

فصلنامه علمی - تخصصی فرهنگ پژوهش

شماره ۱۷، بهار ۱۳۹۳، ویژه علوم اجتماعی

مولفه‌های جامعه‌پذیری حجاب

مطالعه موردی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر قم

تاریخ دریافت: ۹۳/۵/۲۱ تاریخ تأیید: ۹۳/۷/۱۷

اکرم ذبیحی*

چکیده

حجاب قرآنی دارای ابعاد سه‌گانه (پوششی، رفتاری و گفتاری) است که در مجموع می‌تواند پیامدها و آثار مهمی چون امنیت و آرامش فردی و اجتماعی را در پی داشته باشد. از آنجا که نوع رفتارهای انسانی بر نگرش‌ها و دیدگاه‌های آنها مبتنی است، بررسی نگرش دختران دبیرستانی و تحلیل فرایند شکل‌گیری نگرش‌ها و عوامل موثر بر آن، مسئولان فرهنگی کشور را جهت بسترسازی‌های مناسب و آگاهی‌بخشی و نهادینه کردن این هنجار اجتماعی یاری می‌رساند.

سوال اصلی مقاله حاضر این است که عوامل اصلی تاثیرگذار بر هماهنگی یا ناهماهنگی نگرش دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های قم با الگوی مطلوب درباره حجاب چیست؟ در پاسخ به این سوال بنابر نظر محققان اجتماعی، خانواده، مدرسه، دوستان و رسانه را از نهادهای موثر در جامعه‌پذیری افراد و پذیرش ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی تلقی شده و فرضیه‌های مختلفی مطرح گردید که متغیرهای مستقل آنها شامل: پوشش مادر، اهتمام والدین به نحوه پوشش دختران، هماهنگی والدین در نوع پوشش دختران، پوشش دوستان، پوشش دبیران مدرسه، محتوای کتب درسی در ارتباط با حجاب، و نحوه ارتباط و تعامل دبیران و مسئولین مدرسه با دانش‌آموزان در رابطه با حجاب آنها، میزان و نوع استفاده رسانه‌ای (تلویزیون، اینترنت، ماهواره)

* کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام و دانش‌آموخته سطح سه حوزه علمیه

می‌باشد. جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، صرف نظر از ادبیات و مبانی نظری تحقیق که به روش کتابخانه‌ای و با استفاده از آثار و تحقیقات مشابه در این زمینه بوده است عمدتاً به روش میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته صورت گرفته فرضیه‌های تحقیق با استفاده از فنون آماری و بر اساس پرسشنامه طراحی شده و نرم افزار spss16 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و بر اساس نتایج به دست آمده بیش از ۶۰ درصد دانش‌آموزان به حجاب نگرش مثبت دارند و نگرش دانش‌آموزان به حجاب با نگرش مطلوب دینی تفاوت زیادی ندارد. در بین فرضیات مطرح شده، پوشش مادر، اهتمام والدین به پوشش دختران، تقید دبیران به حجاب، میزان ترغیب محتوای کتب درسی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد. استفاده از ماهواره رابطه مستقیم و منفی با نگرش مثبت به حجاب دارد. دو متغیر پوشش دوستان و استفاده از اینترنت رابطه معنادار با نگرش به حجاب دختران ندارند.

واژه‌های کلیدی: حجاب، نگرش، جامعه‌پذیری، عوامل جامعه‌پذیری.

مقدمه

حجاب و عفاف پدیده‌ای مذهبی - ارزشی مهم در تعالیم اسلامی به شمار می‌رود که طبق آرای بسیاری از فقها و مراجع از مسلمات و ضروریات دین اسلام تلقی می‌شود که بی‌توجهی به آن گناه محسوب می‌شود. در دنیای امروز حجاب به عنوان سمبل اسلام شناخته شده و با هویت مسلمانان ارتباط نزدیکی دارد. گره خوردن مسائل اجتماعی، اخلاقی و بخصوص امنیت روانی شهروندان با مقوله حجاب، ضرورت پی‌گیری و توجه به آن را مضاعف می‌سازد.

با توجه به آن چه در سال‌های اخیر از نحوه پوشش دختران جوان و رفتارها و ارتباطات آنها در جامعه مشاهده می‌شود به نظر می‌رسد، نگاه ارزشی به حجاب، حیا و عفت که همواره برای زنان ایرانی یک ارزش ملی و مذهبی محسوب می‌شده، تغییر یافته است. مقایسه بین دهه اول پس از انقلاب با دهه سوم تفاوت زیادی را در نوع پوشش و حجاب بانوان نشان

می‌دهد. انواع مانتوهای کوتاه و چسبان، شلوارهای تنگ، روسری‌های کوتاه، شال‌های نازک به همراه آرایش تند و رنگارنگ در بین دختران جوان معمول شده است. این فرهنگ پوشش بیشتر از تهران آغاز شده و به شهرهای دیگر سرایت می‌نماید. شهر قم نیز، در سال‌های اخیر از این تغییرات و تحولات در فرهنگ پوشش استثنا نبوده، البته با توجه به این که شهر قم، از شهرهای مذهبی کشور محسوب می‌شود و وجود طلاب و علمای دینی در این شهر و تردد آنها در خیابان‌ها و معابر باعث شده که بانوان بیشتر از پوشش چادر استفاده کنند، اما این چادر، پوشش مناسب را تامین نمی‌کند و حرکات و سکنات گاه عشوه‌آمیز، حکایتی غیر از حیا و عفت دارد. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل تاثیرگذار بر نگرش دانش‌آموزان دختر دبیرستانی شهر قم نسبت به حجاب می‌باشد. در این راستا ابتدا به مفهوم‌شناسی حجاب و مفاهیم مرتبط با آن پرداخته، سپس عوامل تاثیرگذار در جامعه‌پذیری افراد را بررسی نموده و در مطالعه‌ای موردی تاثیر این عوامل را بر نگرش دختران دبیرستانی شهر قم نسبت به حجاب تحلیل و بررسی می‌نماییم. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌ای با ۴۳ سوال است که در دو قسمت طراحی شده است. در بخش نخست، گویه‌هایی برای سنجش نگرش دانش‌آموزان در سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری مطرح شده است و در بخش دیگر با توجه به نهادهای تاثیرگذار در جامعه‌پذیری و تربیت اجتماعی افراد یعنی خانواده، مدرسه، گروه همسالان و رسانه‌های سوالاتی در رابطه با هر یک از این عوامل بیان شده است. نتیجه پاسخ داده شده جهت رسیدن به فرضیات مورد نظر مورد تحلیل قرار گرفته است.

مباحث مفهومی

حجاب

پوشش و لباس، امری درونی و فطری انسان است. انسان تنها موجودی است که به دلیل اختیار و آزادی خدادادی و آگاهی به نیک و بد رفتار خود، احساس شرم می‌کند و می‌کوشد اندام جنسی خود را که در معرض سوء استفاده قرار می‌گیرد، بپوشاند. تلاشی که آدم و حوا(ع) پس از هبوط خود به زمین برای پوشانیدن خود با برگ درختان داشتند، موید فطری بودن پوشش و حیا در نهاد انسان‌هاست. زیرا حضرت آدم و حوا حتی بدون ناظر بیگانه، با آن که دستوری از جانب خداوند صادر نشده بود، اقدام به پوشاندن خود کردند. (تاجیک، ۱۳۹۰: ۳۶)

حجاب در بین تمام ادیان الهی، مشترک بوده و بررسی متون دینی ادیان الهی موید این حقیقت است. دلیل اشتراک ادیان الهی در پرداختن به مسئله حجاب ناشی از آن است که حجاب یک امر الهی و برای سعادت کل بشر بوده و مختص یک دوره زمانی خاص و یا یک دین خاص نیست. (جاوید و شجاعی، ۱۳۸۸: ۱۷)

حجاب در ادیان دیگر، نسبت به اسلام از شدت بیشتری برخوردار بوده است. به طور مثال پوشاندن صورت، استفاده از چادر و روبنده از ارکان اخلاق مسیحیان و یهودیان محسوب می‌شده است؛ در حالی که بنابر اکثر فقهای اسلامی، پوشاندن صورت واجب نیست. بنابراین می‌توان گفت، اسلام نه تنها واضح قانون حجاب نبوده است، بلکه در راستای جلوگیری از افراط و تفریط‌ها و هدفمند کردن حجاب، همت گماشته است و آن را به صورتی متعادل و صحیح و متناسب با فطرت انسانی بیان کرده است (محمدی، ۱۳۷۸: ۷۷).

