

# شاخص‌های عفاف و حجاب در شخصیت‌های زنان تحصیل‌کرده سریال‌های تلویزیونی ایرانی

محسن شاکری‌نژاد\*

## چکیده

عفاف و حجاب زنان یکی از بارزترین نشانه‌های حیات و سلامت جامعه اسلامی و یکی از مهم‌ترین وجوه تمایز آشکار میان جوامع اسلامی و دیگر جوامع است. بدیهی است عفاف و حجاب پیش از آنکه یک مسئله فقهی و شرعی باشد، یک فرهنگ است که گسترش آن نیازمند برنامه‌ریزی طولانی‌مدت می‌باشد. اگرچه این وظیفه برعهده تک‌تک نهادهای فرهنگی و اجتماعی بوده، ولی جایگاه رسانه ارزش و اهمیت بیشتری دارد. چرا که مطابق نظریات یادگیری مشاهده‌ای و جامعه‌پذیری، شخصیت‌ها و ستاره‌های فیلم‌ها و سریال‌ها، در شکل‌دهی نگرش و رفتار مخاطبان مؤثر هستند و با ارائه الگوهای مناسب درخصوص ترویج عفاف و حجاب می‌توانند به‌عنوان یکی از عوامل اصلی ترویج این فرهنگ ایفای نقش کنند. بنابراین در این پژوهش با توجه به جذابیت تحصیلات دانشگاهی برای افراد، به‌ویژه دختران جوان، پس از استخراج شاخص‌های عفاف و حجاب از احکام اسلامی، بخشی از این شاخص‌ها را با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی، در شخصیت‌های زن تحصیل‌کرده ۴۰ سریال از پربیننده‌ترین سریال‌های ایرانی تلویزیون بررسی شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در سال‌های پس از انقلاب اسلامی تصویر مطلوبی از وضعیت عفاف و حجاب در شخصیت‌های زن تحصیل‌کرده ارائه نشده است و عمده زنان تحصیل‌کرده سریال‌های تلویزیونی، در پوشش و رفتار، از شاخص‌های مورد تأکید دین مبین اسلام فاصله دارند و نکته قابل تأمل این است که شاخص‌های عفاف و حجاب در افراد با تحصیلات دانشگاهی به‌گونه‌ای معنادار ضعیف‌تر از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی به نمایش درآمده است.

## واژگان کلیدی

بازنمایی، عفاف، حجاب، تحصیلات دانشگاهی، سریال‌های تلویزیونی، صداوسیما.

\*. عضو هیأت علمی دانشگاه صداوسیما، دکترای علوم ارتباطات (Mohsen\_shakerinejad@yahoo.com).

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۲۵

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

عفاف در لغت به معنای «باز ایستادن از حرام»، «پارسایی کردن» و «خودداری از کار زشت و ناروا» است (عمید، ۱۳۶۹: ۱۰۷۲). بنابراین پایه عفاف، خویشن‌داری است، اگرچه ردپایی از جنسیت اختصاص به جنس خاص (زن) در معنای لغوی عفاف وجود ندارد، در این مقاله برای سنجش عفاف از متغیرهای مختلف رفتاری، که شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی سریال‌های تلویزیونی هنگام مواجهه با نامحرم از خود بروز می‌دهند، استفاده شده است.

حجاب نیز در لغت به معنای پرده، چادر، روپوش و آنچه با آن چیزی را بپوشانند آورده شده است (همان: ۵۵۷). همچنین در فرهنگ معین حجاب، ستر و نقابی است که زنان چهره و سر تا پای خود را به آن می‌پوشانند، معنا شده است (معین، ۱۳۸۲: ج ۱، ص ۱۳۴۰). از نظر لغوی لغت حجاب به معنای پوشیدن، پرده و حاجب به کار رفته و در هیچ موردی اصالتاً به معنای پوشش سبک، اطلاق نشده است (مطهری، ۱۳۸۴: ۷۸). معنای اصطلاحی جدید حجاب، عبارت است از: پوششی که زن در برابر نامحرمان باید استفاده کند و از جلوه‌گری و خودنمایی بپرهیزد. در این مقاله منظور از حجاب، نحوه پوشش شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی در هنگام مواجهه با افراد نامحرم است که براساس آموزه‌های دینی شاخص‌سازی و بررسی شده است.

عفاف، حجاب و حفظ حریم میان زنان و مردان از مهم‌ترین شاخصه‌های آشکار جوامع اسلامی و از ارکان مهم اعتقادی و مذهبی است و رعایت آن، از هنجارهای مهم پذیرفته شده در جوامع اسلامی است. این شاخصه‌ها از ارزنده‌ترین نمادهای فرهنگی، اجتماعی در تمدن ایرانی-اسلامی است که پیشینه آن به قبل از ورود اسلام می‌رسد؛ اما در فرهنگ اسلامی به اوج تعالی و منتهای ارزش و اعتبار خود رسید. باید توجه داشت که عفاف و حجاب تنها یک دستورالعمل دینی و وظیفه شرعی برای زن مسلمان نیست، بلکه از ضرورت‌های اجتماعی جوامع انسانی است که با وجود آن منافع و تأثیرات شگرفی در جامعه پدیدار می‌شود و عدم رعایت آن زیان‌ها و آثار مخربی در فرهنگ عمومی اجتماع، اقتصاد و سیاست برجای می‌گذارد (صفرزاده، ۱۳۸۸: ۶۳-۶۲). در کشور ما همزمان با تحول بزرگ انقلاب اسلامی، گرایش به حجاب و عفت و پاکدامنی از مهم‌ترین شاخصه‌های انقلاب اسلامی شناخته شده است و در سال‌های پس از انقلاب تاکنون همواره یکی از دغدغه‌های مردم و مسئولان بوده است. با آنکه در این زمینه، توفیقات بسیاری در سال‌های پس از انقلاب و دوران دفاع مقدس به دست آمد، اما متأسفانه مشاهدات میدانی و مطالعات پژوهشی نشان می‌دهد که در دهه‌های اخیر، آسیب‌هایی جدی در این عرصه پدید آمده است. با گذشت چهار دهه از انقلاب اسلامی، تحولاتی در مورد عفاف و حجاب در جامعه ایران در حال

شکل‌گیری است که در راستای تعالیم مذهبی، فرهنگ ملی و دینی کشور ارزیابی نمی‌شود. اگر چه عوامل متعددی در این زمینه تاثیرگذار است، ولیکن به‌نظر می‌رسد اقدامات ضعیف در جهت درونی کردن عفاف و حجاب در بین افراد جامعه و نپرداختن اصولی و صحیح به این موضوع نقش بیشتری داشته است. مطابق نظریه‌های جامعه‌شناختی اگر برخی ناهنجاری‌ها در زمینه عفاف و حجاب در سطح جامعه مشهود است، می‌تواند ناشی از کم‌کاری یا عملکرد نامطلوب نهادهای مؤثر در جامعه‌پذیری و از جمله رسانه‌ها باشد. امروز در میان عواملی که جوامع انسانی را به تغییر ارزش‌ها و فرهنگ‌ها می‌کشاند، رسانه‌ها در شمار تأثیرگذارترین عوامل محسوب می‌شوند. در نظام جمهوری اسلامی ایران، بخش مهمی از رسالت و مأموریت خطیر فرهنگ‌سازی، به رسانه ملی واگذار شده که بزرگ‌ترین، پررونق‌ترین و اثرگذارترین سازمان و کنشگر فعال فرهنگی-اجتماعی است که تلویزیون به‌سبب تأثیر بیشتر تصویر بر مخاطبان و نیز به‌دلیل حجم بالای تماشاگران و راه‌یابی آسان به دورترین و محروم‌ترین مناطق و تنوع برنامه‌ها، بیشتر تأکید می‌شود؛ تلویزیون به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم اجتماعی‌سازی در دنیای مدرن با بازنمایی الگوهای هنجاری حاکم بر زندگی اجتماعی در قالب اجراهای نمایش‌گونه، نقش‌سازنده و بازتولیدکننده الگوهای پوشش و رفتار را در زندگی اجتماعی برعهده می‌گیرد و به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای بازنمایی سبک زندگی عمل می‌کند. زنان و دختران، ساعتی از روز را صرف تماشای برنامه‌های تلویزیونی به‌ویژه فیلم و سریال‌ها می‌کنند. سریال‌های تلویزیونی به‌دلیل ویژگی استمرار زمانی و درگیر کردن ذهن مخاطبان طی هفته‌ها و حتی سال‌ها، می‌تواند نقش ویژه‌ای در ترویج الگوهای درست رفتاری داشته باشد و با ارائه تصویری خاص از نوع پوشش، مناسبات و روابط میان دو جنس، نقش مهمی در نهادینه‌شدن چارچوب معنایی آن تصویر ایفا نماید، بر این اساس به جرأت می‌توان ادعا کرد که تلویزیون و برنامه‌های پرمخاطب آن، در ترویج و نهادینه‌ساختن فرهنگ عفاف و حجاب و یا تضعیف آن نقش انکارناپذیری در جامعه دارند.

