

بررسی رابطه عوامل مؤثر بر پذیرش نقش‌های اجتماعی طلاب با نگرش آنان به هجرت از قم

نعمت‌الله کرم‌اللهی*

حبیب‌الله اسداللهی**

چکیده

آیه شریفه نذر «وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ» (توبه، ۱۲۲) رسالت اصلی حوزه‌های علمیه و روحانیت که همان تفقه در دین و تبلیغ معارف اسلام (هجرت) است را به خوبی تصویر و ترسیم کرده است. بخشی از علت‌های اقبال نداشتن طلاب برای هجرت به این مناطق، ریشه در نگرش طلاب به مقوله هجرت دارد. در این مقاله با بهره‌گیری از روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسشنامه با هدف بررسی نگرش طلاب به هجرت از قم، رابطه آن با عوامل مؤثر بر پذیرش نقش‌های اجتماعی آنان را بررسی کرده است. جمعیت آماری این پژوهش، طلاب متأهل حوزه علمیه قم و حجم نمونه آماری نیز ۳۸۳ نفر است. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نتایج نشانگر مثبت بودن نگرش کلی طلاب به مقوله هجرت است (میانگین ۳/۵۵ از ۵). یافته‌ها نشان می‌دهند بین توان تبلیغی طلاب، حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌های متولی امر تبلیغ، شرایط مکان‌های تبلیغی و شرایط خانوادگی طلاب و نگرش آنان نسبت به هجرت رابطه معنادار وجود دارد؛ بنابراین طلاب برای پذیرفتن نقش‌های اجتماعی خود که مهم‌ترین آنها هجرت برای تبلیغ است نیازمند افزایش توان تبلیغی، حمایت‌های مراکز مربوطه، مساعد بودن شرایط مکان‌های تبلیغی و بهبود وضعیت شرایط خانوادگی خود هستند. **واژگان کلیدی:** هجرت از قم، هجرت تبلیغی، نقش‌های اجتماعی طلاب.

۱. بیان مسئله و سؤالات تحقیق

تعریف‌های بسیاری برای تبلیغ ارائه شده است که می‌توان آن را براساس هدف به دو دسته کلی تقسیم نمود: برخی از تعاریف فقط جنبه آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی را مدنظر قرار داده و برخی نیز افزون بر جنبه اطلاع‌رسانی به جنبه‌های تربیتی آن توجه کرده‌اند.

«تبلیغ در منابع علوم اجتماعی عبارت است از انتشار و انتقال اطلاعات و عقاید و دیدگاه‌های بین فرد یا افرادی به منظور نفوذ و ایجاد دگرگونی و تأثیر در روحيات، افکار و رفتارهای آنها» (خندان، ۱۳۷۲، ص ۶۲).

«تبلیغ یعنی رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او و بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام مبتنی است» (رهبر، ۱۳۷۱، ص ۸۰). بنابراین تبلیغ اقدام، هنر و فرایندی است که از طریق آن مبلغ، می‌کوشد با مناسب‌ترین و اثربخش‌ترین شیوه، پیام خود را به مخاطب منتقل کند. تبلیغ دین نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اقسام تبلیغ، عهده‌دار انتقال آموزه‌های دین به لایه‌های مختلف جهان اجتماعی و ایجاد تمایل نسبت به آن آموزه‌ها و معارف است. تبلیغ دینی نوعی از ارتباطات است که از طریق رساندن پیام اسلام به وسیله روش‌ها و ابزارهای مناسب و مشروع، درصدد جذب و تثبیت مردم نسبت به اسلام است. هدف تبلیغ دینی نه‌تنها آموزش، بلکه پرورش فکر و روح و تقویت معرفت و ایمان انسان است؛ لذا برای تحقق این امر، از همه روش‌های تقویت بصیرت، ایمان و رفتار دینی استفاده می‌کند. یکی از لوازم اصلی تبلیغ دین، هجرت طلاب و علمای دین به مکان‌هایی خارج از محل تحصیل آنها و به منظور تبادل معانی و معارف دینی از طریق سازوکارهای ارتباطات میان فردی است. این هجرت در فرهنگ اسلامی یک هنجار مطلوب و در برخی از موارد، یک واجب دینی است. در این نوشتار منظور از هجرت، عزیمت و استقرار طلاب علوم دینی در مناطق مختلف کشور در دوره‌های زمانی بلندمدت با هدف تبلیغ دین است؛ بنابراین حضور موقت مبلغ در ایام موسمی تبلیغ مانند ماه‌های رمضان، محرم و صفر از شمول آن خارج است.