قرآن کریم به عنوان منبع قطعی احکام فقهی، در آیاتی از حجاب سخن گفته است. در قرآن برای وجوب حجاب و حدود آن، به چهار آیه که صراحت در آن دارند، تمسک شده است،

ولی در مورد حفظ عفت و پاسداری از حریم آن، در قرآن بیش از ده آیه وجود دارد. آیاتی که به طور صریح، بر وجوب و لزوم اصل حجاب برای زنان دلالت دارند عبارتند از: آیه ۳۰ سوره نور، آیه ۵۹، ۲۳ و ۳۳ سوره احزاب (اشتهدادی، بی تا: ۱۴).

حجاب مورد نظر اسلام یک بعدی نبوده بلکه شامل همه ابعاد و جوانب شخصیتی زن مسلمان می‌شود. علامه فضل‌الله حجاب را به دو قسم حجاب ظاهری و باطنی تقسیم می‌کند و حجاب حقیقی و راستین را زمانی محقق می‌داند که این دو در کنار هم باشند. حجاب ظاهری، جنبه مادی حجاب و حجاب باطنی جنبه معنوی حجاب است. حجاب ظاهری یعنی اینکه زن تمام بدنش را، جز چهره و کف دست‌ها بپوشاند و با زیور و آرایش از خانه بیرون نیاید. اما جنبه معنوی آن، در حرکت زن به عنوان یک انسان در جامعه پدیدار می‌شود، به گونه‌ای که نکوشد تا با زیور و آرایش، دیده‌ها را به خود متوجه سازد. (فضل‌الله، ۱۳۸۳: ۱۶۱) در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان ابعاد حجاب را به سه بعد تقسیم نمود، که عبارتند از حجاب پوششی، حجاب رفتاری و حجاب گفتاری.

الف) حجاب پوششی

این بعد از حجاب بیشتر مورد توجه سیاست‌گذاران و مسئولان فرهنگی قرار گرفته است در حالی که این بخش از حجاب نه تنها تمام حجاب محسوب نمی‌شود، بلکه تنها محسوس‌ترین و ملموس‌ترین بعد آن است. با توجه به این بعد از حجاب، بنابر نظر اکثر فقها زن باید در ارتباط با نامحرمان تمام بدن خود غیر از چهره و دو دست را بپوشاند. در آیات مربوط به حجاب که در سوره نور و احزاب آمده است به دو نوع پوشش رایج در آن زمان اشاره شده است که در سوره نور به "خمر" و در سوره احزاب به "جلباب" اشاره شده است. و نیز نهی از آشکار نمودن «زینت» آمده است، که با استثنای پس از آن (الا ما ظهر منها)، فقها و مفسرین حدود پوشش را مشخص می‌نمایند.

ب) حجاب رفتاری

منظور از حجاب رفتاری این است که زن باید از هر گونه رفتاری که موجب تحریک و تطمیع افراد هوسران می‌شود، خودداری کند. در واقع آن چه زمینه تحریک و تهییج مردان را فراهم می‌کند، دو چیز است: آشکار کردن زیبایی و زیور و رفتارها و حرکتهای اغواکننده و تحریک‌آمیز که در قرآن مجید به «تبرج» تعبیر شده است. حجاب رفتاری را می‌توان در سه مورد بیان کرد: عدم تبرج و خودنمایی، حجاب در نگاه: (غض بصر یا فروکاستن نگاه) و عدم عشوه‌گری.

ج) حجاب گفتاری

حجاب گفتاری، به شیوه مخصوصی از سخن گفتن و کارکرد آن در تعامل اجتماعی زنان، توجه دارد، که در آیه ۳۲ سوره احزاب بدان اشاره شده است. این آیه نهی از خضوع در کلام و امر به سخن معروف گفتن، یعنی معمولی و متعارف سخن گفتن می‌کند. سخن متعارف از دیدگاه علامه طباطبایی سخنی است که شرع و عرف اسلامی آن را پسندیده بدانند، سخنی که تنها مدلول و معنای کلام را برساند، نه این که کرشمه و ناز را بر آن اضافه کند، تا شنونده علاوه بر درک مدلول آن دچار ریبه نیز بشود. (طباطبایی، ۱۳۷۰: ج ۱۶، ۴۸۲)

ما در این تحقیق به ابعاد سه‌گانه حجاب پرداخته و منظور ما از حجاب علاوه بر حجاب پوششی، حجاب رفتاری و گفتاری نیز می‌باشد که در پرسشنامه در ارتباط با هر یک از این ابعاد سوالاتی طراحی شده است.

جامعه‌پذیری

در یک تعریف کلی جامعه‌پذیری را می‌توان چنین تعریف کرد: جامعه‌پذیری عبارت است از هم‌سازی و هم‌نوایی فرد با ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های گروهی و اجتماعی یا به مفهوم

دیگر «اجتماعی شدن فراگردی است که به واسطه آن، هر فرد دانش و مهارت‌های اجتماعی لازم برای مشارکت موثر و فعال در زندگی گروهی و اجتماعی را کسب می‌کند». (بروم و سلزیک در علاقه بند، ۱۳۸۰، ۹۱-۹۰)

فرایند جامعه‌پذیری که نوعی فرایند انتقال فرهنگی است غالباً به دو شکل رسمی و غیر رسمی صورت می‌گیرد. آن‌چه هر کس از دوستان، خانواده و دیگر افراد در محیط‌های غیررسمی قرار می‌گیرد، جامعه‌پذیری غیررسمی است و در مقابل هر وقت که موقعیت دارای ساختار مشخص باشد، فرایند یادگیری را جامعه‌پذیری رسمی می‌نامند که نمونه بارز آن مدرسه و ساختار آموزش و پرورش است. (بلیک، رید و هارولدسن، ادوین، ۱۳۷۸: ۹۹)

هم‌نوایی شخص با هنجارهای اجتماعی که مایه جامعه‌پذیری است، دو جنبه دارد: ۱-موجب شدن یا هم‌نوایی عمقی و اجابت کردن یا ۲-هم‌نوایی سطحی. هم‌نوایی سطحی شخص را بر آن می‌دارد که فقط به قصد حفظ ظاهر، در رعایت هنجارها بکوشد، ولی هم‌نوایی عمقی فرد را به قبول باطنی هنجارها بر می‌انگیزد. جامعه‌پذیری وقتی تام و تمام است که فرد هنجارهای اجتماعی را درونی کرده باشد و این در صورتی است که بین فرد و جامعه وفاق کافی برقرار باشد. در جامعه‌های پرشور و شرفعلی، هم‌نوایی عمقی کمتر است و معمولاً هم‌نوایی به صورت سطحی و به حکم اجبار تحقق می‌پذیرد. (آگ برن، به نقل از زنگنه، ۱۳۸۲: ۴۹)

تامل در روش تبیین و تبلیغ احکام و آموزه‌های دینی و اعتقادی توسط قرآن و سیره معصومین(ع) بیانگر این امر است که هدف عالی تربیت از نظر اسلام «کنترل درونی و باطنی» است نه کنترل ظاهری و بیرونی؛ چرا که اگر مکتبی موفق شود پیروان خود را به لحاظ درونی و باطنی کنترل کند حتماً می‌تواند آنها را کنترل بیرونی نیز بنماید. به تعبیر دیگر کنترل درونی و باطنی اعم از کنترل بیرونی و ظاهری است. شاید اگر تربیت تنها معطوف به کنترل بیرونی و

ظاهری بود، دیگر نیازی به ظهور ادیان نبود. تجربه تاریخی نشان می‌دهد که تمدن‌های مادی در راستای اهداف خودشان به لحاظ ظاهری و بیرونی موفق به کنترل افراد بوده‌اند؛ زیرا در این صورت قدرت‌مندان و سیاست‌مداران جامعه در تحمیل قوانین و احکام به مردم موفق‌تر عمل کرده‌اند، تا پیامبرانی که معمولاً از طبقه محروم و فاقد قدرت و مکتب بوده‌اند.

حجاب اسلامی هم که آموزه‌های دینی مسلمانان محسوب می‌شود، چنان‌چه بسترهای لازم برای پذیرش باطنی آن فراهم نشود، اکراه و اجبار به پوشش، به خصوص در مورد نوجوانان و جوانان که استقلال‌طلبی و آزادی از نیازهای سنی آنها محسوب می‌شود ممکن است، نتیجه‌ای معکوس داشته باشد. بنابراین عوامل دخیل و نهادهای موثر در جامعه‌پذیری نقش مهمی در نهادینه سازی فرهنگ حجاب دارند.