بنابر آنچه گفته شد تأثیر غیرقابل انکار وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون در معادلات فرهنگی، جایگاه و رسالت ویژه این رسانه در نظام اسلامی-انقلابی ایران، اهمیت فوق‌العاده مسئله عفاف و حجاب به‌عنوان یک نماد ملی و مذهبی قابل توجه در کشور و در نهایت ظهور و شکل‌گیری برخی آفت‌ها و آسیب‌های اجتماعی درخصوص مسئله عفاف و حجاب در جامعه کنونی ایران ضرورت پرداختن به این مسئله در نهادهای فرهنگی و تبلیغی به‌ویژه صداوسیما را دو چندان کرده است. بنابراین با توجه به نقش بی‌بدیل رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون در الگودهی و نقش تأثیرگذار شخصیت‌های رسانه‌ای جذاب، در ترویج و اشاعه امر عفاف و حجاب در جامعه، در این

مقاله درصدد برآمدیم تا با تحلیل شاخص‌های عفاف و حجاب در شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی به بررسی پربیننده‌ترین سریال‌های ایرانی پخش شده از تلویزیون در سال‌های پس از انقلاب اسلامی بپردازیم و از این طریق عملکرد رسانه ملی را در خصوص گسترش فرهنگ عفاف و حجاب بررسی کنیم.

## ۲. پیشینه‌ی پژوهش

تحقیقات فراوانی در حوزه نظری عفاف و حجاب صورت گرفته، عمده این پژوهش‌ها به بررسی لغوی عفاف و حجاب، تاریخچه آن در ایران و جهان و ادیان مختلف، عفاف و حجاب در قرآن و روایات، عوامل موثر بر عفاف و حجاب، ریشه‌های بی‌عفتی و بی‌حجابی، نتایج وجود یا عدم وجود عفاف و حجاب در جامعه، سنجش عفاف و حجاب در جامعه و نظر سنجی پیرامون آن و... پرداخته‌اند. در ادامه به برخی از پژوهش‌هایی که به نوعی به موضوع عفاف و حجاب در رسانه‌ها پرداخته‌اند، اشاره می‌شود:

باهنر و علم‌الهدی در پژوهشی با عنوان «هنجارهای عفاف و حجاب اسلامی در سینما و سینما» به بازشناسی عفاف اسلامی در ارتباطات انسانی و به خصوص ارتباطات جمعی پرداخته‌اند. نتایج برآمده از این تحقیق نشان داد در رسانه ملی هر چند سیاست‌ها به طور جزئی‌تر به این موضوع پرداخته‌اند اما به طور جامع به همه آموزه‌های عفاف اسلامی توجه نشده و سیاست‌های سینما نیز، فاقد بسیاری از مقوله‌های عفاف اسلامی است (باهنر و علم‌الهدی، ۱۳۹۲).

در پژوهش دیگری با عنوان «بازنمایی روابط عقیفانه مرد و زن در سینمای ایران (مطالعه موردی فیلم درباره‌ی الی)» اسماعیلی و مهدیان تلاش کردند با نگاهی جامع به آیات و روایات مربوط به روابط میان دو جنس نامحرم، مؤلفه‌های روابط عقیفانه را استخراج کنند. طبق این بررسی فیلم مذکور با به‌کارگیری رمزهای اجتماعی و فنی، نوعی از روابط زن و مرد را بازنمایی کرده که هیچ شباهتی به ملاک‌های عفاف اسلامی ندارد و مفاهیم ایدئولوژیک فیلم، مفاهیمی اباحه‌گرانه و حیازداست (اسماعیلی و مهدیان، ۱۳۹۲).

افشار در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه ملی در نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب» با روش کیفی به بررسی عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی، آسیب‌شناسی عملکرد رسانه ملی، وظایف و بایسته‌های رسانه ملی در نظام سیاست‌گذاری، پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داد که مدیران رسانه ملی، متناسب با رسالت و مأموریت کارکردی سازمان، برای ایفای درست نقش در این زمینه، باید به تدوین، تنقیح و اجرای سیاست‌های رسانه‌ای، بهره‌گیری از کادر فنی و هنری

کارآمد و متعهد، برطرف کردن تناقضات رفتاری بازیگران، تقویت بنیه‌های فکری برنامه‌سازان و نظارت کیفی مناسب بر فرآیند تأمین و پخش برنامه‌ها عنایت جدی داشته باشند (افشار، ۱۳۹۲).

مهیدیان در پژوهشی با عنوان «بررسی انتقادی بازنمایی عفاف در ارتباطات زن و مرد در سینمای پس از انقلاب از منظر اسلام» به بررسی نقش رسانه‌های مدرن از جمله سینما بر دگرگونی نگرش‌ها و رفتارهای افراد جامعه پرداخته است. نتایج به دست آمده نشان داد که اکثر فیلم‌های سینمایی بررسی شده با معیارهای فرهنگ اسلامی مطابقت ندارد و الگوهای غربی مانند لیبرالیسم و فمینیسم در آنها بسیار تاثیرگذار بوده است. (مهیدیان، ۱۳۹۲).

نتایج یافته‌های پژوهشی با عنوان «نقش رسانه‌های جمعی در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف زنان» نیز نشان داد که رسانه‌های جمعی می‌توانند از طریق اطلاع‌رسانی و آموزش‌های سازنده، ترویج مدل‌ها و الگوهای مناسب پوشش، ارزش نهادن به مسئله حجاب، همگن سازی و جریان سازی افکار عمومی، جامعه پذیری و فرهنگ پذیری، در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف زنان موثر واقع شوند (متانی، ۱۳۹۶).

بررسی این مطالعات نشان داد تنها تعداد اندکی از پژوهش‌ها به مطالعه عملی رابطه بین رسانه و عفاف و حجاب و تحلیل عملکرد رسانه در تقویت یا تضعیف این فرهنگ پرداخته‌اند و در این میان بررسی شاخص‌های عفاف و حجاب در قالب شخصیت‌های جذاب (از جمله افراد تحصیل کرده)، و تحلیل بازنمایی آن در آثار پرمخاطب رسانه‌ای چندان مسبوق به سابقه نیست. لذا این مقاله به لحاظ رویکرد، روش، جامعه آماری و سطح و حجم مطالعه، کاری بدیع و منحصر به فرد محسوب می‌شود.

### ۳. مبانی و چارچوب نظری

جامعه‌پذیری نوعی فرایند فراگیر است که در آن همه ما می‌آموزیم در شرایط معین چگونه باید رفتار کرد (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۳۰) و فرایندی است که در آن فرد شیوه‌های رفتاری، باورها، ارزش‌ها، الگوها و معیارهای فرهنگی خاص جامعه را فرامی‌گیرد و آنها را جزئی از شخصیت خود می‌کند (کونن، ۱۳۸۴: ۷۴). بر این اساس آشنایی فرد با معیارها، الگوها، آموزه‌ها و احکام دینی نیز در فرایند جامعه‌پذیری دینی وی انجام می‌شود که در آن، فرد با محتوا و معنای این معیارها آشنا شده و آنها را در موقعیت‌ها و تعاملات زندگی روزمره خود به کار می‌برد (همان: ۱۸۲). بدین ترتیب می‌توان جامعه‌پذیری عفاف و حجاب را نوع خاصی از جامعه‌پذیری دینی برشمرد که عوامل جامعه‌پذیر کردن آن خانواده، گروه همسالان، نظام آموزشی و وسایل ارتباط جمعی هستند (همان):

