

جامعه پذیری حجاب

مرتضی زین آبادی *

چکیده

چنانچه حجاب یک نوع رفتار قلمداد گردد، این رفتار همانند سایر رفتارهای دیگر تحت تأثیر قواعد خاصی است. بر اساس تئوری‌های جامعه‌شناختی و روان‌شناختی، انجام یک رفتار، تحت تأثیر عوامل متفاوتی است. یکی از عوامل مهم و اثرگذار بر انجام و نحوه رفتار، اطلاعات و آگاهی‌های فرد از رفتار می‌باشد. به عبارت دیگر، سطح شناختی فرد، اقدام و نوع رفتار وی را مشخص می‌سازد. اطلاعات و آگاهی‌های فرد، نسبت به اشیاء، پدیده‌ها و مفاهیم، طی فرآیند جامعه‌پذیری وی ایجاد می‌شود. در این نوشتار، جامعه‌پذیری از دیدگاه تئوری‌های کارکردگرایی، تقابل و کنش متقابل نمادین بررسی شده است و خانواده، مدرسه، گروه همسالان و نهادهای اجتماعی و ارتباطی به عنوان عوامل مؤثر بر جامعه‌پذیری حجاب معرفی می‌شوند که ناهماهنگی و بدکارکردی این عوامل می‌تواند منجر به آسیب‌پذیری فرآیند جامعه‌پذیری حجاب گردد.

واژگان کلیدی

حجاب، جامعه‌پذیری، زنان، گروه‌های همسالان، خانواده

* - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی.

(۱) مقدمه

منش و هویت ملی و گروهی اعضای هر ملت و گروه، در طی تربیت و پرورش اعضای آن گروه، بر اساس معیارها و الگوهای رفتاری و تربیتی شکل می‌گیرد که این منش و هویت، به خوبی در رفتارها و کنش‌های افراد مشخص و آشکار است. فرد، طی این فرآیند، الگوها و قواعد رفتاری‌ای را فرا می‌گیرد که ماهیت و قالب اصلی رفتارهای او را شکل می‌دهد. کارکرد این الگوها، ایجاد نوعی مشابهت و همانندی میان کنش‌های اعضای جامعه است؛ به گونه‌ای که افراد نسبت به رفتارهای دیگران احساس آشنایی می‌کنند. این احساس موجب همبستگی و اتحاد و ارتباط فکری و عملی میان افراد می‌گردد.

اجتماعی شدن فرد طی فرآیند جامعه‌پذیری وی به وقوع می‌پیوندد. جامعه‌پذیری^۱ فرآیندی است که فرد طی آن با ارزش‌ها، عقاید، هنجارها، رسوم، آداب و شعائر جامعه خویش آشنا می‌شود و شیوه‌های زندگی اجتماعی را فرا می‌گیرد و به عنوان یک عضو جامعه آمادگی عمل را پیدا می‌کند. انسان‌ها در فرآیند جامعه‌پذیری، با درونی‌سازی^۲ ارزش‌ها و هنجارها یاد می‌گیرند که چگونه باید نیازهای زیستی - اجتماعی خود را به شیوه‌ای قابل قبول برآورده سازند. نظم و ثبات در جامعه، ماحصل درونی‌سازی و عمل به این ارزش‌ها و دستورات فرهنگی است. دوران نوجوانی و جوانی، مهم‌ترین و اثرگذارترین دوران شناخت و پذیرش این معیارها می‌باشد. در این دوران، چنان‌چه ارزش‌ها و معیارها و هنجارها به‌گونه‌ای مناسب و هم‌زمان به نوجوان و جوان ارائه و به‌درستی در وی درونی شود، تا پایان عمر، بدون کمترین تغییری، در فرد باقی می‌ماند. جامعه‌پذیری

1. Socialization

2. Institutionalization

عمدتاً توسط ۵ نهاد اصلی؛ خانواده، مدرسه، دولت، اقتصاد و دین انجام می‌گیرد. هر یک از این نهادها کارکردها و وظیفه خاص خود را دارند و نیازی از نیازهای جامعه را برطرف می‌سازند.

پوشش و حجاب یک آموزه و دستور دینی است که مبتنی بر آیات، روایات و احکام است. آشنایی فرد با معیارها، الگوها، آموزه‌ها و احکام دینی در فرآیند جامعه‌پذیری دینی وی انجام می‌شود. در این فرآیند، فرد با محتوا و معنای این معیارها آشنا شده و آنها را در موقعیت‌ها و تعاملات زندگی روزمره خود به‌کار می‌گیرد.

جامعه‌پذیری دینی و آشنایی فرد با مفهوم و معنای حجاب، اصولاً از خانواده شروع شده و پس از آن در مدرسه ادامه می‌یابد. در بررسی مینی،^۱ تحت عنوان «آموزش مذهبی و بحران تحصیلات» ملاحظه شد که اعتقادات و باورهای مذهبی کودکان، بیش از آنکه شناختی^۲ باشد و در مدرسه ساخته و پرداخته گردد، ارزشی و احساسی است و از مدت‌ها قبل (در خانواده) ایجاد شده است؛ در حالی که آموزش‌های عینی مذهبی که در مدرسه به کودکان ارائه می‌گردد، مشکلات خاصی را برای آنها ایجاد می‌کند. این محقق معتقد است آموزش‌های مذهبی مدارس در تعارض با ارزش‌ها و اعتقادات ذهنی نوجوانان بوده و همین امر موجب بروز بحران و مشکل برای آنان می‌شود (cf. Minney, R, 1985).

جامعه‌پذیری حجاب توسط رسانه‌ها، به وسیله تدوین برنامه‌های خاص برای نوجوانان و جوانان و ساخت فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی ادامه می‌یابد. کارکرد و وظیفه عمده و مهم نهاد دین و سازمان‌های مذهبی، ارائه ارزش‌ها و هنجارهای دینی به منظور آشنایی مردم با این الگوها و قواعد می‌باشد. نوجوانان و جوانان بخشی

1. Minney

2. Cognitive

از آشنایی با مفهوم حجاب را در برخورد با گروه دوستان و نهادهای اجتماعی فرامی‌گیرند. با توجه به این‌که هر یک از این نهادها بخشی از جامعه‌پذیری دینی نوجوانان و جوانان را بر عهده دارند؛ بررسی میزان اثرگذاری آنها، در انتقال این ارزش‌ها و معیارها لازم و ضروری می‌باشد. از سوی دیگر لازم است مشخص گردد که افراد جامعه بیشتر تحت تأثیر کدام یک از این نهادها می‌باشند تا برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور بتوانند زمینه‌های مناسب‌تری برای انتقال درست و بهینه فرهنگ اسلامی تهیه و تدوین کنند.

۲) فرآیندهای جامعه‌پذیری

در ادبیات و تئوری‌های علوم رفتاری، اجتماعی شدن و یادگیری مترادف و هم معنا با مفهوم جامعه‌پذیری به‌کار می‌رود. این تئوری‌ها به‌طور مشترک بیان می‌دارند که کودک در زمان تولد هیچ اندوخته و دانشی ندارد و ذهن او عاری از هرگونه آداب و مقررات، قواعد و قوانین، اخلاق، عقاید، تفکرات و اندیشه‌ها است. کودک در مراحل اولیه زندگی خود موجودی سراسر نیاز است. نیازهای محدود اما وسیع و پدیده‌ای که سراسر زندگی وی را فرا گرفته و تمام فعالیت‌ها و هوش و ذهن او و اطرافیانش را متوجه رفع این نیازها می‌کند. نیازهایی مانند گرسنگی، تشنگی، استراحت، محبت و نوازش، رفع حاجت. عموماً این دوره زندگی، دوران پس از تولد تا پایان دو سالگی فرد را دربرمی‌گیرد. کودک در رفع این نیازها پای‌بند هیچ‌گونه قواعد و مقرراتی نبوده و به هر نحو اقدام به رفع نیاز می‌کند. در این دوران، گرچه والدین تلاش می‌کنند برخی قواعد رفتاری و اجتماعی اولیه مانند نحوه غذا خوردن، دفع ادرار و ... را به کودک بیاموزند؛ اما به خاطر عدم رشد ذهنی و عقلی، وی پذیرای این قواعد و مقررات نمی‌باشد و آنها را فرا نمی‌گیرد.

با پایان دو سالگی کودک دچار یک تحول ذهنی، فکری و جسمی شده از یک سو نیازهای او فزونی می‌گیرد و از سوی دیگر ذهن او آماده پذیرش برخی قواعد و مقررات می‌گردد. از این دوران به بعد والدین شروع به آشنا نمودن تدریجی کودک با برخی قواعد و مقررات اولیه و ابتدایی می‌کنند؛ مضافاً به اینکه کودک هم به تدریج متوجه می‌شود که با انجام برخی از رفتارها و اجتناب از برخی دیگر، پاداش‌ها و تشویقاتی دریافت می‌کند. با رشد جسمی، ذهنی و اجتماعی فرد، نیازهای او افزایش می‌یابد و یاد می‌گیرد که چگونه و در چه زمان‌هایی و به چه شیوه‌هایی به بهترین نحو نیازهای خود را برآورده کند و ضمن انطباق با محیط و شرایط، زمینه‌های دستیابی بهتر به اهداف خود را فراهم کند.