عوامل جامعه‌پذیری

از بین نهادها و گروه‌های موجود در جامعه به اعتقاد کارشناسان، چهار نهاد از سایر نهادها اثرگذارتر و موثرتر هستند که این چهار نهاد عبارتند از:

۱- خانواده ۲- مدرسه ۳- رسانه ۴- گروه هم‌سالان

خانواده

خانواده به عنوان یکی از نهادهای اولیه و مهم جامعه بشری، کارکردها و وظایف مختلفی را به عهده دارد. خانواده، نخستین منبع یادگیری اجتماعی کودک است. اعضای خانواده با انجام و اجرای مراسم و مناسک و آداب دینی، به تربیت و پرورش فرزند پرداخته و اعتقادات و نظام ارزشی و احکام و شعائر دینی را به او منتقل می‌سازند. خانواده بر زندگی کودک به خصوص در سنین ابتدایی رشد که «خود مذهبی» کودک در حال شکل‌گیری است نقش تقریباً انحصاری دارد و معمولاً در گرایش‌ها و تفکراتی که کودک در مراحل اولیه رشد کسب

می‌کند، مانند اعتقاد به امور غیر مادی، انجام مراسم و مناسک و... نهاد خانواده در ایجاد و استقرار آن‌ها نقش اساسی دارد. (زین آبادی، ۱۳۸۵: ۱۸۱)

نخستین مرحله جامعه‌پذیری از خانواده و به دو شکل مستقیم و غیرمستقیم و ناآگاهانه صورت می‌گیرد. نوع اول از طریق آموزش انجام می‌شود، در این روش والدین آگاهانه با امر و نهی و آموزش فرزندان خود را با ارزش‌ها، نگرش‌های اجتماعی و مذهبی و به طور کلی فرهنگ آشنا می‌سازند و سپس با تشویق و تنبیه آنها، به درونی ساختن این امور اقدام می‌کنند تا فرزندان هم‌نوا با ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های اجتماعی و مذهبی رفتار کنند. اما در شیوه دوم، براساس نظریه یادگیری اجتماعی، رفتار آموختنی است و نحوه آموختن و یادگیری رفتار نیز بر اساس قوانین یادگیری مشاهده‌ای استوار است. بر این اساس، جامعه‌پذیری به صورت غیرمستقیم با سرمشق قرار دادن و اقتباس رفتار، کردار، و گفتار و نگرش‌های اجتماعی آنها را به مثابه شیوه‌های رفتار و نگرش‌های مطلوب و مناسب یاد می‌گیرند و به تدریج درونی می‌کنند. (زنگنه، ۱۳۸۲: ۵۴) در سنین پایین‌تر جامعه‌پذیری در خانواده به صورت غیررسمی و ناآگاهانه صورت می‌گیرد. بر این اساس، می‌توان متغیرهایی مانند میزان تعهد والدین به نقش‌ها و هنجارهای اجتماعی و اهتمام آنها به این امور را در تبیین جامعه‌پذیری فرزندان مدنظر قرار داد.

حجاب به عنوان یک ارزش و هنجار اجتماعی در جامعه دینی از سنین ابتدایی رشد به همان دو روش مذکور (آگاهانه و ناآگاهانه) به فرزندان نمایانده می‌شود. والدین به خصوص پدر و مادر با عمل به این ارزش‌ها و قواعد و الگوهای دینی و مذهبی نقش اساسی در به تصویر کشیدن ذهنیت مثبت کودک و نوجوان از این قواعد و الگوها دارند. تحقیقات نشان داده که دین‌داری والدین و پایبندی ایشان به انجام اعمال دینی و مذهبی، تاثیر مثبت و بالایی در

گرایش‌های دینی نوجوانان و جوانان و رعایت ارزش‌های دینی توسط آنان دارد. (شریفی در زنگنه، ۱۳۸۲، ۵۱)

در سنین نوجوانی و جوانی، خانواده با تعاملات صحیح با فرزندان خود نظام ارزشی خانواده را به آنها می‌شناسانند و برای نیل به اهداف تربیتی روش‌های تربیتی را اعمال می‌کنند. در این سنین که فرزندان از مرحله "دیگر پیروی" به مرحله "خود پیروی" می‌رسند و خواهان استقلال کامل هستند، والدین باید بتوانند با توجیحات منطقی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را معرفی کنند تا فرزندان این ارزش‌ها را درونی کرده و در صورت مواجهه با عوامل بیرونی مخالف بتوانند از آنها دفاع نمایند. والدین باید تلاش نمایند، نوجوان خود را به "خود رهبری" و "خود کنترلی" هدایت کنند. در بیش‌تر خانواده‌هایی که همیشه از فرزندان خود حمایت می‌کنند و در تمام رفتارهای آن‌ها دخالت دارند و تلاش دارند که افکار و رفتار آن‌ها را شکل دهند، فرزندان، آن قالب‌ها و طرح‌های بیرونی را درونی نمی‌کنند. بنابراین دخالت غیرمستقیم والدین و هدایت نمودن آن‌ها به سوی فضایل، وظیفه خطیر والدین است.

توجه به ظرفیت‌های عقلانی و تفاوت‌های فردی و در نظر داشتن سطح درک و فهم مخاطب هنگام برقراری ارتباط به کارآمدی و تاثیر بیشتر ارتباط می‌انجامد. وجود چنین ارتباطی برای تربیت صحیح فرزندان در خانواده و آماده‌سازی آنان برای حضور در اجتماع ضروری است. در این راستا باید با توجه به نیازهای فرزندان از روش‌های مناسب بهره جست. در فرایند آموزش حجاب، والدین باید به نیازهای درونی دختر نوجوان خود توجه و آگاهی کافی داشته باشند و آموزش و تربیت را متناسب با آن نیازها ارائه دهند.

یکی از مهم‌ترین مسائل در خانواده، کامروایی، نیاز به ایمنی، نیاز به محبت، نیاز مورد تایید واقع شدن و نیاز به همبستگی اجتماعی فرزندان است. چنان‌چه خانواده‌ها نتوانند پاسخگوی این نیازها باشند و فرزندان در ارتباط خانواده نتوانند به این کامروایی برسند،

می‌کوشند در ارتباط با افراد دیگر کامروایی نیازهای خود را جستجو کنند. بنابراین اگر دختران در خانواده مورد مهر و محبت والدین قرار بگیرند و پدر و مادر با شناخت کافی از روحیات دختر نوجوان و هماهنگی در بیان ارزش‌ها و روش‌های تربیتی، محیطی را فراهم می‌سازند که بسیاری از نیازهای فرزند خود را در چارچوب خانواده برطرف نمایند و در چنین فضایی فرزندان نسبت به هنجارها و ارزش‌های خانواده خوش‌بین و پایبند خواهند بود.

از دیگر مسائلی که در تربیت دینی، باید مورد توجه و دقت والدین باشد، هماهنگی والدین در مسائل تربیتی و شیوه‌های آن می‌باشد. گاه تفاهم نداشتن میان پدر و مادر و تعارض الگوها، فرزند را دچار سردرگمی می‌کند و چه بسا اعتماد خود را به بعضی ارزش‌ها از دست می‌دهد. چنانچه پدر و مادر در تعریفی که از حجاب دختر خود دارند با یکدیگر هماهنگ نباشند و همواره این موضوع، موضوعی جنجالی و اختلافی بین پدر و مادر بوده باشد، این تحیر و سردرگمی فرزند ممکن است زمینه‌ساز انحراف و دوری از این ارزش خانوادگی بشود.

مدرسه

مدرسه پس از خانواده مهم‌ترین نهادی است که نقش عمده‌ای در یادگیری افراد، به خصوص کودکان و نوجوانان ایفا می‌کند. مدرسه نیز مانند خانواده از سویی، ارزش‌ها، هنجارها، دانش‌ها و مهارت‌های اجتماعی را از طریق کتب و منابع درسی و برنامه‌های مذهبی، به طور رسمی و آگاهانه به دانش‌آموزان انتقال می‌دهند و از سوی دیگر، بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، دانش‌آموزان با ورود به مدرسه، در تعامل با معلمان آنها را به مثابه الگو قرار داده و با مشاهده رفتار، گفتار و نگرش‌ها به همانندسازی با آنها می‌پردازند. در هر دو صورت برخوردها و ارتباط مناسب و متناسب اولیای مدارس با دانش‌آموزان در پرورش اجتماعی آنها نقش مهمی را ایفا می‌کند. هر چه ارتباط معلمان و اولیای مدارس دوستانه‌تر و صمیمانه‌تر باشد، آنها در

ایفای نقش الگویی خود، موفق تر خواهند بود و رفتار و پوشش معلمان سرمشق مناسبی برای دانش‌آموزان خواهد بود.