۲۰۰-۱۹۹). اما نقش رسانه‌ها بیش از سایر عوامل جامعه‌پذیری است، چون علاوه بر تأثیر مستقیم در فرایند جامعه‌پذیری، عوامل دیگر جامعه‌پذیری از جمله خانواده، همسالان و نظام آموزشی را نیز تحت الشعاع عملکرد خود قرار می‌دهند. رسانه‌ها از طریق پیام‌های ارتباطی و ترویج میراث فرهنگی معنوی به شکل دهی رفتارهای اجتماعی مبادرت می‌ورزند. آنها با تبیین آیین‌های تعامل اجتماعی، گفتاری و ظاهری موجد انتظارات اجتماعی در خصوص شیوه رفتار افراد در شرایط مختلف می‌شوند و از این طریق به انتقال میراث فرهنگی - معنوی و شکل‌بخشی به ویژگی‌های فردی و اجتماعی مبادرت می‌ورزند (Tylor: 2000). رسانه‌ها از رهگذر جامعه‌پذیری به الگوسازی رفتاری و تقویت تعامل اجتماعی می‌پردازند و در این باره به تبیین عناصر مشترک فرهنگی و حل تعارض بین هویت‌های فردی و اجتماعی مبادرت می‌ورزند (هوور و بای، ۱۳۸۲: ۶۸). چنین جامعه‌پذیری از طریق الگوسازی و شناساندن سرمشق‌های فرهنگی به افراد و گروه‌ها برای درک آگاهانه و درونی‌سازی آنها و تحول در رفتارها و فعالیت‌های اجتماعی صورت می‌پذیرد (همان: ۱۹۷). یادگیری به‌عنوان یکی از طرق درونی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای جامعه نقش مهمی در جامعه‌پذیری ایفا می‌کند. مهم‌ترین نوع یادگیری در انسان، یادگیری مشاهده‌ای یا همان تقلید و الگوگیری است (ماهینی و خسروپناه، ۱۳۸۸: ۸۱-۵۳). الگوگیری، فرایندی است که از طریق مشاهده صورت می‌گیرد و در آن رفتار یک شخص یا گروه به‌عنوان محرکی بر روی افکار، نگرش‌ها یا رفتار فرد دیگری که شاهد انجام عمل الگوست، اثر می‌گذارد (اطیابی، ۱۳۸۷: ۲۵-۷). از دیدگاه روان‌شناسان، بیشترین نقش در تکوین شخصیت و تربیت از آن الگوهاست، زیرا دریافت پیام از طریق الگوها آسان‌تر از دریافت از طریق عامل ذهنی و آموزشی است و از سوی دیگر عامل عینی مؤثرتری هم می‌باشد. اندیشمندانی مانند «پیاژه»<sup>۱</sup> نیز در تعلیم و تربیت، به روش تقلید و الگوگیری توجه دارند و آن را زمینه اساسی یادگیری دانسته‌اند (حیدری و محمدی، ۱۳۹۰: ۴۲-۱۵). در یادگیری از طریق مشاهده الگو، فرد از طریق استنباط شخصی به تجزیه و تحلیل گفته‌ها و اعمال الگوی خود می‌پردازد، نگرش‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار خود را تغییر داده و خود را هر چه بیشتر به الگوی مورد نظر شبیه می‌سازد (اطیابی، ۱۳۸۷: ۲۵-۷). «باندورا»<sup>۲</sup> معتقد است بیشتر رفتارهای آدمی به‌صورت مشاهده رفتار دیگران و از طریق الگوبرداری می‌باشد و یکی از مهم‌ترین منابعی که فرد از طریق آن رفتارهای مناسب را فرامی‌گیرد و به تقلید و الگوبرداری گرایش پیدا می‌کند، رسانه‌ها و نمونه‌های رسانه‌ای است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۵۷).

امروزه با حضور همه‌جانبه رسانه‌های جمعی در زندگی ما، نقش آموزش رسانه‌ها پررنگ‌تر از نهادهایی چون خانواده و مدرسه عمل می‌کند (مظفری، ۱۳۹۴: ۱۳۷-۱۲۳). «درواقع رسانه‌ها ابزاری برای اجتماعی کردن و فرهنگ‌سازی در افراد جامعه هستند» (Baran & Davis, 2015:310). یکی از ارزش‌های جامعه مذهبی ایران موضوع عفاف و حجاب است که رسانه‌ها می‌باید به آن بپردازند و بی‌توجهی به آنها بنیان خانواده را، که مهم‌ترین هسته اجتماع در تربیت و جامعه‌پذیر کردن نسل بشری است، تهدید می‌کند (خوش‌فر، باقری، برزگر و نورمحمدی، ۱۳۹۴: ۷۳-۴۷).

در جامعه اسلامی ایران رسانه‌ها باید در راستای اشاعه ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی فعالیت کنند و عفاف و حجاب یکی از آموزه‌های دین اسلام است که در جامعه دینی ظهور یافته و در تمام سطوح ارتباطات انسانی در زندگی فردی و جمعی می‌باید جاری باشد و رسانه‌های جمعی به‌خصوص رسانه‌های تصویری در جمهوری اسلامی ایران، که منادی جامعه اسلامی است، باید به قواعد ترویج آن پایبند باشند (باهنر و علم‌الهدی، ۱۳۹۲: ۷۹-۵۵). در جامعه‌ای که حاکمیت دینی برقرار است رسانه‌ها نقش مهمی در فرهنگ‌سازی و نهادینه ساختن هنجارهای دینی دارند (رافت، ۱۳۹۴: ۴۷-۶۲). یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها در جامعه دینی ایران، معرفی اسوه‌های حسنه به مخاطبان از طریق طراحی و ارائه الگوهای شخصیتی است. فیلم‌ها و سریال‌ها می‌توانند با طراحی و ارائه شخصیت‌های جذاب به‌عنوان قهرمان فیلم، برای مخاطب الگوسازی کنند. معمولاً قهرمان داستان ویژگی‌های مثبت برجسته‌ای دارد که منجر به «همذات‌پنداری» مخاطب با وی می‌شود و بدین ترتیب مخاطب خواسته یا ناخواسته از وی تقلید می‌کند (پیشوایی و رضایی، ۱۳۸۶: ۲۷). بررسی‌ها نشان می‌دهند که یکی از علت‌های مهم انتخاب نوع رفتار مخاطبان به‌ویژه جوانان، الگوهایی است که از طریق رسانه‌ها معرفی می‌شوند.

برنامه‌ها و فیلم‌ها با دادن نقش‌های متفاوت به زنان و دختران در سریال‌ها و برنامه‌های متفاوت و مطرح کردن چهره‌ها و هنرپیشگان جدید به مردم به‌خصوص نسل جوان، شخصیت‌های رسانه‌ای را به‌عنوان الگوها و مدل‌های رفتاری برای جوانان و مردم معرفی می‌کنند. یکی از نقش‌هایی که در زمینه ترویج عفاف و حجاب می‌تواند برای مخاطب جذابیت ایجاد کرده و الگودهی مناسب را برای ترویج فرهنگ عفاف و حجاب از این طریق فراهم کند، شخصیت‌های با تحصیلات دانشگاهی هستند. چون امروز کارکردهای عملی و قابل لمس علم و دانش و تخصص‌های جدید، در عرصه‌های مختلف زندگی، ارزش و اهمیت تحصیلات علمی و دانشگاهی را افزایش داده است. علاوه بر آن،

تحصیلات جدید، از این حیث با اهمیت است که زمینه‌ای برای کسب امور ارزشمندی همچون شغل و درآمد می‌باشد (محسنی، ۱۳۹۶: ۱۱۹)، وجود نابرابری‌ها و نیز مدرنیته کردن سریع، بیرونی و ظاهری جامعه، ارتقای تحصیلی و کسب مدارج تحصیلی بالاتر را در جامعه ما به آرمان و ارزشی بالا تبدیل کرده است (رفیع‌پور، ۱۳۹۶: ۳۷۳-۳۶۱) به‌گونه‌ای که داشتن تحصیلات دانشگاهی یکی از آرمان‌های افراد جامعه به‌ویژه زنان و دختران جوان شده و بر اهمیت و جذابیت دارندگان تحصیلات بالا افزوده است و موجب اعتبار آنها در زمینه‌هایی از جمله ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، مانند عفاف و حجاب شده است. (حیدری و محمدی، ۱۳۹۰).