صاحب‌نظران علوم اجتماعی، در تعریف جامعه انسانی معتقدند جامعه انسانی به گروهی از انسان‌ها اطلاق می‌شود که در سرزمینی مشخص گرد هم آمده و دارای هدف مشترکی می‌باشند و برای رفع نیازهای مادی و معنوی یکدیگر، بر اساس قواعد و معیارهای مشخص، به تعامل و همکاری با هم می‌پردازند. جامعه برای اعضای خود موقعیت و شرایطی را فراهم می‌آورد تا آنها بتوانند در آن شرایط و موقعیت‌ها ضمن برقراری ارتباط با دیگران، به رفع نیاز خود بپردازند. جامعه انسانی وابسته به کنش و روابط اعضای خویش می‌باشد و با کنش اعضای خود، نیازهای آنان را برآورده می‌سازد و ثبات و تداوم و بقای خود را ضمانت می‌کند. اساس ارتباط، کنش و تعاملات انسان‌ها در جامعه، آداب و مقرراتی می‌باشد که جامعه برای تسهیل این روابط و ممانعت از برخورد و اصطکاک، ایجاد کرده است. آداب و مقررات، قالب و الگویی برای رفتار افراد، برقراری کنش و انجام عمل ایجاد می‌کند که موجب هماهنگی و یکپارچگی فعالیت و نزدیکی اعضای جامعه به یکدیگر می‌شود.

جامعه انسانی برای بقا و تداوم خود نیازمند آشناسازی اعضای جامعه با این معیارها و قواعد است. از طرف دیگر، اعضای جامعه باید برای رفع سریع‌تر و کامل‌تر نیازهای خود، قواعد، آداب و مقررات رفتاری جامعه را بیاموزند. این نیاز دوطرفه موجب ایجاد فرایندهای یادگیری و جامعه‌پذیری در جامعه می‌گردد. از نظر بسیاری از جامعه‌شناسان، جامعه‌پذیری فرآیندی دائمی است و از تولد کودک آغاز و تا پایان زندگی وی ادامه می‌یابد. اما در مراحل اولیه زندگی، به‌خصوص مراحل کودکی و نوجوانی، فرآیند جامعه‌پذیری عموماً ناآگاهانه و در مراحل بزرگ‌سالی آگاهانه و هدف‌مند می‌باشد.

جامعه‌پذیری جریانی است که یک طرف آن فرد و طرف دیگر آن جامعه است. از این‌رو جامعه‌پذیری ماحصل سه فرآیند ذیل است:

۱-۲) رابطه جامعه با فرد

در این معنا جامعه به دنیای خارجی، اجتماعی، گروه، نهاد، سازمان یا هر نوع سمبل و قراردادی اطلاق می‌شود که زمینه‌ها و شرایط مناسب برای عمل فرد را فراهم می‌کند و فرد را وادار به تبعیت از آن‌ها می‌نماید. جامعه‌پذیری فرآیندی است که به موجب آن، فرهنگ جامعه از یک نسل به نسل بعدی منتقل گردیده و فرد را با شیوه‌های پذیرفته و تأیید شده زندگی سازمان یافته اجتماعی سازگار می‌کند (نیک گهر، ۱۳۶۹: ص ۴۸).

۲-۲) رابطه فرد با جامعه

برخلاف رابطه قبل که یک رابطه جبری و کلی بود، این ارتباط در سطح خرد برقرار بوده و از حالت اختیاری و آزادانه‌ای برخوردار می‌باشد. این رابطه تحت

تأثیر نیازها و مطابق خواست‌ها، نگرش‌ها، تجربه‌های پیشین و زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی فرد است. براساس این نیازها، فرد رابطه خاصی را با نهادها، گروه‌ها، مؤسسات و سازمان‌های اجتماعی برقرار کرده و با قبول قواعد و مقررات این گروه‌ها و نهادها و به کارگیری آنها، تلاش می‌کند که به اهداف خود نائل شود. در این معنا، جامعه‌پذیری، فرآیندی است که فرد با گذر از آن خودش را با محیط اجتماعی - فرهنگی پیرامونش سازگار می‌کند» (همان، ص ۴۸).

۳-۲) رابطه میان نهادها و گروه‌های جامعه پذیرکننده

این رابطه به نوع ارتباطات و هماهنگی‌های میان گروه‌ها و نهادهایی اشاره دارد که به ارائه یکسری معیارها و الگوها با هم می‌پردازند. در جوامع گذشته، میان نهادهای جامعه تفکیک کارکردی وجود داشت و هر یک از نهادها کارکرد خاص و ویژه‌ای داشتند؛ دین و سازمان‌های دینی از قبیل مساجد، به امر ارائه ارزش‌ها و تفسیرهای دینی مبادرت می‌نمودند؛ اما امروزه اشتراک کارکردی میان نهادها یک اصل عام می‌باشد، به گونه‌ای که کارکرد آموزش معارف و احکام دینی را نهادها و سازمان‌هایی چون مدرسه یا وسایل ارتباط جمعی چون صدا و سیما هم به‌عهده دارند. در واقع کارکرد این نهاد در میان دیگر نهادهای جامعه از قبیل نهادهای آموزشی، حکومتی، خانواده و اقتصاد هم وجود دارد و کارکردهای پنج نهاد اصلی جامعه، بسیار به هم نزدیک است. این تداخل کارکردی در نهادها ناشی از عوامل ذیل است:

۱. یک نهاد تضعیف شده و دیگر نمی‌تواند کارکرد خاص و ویژه خود را انجام

دهد.

۲. مردم دارای انتظارات و نیازهایی هستند که نهاد مزبور قادر به تأمین آنها

نیست.

۳. اعتماد مردم به توانایی و قابلیت این نهاد در انجام کارکرد خویش کاهش یافته است.

۴. کارکرد نهاد متناسب با خواست و انتظار مردم نبوده است.

۵. نهادهای فرعی که برای اصلاح ضعف نهاد اصلی ایجاد شده‌اند، کارکردهای متفاوت و گاه متضادی نسبت به هم دارند.

این ارتباط میان نهادی در جامعه‌های جدید بسیار شدید و تأثیرگذار است. به طوری که کلمن^۱ معتقد است؛ نابرابری‌هایی که به وسیله خانواده و محیط به کودکان انتقال می‌یابد، در آینده به صورت نابرابری‌های اجتماعی بروز می‌کنند (Colman, & Et al, 1966, p.325).

در مواقعی که چنین تداخل کارکردی میان نهادها برقرار باشد، صاحب‌نظران علوم اجتماعی معتقدند که باید هماهنگی و تعادل متناسبی میان این نهادها برقرار گردد؛ زیرا نظم در جامعه ماحصل ارتباط و هماهنگی این نهادها با هم است. در غیر این صورت، چنان‌چه اطلاعات ارائه شده به نوجوانان در راستای هم نباشد یا حتی در تناقض با یکدیگر باشد، حالت دوگانگی در نوجوانان و جوانان ایجاد کرده و زمینه‌های بی‌اعتنایی و بی‌توجهی آنان را نسبت به آن ارزش‌ها فراهم می‌کند.

۳ آثار جامعه‌پذیری

۱- ۳) رشد احساسی و عاطفی فرد

یکی از مهم‌ترین آثار جامعه‌پذیری، رشد استعدادهای عاطفی فرد از قبیل عشق، تنفر، هم‌دردی و اعتماد است. زندگی اجتماعی نخست تحت تأثیر عواطف

1. Colman

گسترش می‌یابد، زیرا احساساتی نظیر عشق، تنفر، تفکر، حسادت، اعتماد و ... انگیزه‌هایی را برای بخش وسیعی از رفتارهای اجتماعی فراهم می‌سازند. کاگن^۱ در اثر خود تحت عنوان «عواطف، شناخت و رفتار» عنوان می‌کند که توسعه احساس طی مراحل زیر رخ می‌دهد:

«در طی اولین روزها و هفته‌های زندگی، احساسات کودک بیشتر ناشی از واکنش‌های بازتابی نسبت به محیط است، احساساتی از قبیل، لذت، تعجب، تنفر، اندوه، کنجکاوی و ...». پس از ماه‌های اول، احساسات جدید در نتیجه اندوختن تجارب شروع به ظاهر شدن می‌کند؛ مانند شادی، خشم، غمگینی و ترس. در اواسط سال دوم، کودک آثار و علایم مهربانی و محبت نسبت به دیگران را از خود بروز می‌دهد، لیکن هیچ شناختی ندارد از این که دیگران دارای «خودها» و هویت‌های مستقل و مخصوص می‌باشند. کودک در سن پنج یا شش سالگی به درک روشنی از «خود» در مقایسه با دیگران و اینکه دیگران چگونه او را مورد قضاوت قرار می‌دهند، می‌رسد. این «آیین» فراهم آمده از آگاهی اجتماعی، برای نخستین بار احساساتی مانند اعتماد، ناامنی، غرور، تواضع، تعصب و حسد بروز و ظهور پیدا می‌کند. کودکان، اکنون قادر به پذیرش نقش دیگران شده‌اند و می‌توانند احساسات سایرین را نیز دریابند و بدین طریق احساس همدردی و همدلی را گسترش می‌دهند. تا سال‌های نوجوانی، رشد استعدادهای شناختی برای تفکر انتزاعی، به نوجوان مجال گسترش همدردی با همه طبقات مردم، از قبیل مردم فقیر و ستم‌دیده را می‌دهد. هم‌چنین در این زمان، آگاهی عمیق از «خود» و دیگران، امکان گسترش احساسات شدید خیالی (عاشقانه) را فراهم می‌سازد (رابرتسون، ۱۳۷۲: صص ۱۲۶-۱۲۵).

1. kagan

۲-۳) رشد شناختی

یکی دیگر از مهم‌ترین دستاوردهای جامعه‌پذیری، توسعه توانایی‌های شناختی فرد است. انسان‌ها در محیطی که رشد و پرورش می‌یابند، الگوهای تفکر و درک را فرا می‌گیرند. به عنوان مثال، تبیین و تفسیرهای متفاوتی که یک فرد روستایی با یک فرد شهری می‌تواند از واقعه‌ای مانند سیل یا زلزله داشته باشد، ناشی از محیط پرورش آن‌ها است.