یکی از عواملی که موجب سستی و بی‌توجهی دختران به رعایت پوشش مناسب می‌شود، عدم آگاهی نسبت به آثار و فواید حجاب و تبیین نشدن فرهنگ حجاب است. استفاده از کارشناسان متعهد و متخصص در این راستا، تحول در کتاب‌های معارف اسلامی و تدوین مطالب به صورت جذاب و مناسب با طبع جوانان، گرایش دانش‌آموزان را به موضوع حجاب بیشتر خواهد کرد.

بنابراین، آشناسازی فرد با مفهوم و معنای حجاب در مدارس از سه طریق انجام می‌گیرد:

الف) از طریق همانندسازی دانش‌آموزان با دبیران

ب) از طریق کتب و منابع درسی و برنامه‌های مذهبی

ج) از طریق ارتباطات و تعاملات معلم با دانش‌آموزان

روش‌های تربیتی مدرسه

مدرسه در تلاش خود جهت نهادینه ساختن ارزش‌های دینی و مذهبی به خصوص حجاب باید فرصتی فراهم آورد تا مربی، خود به کشف و درک استدلال‌های منطقی برسد. ژان پیاژه می‌نویسد:

«اگر دانش‌آموزی برای رسیدن به حقیقتی سه روز وقت صرف کند تا آن را شخصا کشف کند، به صرفه‌تر از آن است که همان حقیقت را در یک ربع ساعت برایش توضیح دهیم. این روش خود به خود پیشرفت سریع‌تر کودک را در مراحل بعدی رشد تضمین می‌کند» (نشریه پیوند، شماره ۲۴۶: ۳۳).

یکی از راه‌های موثر در گسترش فرهنگ حجاب، استفاده از سبک طرح معما و پرسش و ایجاد شور کشف و شوق دست‌یابی به حقیقت است. ویژگی پرسش و معما این است که مخاطب را به فکر کردن و کشف رجحان‌های عقلی و اخلاقی می‌رساند. مدارس با برگزاری جلسات پرسش و پاسخ و استفاده از کارشناسان مجرب می‌توانند مهارت‌های خودآموزی و خودفهمی را در دانش‌آموزان تقویت نمایند.

برای ظهور و تقویت رفتارهای مطلوب و ارزشی، روش‌های تحمیلی و اجباری نمی‌توانند به صورتی شایسته موثر باشد. هر قدر دخالت و شکل دادن رفتار از بیرون بیش‌تر باشد، "خودرهبری" و "خودکنترلی" که عامل مهم تربیت فعال است، ضعیف‌تر می‌شود. گاه در مدارس مریبان با اعمال فشار و سخت‌گیری‌های بی‌جا و اجرای برنامه‌های طاقت فرسا، می‌کوشند دانش‌آموزان را متناسب با سلیقه و اندیشه خود تربیت کنند؛ در حالی که این برخوردها، گاه نتایجی معکوس در پی دارد و حتی آثار روش‌های صحیح تربیتی را خنثی می‌کند. بنا به فرموده استاد مطهری «ترس و تهدید و ارعاب در انسان‌ها، عامل تعلیم ارزش‌ها نیست؛ یعنی استعدادها را از راه ترساندن، زدن، ارعاب و تهدید نمی‌شود پرورش داد. همان طور که یک غنچه گل را نمی‌شود به زور به صورت یک گل در آورد» (مطهری، ۱۳۸۲: ۵۸).

گروه همسالان

گروه همسالان نیز نقش مهمی در جامعه‌پذیری نوجوانان و جوانان ایفا می‌کند. گی روشه با تاکید بر این امر معتقد است که جامعه‌پذیری، لزوماً انتقال فرهنگ از طریق بزرگسالان به جوانان نیست. این انتقال هم‌چنین بین اشخاص همسن نیز صورت می‌گیرد (روشه، ۱۳۷۶: ۱۷۲).

گروه‌های همسالان به گروه‌هایی اطلاق می‌شود که اعضای آن به طور نسبی از موقعیت اجتماعی کم و بیش مشابهی برخوردار بوده و با یکدیگر پیوندهای نزدیکی دارند. این گروه‌ها یکی از اساسی‌ترین اشکال روابط اجتماعی می‌باشند و در یادگیری اجتماعی و تطابق افراد در جامعه نقش مهمی بازی می‌کنند. «ریزن معتقد است که گروه‌های هم‌سن در روند جامعه‌پذیری به تدریج جای خانواده و دیگر عوامل اقتدار را می‌گیرند. وی معتقد است در جوامع توسعه یافته، افراد به طور روزافزونی به سوی گروه‌های هم‌سن تمایل پیدا می‌کنند و برای الگوی رفتارهای دینی و اجتماعی خود، به جای این که بر افراد مسن‌تر و مقتدرتر اجتماعی تکیه کنند، به گروه‌های هم‌سن خود متمایل می‌شوند» (زین آبادی، ۱۳۸۶: ۲۱۲).

بنابراین گروه همسالان از سویی با ایفای کارکردهای مهم مانند آموزش بعضی اطلاعات، کمک به ظهور استعدادهای فردی و انتقال فرهنگ طبقه اجتماعی و پاره فرهنگ‌های مذهبی، بر روند اجتماعی شدن نوجوانان و جوانان تاثیر می‌گذارد و از سوی دیگر بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، گروه همسالان به عنوان الگوهای رفتاری برای نوجوانان شناخته شده و آنها برای پذیرفته شدن در جمع دوستان با آنها همانندسازی کرده و هنجارهای رفتاری جمع دوستان را می‌پذیرند؛ چرا که به جلب دوستی و محبت همتایان بیش از هر چیزی اهمیت می‌دهند و می‌کوشند گروه همتایان او را بپذیرند. جلب رضایت پدر و مادر گاهی در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرد. از این رو آنها سعی می‌کنند خود را از نظر لباس، زبان، بیان واژه‌ها و رفتار و کردار با ارزش‌های گروه هم‌رنگ و هم‌نوا کنند. در میان آنها معمولاً نوعی قانون ناگفته و نانوشته‌ای وجود دارد که بیانگر کارها و چیزهای خوب و بد، زشت و زیبا و پذیرفتنی و ناپذیرفتنی است که پوشش، رفتار و آرایش آنها را جهت می‌دهند.

تاثیر گروه‌های همسالان بر روی نوجوانان بین سنین ۱۴-۱۳ سالگی شروع می‌شود. در این سنین فرد در کنار گروه‌های هم‌سن و همانند خود ممکن است آن‌چه را که در مورد امور

دینی از خانواده یا مدرسه را یاد گرفته تغییر داده یا تکمیل نماید و یادگیری‌های گذشته را تقویت کند. بنابراین گروه همسالان می‌توانند نقش پراهمیتی در حفظ تداوم و تعادل گرایش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان داشته باشند. (همان) بنابراین نوع پوشش و رفتار دوستان می‌تواند به عنوان متغیری در گرایش دختران نوجوان و جوان به حجاب و عفاف باشد و در تبیین جامعه‌پذیری حجاب مورد دقت قرار گیرد.

وسایل ارتباط جمعی

در قرن حاضر، نقش رسانه‌های گروهی در امر جامعه‌پذیری برجسته‌تر شده است. نقش موثر رسانه‌ها مورد اتفاق نظر همه صاحب‌نظران است؛ به نحوی که برخی معتقدند که رسانه‌های گروهی می‌توانند ارزش‌های جدیدی را به جامعه القا کنند؛ در حالی که گروهی دیگر معتقدند که رسانه‌های گروهی صرفاً می‌توانند ارزش‌ها یا گرایش‌های موجود را تضعیف یا تقویت نمایند. به هر حال، در شرایطی که دیگر عوامل و نهادهای جامعه‌پذیری نتوانند وظایف خود را ادا کنند، رسانه‌های گروهی مهم‌ترین عامل جامعه‌پذیری تلقی می‌شوند. رسانه‌های گروهی زمانی می‌توانند بیشترین تاثیر را در فرایند جامعه‌پذیری و تقویت ایستارها و تغییر رفتار داشته باشند که محتوای پیام‌های آن‌ها با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه مطابق و سازگار باشند (قوام، ۱۳۶۹: ۲۳۷-۲۲۷).

بنابراین وسایل ارتباط جمعی مانند دیگر نهادها، هم ارزش‌ها و هنجارها و نگرش‌های اجتماعی خاصی را آگاهانه به نوجوانان و جوانان انتقال و آموزش می‌دهند و هم الگوهای رفتاری جدیدی به نوجوانان معرفی می‌کنند و نوجوانان با مشاهده این الگوها که گاه مغایرت فرهنگی کامل با بیننده دارد، به تقلید و فراگیری رفتارها، ارزش‌ها به مثابه شیوه‌های رفتاری

مطلوب می‌پردازند. (زنگنه، ۱۳۸۲: ۶۵) ما در این تحقیق به تاثیر سه رسانه مهم تلویزیون (شبکه‌های محلی)، اینترنت و ماهواره می‌پردازیم.