از آنجاکه انسان دوست دارد رفتارهای افراد متعالی را الگوی خویش قرار دهد، فردی را که به تحصیلات است به‌عنوان الگوی خود برمی‌گزیند. چرا که «دیدن تکامل دیگران و صعود آنها به قله‌های کمال، انسان را به تقلید از آنان وامی‌دارد» (همان: ۱۳۹۰). جکسون معتقد است «احتمال اینکه فردی به تقلید و الگوسازی رفتار یک شخص جذاب، مورد احترام و باحیثیت و اعتبار بپردازد، بسیار بیشتر از این است که به تقلید و الگوبرداری از رفتار شخصی بپردازد که فاقد این ویژگی‌هاست» (جکسون، ۱۳۹۰). نوبل<sup>۱</sup> نیز نوعی از رابطه بین شخصیت‌های رسانه‌ای و بینندگان را مطرح می‌کند که بینندگان به‌صورت بسیار مثبت به یک شخصیت رسانه‌ای وابسته می‌شوند و این امر در شکل‌گیری هویت بینندگان می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد (مک‌کوایل، ۱۳۸۷: ۴۰). ترویج الگوهای مناسب برای عفاف و حجاب از طریق محصولات و کالاهای فرهنگی، به تصویر کشیدن زنان تحصیل‌کرده، ممتاز، متعهد و باحجاب در فیلم‌ها و مجموعه‌های هنری و پرهیز از نشان دادن آنان در نقش‌ها و شخصیت‌های عامه و کم‌سواد از مواردی هستند که شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان وظایف دستگاه‌های قانون‌گذار و اجرایی همچون صداوسیما در خصوص گسترش فرهنگ عفاف و حجاب معرفی کرده است (قانون راه‌کارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی). ابزارهای هنری با انتقال مفاهیم و معانی به‌صورتی دل‌نشین، در درونی کردن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه دارای نقشی کلیدی هستند (مختاریان‌پور و گنجعلی، ۱۳۹۰: ۱۵۱-۱۱۷)، با وجود این فیلم و سریال‌ها از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالای خود برای فرهنگ‌سازی درباره عفاف و حجاب و لوازم آن استفاده لازم را نکرده‌اند (پیشوایی و رضایی، ۱۳۸۶: ۴۲). مطابق آنچه گفته شد در این پژوهش بر نظریه جامعه‌پذیری و یادگیری مشاهده‌ای به‌عنوان نظریه‌های مختار در نظر گرفته شده و یافته‌های تحقیق در این چارچوب تحلیل می‌شوند.



## ۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با روش تحلیل محتوای کمی از نوع مقوله‌ای انجام شده و واحد تحلیل در آن «شخصیت زن تحصیل کرده سریال» در نظر گرفته شده است؛ همچنین از آنجا که براساس پژوهش انجام شده توسط مؤسسه ملی پژوهش افکار عمومی، یکی از پرمخاطب‌ترین و در نتیجه اثرگذارترین برنامه‌های صداوسیما در حوزه مورد تحقیق، برنامه‌های نمایشی و سریال‌های تلویزیونی هستند، لذا کلیه سریال‌های تلویزیونی پخش شده پس از انقلاب به‌عنوان جامعه آماری مورد توجه قرار گرفته و از این میان براساس اطلاعات مرکز افکارسنجی صداوسیما پربیننده‌ترین سریال‌های تلویزیونی ایرانی پخش از شبکه‌های مختلف سیما در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی به‌صورت هدفمند انتخاب شده (جامعه آماری در مجموع ۴۰ سریال) و شاخص‌های عفاف و حجاب در مورد شخصیت‌های با تحصیلات دانشگاهی این سریال‌ها، بررسی و تحلیل شده است. در این پژوهش برای سنجش شاخص‌های مرتبط با حجاب متغیرهای پوشش غالب و حجاب در برابر نامحرم، وضعیت اصلاح و آرایش در برابر نامحرم، مو، اندام و زینت آشکار در برابر نامحرم و داشتن پوشش نامتعارف در برابر نامحرم بررسی شده است و برای سنجش شاخص‌های مرتبط با عفاف، متغیرهای داشتن لحن شوخی با نامحرم، استفاده از فعل مفرد یا نام کوچک هنگام گفت‌وگو با نامحرم، توجه به حجاب خود هنگام مواجهه با نامحرم، چگونگی نگاه به نامحرم، خلوت با نامحرم و ارتباط نامتعارف با نامحرم، بررسی شده است. همچنین برای تشخیص داشتن یا نداشتن تحصیلات دانشگاهی، چنانچه در طول سریال به‌طور مستقیم به داشتن تحصیلات دانشگاهی شخصیت اشاره شده باشد و یا اینکه بازیگر شغلی داشته باشد که نیازمند تحصیلات دانشگاهی است، مثلاً شخصیت دکتر، مهندس، پرستار باشد، به‌عنوان فردی با تحصیلات دانشگاهی کدگذاری شده است و در غیر این صورت به‌عنوان فردی بدون تحصیلات دانشگاهی در نظر گرفته شده است. در نهایت برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS و آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون خی‌دو یا مجذور کای) با خطای نوع اول ۵ درصد استفاده شده است.

جدول ۱. سریال‌های پربیننده پس از انقلاب اسلامی

سریال‌های دهه‌ی ۶۰	سریال‌های دهه‌ی ۷۰	سریال‌های دهه‌ی ۸۰	سریال‌های دهه‌ی ۹۰
آینه	گل پامچال	خط قرمز	پایتخت (۵ سری)
سایه همسایه	آپارتمان	مسافری از هند	خدا حافظ بچه
پاییز صحرا	باغ گیلان	فقط به خاطر تو	دودکش
در خانه	همسران	خانه به دوش	معراجی‌ها
آینه عبرت	پدرسالار	سریال حسن سوم	مادرانه
رعنا	خانه سبز	زیر تیغ	شمعدونی
آقای دلار	خاله خانم	میوه ممنوعه	ستایش (۲ سری)
آرایشگاه زیبا	در قلب من	سریال بزنگاه	همه چیز آنجاست
پیک سحر	همسایه‌ها	پنجمین خورشید	پرده‌نشین
عطر گل یاس	پس از باران	فاصله‌ها	پژمان

۵. یافته‌های پژوهش

در ۴۰ سریال بررسی شده، تعداد ۲۶۹ شخصیت زن (با نقش مهم و اصلی) حضور داشته‌اند که از این تعداد ۷۲ نفر (۲۶/۸ درصد) با تحصیلات دانشگاهی و بقیه ۱۹۷ نفر (۷۳/۲ درصد) بدون تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند و متغیرهای فوق‌الذکر برای سنجش شاخص‌های عفاف و حجاب در مورد این ۷۲ نفر بررسی شده است.

جدول ۲. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و پوشش غالب شخصیت‌های زن

پوشش غالب <sup>۱</sup>	تحصیلات		ندارد		جمع	
	دارد	ندارد	دارد	ندارد	جمع	درصد
چادر	۱۸	۲۵/۰	۸۹	۴۵/۲	۱۰۷	۳۹/۸
مانتوی بلند و گشاد	۲۴	۳۳/۳	۸۰	۴۰/۶	۱۰۴	۳۸/۷
مانتوی تنگ و کوتاه	۲۸	۳۸/۹	۱۶	۸/۱	۴۴	۱۶/۴
ستتی	۱	۱/۴	۸	۴/۱	۹	۳/۳
نامتعارف	۱	۱/۴	۴	۲/۰	۵	۱/۹
جمع	۷۲	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰

$$\text{Chi-Square} = ۳۷/۸۷۶ \quad \text{df} = ۴ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

۱. در این متغیر پوششی مدنظر است که شخصیت غالباً در محیط بیرون از منزل و در تعامل با نامحرم دارد. معمولاً در جامعه ما زنان، سه نوع پوشش غالب دارند که شامل چادر، مانتو و در موارد معدودی پوشش ستتی است. منظور از مانتوی بلند و گشاد مانتویی است که تا پایین پا و نزدیک کفش کشیده می‌شود و به اندازه‌های گشاد است که برجستگی‌های بدن را نمایان نمی‌کند و منظور از مانتوی تنگ و کوتاه مانتویی است که حداکثر تا زیر زانوی فرد می‌رسد و به گونه‌ای تنگ است که برجستگی‌های بدن را نمایان می‌کند. منظور از پوشش ستتی پوششی است که معمولاً زنان روستایی یا زنان اقوام مختلف کشور می‌پوشند. چنانچه پوششی غیر از چهار پوشش مذکور را در محیط بیرون از منزل و در تعامل با نامحرم استفاده می‌کنند مثلاً کت و دامن، بلوز شلوار، بلوز دامن، پیراهن ماکسی به‌عنوان پوشش نامتعارف کدگذاری می‌شود.

همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد پوشش غالب شخصیت‌های با تحصیلات دانشگاهی، مانتوی تنگ و کوتاه است و بخش عمده این افراد (صاحبان پوشش مانتوی تنگ و کوتاه) با تحصیلات دانشگاهی نمایش داده شده‌اند و جالب اینجاست که شخصیت‌های چادری عمدتاً بدون تحصیلات دانشگاهی به نمایش درآمده‌اند. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نیز نشان می‌دهد که تفاوت مشاهده شده، معنادار است.

