوعی رابطه تقابلی نبوده است. مقاله حاضر بر گرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد عباس رضانی باصری می باشد که در سال تحصیلی ۱۳۹۲ در دانشگاه یاسوج انجام شده است.

فیروز صمدی و همکاران (۱۳۹۲) مقاله ای به عنوان ارتباط میان نگرش مذهبی و شایستگی اجتماعی والد - فرزندی با فرا شناخت هیجانی با حجم نمونه ۶۰۱۲۰ نفر از کلیه دانش آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهرستان ساوه با روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انجام گرفت نتایج حاصل نشان داد که رابطه بین شایستگی اجتماعی و نگرش مذهبی خانواده با فرا شناخت در دانش آموزان دختر و پسر تفاوت دارد. به طوری که در دانش آموزان دختر سهم نگرش مذهبی آنها بیشتر شایستگی اجتماعی بر آورد شده است و این در حالی است که در دانش آموزان پسر فرا شناخت هیجانی پیش بینی کننده قوی تر نسبت به نگرش مذهبی می باشد.

یزدانی و همکاران (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان ابعاد و کارکردهای روانشناختی نگرش دینی انجام دادند که به طور کلی می توان گفت در غرب دو رویکرد به دین وجود دارد. یکی دین را مجموعه از گزاره ها می داند و دیگری به عوامل عاطفی، شهودی و اخلاقی تکیه می کند در این مقاله به برخی از دیدگاه های معاصر در مورد نگرش و باورهای از دو زاویه کارکردها و ابعاد نگرش دینی پرداخته شده است مقوله کارکرد به نقش دین در سلامت روانی، قدرت مقاومت در مقابل فشارها و کارکردهای دیگر دین توجه کرده است. مقوله ابعاد به جنبه های مختلف نگرش و جهت گیری های دینی می پردازد که شامل اعتقادی، اخلاقی، داستانی، مناسکی و اجتماعی است.

فرقانی و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان تاثیر تجمل گرایی در سریال های تلویزیونی بر اقتصاد خانواده انجام دادند که حجم نمونه ۳۵۰ نفر از ۷ دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات، ادبیات، اقتصاد، مدیریت، حسابداری و بیمه اکو انتخاب شده بود که از روش نمونه گیری تصادفی انجام گرفت که نتایج آن نشان داد تجمل گرایی موجود در سریال های تلویزیونی نه تنها باعث پیشرفت اقتصادی خانواده ها نمی شود. بلکه با اقتصاد اکثر خانواده های ایرانی منافات دارد و همچنین گاهی مفاسد اقتصادی را به جامعه تحمیل می کند و با ترویج مصرف گرایی باعث وابستگی به جوامع دیگر می شود که این وابستگی زمینه ساز سلطه فرهنگی و اقتصادی بیگانگان می شود.

رحمتی نجار کلائی و همکاران ۱۳۹۳ تحقیقی با عنوان پایی و ویژگی های روان سنجی با پرسشنامه نگرش مذهبی انجام دادند با حجم نمونه ۴۲۸ نفر از دانشجویان دانشگاه تهران و با روش نمونه گیری سهمیه و وزنی انتخاب شده که نتایج بدست آمده نشان داد که مذهب به عنوان عامل حمایت کننده در زندگی، مذهب عنوان نیاز درونی وعدم دین باوری بود.

افسر دیر و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی کتابخانه ای با عنوان آسیب شناسی تجمل گرایی در رفتارهای فردی و راهکارهای قرآنی و روایی و پیشگیری از آن را انجام دادند که نتایج بدست آمده به این شرح است که تجمل به خودی خودی بار منفی ندارد اما آنچه در این بین مورد نگرانی شدید اسلام است، گرایش افراطی به تجملات و تشریفات دنیوی و هدف قرار گرفتن آن در زندگی می باشد. گرایش به تجملات و زرق و برق دنیا آسیب ها و آثار نامطلوب در پی دارد از آن جمله فراموشی یاد خدا، دنیا زدگی، کفران نعمت و مصرف گرایی... از آسیب های این گرایش است. از جمله راهکارهای قرآنی و روایی مقابله با تجمل گرایی، توجه به هدف خلقت ترویج الگو گیری از سیره معصومین (علیهم السلام) تقویت باور های دینی و ارزش های معنوی مانند: زهد، پارسایی، قناعت، اعتدال و... می باشد.

خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان مذهب و رفتار مصرف کننده انجام دادند با حجم نمونه ۳۸۳ از زنان متاهل شیراز با روش پرسشنامه ای با شیوه نمونه گیری خوشه ای، نتایج بدست آمده نشان داد که ابعاد گوناگون

مذهبی بودن، مناسکی، تجربی با نگرش به مصرف دارای رابطه ی منفی معنا داری بودند، از سوی دیگر ، نگرش به مصرف با رفتار مصرفی دارای رابطه معنا دار مثبتی بوده است.

۵-۲- فرضیه های تحقیق

بین نگرش مذهبی و علل روانه دنیا گرایانه رابطه وجود دارد.

بین نگرش مذهبی و گرایش های اجتماعی دنیا گرایانه رابطه وجود دارد.

بین نگرش مذهبی و عدم گرایش به عبودیت رابطه وجود دارد.