فرد در خانواده و جامعه‌ای که رشد می‌کند، یاد می‌گیرد که چه مطالبی مهم و لازم است و باید یاد گرفته و به خاطر سپرده شود. «کوهن»^۱ بیان می‌دارد کودکانی که در طبقه کارگر به دنیا می‌آیند و رشد می‌کنند، تبعیت و پیروی بی‌چون و چرا از هنجارها را فرا می‌گیرند، بدون این‌که در مورد درستی یا علت و چرایی آنها سؤالی کنند، اما کودکانی که در طبقه متوسط به دنیا می‌آیند، محیط پرورش‌شان، آن‌ها را به تعمق و کنجکاوی در امور وامی‌دارد (CF.Kohn.m,1963).

۳-۳) رشد بازنمایی - حرکتی

یکی دیگر از آثار جامعه‌پذیری، رشد و فراگیری فعالیت‌ها و نحوه برخورد و تعامل فرد با نمادها و مفاهیم می‌باشد. در طی این فرآیند، فرد فرامی‌گیرد که در موقع برخورد با برخی مفاهیم و نمادها، چه رفتاری از خود نشان دهد. به طور مثال، در برابر امور و پدیده‌های مقدس چگونه برخورد کند.

۴-۳) آشنایی با هنجارها، قواعد و معیارهای جامعه

یکی از کارکردهای مهم جامعه‌پذیری، آشنا نمودن افراد و اعضای جامعه با

1. kohn

هنجارها، ارزش‌ها و قواعد و مقررات جامعه است. هر جامعه و گروهی، بر اساس هنجارها و ارزش‌هایی که دارد، هویت و هستی می‌گیرد. نظم و تداوم جامعه نیز در گرو حفظ الگوها، قواعد و معیارهایی است که جامعه برای اعضای خود ایجاد نموده است. اعضای جامعه در فرآیند رشدی خود و در جامعه پذیری با این الگوها، معیارها، قواعد و ضرورت تبعیت از آنها آشنا می‌شوند و چگونگی به کارگیری و عمل به آنها را در موقعیت‌ها و کنش‌های متفاوت فرا می‌گیرند.

۴) چارچوب نظری جامعه پذیری

دیدگاه‌ها و تئوری‌های مختلفی در خصوص جامعه پذیری، عام و خاص و راه‌ها و شیوه‌هایی که افراد از طریق آن جامعه‌پذیر می‌شوند، مطرح می‌باشد. در این مجال سه دیدگاه اصلی در این زمینه ارائه می‌گردد:

۱ - ۴) دیدگاه روانشناختی

صاحب نظران این دیدگاه، جامعه‌پذیری را به معنای روند یادگیری در انسان می‌دانند و آن را فرآیندی غیر عقلانی و بازتابی عنوان می‌کنند. این تئوری‌ها بیان می‌دارند؛ یادگیری، نتیجه تجربیات پیشین فرد و ماحصل ترکیب محرک‌های وارد شده به فرد از محیط خارجی و آموخته‌های قبلی او است.

۲ - ۴) دیدگاه روانشناسی اجتماعی

صاحب نظران این دیدگاه، با استفاده از تئوری‌ها و نظریات جامعه‌شناسان و روانشناسان، درصدد برقراری پلی مفهومی، میان این دو دیدگاه و رسیدن به یک نقطه نظر مشترک هستند. از نظر این دیدگاه، جامعه‌پذیری ناشی از رفتارهای متنوع

و متفاوت فرد در اجتماع و ارتباط با دیگران است.

۳-۴) دیدگاه جامعه شناختی

صاحب نظران این دیدگاه، جامعه‌پذیری را به معنای روند اطلاع و آگاهی اعضا، از معنا و مفهوم نمادها، ارزش‌ها و مقررات جامعه می‌دانند. به اعتقاد آن‌ها، جامعه‌پذیری فرآیندی عقلانی است که با به‌کارگیری مفاهیمی که فرد را به عنوان یک یادگیرنده فعال توصیف می‌کند، امر یادگیری را یک انتخاب آگاهانه یا تلاشی از سوی فرد برای پیدا کردن نقش‌های جدید اجتماعی معرفی می‌نماید.

بر خلاف روانشناسان که تلاش می‌کنند تا اجتماعی شدن و یادگیری فرد را بیشتر تحت تأثیر عوامل درونی و روانی بدانند، جامعه‌شناسان، یادگیری و اجتماعی شدن فرد را فرآیندی جمعی و ناشی از اهداف، علایق و تأثیرات زندگی جمعی می‌دانند. دو دسته نظریه جامعه‌شناسی در خصوص جامعه و اجتماع وجود دارد:

۱- ۳-۴) تئوری‌های کارکردگرایی

بر اساس این تئوری‌های کارکردگرایی^۱، جامعه از اجزاء متفاوت، اما هماهنگ و مرتبط با هم تشکیل شده است. این دیدگاه معتقد است، هر یک از اجزاء در جامعه دارای کارکرد و وظیفه‌ای می‌باشند و بقای جامعه مستلزم ارتباط و همکاری این اجزاء با هم است. عمده‌ترین اصول اساسی و مشترک کارکردگرایان عبارتند از:

۱- جامعه یک نظام اجتماعی ترکیب یافته از نهادهای اجتماعی است.

۲- هر نهاد، کارکرد خاصی در حفظ و بقای جامعه دارد.

۳- هر فرد نقشی در یکی از نهادهای جامعه دارد.

1. Functional Theory

۴ - تغییر در یک نهاد، در سایر نهادهای دیگر اثر می‌گذارد.

۵ - جامعه برای بقای خود به کارکرد و همکاری این نهادها وابسته است.

۶ - ثبات و دوام هر جامعه، بر اساس توافق و رضایت و یگانگی فکری و اخلاقی اعضای آن استوار است. از مهم‌ترین و سرشناس‌ترین صاحب‌نظران این مکتب می‌توان از آگوست کنت، دورکیم، مرتون و پارسونز نام برد.

- امیل دورکیم

دورکیم جامعه را گروهی از انسان‌ها می‌داند که دارای احساسات جمعی مشترک می‌باشند. وی معتقد است؛ وقتی انسان به دنیا می‌آید، صرفاً خصوصیات بیولوژیکی داشته و فاقد خصوصیات اجتماعی است، از این رو هیچ‌گونه توانایی و اندوخته دانشی برای زندگی اجتماعی ندارد. بنابراین از نظر دورکیم، مهم‌ترین امری که در جامعه وجود دارد، آماده نمودن انسان‌ها برای زندگی اجتماعی است. از نظر دورکیم، اجتماعی نمودن، شیوه‌ای است که جامعه اعضایش را با عقاید، احساسات جمعی، ارزش‌ها، الگوها و خصوصیات زندگی جمعی آشنا می‌سازد. شیوه‌های اجتماعی نمودن اعضا در جوامع مختلف (مکانیکی - ارگانیکی) با هم فرق می‌کند. در هر دوی این جوامع، نهادهای جامعه، مانند خانواده، مذهب و دولت، وظیفه اجتماعی نمودن اعضا را به عهده دارند. در جوامع با همبستگی مکانیک،^۱ اعضای یک اجتماع، واحد و همانند بوده و احساسات و ارزش‌های واحدی دارند. اجتماعی نمودن، عموماً توسط خانواده و اجتماع نزدیک فرد انجام می‌شود؛ اما در همبستگی ارگانیکی،^۲ همبستگی نه براساس همانندی افراد، بلکه بر اساس تفاوت‌ها و تمایزهای اجتماعی ایجاد شده و دیگر خانواده نقش مسلط

1. Mecanique Solidarity

2 . Organique Solidarity

در اجتماعی نمودن افراد ندارد، بلکه نهادهای ثانویه، مانند اصناف و سازمان‌های حرفه‌ای، به‌خاطر رابطه نزدیکی که با فرد دارند، وظیفه آشنایی افراد با ارزش‌ها و معیارهای انضباط اجتماعی را به‌عهده دارند. از نظر دورکیم در این جوامع، مدرسه به‌عنوان یکی از نهادهای اجتماعی که اکثریت جوانان با آن ارتباط دارند، نقش مهم و اساسی در اجتماعی نمودن انسان‌ها دارد (آرون، ۱۳۷۰: ص ۲۴۸).

- تالکوت پارسونز

از نظر پارسونز، جامعه نوع خاصی از تجمع انسانی است. پارسونز، اجتماعی شدن (جامعه‌پذیری) را فرآیندی می‌داند که طی آن الگوهای فرهنگی، یعنی ارزش‌ها، اعتقادات، زبان و نمادها در نظام شخصیت درونی می‌شوند. از نظر پارسونز، فرآیند جامعه‌پذیری، یکی از مهم‌ترین فرآیندهایی است که می‌توان در جامعه در نظر گرفت. جامعه برای ایجاد نظم، نیاز به اجتماعی کردن اعضای جدید دارد. وی فرآیند جامعه‌پذیری را ناشی از یک ارتباط همه‌جانبه میان نظام‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌داند و معتقد است جامعه‌پذیری، عمدتاً در خانواده، نظام آموزشی جامعه، وسایل ارتباط جمعی، فعالیت‌های تربیتی در سندیکاها و احزاب سیاسی انجام می‌گیرد (روشه، ۱۳۷۶: ص ۱۰۴).

۲ - ۳ - ۴ دیدگاه تقابل

دیدگاه تقابل معتقد است که جامعه از اجزای متفاوتی تشکیل شده و رقابت و کشمکش بین این اجزاء، موجب کلیت یافتن جامعه می‌شود. از صاحب‌نظران و نظریه‌پردازان سرشناس این دیدگاه، می‌توان به افرادی چون گئورگ زیمل، کارل مارکس، دارن‌دورف و لوئیس کوزر اشاره نمود. وجه مشترک

نظریات این صاحب‌نظران عبارت است از:

- ۱- جامعه از گروه‌ها، دسته‌ها و طبقات گوناگون و متفاوتی تشکیل یافته است.
- ۲- میان این دسته‌جات، گروه‌ها و طبقات، نوعی رقابت بر سرکسب منافع وجود دارد.
- ۳- هر یک از این گروه‌ها برای خود، معیار، ارزش، هنجار، ایدئولوژی و آداب خاصی دارد.
- ۴- هستی و بقای گروه‌ها و طبقات، در گرو رقابت آنها بر سر منافع می باشد.
- ۵- گروه‌ها و طبقات مختلف تلاش می‌کنند با ترویج ارزش‌های مشترک و برانگیختن حس عاطفی اعضاء، تعلق و وفاداری آنها را به ارزش‌ها و ایدئولوژی گروه برانگیزند تا یک نوع هم‌نوایی و اتحاد میان اعضاء برقرار سازند.
- ۶- تقابل میان گروه‌ها، بی‌برنامه، بی‌هدف و بدون معیارهای مورد قبول نبوده، بلکه، گروه‌ها براساس قاعده و معیار مشخص و خاصی با هم به رقابت می‌پردازند.