- تلویزیون

از میان وسایل ارتباط جمعی، تلویزیون به دلیل در دسترس بودن همگان موثرتر و مهم‌تر تلقی می‌شود. گربنر معتقد است: «تلویزیون وسیله‌ای برای جامعه‌پذیر کردن مردم است و در یک کلمه، کارکرد تلویزیون، کارکردی فرهنگی است. برون داد تلویزیون پیام‌های سیستماتیک است که از طریق پیام‌های آن، همه جامعه تحت تاثیر قرار گرفته و نتیجه این تاثیر، جامعه‌پذیری است (گربنر به نقل از زین آبادی، ۱۳۸۶: ۱۴).

برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی با دادن نقش‌های متفاوت به زنان و دختران در سریال‌ها و برنامه‌های متفاوت و مطرح کردن چهره‌ها به مردم به خصوص نسل نوجوان و جوان، نقش الگویی آن‌ها را برجسته‌تر می‌کنند. مهم‌ترین کارکرد تلویزیون که یک رسانه دیداری و شنیداری است، فرستادن پیام‌ها به صورت غیرمستقیم و پنهان است. بسیاری از برنامه‌های تلویزیون، به ویژه برنامه‌های نمایشی، با زبان صریح و مستقیم با مخاطبان سخن نمی‌گویند بلکه پیام‌ها را در لایه‌های زیرین داستان‌ها، فیلم‌ها، شخصیت‌ها، دیالوگ‌ها، سرگرمی‌ها و حتی دکورها و... پنهان می‌کنند و از این طریق می‌توانند در قالب‌هایی جذاب و شیرین و مفرح نقش اثرگذاری در شکل‌دهی هنجارها ایفا نمایند (سلیمی، ۱۳۸۶: ۲۶۲-۲۶۱).

رسانه تلویزیون به دلیل کارکردها و قابلیت‌های فرهنگی که دارد می‌تواند نقش اثرگذاری بر فرهنگ عمومی جامعه داشته باشد. از این قابلیت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود.

- ۱- تمرکز و فراگیری، یعنی تلویزیون می‌تواند پیام‌های خود را در زمان و مکان واحد برای مخاطبان بی‌شماری به طور یکسان بفرستد.
- ۲- جذابیت و سرگرم‌کنندگی، رسانه تلویزیون،

توان بهره‌گیری از بیشتر هنرها، از جمله هنرهای تصویری و تجسمی، موسیقی و سرود، داستان، شعر و ادبیات را داراست. بنابراین بیش از هر رسانه دیگر مخاطبان را مجذوب خود می‌کند. ۳- چرخه تکرار: از ویژگی‌های تلویزیون، ارتباط طولانی و پیوسته با مخاطبان خود است و از این طریق می‌تواند با تکرار مستمر پیام‌های خود را القا کرده و در شکل‌دهی ارزش‌ها موثر باشد؛ چرا که مردم معمولاً آن چه را می‌بینند و می‌شنوند، پس از مدتی دوست خواهند داشت. ۴- پیام‌های پنهان، غیرمستقیم ۵- منفعل‌سازی مخاطبان: برخورداری تلویزیون از ویژگی‌ها و امتیازات فوق، ارتباط یک سویه‌ای را فراهم می‌کند که بیشتر مخاطبان تلویزیون را در موضع فرستنده پیام پذیرند و مخاطبان در موضع انفعال و پیروی قرار گیرند. عبرجسته‌سازی یا کوچک‌نمایی: مهم جلوه دادن موضوعاتی که شاید چندان اهمیت نداشته باشند و بی‌اهمیت تلقی کردن و رد شدن از کنار موضوعات مهم از ویژگی‌های منحصر به فرد تلویزیون محسوب می‌شود (سلیمی، ۱۳۸۶: ۱۶۷).

بنابراین با توجه به قابلیت‌ها و ویژگی‌های تلویزیون با مدیریت صحیح و برنامه‌های دقیق می‌توان از این رسانه در راه افزایش انسجام عمومی در راستای ارزش‌ها و آرمان‌های اصلی جامعه بهره گرفت. همچنین بینش‌ها، افکار و باورهای عمومی را در راستای خداپرستی و دینداری تعالی بخشید و ناهنجاری‌ها و ضد ارزش‌ها را تا حد ممکن محدود ساخت و با قبیح جلوه دادن آنها و طرح الگوهای جذاب رفتاری و تکرار آن در اصلاح رفتارها و هنجارسازی موثر بود.

_/ اینترنت

تکنولوژی اینترنت علاوه بر جلب افراد و افکار در دنیا، در زندگی مادی و حتی معنوی آدمیان نفوذ کرده است. حتی رسانه‌های جمعی پرترفدار نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون که

ابتدا تصور می‌شد رقیب سرسختی در برابر خویش دارند، اینترنت را پذیرفته و کار خود را در این حوزه گسترش داده‌اند.

تحقیقات صورت گرفته در سال ۲۰۰۰ نشان می‌دهد که سرعت رشد و انتشار اینترنت ۹ برابر رادیو، چهار برابر کامپیوترهای شخصی و سه برابر تلویزیون بوده است. اینترنت این قابلیت را دارد که بازاری برای انواع و اقسام کالاهای فکری، فرهنگی، مادی و مصرفی باشد و این امکان نیز وجود دارد که الگوهای نوینی از تفکر و رفتار، سبک زندگی، مصرف و ارتباطات در معرض شناخت، ارزیابی و انتخاب مخاطبان قرار گیرد. به طور خلاصه اینترنت را می‌توان مخزنی از اطلاعات خوب و بد، زشت و زیبا، اخلاقی و غیراخلاقی تلقی کرد، که فضاهای متفاوتی را با امکانات مختلف برای کاربران ایجاد می‌کند. افراد در فضای سایبر به تعریف جدیدی از خود می‌رسند که ممکن است مغایر و گاه متضاد با هویت واقعی‌شان باشد و این امر می‌تواند تغییرات عمده‌ای در جنبه‌های مختلف زندگی افراد به وجود آورد. این تغییرات به ویژه در مورد نوجوانان و جوانان بسیار حائز اهمیت است. هم‌چنان که لاک و همکارانش اشاره می‌کنند: «اینترنت، یک عنصر جدایی‌ناپذیر در زندگی جوانان امروز شده است. بسیاری از جوانان از اینترنت به عنوان وسیله ارتباطات با دوستان، ملاقات با افراد جدید و تفریحات استفاده می‌کنند» (مهدوی، ۱۳۸۶: ۱۶).

کرم‌اللهی در پژوهش خود با عنوان «آثار استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان» بیان می‌دارد که بین استفاده اینترنتی کاربران و میزان دین‌داری آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد. استفاده از اینترنت توسط دانشجویان، دارای آثار منفی بر ابعاد عملی و رفتار دینی آنان است. به بیان دیگر، از آن جا که از یک سو، نوع رایج استفاده ارتباطی و تفریحی از اینترنت، معمولاً بر وفق آموزه‌ها و احکام دین اسلام نیست و از دیگر سو، در منظومه دین‌داری کاربران، رفتار و عواطف دینی نسبت به معرفت دینی، دارای برجستگی بیشتری است، بنابراین آثار استفاده از

اینترنت بر دین‌داری دانشجویان منفی است. به همین دلیل، میزان پای‌بندی دینی دانشجویانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، نسبت به دانشجویان غیرکاربر، کمتر است. البته در میان کاربران نیز میزان التزام به ابعاد و نشانه‌های دینداری، متأثر از نوع استفاده از اینترنت متفاوت خواهد بود. (کرم‌اللهی، ۱۳۸۸: ۲۷۶)

- ماهواره

با تعمیم مدرنیته و تاثیر رسانه‌های گروهی و ارتباطات به ویژه گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای و در دسترس بودن آن برای اکثریت، امروزه ما شاهد تغییر در ارزش‌های جامعه هستیم که به سوی پذیرش ارزش‌های نظام سرمایه‌داری و ترویج سبک زندگی غربی به عنوان فرهنگ مسلط پیش می‌رود. و این رویداد به از بین رفتن مرزهای جغرافیایی و فکری و نابودی خرده فرهنگ‌ها و آداب و رسوم کشورهای انجامیده که تنها پذیرنده و دریافت کننده محصولات اقتصادی و فرهنگی غرب هستند. قدرت‌مندان و استعمارگران برای دستیابی به اغراض سیاسی و اقتصادی سعی در نابودی یا تضعیف فرهنگ‌های بومی دارند. استعمارگران برای آن که سرنوشت یک ملت را به دست گرفته، و از منابع عظیم مادی و معنوی آنها به نفع خویش استفاده نمایند، در گام اول، سعی می‌کنند موانع فرهنگی را که جدی‌ترین مانع بر سر راه آنها به حساب می‌آید، از سر راه خویش بردارند. بدین منظور از ابزار و شیوه‌های گوناگون، به ویژه برنامه‌های به ظاهر جذاب ماهواره‌ای، فرهنگ بومی را تضعیف و فرهنگ غربی را گسترش می‌دهند. و این گونه، مردم کشورهای مورد تهاجم، از فرهنگ خود فاصله گرفته و به فرهنگ بیگانه روی می‌آورند.