بین نگرش مذهبی و تجمل گرایی رابطه وجود دارد.

بین نگرش مذهبی و عدم تعبد به احکام رابطه وجود دارد.

بین نگرش مذهبی و آخرت گریزی رابطه وجود دارد.

بین نگرش مذهبی و دنیا گرایی رابطه وجود دارد.

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

در این فصل درباره روش پژوهش جامعه و نمونه آماری بحث خواهیم کرد. سپس ابزارهای مورد استفاده در این

پژوهش را معرفی کرده و شیوه اجرا و همچنین روش های آماری مورد استفاده برای تحلیل داده ها را توضیح می دهیم.

۱-۳- طرح پژوهش

با توجه به هدف پژوهش، که بررسی رابطه بین نگرش های مذهبی و تجمل گرایی در افراد متاهل شهرستان سنقر

است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف در زمره پژوهش‌های همبستگی قرار می‌گیرد و از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها جزء پژوهش‌های همبستگی قرار می‌گیرد. تحقیقات همبستگی شامل کلیه تحقیقاتی می‌شود که در آنها سعی می‌شود رابطه بین متغیرهای مختلف با استفاده از ضریب همبستگی، کشف یا تعیین شود. هدف روش تحقیق همبستگی مطالعه حدود تغییرات یک یا چند متغیر با حدود تغییرات یک یا چند متغیر دیگر است. (دلاور، ۱۳۸۴).

۲-۳- جامعه و نمونه مورد مطالعه

جامعه آماری مورد پژوهش در این تحقیق شامل کلیه افراد متاهل شهرستان سنقر می‌باشند که در سال ۹۵-۹۶ در این شهرستان ساکن هستند می‌باشد.

۳-۳- نمونه و روش نمونه‌گیری

نمونه آماری این مطالعه شامل ۱۰۰ زن و مرد متاهل شهر سنقر زندگی می‌کنند می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان انتخاب شده است که در نهایت ۱۰۰ نفر از افراد متاهل شهر سنقر با نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب شدند.

۴-۳- ابزار و روش جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها

به منظور دستیابی به هدف نهایی تحقیق، در این پژوهش از دو شیوه به شرح ذیل جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد:

بررسی کتابخانه‌ای: در تحقیق فوق جهت نگارش تئوری و ادبیات تحقیق علاوه بر کتب از مقالات و پایان‌نامه‌های داخلی و خارجی نیز استفاده گردید، هم‌چنین جهت غنی‌سازی ادبیات تحقیق و افزایش اعتبار آن از مجلات و

سایت‌های اینترنتی و منابع معتبر داخلی و خارجی بهره گرفته شد.

استفاده از پرسشنامه: یکی از روش‌های متداول در گردآوری اطلاعات میدانی روش پرسشنامه‌ای است که امر

گردآوری اطلاعات را در سطح وسیع، امکان پذیر می‌سازد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۷).

الف) پرسشنامه تجمل گرایی:

این پرسشنامه دارای ۶۰ گویه بر مبنای طیف پنج گزینه‌ای تنظیم شده است. هدف سنجش میزان دنیاگرایی از

ابعاد مختلف (علایم روانی دنیاگرایانه، گرایش‌های اجتماعی دنیاگرایانه، عدم گرایش به عبودیت، تجمل گرایی، عدم

تعبد به احکام، آخرت گریزی) می‌باشد. امتیازات مربوط به هر گزینه در جدول زیر ارائه گردیده است:

| | | | | |
|-------|---|-------|---|-------|
| مطلوب | ت | مطلوب | ت | مطلوب |
| ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ |

این پرسشنامه دارای ۶ بعد بوده که در جدول زیر ابعاد و نیز شماره سوال مربوط به هر بعد ارائه گردیده است:

| سوالات مربوطه | بعد |
|---------------|----------------------------------|
| ۱-۱۰ | علایم روانی دنیاگرایانه |
| ۱۱-۲۴ | گرایش‌های اجتماعی دنیاگرایانه |
| ۲۵-۳۷ | عدم گرایش به عبودیت |
| ۳۸-۴۵ | تجمل گرایی |
| ۴۶-۵۱ | عدم تعبد به احکام |
| ۵۲-۶۰ | آخرت گریزی |

برای بدست آوردن امتیاز مربوط به هر بعد، مجموع امتیازات مربوط به تک تک سوالات آن بعد را با هم محاسبه نمائید.

روایی و پایایی:

در پژوهش اکبری و همکاران (۱۳۸۸) ابتدا روایی محتوایی این مقیاس را ده تن از کارشناسان علوم اسلامی تأیید کردند و سپس پرسشنامه یادشده، در جامعه آماری (دانشگاه علامه طباطبائی، مؤسسه امام خمینی و دفتر تبلیغات اسلامی) در نمونه آماری ۲۷۶ نفری اجرا شد. اعتبار آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۹۲ و با روش دوباره‌سنجی از هم‌بستگی پیرسون برابر ۰/۹۹ و با روش تنصیفی از هم‌بستگی ۰/۹۵۵ برخوردار است.