نقش اجتماعی طلاب و روحانیون در نسبت با دین اسلام تعریف می‌شود. تعلیم و تربیت دینی افراد و جامعه‌پذیری دینی آنها در محیط‌های انسانی و اجتماعی از زمره وظایف طلاب و روحانیون است و از آنها انتظار می‌رود در راه افزایش آگاهی و بصیرت دینی، تقویت انگیزه‌های الهی و گسترش اخلاق دینی در میان مردم تلاش کنند. به‌طور قطع ایفای این‌گونه نقش‌ها فردی نبوده و باید در تعامل و هماهنگی با مراکز تبلیغی و بیوت مراجع تقلید - که مسئولیت سازمان‌دهی تبلیغات دینی را دارند - انجام گیرد.

از این رو می‌توان گفت طلاب و روحانیون واقعی کسانی هستند که در راه شناخت عمیق دین خدا و ابلاغ و گسترش کمی و کیفی و اجرای آن می‌کوشند و برنامه خدمت اجتماعی خود را بر محور این رسالت متمرکز کرده‌اند؛ به بیان دیگر، روحانیون سرمایه، توان و زمان خود را به طور عمدۀ مصروف فهم، ترویج و دفاع از منابع و آموزه‌های دینی و تلاش برای گسترش زندگی دینی در سطح جامعه می‌کنند. با توجه به تعریف نقش اجتماعی طلاب و روحانیون، یکی از وظایف اصلی روحانیت، تبلیغ دین است که در اکثر اوقات به منظور رساندن معارف اسلامی به کسانی که به پیام‌های دینی دسترسی ندارند، مستلزم هجرت است.

با وجود افزایش کمی طلاب در سال‌های پس از انقلاب، اما هنوز بسیاری از روستاها و شهرهای کشور با کمبود روحانیون در طول سال مواجه بوده و تنها در برخی از ایام موسمی تبلیغی مانند ماه رمضان و محرم به صورت موقت از حضور روحانیون بهره‌مند می‌شوند. این نیاز مبرم به حضور روحانیون در مناطق مختلف کشور، متولیان امور تبلیغی را بر آن داشته است تا با در نظر گرفتن برخی امتیازات برای طلاب واجد آمادگی هجرت از قم، تحت عناوین طرح‌های «روحانیون مستقر» و طرح «هجرت بلندمدت» به این نیاز پاسخ مقتضی بدهند. گرچه در بسیاری از مناطق روستایی و شهری این طرح‌ها از موفقیت نسبی برخوردار بوده و منجر به استقرار روحانی در این مناطق شده است، اما هنوز در بسیاری از مناطق کشور این کاستی همچنان پابرجاست. یقیناً بخشی از علل عدم استقبال طلاب از هجرت از قم، ریشه در نحوه نگرش آنان به مسئله هجرت دارد. در این مقاله با بررسی نگرش طلاب به مسئله هجرت، رابطه آن با عوامل مؤثر بر پذیرش نقش‌های اجتماعی آنان نیز بررسی شده است؛ بنابراین این نوشتار درصدد پاسخ به این سؤال اصلی است که: «طلاب علوم دینی چه نوع نگرشی نسبت به مسئله هجرت از قم برای تبلیغ دین دارند؟ و این نوع نگرش چه رابطه‌ای با عوامل مؤثر بر پذیرش نقش‌های اجتماعی طلاب دارد؟».