- ماکس وبر

وبر جامعه را مجموعه‌ای از گروه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی با سبک خاص زندگی، قواعد، الگوها و هنجارهای مختص به خود می‌داند. وی جامعه را صحنه رقابت این گروه‌ها با هم دانسته و معتقد است از این رقابت، اموری چون قشربندی، اقتدار و روابط شکل می‌گیرد. از نظر وی، جامعه‌پذیری فرآیند آشنا سازی و برانگیختن عواطف انسانی و احساس تعلق و وابستگی به گروه است. وی معتقد است مدرسه و آموزش و پرورش به عنوان یکی از گروه‌های اساسی که هر فرد در طی زندگی خود با آن روبه‌رو می‌شود، نقش مهمی در آشنا سازی مردم با این ارزش‌ها و قواعد ایفا می‌کند.

- گئورگ زیمل

زیمل جامعه را محصول برهم‌کنش (تعامل‌های) افراد دانسته (زیتن، ایروینگ، ۱۳۷۳، ص ۸۴) و افراد را به‌عنوان محصولات جامعه و حلقه‌های پیوند فراگرد اجتماعی می‌داند. عجین شدن در شبکه روابط اجتماعی، سرنوشت گریزناپذیر زندگی بشر است. جامعه با ایجاد و رشد فردیت، بر افراد تأثیر گذاشته و باعث می‌شود که فرد به هیئت خاص انسانی درآید (کوزر، ۱۳۷۰: ص ۲۵۶).

۳-۳-۴) نظریه کنش متقابل نمادین

در دیدگاه کنش متقابل نمادین، بر کنش متقابل میان کنشگر و جهان تأکید می‌گردد. در نظر این دیدگاه، کنشگر و جهان، فراگردهایی ساختاری و ثابت نیستند، بلکه پویا بوده و در فراگرد کنش، هم‌کنشگر و هم‌جهان، دائماً بازسازی و نو می‌گردند. در دیدگاه کنش متقابل نمادین، جامعه‌پذیری به فرآیندی اطلاق می‌گردد که طی آن، فرد با نمادها و معناهای اجتماعی آشنا گشته و «خود»^۱ وی شکل می‌گیرد و دارای ظرفیت تفکر و استدلال شده و توانایی تعامل و تبادل با خود و دیگران را به دست می‌آورد. از صاحب‌نظران و نظریه پردازان مهم این دیدگاه می‌توان «جرج هربرت مید»^۲، «هربرت بلومر»^۳، «مانفوردکان»^۴، «چارلز هورتن کولی»^۵، «توماس لاکمن»^۶ و «پیتر برگر»^۷ را نام برد.

1. self

3. Herbert Blumer

5. charls Horton cooley

7. peter Berger

2. Georg Herbert mead

4. manford kuhn

6. Thomas Luckmann

- جرج هربرت مید

«خود» و «ذهن»^۱ فرآورده مشارکت در زندگی گروهی و در فرآیند کنش متقابل طفل با دیگر موجودات انسانی پدیدار می‌شوند (زیتلین، ۱۳۷۳: ص ۱۷۵). مید، جامعه‌پذیری را فرآیند شکل‌گیری خود و ذهن در آدمی می‌داند. وی اظهار می‌دارد که یکی از نتایج حیاتی جامعه‌پذیری، توانایی پیش‌بینی انتظارات دیگران از ما و شکل دادن رفتار بر طبق آن‌ها می‌باشد (رابرتسون، ۱۳۷۰: ص ۱۲۱). مید چهار عامل مهم در فرآیند جامعه‌پذیری و رشد خود برمی‌شمارد:

- ارتباطات، به عنوان فرآیندی اساسی، زمانی رخ می‌دهد که شرکت‌کنندگان، از نمادهای معنادار استفاده کنند و در این رابطه، خطوط رفتار، برای ایجاد یک عمل اجتماعی مشترک با یکدیگر انطباق می‌یابد. بنابراین ارتباطات، فرآیندی سازمان دهنده است.

- مبادله، درون یک فرآیند ارتباطی شکل گرفته و در راستای آن، شرکت‌کنندگانی که با یکدیگر هیچ پیوند مستقیمی ندارند، پیوندهایی را برقرار می‌کنند. مید این پیوند را مشابه فرآیندی عام می‌داند که با افزایش و تنوع‌پذیری پیوند، اهمیت آن بیشتر می‌گردد.

- نگرش دینی، از نظر مید، یک تکانه محرک اصیل برای انسان معاصر است. به زعم وی، نگرش دینی موجب شکل‌گیری آیین مذهبی شده و آیین مذهبی نیز در جهت یک مذهب عمده، با قضایای عام خود توسعه می‌یابد.

- تعارض اجتماعی، صرفاً به عنوان فرآیند انفعال که طرفین رابطه را از یکدیگر جدا می‌سازد، محسوب نمی‌گردد. برعکس، تضاد ممکن است طرفین متعارض را

1. mind

به یافتن سازگاری‌های جدید با یکدیگر وادار نموده و به این ترتیب استقرار یک سازمان جدید، میان آنها را موجب شود. تضاد باید به عنوان تأمین‌کنندهٔ نیاز و محرکی برای بازسازی روابط سازمان یافته تلقی گردد. هر چه در جامعه نوین، فرصت‌های تعارض، توسعه یابد، فشار متناظری برای سازمان وسیع‌تر موجودیت می‌یابد (همان، ص ۱۲۳).

- پیتر برگر و توماس لوکمان

از نظر برگر انسان به صورت عضو جامعه و با نوعی گرایش و استعداد جامعه‌پذیری زاده می‌شود. برگر فرآیند جامعه‌پذیری را جریانی می‌داند که در آن، نسل جدید مطابق با برنامه‌های نهادهای جامعه، زندگی کردن در جامعه را یاد می‌گیرد. فرد در این مرحله نه تنها معانی عینیت یافته را یاد گرفته، بلکه هویت، خود و ساخت اجتماعی را نیز فرا می‌گیرد.

از نظر این دو محقق، افراد شناخت و آگاهی خود را از پدیده‌ها و واقعیات اجتماعی در زندگی روزمره، از طریق تعاملات و ارتباطات با دیگران، تعبیر و تفسیر از آنها و پدیده‌های اجتماعی و رفتاری که در اطراف آنها انجام می‌شود، بدست می‌آورند و به این وسیله، دنیا و جهان پیرامون را برای خود ایجاد و معنی‌دار می‌کنند. فرد، زندگانی روزمره خود را به عنوان واقعیتی به نمایش می‌گذارد که به وسیله آدیان تعبیر و تفسیر می‌شود (برگر، ۱۳۷۵: ص ۳۵).

این تعبیر و تفسیر آدیان و اعضای جامعه، سخت تحت تأثیر عقل سلیم یا فهم عام^۱ آنان است. عقل سلیم به باورداشت‌های روزمره‌ای اطلاق می‌شود که برای

1. Common sense

افراد بدیهی و مسلم بوده و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابند (کوئن، ۱۳۷۱:ص ۲). دیگر از عوامل مؤثر در شناخت، عامل اراده یا علاقه فرد به موضوع است. توجه ما به اطراف و انطباق واقعیات اطراف با پیش‌زمینه‌ها و باورهای قبلی، آگاهی و شناخت ایجاد می‌کند. آگاهی (شناخت) همیشه ارادی بوده و متوجه یا معطوف به موضوعات شناسایی است (همان، ص ۳۵).

چنانچه موضوعات مختلف مربوط به یک واقعیت که به ذهن متبادر می‌شوند با هم تنش داشته و ناهماهنگ باشند، تفسیرهای متفاوتی از آن واقعیت به ذهن خطور می‌کند که منجر به برداشت‌های متفاوت و گاه متضادی از آن واقعیت می‌شود، بنابراین هماهنگی در شناخت نیز از اهمیت والایی برخوردار است (همان، ص ۳۷). عینی و ملموس بودن واقعیات، نقش مؤثری در شناخت و آگاهی افراد ایفا می‌کند. به عبارت دیگر، شناخت باید مربوط به جهان، زمان و دنیای پیرامون فرد باشد و او بتواند برای آن توجیه الزامی و ایجابی فراهم کند.

فرد در ارتباط با دیگران متوجه می‌شود واقعیتی را که او درک کرده است، دیگران هم دیده و تفسیر نموده‌اند. او با اینکه می‌داند ممکن است تفسیرش با دیگران متفاوت باشد، اما متوجه است که این واقعیت برای آنها هم ایجاد شده است. از آنجا که فرد در زندگی خود ناگزیر به روابط با دیگران است، لذا هر چه قدر میان تفسیر و برداشت او با دیگران شباهت بیشتری داشته باشد، سریع‌تر و زودتر به آگاهی و شناخت می‌رسد. از نظر برگر و لوکمان، مهم‌ترین شیوه اثرگذاری دیگران در ایجاد آگاهی و شناخت از زندگی روزمره، در موقعیت چهره به چهره حاصل می‌شود (همان، ص ۴۶). دیگرانی که در ارتباط نزدیک و مستمر با فرد قرار دارند، چنانچه تفسیر و معنایشان از مفاهیم، حوادث و اتفاقات پیرامون یکی باشد، فرد به

آگاهی مستدل‌تری دست می‌یابد. در موقعیت چهره به چهره، دیگری دارای وجودی کاملاً واقعی است، این واقعیت جزئی از کل واقعیت زندگانی روزمره بوده و به همین دلیل ملموس و اقناع‌کننده است (همان، ص ۴۷). برداشت ما از دیگران حتی در موقعیت چهره به چهره از طریق طرح‌های مربوط به سنخ‌بندی یا نمونه‌پردازی^۱ است. من دیگری را به عنوان یک سنخ درک می‌کنم و با او در موقعیتی که خود از سنخ خاصی است، عمل متقابل انجام می‌دهم (همان، صص ۵۰-۴۹).