ب) پرسشنامه نگرش‌های مذهبی:

بعد اعتقادی : عبارت شماره ۱ تا ۷

بعد تجربی : عبارت شماره ۸ تا ۱۳

بعد پیامدی : عبارت شماره ۱۴ تا ۱۹

بعد مناسکی : عبارت شماره ۲۰ تا ۲۶

نمره کل شدت نگرش‌های مذهبی : مجموع نمرات فرد در ابعاد بالا برای نمره گذاری عبارت ، از اولین گزینه (کاملاً موافق) تا آخرین گزینه (کاملاً مخالف) به ترتیب عدد ۴ تا ۰ را اختصاص دهید. نمره گذاری عبارات ۲۰ تا ۲۶ هم به همین شیوه انجام می‌شود توجه کنید که نمره گذاری عبارات ۱۹، ۱۶، ۱۴، ۷ برعکس انجام می‌شود (۰ تا ۴) .

بدیهی است که میزان نمره آزمونی در هر یک از این خرده مقیاس‌ها و همچنین میزان نمره فرد در شاخص نمره

کل به عنوان میزان شدت نگرش مذهبی کلی فرد و یا شدت آن بعد تفسیر می‌شود. هر چقدر نمره ی فرد در بعدی

بالا تر باشد، شدت نگرش مذهبی فرد در آن بعد خاص بیشتر است. همین تفسیر در شاخص نمره‌ی کل نیز صدق می‌کند.

۳-۵- متغیرهای پژوهش

در این پژوهش مؤلفه تجمل‌گرایی و زیر مقیاس‌هایش به عنوان متغیرهای مستقل بوده و مؤلفه نگرش‌های مذهبی به عنوان متغیرهای وابسته می‌باشند.

۳-۶- روش آماری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق و تجزیه و تحلیل اطلاعات خام و به منظور مطالعه معنی‌دار بودن و تفاوت میانگین‌ها، روش‌های آماری زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

تجزیه و تحلیل اطلاعات شامل دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی می‌باشد که جهت انجام آمار توصیفی از شاخص‌های پراکندگی و مرکزی به همراه نمودارهای متناسب با جداول، استفاده می‌شود. همچنین در آمار استنباطی و جهت برآورد نتایج فرضیات و به دست آوردن مقادیر لازم، برای همبستگی پیرسون و جهت ارتباط بین دو متغیر و اولویت بندی عوامل از نرم افزار آماری SPSS استفاده گردید.

۳-۷- تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

الف) تعریف نظری:

نگرش‌های مذهبی: عبارت است از اعتقادات منسجم و یکپارچه توحیدی که خداوند را محور امور دانسته و ارزش‌ها و اخلاقیات، ادب، رسوم و رفتارهای انسان را با طبیعت، یکدیگر و خویشان تنظیم می‌کند.

تجمل‌گرایی: مرکب از دو واژه‌ی «تجمل» و «گرایی»: تجمل به معنای «خود را زینت دادن و آراسته شدن» و

گرایی به معنای «آهنگ کردن، میل و رغبت کردن». با توجه به این تعبیرها : تجمل گرایی به معنای رغبت کردن به تجملات و توجه به ظواهر زندگی است. (فرهنگ فارسی، معین، ج ۱، ۱۳۷۱: ۱۰۳۲)

ب) تعریف عملیاتی:

نگرش‌های مذهبی: منظور از نگرش‌های مذهبی میزان نمره‌ای است که در آزمون نگرش مذهبی به دست آمده است.

تجمل گرایی: منظور از تجمل گرایی میزان نمره ای است که در آزمون تجمل گرایی به دست آمده است.

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

جدول (۱)، وضعیت آزمودنی‌ها را بر حسب ویژگی‌های جمعیت شناختی جنسیت، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال نشان می‌دهد.

جدول (۱). توصیف وضعیت آزمودنی‌ها بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی

| متغیر | فراوانی | درصد |
|--------------|---------------|------|
| جنسیت | مرد | ۵۰ |
| | زن | ۵۰ |
| وضعیت تأهل | مجرد | ۳۲ |
| | متأهل | ۳۲ |
| وضعیت اشتغال | شاغل | ۴۷ |
| | بیکار | ۵۳ |
| سطح تحصیلات | زیر دیپلم | ۱۶ |
| | دیپلم | ۲۴ |
| | کارشناسی | ۵۰ |
| | کارشناسی ارشد | ۸ |
| | دکتری | ۲ |

مندرجات جدول ۱ بیانگر اینست که از مجموع ۱۰۰ نفر آزمودنی شرکت کننده در این پژوهش، تعداد ۵۰ نفر مذکر و ۵۰ نفر مؤنث؛ ۳۲ نفر مجرد و ۴۷ نفر متأهل؛ ۴۷ نفر شاغل و ۵۳ نفر بیکار؛ ۱۶ نفر دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۲۴ نفر دیپلم، ۵۰ نفر لیسانس، ۸ نفر فوق لیسانس و ۲ نفر دارای تحصیلات دکتری بوده اند.

جدول ۲، میانگین و انحراف معیار متغیرهای نگرش مذهبی و دنیاگرایی آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد.