۲. پیشینه

آثار قلمی ناظر به هجرت، بیشتر به اهمیت هجرت و انواع آن از دیدگاه آیات و روایات پرداخته‌اند و برخی نیز مانند بحث استاد مطهری درباره هجرت و جهاد، رویکردی تحلیلی به این موضوع داشته‌اند. درباره اهمیت هجرت تبلیغی و آثار آن نیز بیانات و دیدگاه‌هایی از سوی برخی از مسئولان حوزوی و تبلیغی ارائه شده است و در برخی سخنرانی‌ها به نمونه‌هایی از هجرت موفق علما اشاره شده است؛ در ادامه برخی از پژوهش‌های مرتبط با مسئله تحقیق معرفی می‌شوند:

۱. محمدمهدی ماندگار، «چرا به هجرت نمی‌اندیشیم؟»، مبلغان، آذر ۱۳۷۹، شماره ۱۰، صفحات ۷۴ تا ۷۷. نویسنده در این مقاله ضمن بررسی ضرورت هجرت در آیات قرآن، به انواع

هجرت تبلیغی کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت پرداخته است. نویسنده در ادامه موانع هجرت را تبیین نموده و مهم ترین آنها را «فقدان جایگاه درست برای طلاب مهاجر در ساختار فرهنگی»، «فقدان سیستم پشتیبانی آموزشی حوزوی»، «فقدان سیستم پشتیبانی کننده مالی و تدارکاتی» و «مشکل سکونت و استقرار در محل های مأموریت» بیان کرده است. همچنین در ادامه راهکارهایی به این شرح ارائه کرده است: «تبیین جایگاه فرهنگی برای هجرت و طلاب مهاجر»، «ضرورت برنامه ریزی آموزشی برای روحانیون مهاجر»، «تقویت انگیزه هجرت به عنوان یکی از رسالت های اصلی حوزویان از سوی مراجع و بزرگان حوزه» و «طراحی سیستم تداوم آموزش و پشتیبانی جدی مالی-تدارکاتی».

۲. محمد مهدی فجری، «فواید، عوامل و موانع هجرت»، مبلغان، مرداد و شهریور ۱۳۸۹، شماره ۱۳۱، صفحات ۲۱۲ تا ۲۲۹. نویسنده در این مقاله مهم ترین عوامل هجرت را ۱. فرهنگ سازی: الف) بیان اهمیت تبلیغ و هجرت؛ ب) اخلاص؛ ۲. تجهیز علمی روحانیون؛ ۳. تشویق: الف) شناسایی و معرفی مبلغان موفق که در شهرهای غیر حوزوی مشغول فعالیت تبلیغی اند؛ ب) تشویق مبلغان؛ ج) خانواده های مبلغان؛ ۴. حمایت از مبلغ، دانسته است. همچنین در ادامه مهم ترین موانع هجرت را ۱. تحصیل؛ ۲. اشتغال به کار؛ ۳. مشکلات هجرت؛ ۴. همراهی نکردن برخی خانواده ها؛ ۵. فقدان خودباوری؛ ۶. نشناختن ظرفیت ها بیان کرده است. در این دو مقاله صرفاً دیدگاه فردی یکی از متخصصان تبلیغ دین به عنوان موانع و عوامل هجرت آمده است، اما مسئله پژوهش حاضر ناظر به نگرش طلاب به مقوله هجرت و عوامل شکل دهنده این نگرش است، بنابراین افزون بر صورت بندی مفهومی ابعاد مسئله، با بهره گیری از روش پیمایش نسبت به گردآوری و تحلیل داده های واقعی در این خصوص اقدام خواهد شد.

۳. چارچوب مفهومی

۱-۳. نگرش

واژه «Attitude» معادل های فارسی متعددی همچون «طرز تلقی»، «وجهه نظر»، «بازخورد»، «وضع روانی»، «ایستار»، «گرایش» و نگرش دارد؛ این تنوع و تعدد نشان از فقدان معادل مناسب و پیچیدگی و تعدد جوانب موضوعی است که این واژه از آن حکایت دارد. هرچند اکنون اصطلاح «نگرش» قبول عامه یافته و به صورت های مختلف نیز تعریف شده است (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲، ص ۱۳۶).