یکی دیگر از عوامل مؤثر و مهم در شناخت و آگاهی ما از یک پدیده، این است که تا چه حد آن مفهوم، با علایق، تمایلات و نیازهای من متناسب است. شناسایی من از زندگانی روزمره برحسب ربطها و مدخلیت‌ها^۲ ساخته می‌شود. برخی از این‌ها زائیده علائق مستقیم من و بعضی دیگر معلول موقعیت کلی من در جامعه است (همان، ص ۶۷). لذا هر چه‌قدر مفهوم و واقعیت در راستای منافع و موقعیت فرد باشد، فراگیری آن بهتر و سریع‌تر انجام می‌گیرد.

۵) جامعه‌پذیری حجاب

همان‌طور که گفتیم، آشنایی فرد با معیارها، الگوها، آموزه‌ها و احکام دینی، در فرآیند جامعه‌پذیری وی انجام می‌گیرد. در این فرآیند است که فرد با محتوا و معنای این معیارها آشنا شده و آنها را در موقعیت‌ها و تعاملات زندگی روزمره خود به‌کار می‌گیرد. از سوی دیگر، حجاب داشتن، یک آموزه و دستور دینی است که مبتنی بر آیات، روایات و احکام اسلامی است. جامعه‌پذیری حجاب، نوع خاصی از جامعه‌پذیری دینی افراد است. لذا همان عوامل، نهادها و مؤسسات

1. Typifactory

2. Relevance

و سازمان‌هایی که در جامعه‌پذیری افراد نقش دارند، به نحو مستقیم و غیر قابل انکاری در آشناسازی فرد با مفهوم و معنای حجاب، یا به عبارت دیگر، جامعه‌پذیری حجاب، نقش دارند.

۶ عوامل جامعه‌پذیری حجاب

۱- ۶ خانواده

خانواده به عنوان یکی از نهادهای اولیه و مهم جامعه بشری، در طول زمان‌های مختلف، دارای کارکردها و وظایف مختلف و متفاوتی مانند تولید نسل، حفاظت از افراد، تربیت و پرورش کودکان و... بوده است. خانواده به عنوان یک نهاد، نخستین منبع یادگیری اجتماعی کودک است. اعضای خانواده، با انجام و اجرای مراسم و آداب دینی، به نحو مؤثری رفتار کودک خود را تحت تأثیر قرار داده و اعتقادات و احکام و شعائر دینی را به او منتقل می‌سازند.

این خصوصیت در تمامی جوامع و نظام‌های اجتماعی - دینی و غیر دینی - صدق می‌کند؛ تنها ممکن است شدت و ضعف آن کم و زیاد گردد. بنا به اظهارات «کلی»^۱ و «ناندیرک»^۲ در کشورهایی با نظام مذهبی، محیط قومی - ملی، بیش از خانواده در جامعه‌پذیری دینی مؤثر است و در کشورهایی با نظام غیرمذهبی (سکولار) خانواده نقش بیشتری نسبت به محیط قومی - ملی در رشد عقاید مذهبی افراد دارد (cf. Kelly & Nandirk, 1997).

خانواده در توسعه و رشد اعتقادات مذهبی کودک و شکل دادن شخصیت مذهبی وی نقش برجسته‌ای دارد. این نقش خانواده در جامعه‌پذیری فرد، از دو عامل مهم ناشی می‌گردد:

1. Kelly

2. Nandirk

۱ - خانواده بر زندگی کودک به ویژه در سال‌هایی که «خود مذهبی کودک» در حال رشد و 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. «فروید» در این مورد بیان می‌دارد که مفهوم خدا و ارتباط فرد با خدا، سخت تحت تأثیر رابطه خود با والدین در کودکی است (cf. Woulff, 1997).

والدین و اعضای خانواده، نقش بسیار مهم و حساسی در آشنایی کودک و نوجوان با معنا و مفهوم حجاب دارند. والدین، به‌خصوص مادر و پدر، با عمل به ارزش‌ها، قواعد و الگوهای دینی و مذهبی نقش مثبتی در به‌تصورکشیدن ذهنیت مثبت کودک و نوجوان از این قواعد و الگوها دارند. تحقیقات متفاوت نشان داده است که دینداری والدین و پای‌بندی ایشان به انجام اعمال دینی و مذهبی، تأثیر مثبت و بالایی در گرایش‌ها و نوجوانان و جوانان و رعایت ارزش‌های دینی توسط آنان دارد (رک. سعیدی مقدم، ۱۳۷۴؛ شریفی، ۱۳۸۱). وقتی والدین، به یک ارزش یا هنجار دینی و اجتماعی اعتقاد داشته باشند و آن‌ها را در رفتار و اعمال خود به کارگیرند، فرزندان آن خانواده هم با آن ارزش و هنجار آشنا شده و آن را در زندگی و رفتارهای خود به‌کار می‌گیرند؛ برای مثال، اغلب والدینی که نماز می‌خوانند فرزندان آن‌ها را هم به اقامه نماز پای‌بند بوده و آن را به جا می‌آورند.

این اثرگذاری و انتقال ارزش‌ها، هنگامی مؤثر و بادوام خواهد بود که خانواده دارای سامان ارزشی باشد. مراد از سامان ارزشی این است که میان ارزش‌های خانواده (مذهبی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و هنری) و ارزش‌های اجتماعی هماهنگی و ثبات وجود داشته باشد؛ در صورت وجود این هم‌نوازی، میزان

اثرگذاری و انتقال افزایش می‌یابد و در غیر این صورت، نوعی تعارض ارزشی در خانواده ایجاد می‌شود که ماحصل آن، عدم انتقال درست ارزش‌ها و هنجارها به افراد و بی‌تفاوتی و بی‌توجهی به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه است. این تعارض هنگامی شکل جدی به خود می‌گیرد که کودک وارد مرحله نوجوانی و جوانی شده و متوجه این تفاوت‌ها و تعارض‌ها میان ارزش‌ها و هنجارهای جامعه و ارزش‌های مورد قبول خانواده خود می‌شود، مثلاً هنجار اجتماعی حکم می‌کند که زنان پوشیده در جامعه رفت و آمد کنند، یا هنجار اجتماعی این است که بهترین و کامل‌ترین پوشش برای زنان و دختران چادر است، یا اینکه زنان و دختران نباید با آرایش در اماکن عمومی ظاهر شوند و...، در حالی که خانواده معتقد است پوشش می‌تواند به جای چادر، مانتو و روسری باشد یا می‌توان با آرایش در اماکن عمومی تردد کرد. این تعارض موجب می‌شود نوجوان یا جوان، ارزش‌های جامعه و ارزش‌های خانواده را طرد کرده و برای خود ارزش‌ها و هنجارهای دیگری برگزیند و الگوها و معیارهای خود را و رای خانواده یا جامعه جستجو کند.

۲-۶) مدرسه و مراکز آموزشی

مدرسه پس از خانواده مهم‌ترین نهادی است که نقش عمده‌ای در یادگیری افراد، به‌خصوص کودکان و نوجوانان ایفا می‌کند. مدرسه، اولین مکانی است که پس از خانواده، کودک نوعی اقتدار و قدرت را بر خود احساس می‌کند، اما اقتداری رسمی و منظم که تحت آن ناچار به یادگیری و انجام اعمال خاص در شبانه روز است. آشنا سازی فرد با مفهوم و معنای حجاب در مدارس، از سه طریق انجام می‌گیرد:

الف) از طریق کتب و منابع درسی و برنامه‌های مذهبی.

ب) از طریق ارتباطات و تعاملات معلم با دانش آموز.

ج) از طریق فضای مدرسه، سازمان‌ها و گروه‌های موجود در مدرسه.

آموزش‌های مذهبی ارائه شده در مدرسه، نقش مهمی در رشد روحیه مذهبی کودکان و نوجوانان دارد. این آموزش‌ها در ادامه آموزش نهادهای دیگر، به‌خصوص خانواده، دوستان، همسالان، مساجد و رسانه‌های همگانی است. بنابراین، آموزش‌های ارائه شده نباید در تباین با آموزش‌های ارائه شده توسط این نهادها باشد. «مینی»^۱ در تحقیقی در رابطه با مفهوم خدا در میان نوجوانان و جوانان، اظهار می‌دارد که شکل‌گیری مفهوم خدا و اعتقاد به آن از خانه شروع و در مدرسه حالت رسمی به خود می‌گیرد و در فرد ثبات پیدا می‌کند. لذا معلمین و مسئولان تربیتی و آموزشی که می‌خواهند در خصوص آموزش‌های مذهبی فعالیت کنند باید از روانشناسی کودک و حالات روحی و عاطفی وی اطلاع کافی داشته باشند (cf. Minney & Robin.1985).

پس از انقلاب اسلامی، مدارس تلاش نمودند دانش‌آموزان را به تبعیت و پیروی از معیارها و الگوهای دینی و مذهبی، مانند نوع پوشش، برپایی آداب و مناسک دینی و ... الزام نمایند و در این راه دچار افراط‌هایی نیز شدند. مانند الزام دانش‌آموزان دختر به داشتن و رعایت پوشش در مدارس که افراد نامحرم در آن رفت و آمد ندارند یا ممنوع نمودن پوشیدن نوع خاصی از لباس یا شلوار برای دانش‌آموزان. در این راستا واضح است که نبود مربیان و مشاورین آموزش دیده و آشنا با روحيات و خلیقات دانش‌آموزان، یکی از معضلات مدارس و نظام‌های آموزشی ما در گذشته و امروز بوده و هست.