جدول (۲). توصیف متغیرهای اصلی تحقیق

| متغیر | فراوانی | میانگین | انحراف معیار |
|--------------------------------|---------|---------|--------------|
| عامل روانی دنیاگراییانه | ۱۰۰ | ۳۱/۹۵ | ۵/۲۷۷ |
| گرایش های اجتماعی دنیاگراییانه | ۱۰۰ | ۳۹/۲۸ | ۵/۷۰۵ |
| عدم گرایش به عبودیت | ۱۰۰ | ۳۶/۳۳ | ۶/۰۶۹ |
| تجمل گرایی | ۱۰۰ | ۲۲/۰۳ | ۵/۷۳۹ |
| عدم تعبد به احکام | ۱۰۰ | ۱۵/۶۰ | ۷/۶۶۳ |
| آخرت گرایی | ۱۰۰ | ۱۸/۵۴ | ۶/۱۲۶ |
| دنیاگرایی (کل) | ۱۰۰ | ۱۶۴/۲۴ | ۲۴/۱۳۲ |
| نگرش مذهبی (کل) | ۱۰۰ | ۸۰/۵۷ | ۱۲/۹۲۳ |

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌گردد، میانگین و انحراف معیار دنیاگرایی در آزمودنی‌ها به ترتیب برابر با ۱۶۴/۲۴ و ۲۴/۱۳۲ است و بیشترین میانگین در زیر مقیاس های دنیاگرایی مربوط به زیر مقیاس گرایش های اجتماعی دنیاگراییانه با مقدار ۳۹/۲۸ و کمترین میانگین مربوط به زیر مقیاس عدم تعبد به احکام با مقدار ۱۵/۶۰ می‌باشد. همچنین میانگین و انحراف معیار نگرش مذهبی به ترتیب برابر با ۸۰/۵۷ و ۱۲/۹۲۳ است.

جدول ۳، نتیجه آزمون کولموگروف- اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده های مربوط به متغیرهای

تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول (۳). بررسی نرمال بودن توزیع داده ها

| متغیرها | کولموگروف- اسمیرنوف | |
|--------------|---------------------|------------|
| | آماره آزمون | درجه آزادی |
| نگرش مذهبی | ۰/۱۰۷ | ۱۰۰ |
| دنیاگرایی | ۰/۰۵۷ | ۱۰۰ |
| سطح معناداری | ۰/۰۷ | ۰/۲۰۰ |

نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف در جدول ۳ بیانگر اینست که سطح معناداری آزمون برای متغیرهای نگرش مذهبی و دنیاگرایی بیشتر از ۰/۰۵ است و بدین معنی که توزیع داده های مربوط به این دو متغیر دارای توزیع نرمال است و جهت بررسی رابطه متغیرها و مقایسه میانگین گروه ها می توانیم آزمون های پارامتریک را بکار گیریم.

جدول ۴، نتایج ضریب همبستگی پیرسون را برای بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق نشان می دهد.

جدول (۴). نتایج آزمون همبستگی پیرسون

| متغیرها | عامل روانی دنیاگرایانه | گرایشهای اجتماعی دنیاگرایانه | عبودیت عدم گرایش به | تجمل گرایی | عدم تعبد به احکام | آخرت گرایی | دنیاگرایی |
|---------|------------------------|------------------------------|---------------------|------------|-------------------|------------|------------|
| | | | | | | | |
| ضریب | ۰/۲۸۱ | ۰/۴۷۶ | ۰/۳۹۷ | ۰/۱۶۰ | ۰/۴۴۲ | ۰/۴۶۸ | ۰/۵۷۵ |
| | - | - | - | - | - | - | - |
| سطح | ۰/۰۰۵ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۱۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| | نگرش مذهبی | نگرش مذهبی | نگرش مذهبی | نگرش مذهبی | نگرش مذهبی | نگرش مذهبی | نگرش مذهبی |

مندرجات جدول ۴ نشان می دهد که، ضریب همبستگی بین نگرش مذهبی و زیر مقیاس های دنیاگرایی (به جز زیر مقیاس تجمل گرایی) معکوس و در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. بیشترین میزان ضریب همبستگی بین زیر مقیاس گرایش های اجتماعی دنیاگرایانه و زیر مقیاس آخرت گریزی با نگرش مذهبی وجود دارد. بین زیر مقیاس تجمل گرایی با نگرش مذهبی میزان ارتباط معنادار نبوده است. همچنین میزان ضریب همبستگی بین نگرش مذهبی و مقیاس کل دنیاگرایی برابر با (۰/۵۷۵-) است که بیانگر رابطه منفی و معنادار این دو متغیر اصلی تحقیق است.

جدول ۵، نتایج آزمون t مستقل را برای مقایسه میانگین نگرش مذهبی گروه های مستقل آزمودنی بر حسب جنسیت (مذکر و مؤنث)، وضعیت تاهل (مجرد و متأهل) و وضعیت اشتغال (شاغل و بیکار) نشان می دهد.