شبکه‌های ماهواره‌ای در قالب میان برنامه‌ها و آگهی، مظاهر ضداخلاقی را تبلیغ می‌کنند و با استفاده از جذابیت‌هایی که در ساخت و پخش برنامه‌ها ایجاد می‌کنند می‌توانند در درازمدت ساختارهای ارزشی جامعه را بسازند یا دگرگون کنند؛ چرا که تاثیر پدیده‌ای مثل

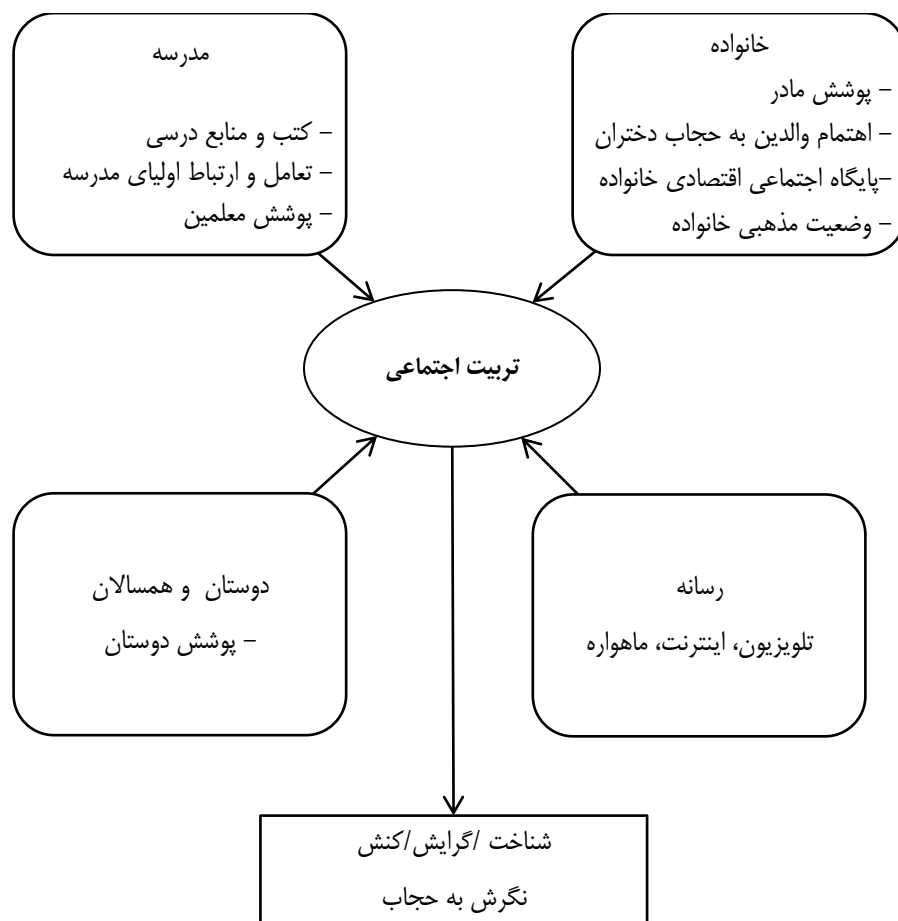
تلویزیون و برنامه‌های ماهواره‌ای بر افکار عمومی و تغییر نگرش افراد به مسائل اجتماعی و فرهنگی از دیگر رسانه‌ها وسیع‌تر و عمیق‌تر است.

گزارش‌ها نشان می‌دهد تمام فیلم و سریال‌هایی که اخیراً در شبکه "فارسی وان" به نمایش درآمده است در همین راستا طراحی و ساخته شده است تا آیین و فرهنگ کشور اسلامی ما را نشانه بگیرند. به عنوان نمونه می‌توان به سریال‌های "ویکتوریا"، "سریال" "سامسون"، "سریال" "آشنایی با مادر"، "سریال" "مونس و مونس" اشاره کرد، در همه این سریال‌ها از رفتارها و رابطه‌های نامشروع دختران و پسران و یا زنان شوهردار با مردان بیگانه روایت می‌کنند. فیلم‌نامه طوری طراحی شده که بیننده حق را به این رفتارگران می‌دهد. از شگردهای دیگر ترویج بی‌بندوباری در آنها به نمایش گذاشتن لذت‌های کاذب و عادی نشان دادن روابط خارج از حریم‌هاست و البته همان‌گونه که در همه این فیلم‌ها به نمایش گذاشته می‌شود، منشا انحراف از نگاه‌ها و حجاب‌های آلوده آغاز می‌شود. (حسینیان، ۱۳۹۰: ۱۷)

امروزه در کشور ما، تعداد زیادی از شبکه‌های ماهواره‌ای مورد توجه و استقبال مخاطبان به خصوص جوانان قرار گرفته است. تعداد شبکه‌های ماهواره‌ای فعال در جهان هفده هزار و ششصد و شش شبکه است که از این تعداد حدود سه هزار شبکه در داخل ایران با دیش‌ها و آنتن‌های معمولی قابل دریافت هستند. از این تعداد شبکه حدود هفتاد و چهار شبکه مخصوص تبلیغات مد لباس و لوازم آرایشی هستند. (نخبه، تاثیر ماهواره بر پوشش جوانان ایرانی) که نوعی نیاز کاذب به مصرف مداوم و پیروی از مدهای مختلف را در مخاطبان به ویژه دختران نوجوان و جوان ایجاد می‌کند و به تدریج مصرف‌گرایی، مدپرستی نوعی ارزش در بین جوانان تلقی می‌شود. و به تدریج گروه‌های منزلت که پیش‌تر برتری با ارزش‌های غیرمادی بود، جای خود را به گروه‌های منزلت با مبنایی اقتصادی می‌دهند، سپس این مبنای اقتصادی و مبتنی بر تملک نیز جای خود را به گروه‌های منزلت مبتنی بر مصرف می‌دهند.

(معیدفر و دهقانی، ۱۳۸۷: ۲۴۴) یعنی هر خانمی که بیشتر می‌خرد و مصرف می‌کند، از فرهنگ بالاتری برخوردار است.

مدل نظری تحقیق



فرضیه‌های تحقیق

بر اساس مدل تحلیل می‌توان فرضیه‌های زیر را مطرح کرد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش دختران به حجاب با نوع پوشش مادر رابطه معناداری وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش دختران به حجاب با میزان اهتمام والدین به پوشش دختران رابطه وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش دختران به حجاب با نوع پوشش دوستان صمیمی آنها رابطه معناداری وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش به حجاب با محتوای کتب درسی در موضوع حجاب رابطه معناداری وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش دختران به حجاب با تقید دبیران به حجاب رابطه معناداری وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش به حجاب با نوع استفاده رسانه‌ای رابطه معناداری وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین نگرش دختران به حجاب با پایگاه اجتماعی والدین رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

نمونه‌گیری این پژوهش، براساس سهمیه‌بندی و روش نمونه‌گیری تصادفی انجام شده است. با توجه به این که شهر قم به چهار ناحیه آموزشی تقسیم می‌شود برای انتخاب نمونه نیز پس از سهمیه‌بندی جمعیت نمونه به چهار ناحیه، از بین مدارس دبیرستانی هر ناحیه، به شکل تصادفی یک یا دو مدرسه انتخاب شده است. که نهایتاً از بین ۳۵۰ نفر نمونه انتخابی، ۲۹۳ پرسشنامه قابل بررسی گردآوری شد.