1. Minney

۳-۶) وسایل ارتباط جمعی

یکی دیگر از نهادهای مهم که نقش مؤثری در آشنا سازی فرد با مفهوم و معنای حجاب بازی می‌کند، وسایل ارتباط جمعی است که با بخش کثیری از مردم سروکار داشته و وظیفه اطلاع‌رسانی به آنان را بر عهده دارند.

از میان این وسایل، تلویزیون از سایرین مؤثرتر و با اهمیت‌تر تلقی می‌گردد. «گربنر»^۱ 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 تأثیر قرار گرفته و نتیجه این تأثیر جامعه‌پذیری است» (Gerbner, 1991, p 176).

«جورج کامستاک»^۲ نیز معتقد است: «تلویزیون عقاید، ارزش‌ها و انتظارات افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ارزش‌های مردم از طریق تلویزیون همگن می‌شوند. تلویزیون اثری شبیه‌کننده داشته و در ایجاد هنجارها و جامعه‌پذیر کردن مردم و انتقال و انتشار ارزش‌ها نقش مؤثری دارد (Comstock, j, 1987, pp 121- 168).

این وسایل، با تهیه و تدارک برنامه‌های دینی و مذهبی و انتشار این مفاهیم در جامعه، موجب رواج یافتن این ارزش‌ها در جامعه می‌شوند. این ارزش‌های مشترک، موجب نزدیکی و هماهنگی افراد شده و ارزش‌های مشترک هم به نوبه خود، بسط و تقویت ارزش‌های دینی - مذهبی در میان افراد را موجب می‌شوند. مانند برنامه‌هایی که در ایام سوگواری دهه فاطمیه، محرم، یا ماه مبارک رمضان از تلویزیون و سایر وسایل ارتباط جمعی پخش می‌شود.

برنامه‌های تلویزیون با دادن نقش‌های متفاوت به زنان و دختران در سریال‌ها و

1. Gerbner

2. Comstock

برنامه‌های متفاوت و مطرح نمودن چهره‌ها و هنرپیشگان جدید به مردم به‌خصوص نسل جوان، هنرپیشگان را به‌عنوان الگوها و مدل‌های رفتاری برای جوانان و مردم معرفی می‌کنند. نگاهی به فیلم‌ها و سریال‌های پخش شده در سال‌های اخیر (نرگس، دل‌شدگان، او یک فرشته بود، زیرزمین، پس از باران، و...) و تیپ‌شناسی هنرپیشگان زن، به‌خوبی نشان می‌دهد مدل‌های ارائه شده تا چه حد با ارزش‌ها و معیارهای مذهبی جامعه (به‌خصوص در امر حجاب) ناهماهنگ است و اگر هم در سریال یا فیلمی این هماهنگی وجود داشته و مردم تصویر مثبتی از شخصیت و حجاب آن هنرپیشه و مدل رفتاریش مشاهده کنند، به‌سرعت هنرپیشه مزبور در برنامه تلویزیونی دیگری حاضر شده و چهره‌های بسیار متفاوتی از خود نشان می‌دهد. در این شرایط مخاطب از خود سؤال می‌کند؛ با کدام پوشش در جامعه می‌توان موفق بود؟!

۴-۶) گروه‌های همالان و همسالان

یکی از گروه‌های مؤثر و تأثیرگذار بر آشنا سازی فرد با معنا و مفهوم حجاب، «گروه‌های همسالان»^۱ است. 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. گروه کودکان، همبازی‌ها، دوستان و رفقا، همکاران و... جزء گروه‌های همسالان به شمار می‌آیند. این گروه‌ها یکی از اساسی‌ترین اشکال روابط اجتماعی هستند و در یادگیری‌های اجتماعی و تطابق افراد در جامعه نقش مهمی بازی می‌کنند. «ریزمن»^۲ معتقد است که گروه‌های

1. peers Group

2. Reisman

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 (cf. Reisman.D,1950). تأثیر گروه‌های همسالان به روی نوجوانان، بین سنین ۱۳ تا ۱۴ سال شروع می‌شود. این مرحله از سن و سال، نقطه عطفی در حوزه زندگی شخص محسوب می‌شود. در این مرحله، اشتیاق شخص برای فعالیت و مشارکت در امور مختلف دینی - اجتماعی افزایش پیدا کرده و فرد در صدد یافتن و تبیین پاسخی مناسب به چرایی این جهان و عاقبت آن است و برای آینده خود برنامه‌ریزی می‌نماید. در واقع بسیاری از جنبه‌های جامعه‌پذیری، در گروه‌های هم‌سن چه از نظر شکل یادگیری و چه از نظر محتوای آن‌ها، با آنچه شخص در زمان کودکی و دوران مدرسه فراگرفته است، تفاوت قابل توجهی دارد. در جوار گروه‌های همانند و مراحل بعد از آن، ممکن است آن چه کودک در خصوص امور دینی در محیط خانواده و مدرسه فراگرفته تغییر دهد یا تکمیل نماید و یادگیری‌های گذشته را تقویت کند.

به طور کلی، گروه‌های همسالان، شرایط تطابق دیدگاه‌ها و نگرش‌های دینی افراد با دنیای اجتماعی - دینی متغیری را که با آن مواجه هستند، فراهم می‌سازند. آن‌ها نیروهای مهمی را در جامعه تشکیل می‌دهند و نقش پر اهمیتی در حفظ، تداوم و تعادل گرایش‌ها و رفتارهای دینی مختلف بازی می‌کنند.

۵-۶) دولت و سازمان‌های سیاسی

نهاد دولت، یکی از نهادهای مؤثر، در آشنا سازی فرد با مفهوم و معنای حجاب است. تصمیمات، برنامه‌ها و سیاست‌هایی که دولت و مسئولین دولتی می‌گیرند، تأثیر بسیار مهمی در عملکرد سایر نهادهای جامعه دارد. در تمام جوامع، نهادهای مختلف، ارتباط تنگاتنگ و پیچیده‌ای باهم داشته و نهاد دولت، به عنوان نهاد برتر و حاکم بر نهادهای دیگر شناخته می‌شود و نحوه تعاملات و رفتار سایر نهادها را تبیین می‌نماید. مبدأ بسیاری از پیام‌ها و اطلاعات فرهنگی، مذهبی، سیاسی، اقتصادی که از طریق رسانه‌های جمعی پخش می‌شود، در خارج از این رسانه‌ها و در میان رهبران سیاسی و دینی دولت قرار گرفته است.

جهت‌گیری‌ها، تصمیم‌گیری‌ها، صحبت‌ها و وعده و وعیدهای مسئولین و سیاستمداران یک کشور، در رابطه با مسائل و موضوعات متفاوت و کردار و عملکردهای آتی آنان، نقش بسیار مهمی در گرایش‌ها و پایبندی مردم به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارد. بر اساس دیدگاه تعادلی^۱، اگر افراد، از فرد، شیء یا پدیده خاصی رضایت یا نارضایتی داشته باشند، این نگرش خود را به وابستگان و متعلقات آن هم سرایت می‌دهند (رک. کریمی، ۱۳۷۶).

۶-۶) نهاد روحانیت

نهاد روحانیت، به عنوان نهادی است که وظیفه اصلی آن انتشار و تبلیغ عقاید دینی می‌باشد. منظور از نهاد روحانیت، سازمان و نظامی است که وظیفه نشر و انتقال اصول، ارزش‌ها، احکام و دستورات دینی را در جامعه به عهده دارد. براین

1. Balance Theory

اساس، می‌توان هر شخص یا گروهی را که به صورت رسمی یا غیررسمی، مبادرت به نشر این ارزش‌ها می‌نماید - ملبس به لباس روحانیت یا غیر ملبس - جزء نهاد روحانیت محسوب کرد. به اعتقاد ایازی، روحانیون دارای ۳ منزلت مهم علمی، معنوی و سیاسی در جامعه می‌باشند، چنان‌چه این منزلت‌ها در بین مردم بالا باشد، درونی کردن ارزش‌های ارائه شده توسط روحانیون، بهتر و بالاتر می‌باشد (رک. ایازی، ۱۳۷۹).

۷) آسیب‌شناسی جامعه‌پذیری حجاب

در آسیب‌شناسی جامعه‌پذیری حجاب مطرح می‌شود که دلایل عدم رواج حجاب به عنوان یک رفتار در جامعه چیست؟ و چرا برخی از جوانان مسلمان این دستور دینی را رعایت نمی‌کنند؟ در این راستا باید سه جنبه اساسی را در نظر داشت: ۱- جامعه و روابط کلان اجتماعی ۲- مؤسسات، سازمان‌ها، گروه‌ها، دسته‌جات اجتماعی در سطح میانی ۳- نقش و پایگاه افراد در جامعه در سطح خرد

۱- ۷) سطح کلان

در سطح کلان شبکه‌های روابط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در جامعه، رفتار و کنش‌های عاطفی و اجتماعی مردم را شکل و جهت می‌دهند. هر جامعه‌ای متشکل از افراد و گروه‌های انسانی است که در آن جامعه زندگی می‌کنند. هر فرد دارای نیازها و انتظاراتی است که جهت رفع آن نیازها، زندگی در جمع را به زندگی فردی و منفرد ترجیح داده و با قبول قوانین و مقررات اجتماعی، در جامعه زندگی می‌کند. تداوم و بقای هر جامعه‌ای در گرو ثبات، نظم و ارتباطات

ایجاد شده میان نهادهای، گروه‌ها، مؤسسات، سازمان‌ها و افراد است. جامعه برای این که بقای خود را استمرار بخشد، بایستی چهار کار عمده و اساسی را انجام دهد:

۱ - قواعد، الگوها، هنجارها و مقرراتی را وضع نماید و آن‌ها را حفظ و تداوم بخشد.