جدول (۵). نتایج آزمون t گروه های مستقل

| متغیر | T | درجه آزادی | سطح معناداری | تفاوت میانگین ها |
|-------------------------------------|--------|------------|--------------|------------------|
| جنسیت مذکر _____ مؤنث | -۰/۳۶۲ | ۸۸/۸۷ | ۰/۷۱۸ | -۰/۹۴۰ |
| وضعیت تاهل مجرد _____ متأهل | -۰/۵۹۹ | ۹۸ | ۰/۵۵۰ | -۱/۶۶۵ |
| وضعیت اشتغال شاغل _____ بیکار | ۲/۱۶۷ | ۹۸ | ۰/۰۳۳ | ۵/۵۰۸ |

مندرجات جدول ۵ نتایج آزمون t مستقل را نشان می دهد، همانطور که مشاهده می گردد سطح معناداری آزمون برای وضعیت اشتغال آزمودنی ها کمتر از ۰/۰۵ است و مقدار t آن نیز بزرگ است. بنابراین می توان گفت که میانگین نگرش مذهبی گروه های شاغل و بیکار تفاوت معناداری با هم دارند. اما تفاوت معناداری بین میانگین نگرش مذهبی

آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت و وضعیت تأهل وجود ندارد.

برای مقایسه میانگین نگرش مذهبی بر حسب سطح تحصیلات آزمودنی‌ها (پایین‌تر از دیپلم، دیپلم، لیسانس، ارشد و دکتری) از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده می‌نماییم. اما ابتدا فرض همگنی واریانس‌های سطح تحصیلات (پنج گروه) در رابطه با متغیر نگرش مذهبی با آزمون لون ارزیابی گردید که نتایج آن در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول (۶). نتایج آزمون لون برای بررسی همگنی واریانس‌های پنج گروه سطح تحصیلات

| متغیرها | آماره آزمون | df1 | df2 | سطح معناداری |
|------------|-------------|-----|-----|--------------|
| نگرش مذهبی | ۲/۴۰۹ | ۴ | ۹۵ | ۰/۰۵۵ |

مندرجات جدول ۶ حاکی از عدم تخطی از فرض همگنی واریانس‌های مربوط به پنج گروه سطح تحصیلات آزمودنی‌ها است، به این دلیل که سطح معناداری محاسبه شده ۰/۰۵۵ بزرگتر از ۰/۰۵ است. بنابراین از جدول F به منظور مقایسه میانگین‌های پنج گروه در رابطه با نگرش مذهبی آزمودنی‌ها استفاده می‌نماییم که نتایج آن در جدول ۷ آمده است.

جدول (۷). نتایج آزمون تحلیل واریانس

| منابع تغییر | مجموع مجزورات | درجه آزادی | میانگین مجزورات | F | سطح معناداری |
|-------------|---------------|------------|-----------------|-------|--------------|
| بین گروهی | ۱۴۴۳/۴۹۴ | ۴ | ۳۶۰/۸۷۴ | ۲/۲۷۲ | ۰/۰۶۷ |
| درون گروهی | ۱۵۰۹۱/۰۱۶ | ۹۵ | ۱۵۸/۸۵۳ | | |
| کل | ۱۶۵۳۴/۵۱۰ | ۹۹ | | | |

همانطور که در جدول ۷ مشاهده می گردد، نتایج آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین نگرش مذهبی بر حسب تحصیلات آزمودنی ها بیانگر اینست که تفاوت معناداری بین میانگین های پنج گروه در رابطه با نگرش مذهبی آزمودنی ها وجود ندارد [$F_{(4, 95)} = 2/272$ ؛ $(P > 0/05)$].

جدول ۸، نتایج آزمون t مستقل را برای مقایسه میانگین دنیاگرایی گروه های مستقل آزمودنی بر حسب جنسیت (مذکر و مؤنث)، وضعیت تاهل (مجرد و متأهل) و وضعیت اشتغال (شاغل و بیکار) نشان می دهد.

جدول (۸). نتایج آزمون t گروه های مستقل در رابطه با دنیاگرایی

| متغیر | T | درجه آزادی | سطح معناداری | تفاوت میانگین ها |
|--------------|-------|------------|--------------|------------------|
| جنسیت | مذکر | ۹۸ | ۰/۴۸۹ | ۳/۳۶۰ |
| | مؤنث | | | |
| وضعیت تاهل | مجرد | ۹۸ | ۰/۷۶۲ | ۱/۵۷۷ |
| | متاهل | | | |
| وضعیت اشتغال | شاغل | ۹۸ | ۰/۲۷۸ | -۵/۲۷۰ |
| | بیکار | | | |

مندرجات جدول ۸ نتایج آزمون t مستقل را نشان می دهد، همانطور که مشاهده می گردد سطح معناداری آزمون برای متغیرهای جنسیت، وضعیت تاهل و وضعیت اشتغال در رابطه با دنیاگرایی از ۰/۰۵ بیشتر است و مقدار t آنها نیز کوچک است. بنابراین می توان گفت که میانگین دنیاگرایی گروه های مذکر و مؤنث، گروه های شاغل و بیکار و گروه های مجرد و متأهل تفاوت معناداری با هم ندارند.