تعریفی که اکثر روان شناسان اجتماعی از واژه نگرش دارند عبارت است از: نظامی بادوام که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و تمایل به عمل است. عنصر شناختی، شامل

اعتقادات و باورهای شخص در باره یک اندیشه یا شیء است. عنصر احساسی، شامل احساسی است که با باورهای فرد پیوند دارد و تمایل به عمل به آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌ای خاص اطلاق می‌شود. به عنوان مثال، نگرش فرد به یک شخصیت سیاسی ممکن است حاوی بعد شناختی باشد که او را یک شخصیت سیاسی می‌داند. بعد احساسی آن ممکن است شیفتگی فرد به شیوه سخنرانی آن شخصیت سیاسی باشد و بعد رفتاری، آن است که فرد همواره آماده ملاقات یا شرکت در جلسات آن شخصیت سیاسی است (کریمی، ۱۳۹۳، ص ۲۹۵).

با توجه به تعریف یاد شده می‌توان گفت عناصر نگرش عبارت‌اند از: افکار و عقاید، احساسات یا عواطف و تمایلات رفتاری.

۲-۳. نقش اجتماعی طلاب

در اصطلاح جامعه‌شناسی، نقش اجتماعی به انتظارات رفتاری متناظر با یک موقعیت اجتماعی اطلاق می‌شود (کوئن، ۱۳۸۷، ص ۸۰). هر یک از نقش‌های اجتماعی متناسب با یکی از نهادهای اصلی جامعه با هدف رفع یکی از نیازهای زندگی انسان پدید آمده است. بدون شک نیاز انسان منحصر در تأمین خوراک و پوشاک و آسایش مادی نیست، بلکه نیازهای غیرمادی انسان به مراتب از نیازهای مادی اساسی‌تر است؛ زیرا حقیقت انسان در گرو ساحت غیرمادی وجود او است. آنچه در نهاد انسان‌هاست نیاز به پرستش است که ادیان و حیانی و آسمانی برای هدایت و جلوگیری از انحراف این نیاز از سوی پیامبران عرضه شده‌اند. پروردگار جهان برای رفع این نیاز مهم، افراد برگزیده‌ای را با همراه پیام آسمانی به میان مردم فرستاده است.

پس از رحلت آخرین پیامبر ﷺ و غیبت امام عصر ع این مسئولیت خطیر نیازمند متولی است؛ بنابراین، در کنار افراد دارای نقش‌های اجتماعی مختلف که برای رفع نیازهای گوناگون اجتماعی تلاش می‌کنند، ضرورت وجود نقش دیگری برای عهده‌داری این رسالت خطیر و استمرار حرکت پیامبران امری روشن است. ایفای این نقش، به روحانیون و عالمان دین واگذار شده است؛ «عالمان دین وارثان و جانشینان پیامبران‌اند» (کلینی، ۱۳۷۵، ص ۳۲).

با توجه به تعریف نقش اجتماعی طلاب و روحانیون، یکی از وظایف اصلی آنان تبلیغ دین است که در برخی اوقات لازمه آن هجرت مکانی به منظور بیان معارف اسلامی است.

۴. الگوی نظری تحلیل

نظریه نقش «لویسون» راهنمای نظری مفیدی برای مطالعه عوامل شکل‌گیری نگرش طلاب به نقش تبلیغ دین و لازمه آن یعنی هجرت می‌تواند باشد. از دید لویسون، مفهوم نقش با مفهوم موقعیت

اجتماعی رابطه دارد، اگرچه باید از آن هم متمایز شود. موقعیت عنصری از ساختارشناسی سازمانی و جایگاهی در فضای اجتماعی و مقوله‌ای از عضویت سازمانی است به این ترتیب نقش جنبه‌ای از فیزیولوژی سازمانی است و مستلزم کارکرد، انطباق و فرایند است (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۵، ص ۲۷۰). «لویسون» نظریه نقش را به گونه‌ای بررسی کرده است که در تجزیه و تحلیل سازمان‌هایی مانند بیمارستان، زندان، مدرسه، دانشگاه به کار آید. روحانیت امروز اگر نگوئیم سازمان اجتماعی حداقل شبه سازمان اجتماعی است (اسلامی تنها، ۱۳۹۰، ص ۳۵).

از سوی دیگر در منابع روان‌شناسی اجتماعی شخصیت و ساختار به‌عنوان منابع نگرش و یادگیری اجتماعی (جامعه‌پذیری) و مقایسه‌های اجتماعی به‌عنوان راهبردهای شکل‌گیری و تکوین نگرش‌های افراد بیان شده است (بارون، ۱۳۸۹، ص ۲۰۷).