جدول ۳. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و نوع حجاب شخصیت‌های زن

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات نوع حجاب <sup>۱</sup>
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳/۰	۸	۱/۰	۲	۸/۳	۶	چادر+ مانتو شلوار+ مقنعه
۳۰/۵	۸۲	۳۶/۰	۷۱	۱۵/۳	۱۱	چادر+ مانتو شلوار+ روسری
۱/۵	۴	۱/۵	۳	۱/۴	۱	چادر+ مانتو شلوار+ شال
۴/۸	۱۳	۶/۶	۱۳	۰/۰	۰	چادر+ بلوز دامن
۵/۹	۱۶	۴/۶	۹	۹/۷	۷	مانتو شلوار+ مقنعه
۳۵/۷	۹۶	۳۳/۰	۶۵	۴۳/۱	۳۱	مانتو شلوار+ روسری
۱۳/۴	۳۶	۱۱/۲	۲۲	۱۹/۴	۱۴	مانتو شلوار+ شال
۳/۳	۹	۴/۱	۸	۱/۴	۱	سنتی
۱/۹	۵	۲/۰	۴	۱/۴	۱	بلوز+ دامن
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = ۲۹/۵۰۱ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰ \quad \text{df} = ۰/۰۰۰$$

همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد در بین کسانی که با تحصیلات دانشگاهی هستند دارندگان نوع حجاب مانتو شلوار و روسری بیشترین میزان را به خود اختصاص می‌دهند. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نیز نشان می‌دهد که تفاوت مشاهده شده بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نوع گونه حجاب، معنادار است.

۱. در این متغیر ترکیب متفاوتی از البسه که پوشش فرد را در محیط بیرون از منزل و در تعامل با نامحرم تشکیل می‌دهد.

جدول ۴. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و وضعیت اصلاح و آرایش شخصیت‌های زن

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات اصلاح و آرایش <sup>۱</sup>
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰/۴	۲۸	۹/۱	۱۸	۱۳/۹	۱۰	بدون اصلاح و آرایش
۶۳/۹	۱۷۲	۶۶/۰	۱۳۰	۵۸/۳	۴۲	فقط اصلاح
۲۵/۷	۶۹	۲۴/۹	۴۹	۲۷/۸	۲۰	اصلاح همراه با آرایش
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = ۱/۸۰۱ \quad \text{sig} = ۲ \quad \text{df} = ۰/۴۰۶$$

همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد فقط ۱۳/۹ درصد از کسانی که با تحصیلات دانشگاهی هستند فاقد اصلاح و آرایش در برابر نامحرم هستند. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و فاقد آن از نظر اصلاح و آرایش تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول ۵. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و داشتن موی آشکار در شخصیت‌های زن

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات موی آشکار <sup>۲</sup>
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۷/۵	۷۴	۲۹/۴	۵۸	۲۲/۲	۱۶	دارد
۷۲/۵	۱۹۵	۷۰/۶	۱۳۹	۷۷/۸	۵۶	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = ۱/۳۷۸ \quad \text{sig} = ۱ \quad \text{df} = ۰/۲۴۰$$

همان‌گونه که جدول ۵ نشان می‌دهد از مجموع کسانی که با تحصیلات دانشگاهی هستند ۲۲/۲ درصد دارای موی آشکار در برابر نامحرم می‌باشند و ۷۷/۸ درصد از آنان موی آشکار در برابر نامحرم ندارند، لکن همان‌گونه که آزمون کای اسکور نشان می‌دهد این رابطه معنادار نیست و آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر داشتن موی آشکار در برابر نامحرم تفاوت معنادار وجود ندارد.

۱. در رساله‌های عملیه مراجع تقلید آمده است، زنان در صورتی می‌توانند، صورت و دست‌ها تا مچ را نمایان کنند؛ که فاقد هرگونه اصلاح و آرایش باشد. بنابراین در این متغیر اصلاح ابرو و داشتن آرایش صورت و دست‌ها در شخصیت مدنظر است.  
۲. مطابق احکام اسلامی نمایاندن مو در برابر نامحرم برای زنان جایز نیست. این متغیر برای بررسی میزان رعایت این حکم شرعی در سریال‌های پخش شده، طراحی شده است. بر این اساس چنانچه موی شخصیت از زیر چادر، مقنعه، روسری یا شال در برابر نامحرم قابل رؤیت باشد، به‌عنوان موی آشکار کدگذاری می‌شود.

جدول ۶. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و داشتن اندام آشکار در شخصیت‌های زن

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات اندام آشکار <sup>۱</sup>
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۴۸/۰	۱۲۹	۵۴/۳	۱۰۷	۳۰/۶	۲۲	دارد
۵۲/۰	۱۴۰	۴۵/۷	۹۰	۶۹/۴	۵۰	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = 11/926 \quad \text{sig} = 1 \quad \text{df} = 0/001$$

همان‌گونه که جدول ۶ نشان می‌دهد بیش از ۳۰ درصد از کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، دارای اندام آشکار در برابر نامحرم هستند. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر داشتن اندام آشکار در برابر نامحرم تفاوت معنادار وجود دارد.

جدول ۷. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و داشتن زینت آشکار در شخصیت‌های زن

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات زینت آشکار <sup>۲</sup>
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۶۵/۸	۱۷۷	۶۷/۵	۱۳۳	۶۱/۱	۴۴	دارد
۳۴/۲	۹۲	۳۲/۵	۶۴	۳۸/۹	۲۸	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = 0/960 \quad \text{sig} = 1 \quad \text{df} = 0/327$$

همان‌گونه که جدول ۷ نشان می‌دهد ۶۱/۱ درصد از کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، دارای زینت آشکار در برابر نامحرم هستند. با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر داشتن زینت آشکار در برابر نامحرم تفاوت معنادار وجود ندارد.

۱. مطابق احکام اسلامی، زنان فقط مجاز به نمایاندن صورت و دست‌ها تا مچ (در صورت نداشتن آرایش) هستند و نشان دادن بقیه مواضع بدن حرام است. در این متغیر اگر شخصیت غیر از مواضع مذکور بخشی از بدنش در برابر نامحرم نمایان باشد (مثلاً دست‌ها از مچ به بالا، گردن، گوش‌ها، پاها) به‌عنوان داشتن اندام آشکار در برابر نامحرم کدگذاری می‌شود.  
۲. مطابق احکام اسلامی، زنان جز برای محارم مجاز نیستند زینت‌های خویش را آشکار کنند. نکته قابل توجه این است که در اینجا اگر زینت بر روی لباس باشد (مثلاً گردنبند بر روی لباس باشد) به‌عنوان زینت آشکار در نظر گرفته نمی‌شود.

جدول ۸. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و پوشش نامتعارف شخصیتهای زن در برابر نامحرم

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۴۶/۱	۱۲۴	۴۵/۷	۹۰	۴۷/۲	۳۴	دارد
۵۳/۹	۱۴۵	۵۴/۳	۱۰۷	۵۲/۸	۳۸	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = 0.050 \quad \text{sig} = 1 \quad \text{df} = 0.823$$

همان گونه که جدول ۸ نشان می دهد ۴۷/۲ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی با پوشش نامتعارف در برابر نامحرم هستند و جالب اینجاست که این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است. لکن آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد که بین شخصیت های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر داشتن پوشش نامتعارف در برابر نامحرم تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول ۹. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و داشتن لحن شوخی با نامحرم در شخصیت های زن

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۱/۲	۵۷	۱۸/۳	۳۶	۲۹/۲	۲۱	دارد
۷۸/۸	۲۱۲	۸۱/۷	۱۶۱	۷۰/۸	۵۱	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = 3.746 \quad \text{sig} = 1 \quad \text{df} = 0.53$$

همان گونه که جدول ۹ نشان می دهد ۲۹/۲ درصد از افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند، دارای لحن شوخی با نامحرم هستند و این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات است لکن آزمون کای اسکور با درجه آزادی ۱ و سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد که بین شخصیت های زن با تحصیلات دانشگاهی یا فاقد آن از نظر داشتن لحن شوخی هنگام گفت و گو با نامحرم تفاوت معنادار وجود ندارد.