برای مقایسه میانگین دنیاگرایی بر حسب سطح تحصیلات آزمودنی ها (پایین تر از دیپلم، دیپلم، لیسانس، ارشد و دکتری) از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده می نماییم. اما ابتدا فرض همگنی واریانس های سطح تحصیلات

(پنج گروه) در رابطه با متغیر دنیاگرایی با آزمون لون ارزیابی گردید که نتایج آن در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول (۹). نتایج آزمون لون برای بررسی همگنی واریانس های پنج گروه سطح تحصیلات

| متغیرها | آماره آزمون | df1 | df2 | سطح معناداری |
|-----------|-------------|-----|-----|--------------|
| دنیاگرایی | ۰/۷۶۹ | ۴ | ۹۵ | ۰/۵۴۸ |

مندرجات جدول ۹ حاکی از عدم تخطی از فرض همگنی واریانس های مربوط به پنج گروه سطح تحصیلات آزمودنی ها در رابطه با دنیاگرایی است، به این دلیل که سطح معناداری محاسبه شده ۰/۵۴۸ بزرگتر از ۰/۰۵ است. بنابراین از جدول F به منظور مقایسه میانگین های پنج گروه در رابطه با نگرش مذهبی آزمودنی ها استفاده می نمایم که نتایج آن در جدول ۱۰ آمده است.

جدول (۱۰). نتایج آزمون تحلیل واریانس

| منابع تغییر | مجموع مجزورات | درجه آزادی | میانگین مجزورات | F | سطح معناداری | تجزیه و تحلیل |
|-------------|---------------|------------|-----------------|-------|--------------|---------------|
| بین گروهی | ۲۳۷۰/۳۶۲ | ۴ | ۵۹۲/۵۹۰ | ۱/۰۱۸ | ۰/۴۰۲ | |
| درون گروهی | ۵۵۲۸۱/۸۷۸ | ۹۵ | ۵۸۱/۹۱۵ | | | |
| کل | ۵۷۶۵۲/۲۴۰ | ۹۹ | | | | |

همانطور که در جدول ۱۰ مشاهده می گردد، نتایج آزمون تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین دنیاگرایی بر حسب تحصیلات آزمودنی ها بیانگر اینست که تفاوت معناداری بین میانگین های پنج گروه در رابطه با دنیاگرایی آزمودنی

ها وجود ندارد [$F_{(۴, ۹۵)} = ۱/۰۱۸$ ؛ $(P > ۰/۰۵)$].

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین نگرش‌های مذهبی و تجمل‌گرایی بین مردان و زنان متأهل شهرستان سنقر انجام شده است. از مجموع ۱۰۰ نفر آزمودنی شرکت کننده در این پژوهش، تعداد ۵۰ نفر مذکر و ۵۰ نفر مؤنث؛ ۳۲ نفر مجرد و ۴۷ نفر متأهل؛ ۴۷ نفر شاغل و ۵۳ نفر بیکار، ۱۶ نفر دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۲۴ نفر دیپلم، ۵۰ نفر لیسانس، ۸ نفر فوق لیسانس و ۲ نفر دارای تحصیلات دکتری بوده‌اند. میانگین و انحراف معیار دنیاگرایی در آزمودنی‌ها به ترتیب برابر با ۱۶۴/۲۴ و ۲۴/۱۳۲ است و بیشترین میانگین در زیر مقیاس‌های دنیاگرایی مربوط به زیر مقیاس گرایش‌های اجتماعی دنیاگرایانه با مقدار ۳۹/۲۸ و کمترین میانگین مربوط به زیر مقیاس عدم تعبد به احکام با مقدار ۱۵/۶۰ می‌باشد. همچنین میانگین و انحراف معیار نگرش مذهبی به ترتیب برابر با ۸۰/۵۷ و ۱۲/۹۲۳ است. ضریب همبستگی بین نگرش مذهبی و زیر مقیاس‌های دنیاگرایی (به جز زیر مقیاس تجمل‌گرایی) معکوس و در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. بیشترین میزان ضریب همبستگی بین زیر مقیاس گرایش‌های اجتماعی دنیاگرایانه و زیر مقیاس آخرت‌گریزی با نگرش مذهبی وجود دارد. بین زیر مقیاس تجمل‌گرایی با نگرش مذهبی میزان ارتباط معنادار نبوده است. همچنین میزان ضریب همبستگی بین نگرش مذهبی و مقیاس کل دنیاگرایی برابر با (۰/۵۷۵-) است که بیانگر رابطه منفی و معنادار این دو متغیر اصلی تحقیق است. می‌توان گفت که میانگین نگرش مذهبی گروه‌های شاغل و بیکار تفاوت معناداری با هم دارند. اما تفاوت معناداری بین میانگین نگرش مذهبی آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت وجود ندارد. مقایسه میانگین نگرش مذهبی بر حسب تحصیلات آزمودنی‌ها بیانگر این است که تفاوت معناداری بین میانگین‌های پنج گروه در رابطه با نگرش مذهبی آزمودنی‌ها وجود ندارد.

در شکل‌گیری سبک زندگی و پیروی از تجمل‌گرایی در جامعه کنونی نقش ارزش‌های دینی به عنوان عامل باز دارنده و تأثیرگذار در روی آوری به زندگی تجملی تأثیرگذار می‌باشد، همچنین عواملی نظیر فقر فرهنگی به عنوان عاملی مؤثر در روی آوری افراد جامعه به تقلید کور کورانه از الگوهای فرهنگی بیگانه و یا افراد طبقاتی که خود نیز توجیهی برای چنین سبک زندگیشان ندارند، عامل مهم دیگر در روی آوری به زندگی تجملی چشم و هم

چشمی است. کسانی که گرفتار کمبودهای روحی و روانی هستند و احساس عقده حقارت و نقص دارند، برای جبران این نقیصه به تجمل گرایی دامن می‌زنند. عامل دیگر استفاده از برنامه‌های شبکه‌های خارجی می‌باشد که اکثراً با پشتوانه فکری تغییر در سبک زندگی و سبک فکری کشورهای جهان سوم تهیه و عرضه می‌شوند.