۲ - این قواعد و الگوها را به افراد انتقال داده و آن‌ها را وادار به تبعیت و پیروی از آن‌ها کند.

۳ - به افراد بیاموزد که چگونه با هم روابط و تعامل داشته باشند و به ارزش‌ها و عواطف یکدیگر احترام بگذارند.

۴ - امکانات و منابع جامعه را میان افراد توزیع کرده و با تشویق و تنبیه استفاده افراد از آن‌ها را کنترل نماید.

بر اساس این چهار کارکرد، چهار شبکه ارتباطی اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ایجاد می‌گردد. مردم در این چهار شبکه به دنیا می‌آیند، رشد و نمو می‌کنند، دست به فعالیت و کنش می‌زنند، هویت می‌یابند، شخصیت‌شان شکل می‌گیرد و در نهایت می‌میرند. در ذیل، خصوصیات هر یک از این چهار شبکه و نقش آن‌ها در جامعه‌پذیری حجاب بیان می‌شود:

۱ - ۱ - ۱) شبکه روابط اجتماعی

در شبکه اجتماعی، هدف این است که افراد متوجه نیات و اغراض جامعه شده و با ایجاد اشتراکات و علقه‌هایی میان امیال و آرزوهای افراد و اهداف جامعه، پیوندهای ناگسستنی میان این دو ایجاد نمایند. در این شبکه روابط، ارتباطات، بایستی به صورت پیوسته، عاطفی و گرم و براساس تعهدات بوده و متقاعد سازی

افراد، براساس گفت‌وگو و مفاهمه در مورد انتظارات جامعه انجام گیرد (چلبی، ۱۳۷۵: صص ۴۰ - ۳۹). در این شبکه روابط، افراد با ارزش‌های اجتماعی و ضرورت احترام گذاردن به آن‌ها آشنا می‌شوند. وقتی که فرد، نزدیکی و شباهتی میان ارزش‌های خود و جامعه می‌بیند و متوجه می‌شود که تحقق ارزش‌های فردی‌اش در گرو تحقق ارزش‌های اجتماعی است، هیچ‌گاه ارزش‌ها و قواعد اجتماعی را زیر پا نمی‌گذارد؛ بلکه تلاش می‌کند به آنها احترام گذارده و آنها را حفظ کند.

بر این اساس، جامعه‌پذیری حجاب در شبکه‌های روابط اجتماعی، بایستی با اقلان سازی و ایجاد پیوندهای عمیق بین منافع فردی و جمعی در خصوص رعایت حجاب و آشنا سازی افراد با فواید آن باشد. در حالی که روش‌های ترویج حجاب و پوشش اسلامی در جامعه ما در گذشته و حال بنا به اظهار نظر بسیاری از کارشناسان، روش‌های اجباری، نظامی، مقطعی و بر اساس میل و نظر اشخاص و گروه‌های خاص بوده است. در اوایل انقلاب، ترویج حجاب اسلامی توسط گروهی از متدینان، بدون سیاست‌های ثابت و روشن انجام شد. در واقع تأثیرپذیری برنامه‌ها و سیاست‌ها از شرایط سیاسی (مثلاً نزدیکی به انتخابات و نیاز به آراء عمومی) و ناهماهنگی مسئولان، در تنفر جوانان از حجاب تأثیر داشته است.

این مسئله باعث گردید شکاف و مغایرتی، میان ارزش‌های فردی و اجتماعی ایجاد شود. افراد، به خصوص نوجوانان و جوانان، ارزش‌ها و معیارهای حجاب را مانع و حائلی در برابر ارزش‌ها و آمال خود بدانند. نوجوانان و جوانانی که هرگونه لباس پوشیدن را حق خود می‌دانند و به دستورات دینی، اسلامی و عرفی در خصوص پوشش اعتنایی نمی‌کنند، ماحصل این شکاف و تمایز می‌باشند.

۲- ۱- ۷) شبکه روابط اقتصادی

این شبکه، با استفاده از محرک‌های بیرونی که عمدتاً بر پاداش‌های مثبت استوار است و با تحریک حس رقابت و منفعت‌جویی در افراد، ایشان را به دنباله‌روی از اهداف و برنامه‌های اجتماعی تحریص و تحریک می‌نمایند. با گسترش حس حساب‌گری، افراد می‌آموزند که در انجام رفتاری خاص یا تبعیت از یک هنجار، منفعتی نهفته است که بیش از چیزی است که عدم تبعیت از آن به دنبال دارد.

در جامعه‌پذیری حجاب، آن‌چه موجب درونی شدن این آموزه‌ها و ارزش‌های دینی می‌گردد، این است که افراد باور داشته باشند رفتارشان (حجاب و تبعیت از الگوی پوششی خاص) برای آن‌ها منفعت مادی و اجتماعی بالایی دارد. به عنوان مثال، این نوع البسه، ارزان بوده، بادوام و با کیفیت است و استفاده از آن نسبت به اجناس مشابه، باصرفه‌تر می‌باشد و از لحاظ اجتماعی و معنوی، تبعیت از این الگوی پوششی خاص، موجب تحکیم پایگاه شده یا پایگاه جدید و بالایی برای وی به ارمغان می‌آورد. در حال حاضر در کشور ما، سیاست‌ها برخلاف این است. از یکسو، قیمت کالایی که به عنوان الگوی مناسب پوشش توسط جامعه ارائه می‌شود (یک قواره چادر) نسبت به مدل مشابه مخالف آن (مانتو رنگی یا کوتاه) بسیار بالا است. از سوی دیگر، اکثریت افراد موفق یا به ظاهر موفق جامعه که توسط رسانه‌ها مطرح می‌شوند یا مورد توجه قرار می‌گیرند، عموماً دارای چهره و ظاهری متناسب با الگویی هستند که برخلاف الگوی حجاب جامعه است و تصویر به نمایش درآمده در تلویزیون و سایر رسانه‌ها از زنان زندانی و مجرم با چادر است. واضح است که این تصاویر چه تصویری از چادر یا پوشش اسلامی برای نوجوان ایجاد می‌کند.

۳ - ۱ - ۷) شبکه روابط سیاسی

اساس این شبکه روابط، اجبار و الزام است و وسیله ارتباطی عمده در این تعاملات، قدرت می‌باشد. روابط اجتماعی این شبکه از نوع روابط دیوانی بوده و در راستای قدرت تنظیم می‌شود. در این شبکه با افرادی که از معیارها و قواعد تبعیت نمی‌کنند، به شدت برخورد شده و با اجبار تلاش می‌کنند آنها را تابع معیارها و ارزش‌ها نمایند. نظام حاکمه (دولت)، نماینده این شبکه روابط است و مشخص می‌کند که هر سازمان و نهادی چگونه عمل می‌کند و چه ارزش‌ها و قوانینی را وضع و ترویج می‌نماید.

در خصوص جامعه‌پذیری حجاب، هماهنگی و همکاری دستگاه‌ها و سازمان‌های مشارکت‌کننده و پیروی و تبعیت آن‌ها از یک منشور و قانون دستگاه حاکم، در حوزه شبکه روابط میانی جای می‌گیرد. در این صورت تبعیت و پیروی مردم از قوانین، معیارها و ارزش‌های ارائه شده، بیشتر و ثابت‌تر می‌گردد. در کشور ما، دولت و سایر نهادها و سازمان‌های دولتی و خصوصی، عزم و هماهنگی لازم برای پیگیری امور را ندارند. برخی مواقع، تحت تأثیر افراد و گروه‌هایی خاص، مسأله حجاب در دستور کار قرار می‌گیرد و گاه، تحت تأثیر فشارها و مخالفت‌های گروه‌های داخلی یا فشارهای بین‌المللی، مسأله مزبور به فراموشی سپرده می‌شود.

۴ - ۱ - ۷) شبکه روابط فرهنگی

اساس این شبکه در روابط گفتمانی است. ارتباطات و تعاملات اجتماعی، به صورت مباحثات و مجادلات عقلی، پیرامون کلیت‌ها و مفاهیم انتزاعی نظیر جهان

هستی، انسان، طبیعت، علت‌العلل، زیبایی، عشق، محنت، رنج، معنا و غیره دور می‌زند. همان‌گونه که از ماهیت این شبکه روابط پیدا است، مبنای این روابط، بر اقناع ذهنی افراد و گفتگو و مباحثه بین فردی است. هدف از بحث و تبادل نظر، رسیدن به اجماع و تحت‌تأثیر قراردادن طرف دیگر است. از این‌رو، در این شبکه، دامنه و ابتکار عمل با نخبگان و فرهیختگان می‌باشد که تواناترین کارگزاران و عاملان برای اقناع افراد هستند.

در جامعه‌پذیری حجاب به جهت آنکه حجاب و پوشش دستور دینی و عرفی است، کسانی که مجری این دستورات می‌شوند بایستی به دستورات و مبانی دینی و فرهنگ و آداب و رسوم این کشور آگاه بوده، قابلیت بحث و بیان و خطابه را داشته باشند.

در خصوص حجاب و پوشش، طرح‌ها و برنامه‌هایی توسط افراد نظامی و انتظامی اجراء شده است که بیش از آن که اقناعی و توجیهی باشد، با زور و اجبار همراه است. در واقع دارندگان زور و قدرت وارد عرصه فرهنگی شده و صحنه را از حالت فرهنگی، به کارزار عملیاتی و سیاسی تبدیل کرده‌اند. در حالی که می‌بایست ابتدا با انجام بحث‌های مفهومی، اذهان مردم را نسبت به موضوع حجاب آگاه و قانع ساخته و در صورت عناد، اقدام به الزام اجباری نمایند.