لویسون بیان می‌کند که در آثار نویسندگان مختلف اصطلاح نقش به‌طور ضمنی یا صریح

دارای سه معنی است:

۱. ممکن است نقش را به‌عنوان اقتضاهای ساختاری معین از قبیل هنجار، انتظار، تابو و مسئولیت تعریف کرد که با موقعیت اجتماعی معین ارتباط دارد. بر این پایه، نقش چیزی بیرون از فرد است؛ مجموعه‌ای از فشارها و امکانات است که فعالیت‌های کارکردی فرد را در سازمان جهت می‌دهد، راهنمایی و حمایت می‌کند یا از آن جلوگیری می‌نماید (همان). از دید دوچ مورتن، نقش عبارت است از نظام انتظاراتی که در محیط اجتماعی صاحب نقش جریان دارد، این انتظارات شامل رفتار او نسبت به کسانی است که در موضع دیگری قرار داشته باشند؛ این همان چیزی است که می‌توان آن را «نقش مقرر» نام نهاد (مورتن دوچ و همکاران، ۱۳۷۴، ص ۱۸۹)؛

۲. نقش را می‌توان جهت‌گیری یا فهم عضوی دانست که در بخشی از سازمان فعلیتی انجام می‌دهد. پس می‌توان گفت نقش تعریف درونی فرد از موقعیت اجتماعی خود اوست که درباره آن فکر و عمل می‌کند. «جرج هربرت مید» نامدارترین کسی است که این دیدگاه را دارد و نقش اجتماعی را جنبه شخصی می‌داند (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۵، ص ۲۷۰). به بیان مورتن و همکارانش، نقش عبارت از انتظارات خاصی است که صاحب موضع -وقتی با صاحبان دیگر مواضع رابطه متقابل برقرار می‌کند- در رفتار خود به آنها پاسخ می‌دهد این چیزی است که می‌توان آن را «نقش ذهنی» نامید (مورتن دوچ و همکاران، ۱۳۷۴، ص ۱۸۹)؛

۳. نقش عبارت از رفتارهای خاصی که صاحب موضع -هنگامی که با صاحبان مواضع دیگر در رابطه متقابل قرار می‌گیرد- آشکارا از خود نشان می‌دهد؛ این نقش را نقش اجرا شده می‌خوانند (همان).

لویسون در معنای سوم نقش می‌گوید: نقش معمولاً به‌عنوان کنش‌های فردی اعضا تعریف می‌شود و به کنش‌ها نیز برحسب رابطه آنها با ساختار اجتماعی توجه می‌کنند، بر این پایه نقش‌ها، روش‌هایی هستند که اعضای موقعیت، بر طبق مجموعه هنجارهای معین سازمانی یا بر علیه آن (آگاهانه یا ناآگاهانه) عمل می‌کنند. در این تعریف هم مانند تعریف دوم نقش را ویژگی شخصی کنش‌گر می‌بینند و کمتر آن را برحسب محیط هنجاری تعریف می‌کنند (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۵، ص ۲۷۱).

لویسون در ادامه می‌نویسد: اغلب این اصطلاح به گونه‌ای به کار می‌رود که هر سه معنی را در برمی‌گیرد. در این حالت یگانه که شامل تمامی مفهوم نقش می‌شود، فرض بر این است که پیوند وثیقی میان رفتار و تمایل (نگرش و ارزش) یا بین تجویزهای اجتماعی و انطباق فردی وجودی دارد. مفهوم یگانه نقش دلالت بر این دارد که نسبت یک به یک یا حداقل میزان بالای تشابه بین ابعاد سه‌گانه نقش وجود دارد. در نظریه سازمان دیوان سالارانه، دلیل منطقی برای چنین فرضی را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