در جوامعی که تضاد و تفاوت در بین لایه‌ها و قشرهای اجتماعی بیشتر است کسی که امکانات رفاهی گران قیمت از جمله لباس و اتومبیل گران قیمت داشته باشد مورد احترام سایرین بوده و نیازهای اجتماعی‌اش راحت‌تر برطرف می‌شود. به همین دلیل افراد طبقات پایین‌تر جامعه سعی دارند که با آگاهی از معیارهای ظاهری قشر بالا و عمل نمودن به آن خود را به آنها نزدیک کرده و احترامی در حد آنها کسب کنند حتی اگر در این میان درآمد آنها کفاف رسیدن به چنین جایگاهی را ندهد. این مسأله عامل مهمی در گرایش به تجمل گرایی است و معمولاً زنان به جهت گرایش به نوگرایی و جلوه نمایی و کسب منزلت اجتماعی و فردی بیشتر در تیر رس روی آوری به تجمل گرایی قرار دارند. رسانه‌ها باید زنان را به عنوان مخاطب هدف اصلی خود قرار دهند؛ زیرا آنها مدیریت خرید کالاهای مورد نیاز خانواده را در دست دارند و تغییر نگرش آنان، بیش از تغییر نگرش مردان یا کودکان باید مورد توجه قرار گیرد.

نهادهای مذهبی باید پس از باور گفتمان اقتصاد مقاومتی توسط خویش، در این راستا برنامه ریزی دقیق و جامعی داشته باشند و با انواع شیوه‌ها پیام‌های لازم را به مردم منتقل نمایند. این پیام‌ها می‌تواند طیفی از فتوای تحریم کالاهای خارجی که مشابه داخلی دارد، تا تبیین اهمیت ملی گرایی مصرفی در این برهه زمانی و همچنین تشویق مردم به استفاده از کالاهای ملی در مصروفات روزمره باشد.

منابع و مأخذ

* قرآن کریم.

۲. ابوالقاسمی، عباس، بررسی ساده و چندگانه استرسورهای دانشجویی با عملکرد تحصیلی در دانشجویان، مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه چمران، ۱۳۸۲.
۳. اسحاقی، سید حسن، باید و نباید های مصرف، قم: دفتر عقل، ۱۳۸۸.
۴. افسر دیر، حسین، رحیمی، عصمت، آسیب شناسی تجمل گرایی در رفتار های فردی و راهکارهای قرآنی و روایی و پیشگیری از آن، بی جا: مجله بصیرت و تربیت اسلامی ISC سال دوازدهم، ۱۳۹۳، شماره ۳۳.
۵. ایروانی، جواد، اکبری نیا، علی، مصرف صحیح از نگاه اسلام، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ۱۳۹۱.
۶. ایمان زاد، معصومه و عطا بیگی ممتاز، گل اندام و موسوی مقدم، سید رحمت الله و نجفی، نسرین، خدادادی، زینب، تأثیر نگرش مذهبی و معنویت گرایی بر مکانیسم دفاعی، ایلام: مجله علوم پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی ۱۳۹۲، دوره ۲۳.
۷. الهامی نیا، علی اصغر، مقدس نیا، علی، اخلاق اقتصادی، بی جا، بی تا.
۸. بنی اسدی، حسن و باقری، مسعود، دانش ارتباط غیر کلامی و شایستگی اجتماعی، مقاله اندیشه و رفتار، دوره پنجم، ۱۳۹۰، شماره ۲۰ - صص ۳۶ - ۲۴.
۹. تمدنی، مجتبی، رابطه نگرش دینی و همسازی اجتماعی دانشجویان، تهران: مجله روانشناسی تحولی (ISC) (۱۳۸۵، شماره ۸
۱۰. جمشیدی، محمد صادق، اسراف در قرآن و حدیث، تهران: بین الملل، ۱۳۸۸.
۱۱. حرعاملی، وسائل الشیعه، قم: مؤسسه آل البیت علیه السلام، ۱۴۰۹.

۱۲. حریری، نجلا و باب الحوائجی، فهیمه و آقا سید جوادی، پری‌چهر، تحقیق با عنوان بررسی رابطه نگرش مذهبی و اعتیاد به اینترنت در بین جوانان، تهران، ۱۳۹۳.

۱۳. حیدری، آرمان و رمضانی باصری، عباس، بررسی رابطه جهت‌گیری ارزشی مدرن با هویت دینی با مقایسه جنسیتی، مروت: جامعه پژوهشی فرهنگی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی سال ششم ۱۳۹۴، شماره چهارم.

۱۴. حیدری رفعت، ابوذر و عنایتی نوین فر، علی، رابطه بین نگرش دینی و شادکامی در بین دانشجویان، تهران: مجله روانشناسی و دین ۱۳۸۹، شماره ۱۲

۱۵. خواجه نوری، بیژن و مساوات، سید ابراهیم، مذهب و رفتار مصرف‌کننده زنان متأهل، شیراز: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، ۱۳۹۱، سال یازدهم، شماره سوم.