۱. عرف جامعه ایرانی چنین است که زنان معمولاً در محیط بیرون از منزل و در تعامل با نامحرم از پوشش های چادر، مانتو و در موارد معدودی حجاب سنتی استفاده می کنند. بنابراین هرگونه پوششی غیر از موارد مذکور مثلاً استفاده از پوشش راحتی که معمولاً خانم ها در محیط منزل و در برابر محارم استفاده می کنند، به عنوان پوشش نامتعارف شناخته می شود.  
۲. در احکام اسلامی زنان از هرگونه مفاکحه (مزاح با نامحرم) با نامحرم و به کار بردن لحن شوخی و غیرجدی با نامحرم منع شده اند. بر این اساس چنانچه شخصیت های زن در طول سریال هنگام گفت و گو با نامحرم از لحن عادی گفت و گو بین زن و مرد نامحرم خارج شوند به عنوان داشتن لحن شوخی با نامحرم کدگذاری می شود.

جدول ۱۰. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و استفاده شخصیت زن از فعل مفرد یا نام کوچک هنگام گفت‌وگو با نامحرم

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات استفاده از فعل مفرد <sup>۱</sup>
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳۱/۲	۸۴	۲۵/۹	۵۱	۴۵/۸	۳۳	دارد
۶۸/۸	۱۸۵	۷۴/۱	۱۴۶	۵۴/۲	۳۹	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square}=9/767 \quad \text{sig}=1 \quad \text{df}=0/002$$

همان گونه که جدول ۱۰ نشان می‌دهد ۴۵/۸ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی هنگام گفت‌وگو با نامحرم از فعل مفرد یا نام کوچک آنها استفاده می‌کنند و این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نیز نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر استفاده از فعل مفرد یا نام کوچک هنگام گفت‌وگو با نامحرم تفاوت معنادار وجود دارد.

جدول ۱۱. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و توجه شخصیت زن به حجاب خود هنگام مواجهه با نامحرم

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات توجه به حجاب <sup>۲</sup>
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۲/۶	۳۴	۱۳/۲	۲۶	۱۱/۱	۸	دارد
۸۷/۴	۲۳۵	۸۶/۸	۱۷۱	۸۸/۹	۶۴	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = 0/208 \quad \text{sig} = 1 \quad \text{df} = 0/648$$

همان گونه که جدول ۱۱ نشان می‌دهد فقط ۱۱/۱ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی هنگام مواجهه با نامحرم به حجاب خود توجه می‌کنند و ۸۸/۹ درصد از این افراد هنگامی که با نامحرم

۱. طبق سیاست‌های اجرایی افق رسانه به‌کار بردن فعل مفرد در ارتباط با نامحرم و نیز صدا زدن نام کوچک نامحرم که بیانگر نوعی نزدیکی و صمیمیت است، ممنوع می‌باشد. لذا اگر در حین گفت‌وگوی زن و مرد نامحرم شخصیت زن، نام کوچک نامحرم را صدا بزند و یا از افعال مفرد در گفت‌وگو با نامحرم استفاده کند، به‌عنوان استفاده از فعل مفرد یا نام کوچک نامحرم کدگذاری می‌شود.

۲. به زنان توصیه شده است هنگام برخورد با نامحرم به حجاب خود توجه کرده و در صورت اشکال، آن را رفع کنند و حجاب کامل را در برابر نامحرم رعایت نمایند. یعنی اگر در محیط منزل و در بین محارم و یا در جمع زنان حضور دارند و به لحاظ پوشش راحت‌تر هستند، در صورت حضور نامحرم به حجاب خود توجه نموده و با رفتار خود نشان دهند که مسئله حجاب برایشان اهمیت دارد.

مواجهه می‌شوند به حجاب خود توجهی ندارند جالب اینجاست که میزان توجه به حجاب هنگام مواجهه با نامحرم در افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر است، لکن آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر توجه به حجاب هنگام مواجهه با نامحرم تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول ۱۲. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و چگونگی نگاه شخصیت‌های زن به نامحرم

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات	چگونگی نگاه <sup>۱</sup>
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۳/۰	۸	۴/۱	۸	۰/۰	۰	مأخوذ به حیا	
۹۷/۰	۲۶۱	۹۵/۹	۱۸۹	۱۰۰/۰	۷۲	عادی و مستقیم	
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع	

$$\text{Chi-Square} = ۳/۰۱۳ \quad \text{sig} = ۱ \quad \text{df} = ۰/۸۳$$

همان گونه که جدول ۱۲ نشان می‌دهد هیچ یک از افراد با تحصیلات دانشگاهی هنگام مواجهه با نامحرم نگاه مأخوذ به حیا ندارند و همه آنها عادی و مستقیم به نامحرم نگاه می‌کنند و جالب اینجاست که نگاه مأخوذ به حیا هنگام مواجهه با نامحرم در افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر است، لکن آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر چگونگی نگاه به نامحرم تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول ۱۳. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و خلوت شخصیت‌های زن با نامحرم

جمع		ندارد		دارد		تحصیلات	خلوت با نامحرم <sup>۲</sup>
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۱۷/۱	۴۶	۱۲/۲	۲۴	۳۰/۶	۲۲	دارد	
۸۲/۹	۲۲۳	۷۸/۸	۱۷۳	۶۹/۴	۵۰	ندارد	
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع	

$$\text{Chi-Square} = ۱۲/۵۵۶ \quad \text{sig} = ۱ \quad \text{df} = ۰/۰۰۰$$

۱. در احکام اسلامی و آیات قرآنی به زنان نیز همچون مردان توصیه شده است از نگاه مستقیم و خیره به نامحرم اجتناب کنند و در صورت مواجهه با نامحرم با نگاهی مأخوذ به حیا به وی بنگرند و از نگاه مستقیم و طولانی به وی پرهیزند.  
 ۲. در احکام اسلامی از حضور زن و مرد نامحرم در یک مکان خلوت شدیداً نهی شده است، به گونه‌ای که طبق برخی فتاوای مراجع اگر زن و مرد نامحرم در یک مکان خلوت حتی نماز واجب خود را بخوانند نمازشان باطل است. در این متغیر حضور زن با مرد نامحرم در یک مکان بسته و یا مکانی که کسی حضور ندارد، بررسی می‌شود. نکته قابل توجه این است که سوار شدن شخصیت زن مورد نظر در صندلی جلوی اتومبیل نامحرم با وجود خالی بودن صندلی‌های عقب، به عنوان حضور با نامحرم در مکان خلوت شناخته می‌شود.



همان‌گونه که جدول ۱۳ نشان می‌دهد بیش از ۳۰ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی خلوت با نامحرم دارند و جالب اینجاست که این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نیز نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر داشتن خلوت با نامحرم تفاوت معنادار وجود دارد. جدول ۱۴. رابطه بین تحصیلات دانشگاهی و ارتباط نامتعارف شخصیت‌های زن با نامحرم

جمع		ندارد		دارد		ارتباط نامتعارف <sup>۱</sup>
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۹/۷	۲۶	۴/۶	۹	۲۳/۶	۱۷	دارد
۹۰/۳	۲۴۳	۹۵/۴	۱۸۸	۷۶/۴	۵۵	ندارد
۱۰۰/۰	۲۶۹	۱۰۰/۰	۱۹۷	۱۰۰/۰	۷۲	جمع

$$\text{Chi-Square} = 21/899 \quad \text{sig} = 1 \quad \text{df} = 0/000$$

همان‌گونه که جدول ۱۴ نشان می‌دهد ۲۳/۶ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی دارای ارتباط نامتعارف با نامحرم هستند و جالب اینجاست که این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است. آزمون کای اسکور با سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که بین شخصیت‌های زن با تحصیلات دانشگاهی و افراد فاقد آن از نظر داشتن ارتباط نامتعارف با نامحرم تفاوت معنادار وجود دارد.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

کتاب سیاست‌های اجرایی افق رسانه ملی توسط مرکز طرح و برنامه ریزی صدا و سیما و به منظور تعیین سیاست‌ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش برنامه‌ها تدوین شده است؛ در بند «۱۵-۱-۴» این آیین‌نامه آمده است: «برنامه‌های صداوسیما باید مروج پوشش کامل برای زنان، شامل چادر یا مانتو همراه با شلوار و مقنعه و جوراب با رنگ‌های مناسب و متین باشد» (سیاست‌های اجرایی افق رسانه، ۱۳۸۵). همان‌گونه که یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، در سریال‌های مورد بررسی پوشش غالب افراد با تحصیلات دانشگاهی مانتوی تنگ و کوتاه بوده است و در نقطه مقابل پوشش غالب افراد بدون تحصیلات دانشگاهی چادر است. بیشترین نوع حجاب در بین افراد با

۱. در این متغیر هرگونه ارتباط خارج از چارچوب‌های رایج مانند روابط شغلی، روابط فامیلی مدنظر است. مثلاً دوستی‌های قبل از ازدواج، روابط صمیمی و دوستانه دوران دانشجویی به‌گونه‌ای که نزدیکی و صمیمیتی فراتر از روابط عادی زن و مرد نامحرم را به نمایش درآورد، به‌عنوان روابط نامتعارف با نامحرم شناخته می‌شود.