مقتضیات سازمانی معین از سوی افراد درونی می‌شود و در نقش‌شناسی آنها منعکس می‌شود. افراد می‌دانند که چه انتظاری از آنها دارند و چگونه باید عمل کنند. عواملی که در اجتماعی کردن نقش‌ها دخالت دارند معمولاً به‌جز در اقلیت‌های کج‌رو نتیجه‌بخش است، از سوی دیگر کنش فردی بازتابی از هنجارهای ساختاری است، زیرا نقش‌شناسی‌های درست، امری درونی شده است و نیز نظام ضمانت اجرا، رفتار بهنجار را تشویق می‌کند و کج‌رفتاری مجازات دارد. پس فرض بر این است که هنجارهای ساختاری، نقش‌شناسی فردی و ایفای نقش هر سه تصویر همسان موجود یگانه‌ای است؛ یعنی نقش با موقعیت سازمانی معین تناسب دارد. لویسون معتقد است مفهوم یگانه نقش اجتماعی واقع‌بینانه نیست و از لحاظ نظری نارسا است و باید از اصطلاح منفرد «نقش» صرف‌نظر کرد مگر اینکه مفهوم کلی در نظریه نقش را به‌عنوان چارچوب کلی تحلیل انتخاب کنیم و به هر سه جنبه توجه کنیم (همان، ص ۲۷۲). با توجه به نظریه نقش می‌توان رابطه نقش و نگرش را به صورت الگوی مفهومی زیر طراحی کرد: براساس دیدگاه «لویسون» نقش اجتماعی - از جمله نقش تبلیغ دین طلاب - دارای این ابعاد سه‌گانه است:

۱. اقتضائات ساختاری: مجموعه‌ای از فشارها و امکانات مربوط به موقعیت اجتماعی؛
۲. نقش فهمی شخصی: تعریف درونی فرد از موقعیت اجتماعی خود؛
۳. نقش اجرا شده: مجموعه کنش‌های فرد در موقعیت اجتماعی خود (مورتن دوچ و همکاران، ۱۳۷۴، ص ۱۸۹).

از این رو باید در بررسی نقش اجتماعی طلاب نیز به این سه ساحت که ناظر به «نقش مقرر»، «نقش ذهنی» و «نقش اجرا شده» هستند، توجه کرد.

اروینگ گافمن در اثری به نام «فاصله نقش» (۱۹۶۱) به بررسی ابعاد دیگری از اصطلاح نقش می‌پردازد. او این قضیه را بررسی می‌کند که یک فرد تا چه اندازه یک نقش معین را پذیرا می‌شود. به عقیده او، از آنجا که نقش‌های فراوان و گوناگونی وجود دارند، افراد معمولاً یک نقش معین را به گونه‌ای کامل انجام نمی‌دهند. فاصله نقش به درجه کناره‌گیری افراد از نقش‌های محولشان اطلاق می‌شود. یکی از بینش‌های اساسی گافمن این است که می‌گوید فاصله نقش بستگی به منزلت اجتماعی یک فرد دارد؛ آدم‌های بلند پایه غالباً به دلایلی متفاوت از دلایل افراد دون پایه، فاصله نقش از خود نشان دهند (ریترز، ۱۳۹۲، ص ۲۵۴).

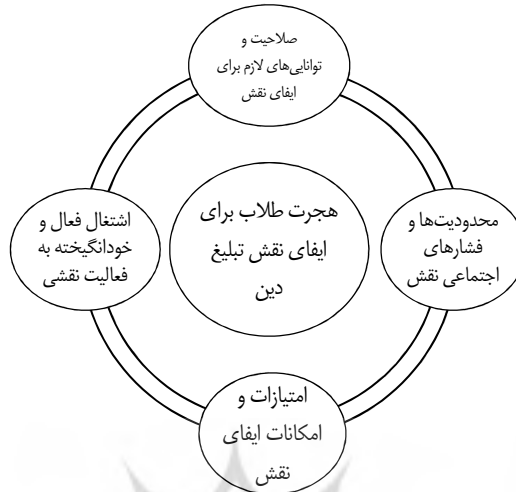
همچنان که امکان جدی گرفتن نقش هم وجود دارد. در اینجا سه موضوع مطرح است. «وابستگی مطلوب و بارز نسبت به نقش»، «نمایش صلاحیت و توانایی‌های لازم برای ایفای آن»، «مشغله فعال و خودانگیخته نسبت به فعالیت نقشی که شخص به آن می‌پردازد؛ یعنی سرمایه‌گذاری مشخص برای تلاش فکری و جسمی». تحقق سه جنبه فوق را پذیرش همه جانبه می‌نامد. پذیرش همه جانبه نقش، یعنی محو شدن کامل خود واقعی در وضعیت موجود است به طوری که به صورت تصویر ذهنی کامل درک شود و نیز از پذیرش نقش از سوی فرد دیگری اطمینان حاصل گردد. پذیرش همه جانبه نقش یعنی این که نقش هم به طور همه جانبه، شخص را بپذیرد. نمونه بارز پذیرش کامل را در بعضی از مشاغل افراد می‌توان به روشنی مشاهده کرد مانند مدیران تیم بیس بال هنگام بازی و پلیس را در تقاطع‌های عبور و مرور در ساعات پر رفت و آمد (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۵، ص ۲۷۸).