۱۶. راغب اصفهانی، غلام حسین، (۱۴۱۲)، مفردات الفاظ قرآن، (محقق: داوود صفوان عدنان)، بیروت: دار العلم.

۱۷. رحمتی نجار کلائی، فاطمه و جعفری، محمدرضا وانیسی، جعفر، تلخابی، مجید، پایایی و ویژگی‌های روان سنجی با پرسش‌نامه نگرش مذهبی دانشجویان، تهران: ۱۳۹۳، فصل‌نامه علمی پژوهشی ابن سینا www.SID.IR

۱۸. رحیمی اصفهانی، غلام حسین، اخلاق اسلامی، قم: مؤلف، ۱۳۶۸.

۱۹. سامانی، سیامک و لطیفیان، مرتضی، بررسی تأثیر اعتقاد به ارزش‌های مذهبی و جمع‌گرایی بر خودکنترلی هیجانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ۱۳۸۷.

۲۰. شریفی، طیب، بررسی رابطه نگرش دینی با سلامت عمومی، افسردگی، اضطراب، پرخاشگری و شکیبایی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی اهواز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد گرایش روان‌شناسی عمومی. دانشگاه اهواز، ۱۳۸۸.

۲۱. شهنی ییلاق، منیجه و موحد، احمد، شکر کن، حسین، رابطه علی بین نگرش‌های مذهبی، خوش‌بینی سلامت روان و سلامت جسمانی، اهواز: مجله علوم تربیتی و روانشناسی، ۱۳۸۳، دوره سوم سال یازده

۲۲. طباطبایی، محمد حسین، المیزان فی تفسیر قرآن، قم: انتشارات جامعه مدرسین قم، ۱۴۱۷

۲۳. عمید، حسن، فرهنگ عمید، تهران: راه رشد، ۱۳۴۲.

۲۴. فراهیدی، خلیل ابن احمد، العین، (محقق: ابراهیم سامرای)، قم: هجرت، ۱۴۰۹.
۲۵. فرقی، محمد مهدی و گنجه لو پور، زهرا، تأثیر تجمل گرایی در سریال های تلویزیونی بر اقتصاد خانواده، تهران: مجموعه مقالات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۲، شماره ۲۸۶.
۲۶. فرهمینی فراهانی، محسن، ابوالقاسم، محمد جواد آسیب شناسی توسعه فرهنگ دینی، تهران: منهاج، ۱۳۸۲.
۲۷. فیروز آبادی، دمجد الدین، قاموس المحيط، بیروت: دار الکتب الاسلامیه، ۱۴۲۶.
۲۸. فیروز صمدی، ملیحه و آقاجانی، طهمورث، و شاطریان، فاطمه، و شوقی، بهزاد و صادقی، جمال، ارتباط میان نگرش مذهبی و شایستگی اجتماعی والد-فرزندی با فراشناخت هیجانی، ساوه: فصل نامه مطالعات جامعه شناسی جوانان سال چهارم، ۱۳۹۲، شماره ۱۱.
۲۹. کاظمی، سید علی اصغر، بحران نو گرایی و فرهنگ سیاسی در ایران معاصر، تهران: قومش، ۱۳۷۶.
۳۰. کلانتری، علی اکبر، الگوی مصرف، قم: بوستان کتاب، ۱۳۸۸.
۳۱. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، (محقق: علی اکبر غفاری، محمد آخوندی)، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷.
۳۲. محمدی ری شهری، محمد، منتخب میزان الحکمه، با ترجمه فارسی (مترجم حمیدرضا شیخی)، قم: مؤسسه علمی فرهنگی دارالحدیث سازمان چاپ و نشر، ۱۳۸۸.
۳۳. معین، محمد، فرهنگ فارسی معین، تهران: امیر کبیر، ۱۳۷۱.
۳۴. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، تهران: دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۷۴.
۳۵. مکارم شیرازی، ناصر، اخلاق در قرآن، بی جا، بی تا.
۳۶. منجزی، فرزانه شفیع آبادی، عبدالله و سودانی، منصور، ۱۳۹۰، بررسی اثر ارتباط اسلامی و نگرش مذهبی بر بهبود رضایت زناشویی انجام داده اند با حجم نمونه ۶۰ زوج، اصفهان، تحقیقات علوم رفتاری دوره ۱۰ شماره ۱

WWW.SID.IR ۱

۳۷. میر تبار، سید محمد، آسیب شناسی جامعه، قم: بنیاد فرهنگی حضرت مهدی (عج)، ۱۳۹۰.

۳۸. میر عمادی، سید احمد، اقتصاد در اسلام، قم: باقیات، ۱۳۹۰.

۳۹. نفیسی، علی اکبر، فرهنگ نفیسی، تهران: خیام، بی تا.

۴۰. یاوری، فاطمه، تأثیر فیلم‌های معناگرا با توجه به شاخص‌های شخصیتی بر نگرش مذهبی و احساس معنا
بخش‌بودن زندگی در دانشجویان کارشناسی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی،
دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۳۸۹.

۴۱. یزدانی، فضل‌الله و غضنفری، احمد، ابعاد و کارکردهای روان‌شناختی نگرش دینی، بی جا، مجله دانشکده
علوم انسانی، ۱۳۸۵، شماره ۶۲