با توجه به این که روش انجام تحقیق حاضر پیمایش است، مناسب‌ترین تکنیک این روش - که عمدتاً در نگرش‌سنجی استفاده می‌شود - پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه این پژوهش، حاوی سوالات «بسته» پاسخ است که از دو قسمت اساسی تشکیل شده است. در بخش نخست به سنجش نگرش‌ها در ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری پرداخته‌ایم، که ابعاد شناختی و عاطفی با استفاده از طیف لیکرت به صورت پنج‌گزینه‌ای مورد پرسش قرار گرفته است که در مجموع شامل ۲۹ گویه می‌باشد و بعد رفتاری در پنج سوال به صورت گزینه‌هایی که شامل حجاب حداکثری تا حجاب حداقلی در ابعاد پوششی، گفتاری، رفتاری می‌شود، سنجیده شده است و در قسمت دیگر، عوامل جامعه‌پذیری یعنی خانواده، مدرسه، دوستان و همسالان مورد بررسی قرار گرفته است که عامل خانواده در ۴ سوال، عامل مدرسه در ۳ سوال، دوستان و رسانه در یک سوال مطرح شده است. و در بخش پایانی پرسشنامه نیز سوالات مربوط به متغیرهای زمینه‌ای یا وضعیتی مانند شغل، تحصیلات و درآمد والدین، پایه تحصیلی، ناحیه محل تحصیل و نوع مدرسه آورده شده است.

در تحقیق حاضر؛ به اقتضای روش تحقیق و نوع ابزار گردآوری اطلاعات (پرسش‌نامه)، برای تحلیل داده‌های گردآوری شده از روش تحلیل کمی استفاده شده است و با استفاده از نسخه ۱۶ نرم افزار «spss» کار تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام شده است.

فرضیه‌های تحقیق

نگرش دانش‌آموزان و نوع پوشش مادران (میزان اهمیت دادن مادران به حجاب)

یکی از عوامل مطرح و اثرگذار بر نگرش دختران به حجاب از نظر تحقیقات گذشته میزان و نحوه اهمیت دادن مادران به پوشش خود می‌باشد. این فرضیه در این تحقیق مورد آزمون قرار گرفته است. آزمون دی سامرز نشان می‌دهد با افزایش میزان اهمیت دادن مادر به حجاب، نگرش دختران مثبت‌تر می‌شود. بدین معنی مادران یکی از الگوهای دختران در نگرش مثبت فرزندان اناث به حجاب می‌باشند. به طوری که ۷۵ درصد دخترانی که مادرشان به حجاب اهمیت خیلی زیاد می‌دهند به حجاب نگرش مثبت دارند و این تفاوت نظر دختران در سطح بیش از ۵ درصد معنی‌دار است. (جدول شماره ۱)

جدول شماره ۱ - توزیع نگرش دانش‌آموزان برحسب اهمیت پوشش از نظر مادرشان								
کل درصد	کل فراوانی	اهمیت خیلی زیاد (چادر و روبندی)	اهمیت زیاد (چادر و مقنعه و گاهی روسری)	اهمیت متوسط (چادر و روسری یا شال)	اهمیت کم (ماتو و روسری یا شال)	اهمیت خیلی کم (ماتوی مدروز)	میزان اهمیت دادن مادر به پوشش نگرش دانش‌آموزان	
							فراوانی	درصد
۰.۷	۲	۰.۰	۰.۰	۰.۷	۱۱.۱	۰.۰	منفی	
۳۵.۵	۹۸	۲۵.۰	۳۱.۵	۳۷.۳	۶۶.۷	۱۰۰.۰	خنثی	
۶۳.۸	۱۷۶	۷۵.۰	۶۸.۵	۶۱.۹	۲۲.۲	۰.۰	مثبت	
۱۰۰	۲۷۶	۸	۱۲۴	۱۳۴	۹	۱	فراوانی	کل
		۱۰۰.۰	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰	درصد	
D=0/135 sig=0/022							آماره	

نگرش دانش‌آموزان و نوع پوشش دوستان صمیمی (میزان اهمیت دادن دوستان به حجاب) در این تحقیق رابطه نگرش دانش‌آموزان و نوع پوشش دوستان صمیمی مورد آزمون قرار داده شده است. آماره دی‌سامرز نشان می‌دهد بین نگرش دانش‌آموزان و نوع پوشش دوستان آنان رابطه وجود دارد. این آمار نشان می‌دهد که با افزایش اهمیت دادن دوستان صمیمی به حجاب میزان نگرش دختران من حیث‌المجموع مثبت‌تر می‌شود. (جدول شماره ۲)

جدول شماره ۲- توزیع نگرش دانش‌آموزان برحسب اهمیت پوشش از نظر دوستان صمیمی شان							
کل	اهمیت خیلی زیاد (چادر و روبندی)	اهمیت زیاد (چادر و مقنعه و گاهی روسری)	اهمیت متوسط (چادر و روسری یا شال)	اهمیت کم (مانتو و روسری یا شال)	اهمیت خیلی کم (مانتوی مدروز)	میزان اهمیت دادن دوستان به پوشش نگرش دانش‌آموزان	
						فراوانی	درصد
۰.۷	۲	7.7	0.0	0.6	0.0	0.0	منفی
۳۵.۵	۹۷	69.2	52.9	32.4	28.1	71.4	خنثی
۶۳.۷	۱۷۴	23.1	47.1	67.0	71.9	28.6	مثبت
۱۰۰	۲۷۳	13	17	179	57	7	فراوانی
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	درصد
D=0/120 sig=0/049						آماره	

نگرش دانش‌آموزان و میزان نظارت پدر و مادر بر نوع پوشش لباس دانش‌آموزان حدود ۴۴ درصد دانش‌آموزانی که والدینشان برنوع پوشش لباس آنان اصلاً دخالت ندارند نگرش مثبت به حجاب دارند در مقابل 76.9 درصد دانش‌آموزانی که والدینشان در حد «خیلی زیاد» برنوع پوشش لباس آنان دخالت می‌کنند نگرش مثبت به حجاب دارند. این تفاوت در سطح بیش از ۹۵ درصد اطمینان و با آزمون دی‌سامرز مورد تأیید است. ضمن آنکه جهت رابطه این دو متغیر مستقیم و مثبت می‌باشد به طوری که با افزایش میزان دخالت والدین بر نوع پوشش دختران شهر قم حدود ۱۵ درصد بر نگرش مثبت آنان افزوده می‌شود. (جدول ۳)

جدول شماره ۳ - توزیع نگرش دانش‌آموزان و میزان دخالت پدر و مادر بر نوع پوشش لباس دانش‌آموزان (تعامل والدین)									
کل		خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم	اصلا	تعامل والدین	
درصد	فراوانی							نگرش دانش‌آموزان	
۲	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	منفی	
۱۰۰	35.6	23.1	27.1	38.0	51.6	41.7	55.6	خنثی	
۱۷۹	63.7	76.9	72.9	62.0	48.4	50.0	44.4	مثبت	
۲۸۱	۱۰۰	39	70	108	31	24	9	فراوانی	کل
		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
sig=۱۰۱/۰D=								آماره	

نگرش دانش‌آموزان و میزان تأثیر رفتار دبیران و مسئولین مدرسه به علاقمندی دانش‌آموزان به حجاب با توجه به اهمیت تأثیر رفتار دبیران و مسئولین مدرسه به علاقمندی دانش‌آموزان به حجاب، رابطه این موضوع با گرایش دانش‌آموزان به حجاب از طریق آزمون دی سامرز مورد ارزیابی قرار گرفته است. آماره دی سامرز نشان می‌دهد رابطه این دو متغیر مثبت و مستقیم می‌باشد. (جدول شماره ۴)

جدول شماره ۴ - توزیع نگرش دانش‌آموزان و میزان تأثیر رفتار مسئولین مدرسه به علاقمندی دانش‌آموزان به حجاب									
کل		خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم	اصلا	میزان تأثیر	
درصد	فراوانی							نگرش دانش‌آموزان	
0.7	۲	2.6	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	منفی	
35.6	۱۰۰	25.6	22.2	23.8	46.2	54.5	50.0	خنثی	
63.7	۱۷۹	71.8	77.8	76.2	53.8	43.6	50.0	مثبت	
100.0	۲۸۱	۳۹	54	63	52	55	18	فراوانی	کل
		۱۰۰	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	درصد	
sig=۲۰۸/۰D=								آماره	

نگرش دانش‌آموزان و میزان تقید دبیران به حجاب

جدول ۱۶ نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد دانش‌آموزانی که تأثیر میزان تقید دبیران به حجاب را در حد خیلی زیاد می‌دانند معتقدند که بر نگرش مثبت دانش‌آموزان تأثیر دارند. این تفاوت با آزمون آماری دی‌سامرز مورد ارزیابی قرار داده شده است. رابطه بین این دو متغیر مثبت و مستقیم می‌باشد به عبارت دیگر با افزایش میزان تقید معلمان به حجاب نگرش مثبت دانش‌آموزان افزایش پیدا می‌کند. (جدول شماره ۵)

