

عنوان مقاله:

شناسایی راهبردهای گسترش پوشش اسلامی در دانشگاه (مورد مطالعه دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان)

محل انتشار:

دوفصلنامه تربیت اسلامی، دوره 16، شماره 38 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سید محمد حسین میری - استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

معصومه فروزانی - دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

خلاصه مقاله:

دانشگاه نهادی است که به نهادینه سازی فرهنگ حجاب کمک می کند؛ ازاین رو در این پژوهش راهبردهای موثر بر گسترش پوشش اسلامی در محیط دانشگاهی شناسایی شدند. این تحقیق با استفاده از تحلیل SWOT انجام شد. بدین جهت ۲۲۰ دانشجوی به عنوان نمونه انتخاب شدند و طی پیمایشی پرسشنامه ای، داده ها جمع آوری و به کمک نرم افزار SPSS و بر مبنای تکنیک SWOT تحلیل شدند. بر پایه نتایج تحقیق، مهم ترین نقاط قوت و ضعف پیش روی گسترش پوشش اسلامی در دانشگاه، «ترویج فرهنگ پوشش اسلامی توسط نهادهای مختلف موجود در دانشگاه» و «عدم وجود برنامه های آموزشی در رابطه با پوشش اسلامی در دانشگاه» بود. همچنین، مهم ترین فرصت های دانشگاه عبارت اند از: «خانواده هایی که پوشش اسلامی را رعایت می کنند بر رعایت پوشش اسلامی فرزندان آنها در دانشگاه اثر دارد» و «آموزش الگوهای مناسب پوشش اسلامی و ملی در قالب های جذاب و با کمک طراحان لباس از طریق رسانه های جمعی»؛ و مهم ترین تهدیدهای موجود «وجود الگوها و مدل های ماهواره ای موثر در انتخاب مدل پوشش و آرایش ظاهر» و «تصور از پوشش اسلامی به عنوان مانعی برای فعالیت های اجتماعی و اشتغال زنان» می باشد. بر اساس همین تحلیل، راهبردهای تهاجمی، رقابتی، محافظه کارانه و تدافعی ارائه شدند. از جمله این راهبردها می توان به تدوین الگوهای پوششی برگرفته از محصولات به روز و منطبق با پوشش اسلامی در بازار، توسعه فرهنگ پوشش اسلامی از طریق حمایت از دانشجویان طراح و دوزنده پوشش های اسلامی در خوابگاه ها، تقویت الگوهای دانشجویی و یا پرسنلی در درون دانشگاه متناسب با پوشش اسلامی در دانشگاه ولو با تامین هزینه از طرف دانشگاه، و درخواست از خانواده ها برای نظارت بیشتر بر نوع پوشش و آرایش فرزندان خود اشاره کرد.

کلمات کلیدی:

پوشش اسلامی، دانشجویان رشته کشاورزی، SWOT، حجاب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1367528>