۲- ۷) سطح میانی

۱- ۲- ۷) سازمان‌ها و مؤسسات

در این سطح، سازمان‌ها، مؤسسات، گروه‌ها، انجمن‌ها و نوع روابط این سازمان‌ها با هم مورد توجه قرار می‌گیرد. در صورتی‌که فعالیت این سازمان‌ها

هماهنگ بوده و فعالیت هر یک، مکمل فعالیت دیگری باشد، ثبات، نظم و حیات اجتماعی برقرار می‌شود.

در خصوص جامعه‌پذیری، موفقیت فرآیند جامعه‌پذیری، به هماهنگی و روابط نهادها، سازمان‌ها، گروه‌ها و مؤسسات جامعه‌پذیرکننده (آموزش و پرورش، مذهب، صدا و سیما، خانواده، گروه دوستان و...) وابسته است. هر قدر که میان این نهادها هماهنگی و ارتباط حاکم باشد، یادگیری و درونی شدن ارزش‌ها و باورها در فرد قوی‌تر شده و هر مقدار که ناهماهنگی باشد، جامعه‌پذیری ضعیف‌تر و ناقص‌تر انجام می‌گیرد.

در واقع در برنامه‌ها و طرح‌های اجرا شده در کشور در خصوص حجاب و ترویج این فرهنگ، هیچ‌گونه تناسب و هماهنگی میان اقدامات این سازمان‌ها و نهادها، کارگزارانی که مبعث و مبلغ این ارزش‌ها بوده‌اند مشاهده نمی‌شود. تعالیم ارائه شده در کتب درسی مدارس، توسط رفتار معلمین و والدین خنثی می‌گردد. شخصیت اصلی فیلم‌ها و سریال‌های سینما و صدا و سیما پوشش مغایر با تعالیم ارزشی را تبلیغ می‌کند. برنامه و طرحی که توسط یک سازمان یا نهاد خاص، برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود با برنامه‌های سازمان دیگر، خنثی و بی‌ارزش می‌گردد. نتیجه این ناهماهنگی و مغایرت میان نهادها و سازمان‌ها و برنامه‌های اجرا شده توسط آنها، عدم توجه نوجوانان و جوانان به ارزش‌ها و تعالیم دینی و اجتماعی است.

۳-۷) سطح فردی

همان‌طور که می‌دانیم، اعضای تشکیل دهنده دسته‌جات، گروه‌ها و جامعه، فرد فرد مردم هستند. اگر طرح‌ها و برنامه‌ها متناسب با شرایط و خصوصیات افراد

جامعه و اقناع‌کننده ذهنی و روحی و روانی آنها نباشد، با مشکلات فراوان روبرو شده و احتمالاً به شکست خواهد انجامید.

جامعه امروز از جامعه گذشته (۲۰ یا ۳۰ سال پیش) بسیار متفاوت است. سطح تحصیلات در این جامعه افزایش یافته و دسترسی وسیع مردم به وسایل ارتباطی مانند تلفن، روزنامه، مجلات، ماهواره و ... سرعت تبدلات فرهنگی و گردش اخبار و اطلاعات را در جامعه فزونی بخشیده است. این اتفاقات و بسیاری از اتفاقات دیگر، باعث شده است که مردم (اعم از پیر و جوان، زن و مرد) توانمندی‌های زیادی پیدا کنند. این توانمندی‌ها، شخصیت و ظرفیتی به افراد می‌بخشند که دامنه وسیعی از فعالیت را در جامعه می‌طلبد. براساس این توانمندی‌ها، افراد الگوهای رفتاری را برای خود برمی‌گزینند که بتوانند تعاملات خود را راحت‌تر و ساده‌تر انجام دهند و این الگوهای رفتاری ممکن است با الگوها و معیارهای رفتاری قبل، درتباين و تعارض باشد.

در جامعه امروز، زنان و دختران نیز در خود ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی می‌بینند که بسیار متفاوت‌تر از توانمندی‌های زنان و دختران گذشته است و در نتیجه بسیاری از تعالیم و باورهای قبلی، همانند کراهت ارتباط با افراد غریبه و نامحرم، در هم می‌ریزد، زیرا شرط تقویت توانمندی‌های فعلی این است که ارتباط وسیع با دیگران وجود داشته باشد. تعالیم قبلی فرد را ترغیب می‌کرد که آن‌گونه پوشش داشته باشد، در حالی که توانمندی‌های جدید او را به سوی پوشش‌های متفاوت سوق می‌دهد. بنابراین، این توانمندی‌ها و ظرفیت‌ها، یکی از ویژگی‌های مردمان امروز است و بایستی دستورات و معیارهای ما متناسب با این توانمندی‌ها و شرایط باشد، در غیر این صورت باید مطمئن باشیم معیارها و قواعد ما راه به جایی نخواهند برد.

۸) جمع بندی

جامعه‌پذیری فرآیندی پیچیده و جمعی است که توسط نهادها، سازمان‌ها، مؤسسات و گروه‌های متفاوت انجام می‌گیرد. موفقیت و تدوام این فرآیند، در ارتباط تنگاتنگ با همکاری و هماهنگی میان این سازمان‌ها و نهادها می‌باشد؛ ارتباطی که در عین حال، استقلال و هویت هر یک از این‌ها را حفظ می‌نماید. ارتباط نهادی میان نهادها و مؤسسات یک نظام، امری دائمی و همیشگی است که هم در جوامع سنتی وجود داشته و هم در جوامع امروزی و مدرن وجود دارد؛ اما نکته مهم میزان تداخل هر یک از این نهادها در امور و فعالیت‌های ذاتی نهادهای دیگر است.

هر یک از نهادها و سازمان‌های اجتماعی، نقش خاصی در شبکه روابط اجتماعی دارند. هر نهاد و سازمانی بر اساس نقش خاصی که در شبکه روابط اجتماعی دارد، وظایف و تعهدات ویژه‌ای نیز به عهده دارد که موظف به انجام آنها می‌باشند؛ مثلاً مهم‌ترین وظیفه نهادهای علمی و آموزشی، در نظام شبکه روابط فرهنگی جامعه، اقتناع‌ذهنی افراد براساس گفتگو و مباحثه برای رسیدن به یک اجماع و تحت تأثیر قراردادن طرف دیگر است. از این رو، تمام تلاش نهادهای علمی و آموزشی کشور باید در جهت بحث و گفتگو در زمینه حجاب و روشن نمودن ابعاد آن باشد و این کار نباید توسط نهاد سیاسی با اهداف سیاسی و اقتصادی انجام گیرد، زیرا جامعه‌پذیری پایدار و قوی در جامعه در زمینه‌های مختلف مستلزم آن است که هر نهاد و مؤسسه‌ای، به وظایف و کارکردهای خاص خود مبادرت ورزیده و از دخالت در حوزه‌های کارکردی سایر نهادها و مؤسسات، هر چه قدر که به ظاهر ساده و سهل به نظر آید، خودداری نماید.

فهرست منابع

- آرون، ریمون: «زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی»، ترجمه محمدباقر پرهام، انتشارات علمی - فرهنگی، تهران، ۱۳۷۰.
- ایازی، سید علی نقی: «بررسی نگرش مردم مشهد نسبت به منزلت اجتماعی روحانیت و عوامل مؤثر بر آن»، استاد راهنما دکتر مظلوم خراسانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی دانشگاه فردوسی مشهد، آذر ماه ۱۳۷۹.
- برگر، پیتر؛ لوکومان، توماس: «ساخت اجتماعی واقعیت»، ترجمه عزت الله فولادوند، انتشارات علمی - فرهنگی، تهران، ۱۳۷۵.
- چلپی، مسعود: «جامعه‌شناسی نظم»، نشر نی، تهران، ۱۳۷۴.
- رابرتسون، یان: «درآمدی بر جامعه»، ترجمه حسین بهروان، آستان قدس رضوی، مشهد، ۱۳۷۲.
- روشه، گی: «کنش اجتماعی»، هما زنجانی‌زاده، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ۱۳۶۸.
- زیتلین، ایروینگ: «ساخت نظریه در جامعه‌شناسی»، ترجمه جمعی از نویسندگان، تهران، ۱۳۷۳.
- سعیدی مقدم، قاطمه: «بررسی رابطه ساخت تربیتی و مذهبی خانواده با ارزش‌های اخلاق (محبت، عفاف و مسئولیت‌پذیری) نوجوانان تهرانی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۷۴.
- شریفی، علی: «بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر پایبندی دانش‌آموزان به ارزش‌های مذهبی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، ۱۳۸۱.
- کریمی، یوسف: «روانشناسی اجتماعی»، نشر ارسباران، تهران، ۱۳۷۶.
- کوزر، لوئیس: «زندگی بزرگان جامعه‌شناس»، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی، ۱۳۷۰.
- کوئن، بروس: «مبانی جامعه‌شناسی»، ترجمه محسن ثلاثی، فرهنگ معاصر، تهران، ۱۳۷۱.
- نیک‌گهر، عبدالحسین: «درآمدی بر جامعه‌شناسی»، رایزن، تهران، ۱۳۶۹.

- Coleman, J: “**Foundation of Social Theory**”, Cambridge, MA: Harvard press, 1990.
- Comstock. J: “**A defense of the family farm**”, New York, 1987.
- Gerbner, Georg, “**Analysis of Communication Content**”, 1991.
- Kelly, onathan and Nandirk De Graaf: “**Ntional Context, Parental Socialization, and, Reigious Belif: Results From 15 Nations**”, American Sociological Review, 1997.
- Kohen. Ml: “**Social Class and Pren - Child Relationship**”. Amereican of Sociology, vol 68.pp 471-480, 1963.
- Minny. Robin “**Why Are Pupils Bored in R. E.? - The Ghost Behind Piget**”, British Journal of Educational Studies, Vol.33, No. 3Oct. , 1985.
- Reisman, D: “**The lorely Crowd**”, New Have: Yale University, 1950.
- Woullf, : “**Psycholog of Religion**”, America: John Willey & Sons, inc, 1997.