جدول شماره ۵- توزیع نگرش دانش‌آموزان و میزان تقید دبیران به حجاب									
کل		خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم	اصلا	میزان تقید نگرش دانش‌آموزان	
درصد	فراوانی							منفی	مثبت
0.7	۲	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
35.6	۱۰۰	17.5	37.0	49.2	63.6	75.0	33.3		
63.7	۱۷۹	80.4	63.0	50.8	36.4	25.0	66.7		
100.0	281	97	92	63	11	12	6	فراوانی	کل
		۱۰۰	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
sig=0/0۲۵۵D=0/								آماره	

نگرش دانش‌آموزان و میزان ترغیب محتوای کتاب‌های درسی به رعایت واجبات و حجاب نتایج بررسی نشان می‌دهد، بیش از دو سوم (۶۷.۹ درصد) دانش‌آموزان تأثیر ترغیب محتوای کتاب‌های درسی به نگرش را مثبت ارزیابی کرده‌اند. این تفاوت با آزمون دی‌سامرز در سطح معنی‌داری ۵ درصد مورد تأیید است. رابطه این دو متغیر مثبت بوده به طوری که با افزایش میزان ترغیب محتوای کتاب‌های درسی به حجاب و مسائل شرعی نگرش دانش‌آموزان به حجاب افزایش پیدا می‌کند. (جدول ۶)

جدول شماره ۶- توزیع نگرش دانش‌آموزان و میزان ترغیب محتوای کتاب‌های درسی به رعایت واجبات شرعی و حجاب									
کل	درصد	خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم	اصلا	میزان ترغیب نگرش دانش‌آموزان	
								فراوانی	کل
0.7	۲	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	منفی	
35.6	۱۰۰	32.1	9.2	30.1	53.2	60.0	50.0	خنثی	
63.7	۱۷۹	67.9	90.8	69.9	46.8	35.0	50.0	مثبت	
100.0	281	28	65	73	47	40	28	فراوانی	کل
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	درصد	
sig=0/0۲۸۸D=0/								آماره	

نگرش دانش‌آموزان و استفاده از ماهواره

نتایج تحلیل و بررسی نشان داد که حدود ۷۰ درصد دانش‌آموزانی که از ماهواره استفاده نمی‌کنند نگرش مثبت به حجاب دارند در مقابل 26.7 درصد دانش‌آموزانی که از ماهواره استفاده می‌کنند به حجاب نگرش مثبت دارند، حدود ۷۱ درصد این گروه به حجاب نگرش بی‌تفاوت دارند. این میزان تفاوت در سطح بیش از ۹۵ درصد اطمینان و با آزمون دی‌سامرز مورد تأیید است. ضمن آن که جهت رابطه این دو متغیر مستقیم و منفی می‌باشد به طوری که با افزایش میزان تماشای ماهواره دختران شهر قم حدود ۳۲ درصد از نگرش مثبت آنان به سمت نگرش بی‌تفاوتی افزوده می‌شود. (جدول ۷)

کل		بلی	خیر	استفاده از ماهواره نگرش	
فراوانی	درصد			منفی	مثبت
۲	0.7	2.2	0.4	منفی	
۱۰۰	35.6	71.1	28.8	خنثی	
۱۷۹	63.7	26.7	70.8	مثبت	
281	100.0	100.0	100.0	درصد	کل
		45	236	فراوانی	
۵۶ sig=0/0۳۲۵/-D=					آماره

نگرش دانش‌آموزان و استفاده از اینترنت

نتایج بیان‌گر این بود که حدود ۶۵ درصد دانش‌آموزانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند نگرش مثبت به حجاب دارند در مقابل 59.3 درصد دانش‌آموزانی که از اینترنت استفاده می‌کنند نگرش مثبت به حجاب دارند. آزمون دی‌سامرز نشان می‌دهد این میزان تفاوت در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنی‌دار نیست. به عبارت دیگر فرضیه آماری مورد تأیید است یعنی تفاوت مشاهده شده معنی‌دار نیست منتهی جهت معکوس می‌باشد. (جدول ۸)

کل		بلی	خیر	استفاده از اینترنت نگرش	
فراوانی	درصد			منفی	مثبت
۲	0.7	2.3	0.0	منفی	
۱۰۰	35.6	38.4	34.4	خنثی	
۱۷۹	63.7	59.3	65.6	مثبت	

نتیجه گیری

آن چه در این تحقیق به دست آمد این بود که بیش از ۶۰ درصد دانش آموزان به حجاب نگرش مثبت دارند. از نظر ۳۴.۴ درصد آنان داشتن و نداشتن حجاب یکسان است به عبارت دیگر نگرش آنان به حجاب خنثی می باشد. تقریباً نگرش منفی به حجاب در بین دانش آموزان شهر قم دیده نمی شود.

میانگین نگرش دانش آموزان از نمره صد ۷۸.۸، میانگین بعد شناختی ۷۹.۱، بعد رفتاری نگرش ۷۷.۵ و بعد عاطفی نگرش ۷۹.۱ می باشد این آماره در مجموع نشان می دهد، نگرش دانش آموزان شهر قم مناسب است. دو بعد شناختی و عاطفی نگرش نسبت به بعد رفتاری از نظر دانش آموزان از اهمیت زیادی برخوردار است. در میان عوامل موثر بر نگرش به حجاب خانواده به عنوان کوچک ترین و موثرترین واحد اجتماع و جامعه، پس از تربیت اجتماعی با ضریب بتای ۲۱۸+ به عنوان دومین متغیر موثر در تبیین نگرش دختران به حجاب بحساب می آید. متغیر «اهتمام نهاد آموزش به حجاب» با مقدار ضریب بتای ۱۸۶+ در مرتبه سوم و تلویزیون با ضریب بتای ۱۶۹+ در مرتبه چهارم قرار دارند. در بین عوامل مدل تنها استفاده از ماهواره است که با نگرش به حجاب رابطه منفی دارد. به عبارت دیگر کسانی که بیننده شبکه های ماهواره هستند نسبت به حجاب نگرش منفی دارند. دو متغیر دوستان و همسالان و استفاده از اینترنت رابطه معنی دار مستقیم و معکوس با نگرش به حجاب دختران ندارد.

فهرست منابع

۱. آگ برن، ویلیام فیلدینگ (۱۳۸۰)، زمینه جامعه‌شناسی، نشر گسترده، تهران.
۲. حسینیان، حامد (۱۳۹۰)، صدفی برای مروارید (بررسی کارکردهای حجاب)، موسسه بوستان کتاب، قم.
۳. روشه، گی (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، مترجم عبدالحسین نیک‌گهر، تبیان، تهران.
۴. زنگنه، محمد (۱۳۸۲)، بررسی عوامل فرهنگی موثر بر جامعه‌پذیری نوجوانان و جوانان، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۷، پاییز.
۵. زین‌آبادی، مرتضی (۱۳۸۶)، جامعه‌پذیری حجاب، کتاب زنان، سال دهم، شماره ۳۸.
۶. سلیمی، محمد (۱۳۸۶)، مجموعه مقالات رسانه تلویزیون (سکولاریسم، فرهنگ، رسانه و فرایند سکولاریزاسیون)، دفتر عقل، قم.
۷. علاقه‌بند، علی (۱۳۶۶)، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش: مفاهیم و مباحث کلی، کتابخانه فروردین، تهران.
۸. فضل‌الله، سید محمد حسین (۱۳۸۳)، دنیای زن، چاپ اول، سهروردی، تهران.
۹. قوام، عبدالعلی (۱۳۸۶)، درآمدی بر جامعه‌پذیری سیاسی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲.
۱۰. کرم‌اللهی، نعمت‌الله (۱۳۸۸)، بررسی جامعه‌شناختی آثار استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.
۱۱. محمدی‌آشنانی، علی (۱۳۷۸)، حجاب در ادیان الهی (زردشت، یهود، مسیحیت و اسلام)، نشر یاقوت، قم.
۱۲. محمدی‌اشتهاردی، محمد (بی‌تا)، حجاب بیانگر شخصیت زن، چاپ اول، معاونت مبارزه با مفاسد اجتماعی ناجا.
۱۳. مطهری، مرتضی (۱۳۶۷)، تعلیم و تربیت در اسلام، صدرا، تهران.
۱۴. مهدوی، صادق و اکبری (۱۳۸۶)، حسین، هویت یابی جوانان در محیط‌های مجازی، فصلنامه مطالعات فرهنگی، سال دوم، شماره پنجم.