تحصیلات دانشگاهی ماتتو شلوار به همراه روسری است و بیشترین نوع حجاب در بین افراد بدون تحصیلات دانشگاهی چادر به همراه ماتتو شلوار و روسری است. همچنین ۴۷/۲ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی با پوشش نامتعارف در برابر نامحرم هستند و این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است.

مطابق احکام اسلامی زن مسلمان باید علاوه بر پوشش اعضا و اندام خود، هر نوع زیور و زینت را از معرض دید نامحرم پنهان کند و از هرگونه آرایش و خودنمایی در برابر افراد بیگانه و اجنبی بپرهیزد تا زمینه جلب توجه و تحریک آنان فراهم نشود. با توجه به اهمیت مسئله، خداوند در سوره نور می‌فرماید: «ولا یبدین زینتهن إلا ما ظهر منها» (ای رسول ما) زنان مؤمنه را بگو تا چشم‌ها و فروج و اندام‌شان را محفوظ دارند و زینت و آرایش خود را جز آنچه قهراً ظاهر می‌شود، در برابر بیگانه آشکار نسازند (نور، ۳۱). به علاوه در بند «۲-۵-۱» سیاست‌های اجرایی افق رسانه ملی آمده است: «استفاده از خانم‌های دارای آرایش در برنامه‌های تلویزیونی ممنوع می‌باشد». همچنین مطابق بند «۳-۵-۱»: «نشان دادن زنان جوان دارای آرایش و در نماهای نزدیک و بسته، ممنوع است» (سیاست‌های اجرایی افق رسانه، ۱۳۸۵) لکن یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در سریال‌های مورد بررسی فقط ۱۳/۹ درصد از کسانی که با تحصیلات دانشگاهی هستند اصلاح و آرایش در برابر نامحرم نداشته‌اند، بقیه دارای اصلاح یا آرایش در برابر نامحرم هستند و جالب اینجاست که میزان اصلاح و آرایش در افراد با تحصیلات، بیشتر از افراد بدون تحصیلات است. در حالی که با توجه به جذابیت تحصیلات دانشگاهی برای مخاطبان، شایسته است میزان اصلاح و آرایش در شخصیت‌های تحصیل کرده نه تنها کمتر از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی باشد، بلکه تفاوت معناداری در این زمینه میان این دو گروه وجود دارد. همچنین ۲۲/۲ درصد از کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، دارای موی آشکار و ۳۰ درصد از آنان دارای اندام آشکار در برابر نامحرم هستند، به علاوه بیش از ۶۰ درصد از آنان، دارای زینت آشکار در برابر نامحرم هستند. در حالی که با توجه به جذابیت تحصیلات دانشگاهی برای مخاطبان، شایسته است، این میزان در شخصیت‌های تحصیل کرده نه تنها کمتر از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی باشد، بلکه تفاوت معناداری در این زمینه میان این دو گروه دیده شود.

قرآن کریم خطاب به همسران پیامبر می‌فرماید: «فلا تخضعن بالقول فیطمع الّذی فی قلبه مرض و قلن قولا معروفا» با صدای نرم، به گونه هوس‌انگیز سخن نگویند که بیمار دالان در شما طمع کنند، بلکه به خوبی و شایسته سخن بگویند (احزاب، ۳۲). جمله «فلا تخضعن بالقول» اشاره به کیفیت سخن گفتن دارد، یعنی به هنگام سخن گفتن جدی و به طور معمولی سخن بگویند.

در بند «۱۲-۴-۲-۱» آیین نامه سیاست‌های اجرایی افق رسانه ملی آمده است: «در گفت‌وگوی زن و مرد از افعال مفرد که بیانگر نوعی نزدیکی و دوستی است، خودداری شود». همچنین بر اساس بند «۱۳-۴-۲-۱» این آیین نامه «زن و مرد نامحرم نباید یکدیگر را با نام کوچک خطاب کنند» (سیاست‌های اجرایی افق رسانه، ۱۳۸۵). لکن در سریال‌های مورد بررسی ۲/۲۹ درصد از افرادی که تحصیلات دانشگاهی دارند، دارای لحن شوخی با نامحرم هستند و ۸/۴۵ درصد از آنان، هنگام گفت‌وگو با نامحرم از فعل مفرد یا نام کوچک آنها استفاده می‌کنند و جالب اینجاست که این مقادیر بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است.

در احکام اسلامی به زنان توصیه شده است حجاب کامل را در برابر نامحرم رعایت کنند. یعنی اگر در محیط منزل و در بین محارم و یا در جمع زنان حضور دارند و به لحاظ پوشش راحت‌تر هستند، در صورت حضور نامحرم به حجاب خود توجه کرده و با رفتار خود نشان دهند که مسئله حجاب برایشان بااهمیت است. لکن یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد فقط ۱/۱ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی هنگام رویارویی با نامحرم به حجاب خود توجه می‌کنند و ۹/۸۸ درصد از این افراد هنگامی که با نامحرم مواجه می‌شوند به حجاب خود توجهی ندارند و میزان توجه به حجاب هنگام رویارویی با نامحرم در افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر است.

در قرآن کریم آمده است: «قل للمؤمنین یغضوا من ابصارهم... و قل للمؤمنات یغضن من ابصارهن» (نور، ۳۰ و ۳۱). بیان صریح این آیات مبنی بر حرمت نگاه کردن مرد و زن نامحرم به یکدیگر است. «یغضوا» از ماده‌ی «غض» است و در تفاسیر، معانی مختلفی برای آن آورده‌اند: ۱. غَضّ بصر به معنای چشم بستن، نگاه نکردن، روی هم نهادن پلک‌های چشم است (طباطبایی، ۱۳۶۶: ۱۰) و ۲. برخی آن را به معنای کم کردن نگاه، سستی در نگاه، خیره نشدن به یک چیز، می‌دانند (مکارم‌شیرازی، ۱۳۷۶: ۴۳۶). لکن در سریال‌های بررسی شده، هیچ یک از افراد با تحصیلات دانشگاهی هنگام رویارویی با نامحرم نگاه مأخوذ به حیا ندارند و همه آنها عادی و مستقیم به نامحرم نگاه می‌کنند و نکته قابل تأمل این است که نگاه مأخوذ به حیا هنگام رویارویی با نامحرم در افراد بدون تحصیلات دانشگاهی بیشتر از افراد تحصیل کرده است.

امام موسی بن جعفر به نقل از پیامبر فرموده‌اند: هر کس به خدا و روز قیامت ایمان دارد، هرگز در جایی که نفس زن نامحرمی را می‌شنود، توقف نکند. همچنین رسول اکرم می‌فرماید: آگاه باشید هرگز مرد و زنی با هم خلوت نمی‌کنند مگر آنکه سومی آنان شیطان است (عاملی، ۱۳۷۳: ۱۳۴). بر این اساس در احکام اسلامی به شدت از خلوت بین زن و مرد نامحرم نهی شده است. لکن در

سریال‌های بررسی شده بیش از ۳۰ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی، خلوت با نامحرم دارند و جالب اینجاست که این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است.

مطابق بند «۷-۴-۲-۱» کتاب سیاست‌های اجرایی افق رسانه: «پخش برنامه‌هایی که مروج عادی‌سازی روابط افراد نامحرم و شکستن حریم‌های شرعی میان آنان می‌گردد، ممنوع می‌باشد» (سیاست‌های اجرایی افق رسانه، ۱۳۸۵). نتایج این پژوهش نشان می‌دهد در سریال‌های مورد بررسی ۲۳/۶ درصد از افراد با تحصیلات دانشگاهی، ارتباط نامتعارف با نامحرم دارند و این میزان بیش از افراد بدون تحصیلات دانشگاهی است.

از آنجاکه مطابق مباحث نظری مطرح شده در این پژوهش، یکی از کارویژه‌های اصلی رسانه‌ها نقش آفرینی آنها به‌عنوان عامل اساسی جامعه‌پذیری و یادگیری افراد و انتقال میراث فرهنگی به نسل جدید است و از طرفی به دلیل جذابیت مقوله تحصیلات عالی در جامعه ایران، افراد با تحصیلات دانشگاهی نسبت به شخصیت‌های بدون تحصیلات بیشتر مورد توجه و گاهی تقلید و الگوبرداری قرار می‌گیرند، لذا برای ترویج الگوی مطلوب عفاف و حجاب از میان شخصیت‌پردازی در قالب زنان تحصیل کرده، لازم است شاخص‌های عفاف و حجاب در این شخصیت‌ها به گونه‌ای معنا دار، بهتر از شخصیت‌های بدون تحصیلات دانشگاهی تصویر شود. لکن مطابق نتایج این تحقیق می‌توان چنین استنباط کرد که شاخص‌های عفاف و حجاب در شخصیت‌های زن تحصیل کرده سریال‌های تلویزیونی به شکل مطلوبی بازنمایی نمی‌شود. به گونه‌ای که یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در سریال‌های بررسی شده، شاخص‌های عفاف و حجاب در شخصیت‌های تحصیل کرده در بسیاری از موارد ضعیف‌تر از شخصیت‌های بدون تحصیلات دانشگاهی نمایش داده شده است و یا تفاوت معناداری میان این دو گروه وجود ندارد و بدیهی است چنین بازنمایی از شاخص‌های عفاف و حجاب در قالب این شخصیت‌ها، در صورت الگوبرداری مخاطبان می‌تواند به تضعیف فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه به خصوص قشر جوان و تحصیل کرده منجر شود و واضح است که با مأموریت رسانه ملی که همانا تقویت و گسترش فرهنگ ملی و دینی (و از جمله در زمینه پوشش و رفتار) است در تضاد می‌باشد و برنامه‌ریزی و نظارت بیشتر و دقیق‌تر مسئولان صداوسیما را در این باره می‌طلبد. بر این اساس به مسئولان رسانه ملی پیشنهاد می‌شود تمهیداتی اندیشیده شود تا در سریال‌های تلویزیونی از نشان دادن شخصیت‌هایی که به‌طور طبیعی می‌توانند به‌عنوان الگو انتخاب شوند، (مثلاً کسانی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند) در نقش‌های افراد کم‌توجه به اصول و ارزش‌های اسلامی در زمینه عفاف و حجاب، خودداری شود. همچنین توجه شود در سریال‌های تلویزیونی، شأن و منزلت چادر به‌عنوان حجاب برتر رعایت شده همچنین شایسته است پوشش،

آرایش، نوع رفتار و سخن گفتن زنان (به‌ویژه زنان با تحصیلات دانشگاهی) هنگام روبه‌رو شدن با نامحرم به‌گونه‌ای باشد که حساسیت زن مسلمان را نسبت به مقوله عفاف و حجاب یادآور شود.

### منابع

- ◀ قرآن کریم.
- ◀ اسماعیلی، رفیع‌الدین و حفیظه مهدیان. ۱۳۹۲ «بازنمایی روابط عقیفانه مرد و زن در سینمای ایران (مطالعه موردی فیلم درباره‌الی)» معرفت فرهنگی اجتماعی، زمستان ۱۳۹۲.
- ◀ افشار، اباذر. ۱۳۹۲. «نقش رسانه ملی در نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب»، گاهنامه تخصصی مطالعات اجتماعی و رسانه، ش ۳.
- ◀ اطمیابی، سیده‌فریبا، ۱۳۸۷. «الگوپذیری و نقش آن در اجتماعی شدن فرزندان»، پیوند، ش ۳۴۸.
- ◀ باهنر، ناصر و سیدعبدالرسول علم‌الهدی، ۱۳۹۲. «هنجارهای عفاف و حجاب اسلامی در سیما و سینما (تحلیل تطبیقی سیاست‌ها)»، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، س چهاردهم، ش ۲۱.
- ◀ پیشوایی، فریده و رضایی مریم، ۱۳۸۶. حجاب و عفاف در سیما، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- ◀ حیدری، سیدعبدالکریم و زهرا محمدی، ۱۳۹۰. «ضرورت وجود الگو برای زنان مسلمان». طهورا، س چهارم، ش ۸.
- ◀ جکسون‌هاریس، ریچارد، ۱۳۹۰. روان‌شناسی شناختی وسایل ارتباط جمعی، مترجمان: حسن اسدزاده، اسماعیل سعدی‌پور و منیژه شهبازخان، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- ◀ خوش‌فر، غلامرضا، فاطمه باقری، سمیه برزگر و لیلا نورمحمدی، ۱۳۹۴. «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب و راهکارهای ارتقای آن: مطالعه موردی شهروندان شهر گرگان»، مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، د سوم، ش ۴.
- ◀ رأفت، شفیقه، ۱۳۹۴. «عملکرد رسانه تلویزیون در ترویج عفاف و حجاب»، مطالعات پژوهشی زنان، س دوم، ش ۲.
- ◀ رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۹۶. توسعه و تضاد، تهران: سهامی انتشار.
- ◀ سیاست‌های اجرایی افق رسانه، ۱۳۸۵. سیاست‌ها و ضوابط تولید، تأمین و پخش، تهران: مرکز طرح و برنامه‌ریزی صدا و سیما.
- ◀ عمید، حسن، ۱۳۶۹. فرهنگ عمید، تهران: امیر کبیر.
- ◀ صفرزاده، سحر، ۱۳۸۸. «نقش حجاب زنان در سلامت روانی اجتماع و راهکارهای مقابله‌ای با فرهنگ بدحجابی»، زن و فرهنگ، د اول، ش ۲.
- ◀ طباطبایی، محمدحسین، ۱۳۶۶. المیزان فی تفسیر القرآن، مترجم: سیدمحمدباقر موسوی همدانی، قم: محمدی.

- ◀ کوئن، بروس، ۱۳۸۴. *درآمدی بر جامعه‌شناسی*. مترجم: محسن ثلاثی، تهران: توتیا.
- ◀ عاملی، شیخ حر (محمدبن حسن)، ۱۳۷۳. *وسائل الشیعه*، قم: مؤسسه آل‌البیت.
- ◀ ماهینی، انسیه و عبدالحسین خسروپناه، ۱۳۸۸. «راهکارهای ترویج پوشش اسلامی در بین دختران دانشجوی». *مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی*، س سیزدهم، ش ۳.
- ◀ متانی، مهرداد، ۱۳۹۶. «نقش رسانه های جمعی در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف زنان»، زن و فرهنگ، ش ۳۲.
- ◀ محسنی، منوچهر، ۱۳۹۶. *مبانی جامعه‌شناسی علم*، تهران: طهوری.
- ◀ مختاریان‌پور، مجید و اسدالله گنجعلی، ۱۳۹۰. «نهادی‌سازی عفاف و حجاب در جامعه؛ رویکردی فرایندی»، *تحقیقات فرهنگی*، د چهارم، ش ۲.
- ◀ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۶. *پژوهش توضیح المسائل*، قم: انتشارات قدس. چاپ اول.
- ◀ مک‌کویل، دنیس، ۱۳۸۲. *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، مترجم: پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات، برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- ◀ مک‌کویل، دنیس، ۱۳۸۷. *مخاطب‌شناسی*، مترجم: مهدی منتظرزاد، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، د چهارم.
- ◀ مطهری، مرتضی، ۱۳۸۴. *مسئله حجاب*، تهران: صدر.
- ◀ مظفری، افسانه، ۱۳۹۴. «نقش رسانه‌های جمعی در توسعه پایدار با رویکرد توانمندسازی زنان». *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، س هفتم، ش سوم.
- ◀ معین، محمد، ۱۳۸۲. *فرهنگ فارسی معین*، تهران: امیرکبیر.
- ◀ مهدیان، حفیظه، ۱۳۹۲. بررسی انتقادی بازنمایی عفاف در ارتباطات زن و مرد در سینمای پس از انقلاب از منظر اسلام، (پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته تبلیغ و ارتباطات فرهنگی)، به راهنمایی دکتر نصرالله آقاجانی، دانشگاه باقرالعلوم. *م‌انسانی و مطالعات فرهنگی*
- ◀ مهدی‌زاده، سیدمحمد، ۱۳۸۹. *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- ◀ مؤسسه ملی پژوهش افکار عمومی، ۱۳۸۹. *علائق و نیازهای فرهنگی، فرصت‌ها، امکانات، فعالیت‌ها (نظرسنجی از شهروندان تهرانی)*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ◀ هور، استورات ام و نات لاند بای، ۱۳۸۲. *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*، مترجم: مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صداوسیما.
- Baran, Stanely J & Dennis K Davis, 2015. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*. 7th edition. Stanford, CT: Cengage Learning.
- Tylor, E, 2000. *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. New York: Gordon Press.