بر اساس نظریه فاصله نقش گافمن کنش گر - طلبه - همان گونه که ممکن است از نقش اجتماعی خود فاصله بگیرد، امکان دارد نقش را به طور کامل بپذیرد. او پذیرش همه جانبه نقش را در گرو تحقق سه شرط زیر می‌داند: ۱. وابستگی مطلوب و بارز نسبت به نقش؛ ۲. نمایش صلاحیت و توانایی‌های لازم برای ایفای آن؛ ۳. اشتغال فعال و خودانگیخته نسبت به فعالیت نقشی که شخص به آن می‌پردازد، یعنی سرمایه‌گذاری مشخص برای تلاش فکری و جسمی (همان).

پذیرش همه جانبه نقش، یعنی محو شدن کامل خود واقعی در وضعیت موجود است، به طوری که به صورت تصویر ذهنی کامل درک شود و از پذیرش نقش از سوی فرد اطمینان حاصل شود. به بیان دیگر، پذیرش همه جانبه نقش یعنی اینکه نقش هم به طور همه جانبه، شخص را بپذیرد. گافمن نقش را در ویژگی‌های شخص کنش گر می‌بیند و به نقش ذهنی و نقش اجرا شده توجه دارد.

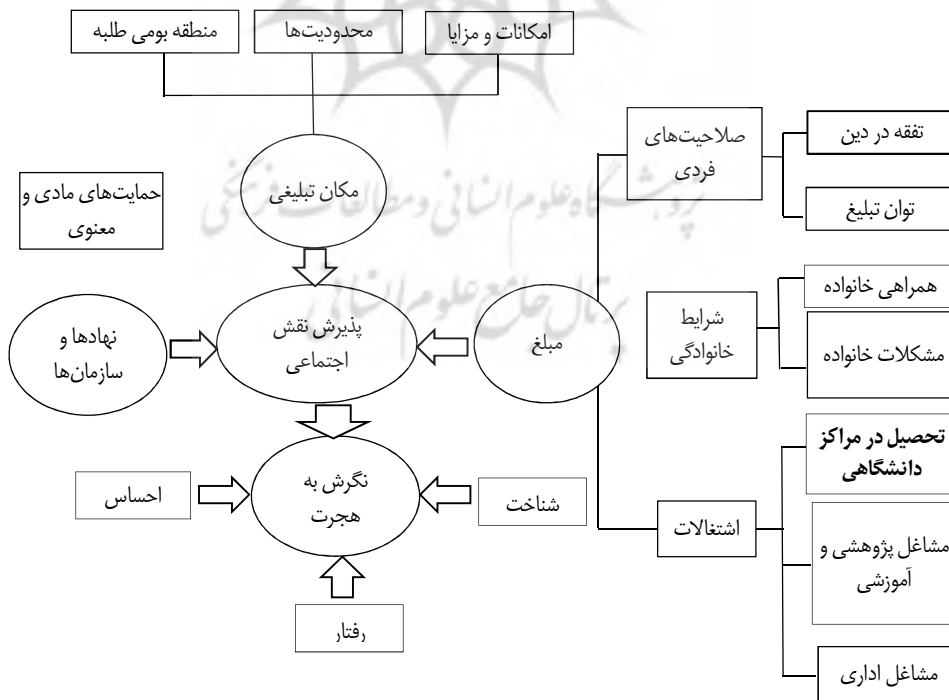
اگر نظریه نقش، شخصیت و ساختار «لویسنون» با نظریه نقش «گافمن» تلفیق شود و با لحاظ کردن نقش مقرر، امکانات و فشارهای نقشی نیز به آن افزوده شود، آنگاه در تبیین هجرت طلاب می‌توان از مدل تحلیل زیر استفاده کرد:

شکل ۱. مدل تحلیل نقش اجتماعی تبلیغ طلاب



۴-۱. الگوی پژوهش

با توجه به وجود سه عنصر اصلی در مورد هجرت طلاب از قم برای تبلیغ دین، یعنی: ۱. مبلغ ۲. مکان تبلیغی ۳. نهادها و سازمان‌های اعزام‌کننده؛ لذا ترکیبی از عناصر موجود و مؤلفه‌های مدل تحلیل نقش اجتماعی تبلیغ دین طلاب در الگوی زیر به‌عنوان الگوی پژوهش ارائه می‌شود:



۴-۲. فرضیه‌ها

به نظر می‌رسد بین توان تبلیغی طلاب برای تبلیغ و نگرش آنها به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد؛

به نظر می‌رسد بین شرایط خانوادگی طلاب و نگرش آنها به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد؛

به نظر می‌رسد بین نوع اشتغالات طلاب و نگرش آنها به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد؛

به نظر می‌رسد بین شرایط مکان تبلیغی و نگرش طلاب به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد؛

به نظر می‌رسد بین حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌ها و نهادهای متولی تبلیغ و نگرش طلاب به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد.

۵. روش تحقیق

این تحقیق با روش پیمایش انجام شده است. جمعیت آماری شامل تمامی طلاب متأهل شهر قم است که در سال ۱۳۹۷ در این شهر سکونت داشته‌اند و تعداد آن براساس گزارش‌های رسمی بیش از ۴۰ هزار نفر است. حجم نمونه آماری براساس فرمول کوکران و با میزان خطای احتمالی ۵ درصد، ۳۸۳ نفر برآورد شده است. برای انتخاب اعضای نمونه از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده است. از آنجا که انتخاب تصادفی نمونه به دلایلی از جمله عدم دسترسی به اطلاعات تفصیلیی طلاب و افزایش هزینه مالی و زمان بر بودن اجرای پیمایش میسر نبود؛ لذا نمونه مدنظر در ایام پرداخت شهریه در مدرسه فیضیه و در جلسه گردهمایی مبلغان برای محرم از میان افراد در دسترس و کسانی که تمایل به همکاری داشته‌اند، انتخاب شده است. همچنین داده‌های مورد نیاز با بهره‌گیری از پرسشنامه گردآوری شده و برای سنجش روایی مقیاس از «اعتبار محتوا» - استفاده از نظرات متخصصان (استادان دانشگاه، محققان حوزوی) - و برای سنجش ضریب پایایی از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده است. «این روش، رایج‌ترین روش اندازه‌گیری ضریب پایایی است» (دواس، ۱۳۸۴، ص ۲۵۲). «با استفاده از تکنیک مزبور، گویه‌ها و سنجه‌های فاقد هم‌سازی درونی حذف و گویه‌های برخوردار از انسجام انتخاب خواهند شد. آلفای کرونباخ، براساس سازگاری درونی گویه‌های پرسش‌نامه، محاسبه شده و حاصل آن عددی بین صفر تا یک است. مقدار آلفای ۷۵ درصد بر پایایی بالا، مقدار ۴۵-۷۵ درصد پایایی متوسط و کمتر از ۴۵ درصد بر پایایی کم دلالت دارد» (کرم‌الهی، ۱۳۹۰، ص ۳۱۸).

نتایج آزمون پایایی نشان می‌دهد پرسش‌های مربوط به «توان تبلیغی طلاب» با ۰/۷۷، «شرایط خانوادگی طلاب» با ۰/۷۰، «شرایط مکان‌های تبلیغی» با ۰/۷۳، «حمایت مراکز متولی تبلیغ»

با ۰/۷۸، «احساس نسبت به هجرت» با ۰/۸۸، «شناخت نسبت به هجرت» با ۰/۶۷ و «تصمیم نسبت به هجرت» با ۰/۶۶ ضرایب آلفای معتبری را به دست آورده‌اند.

۵-۱. متغیر وابسته: نگرش طلاب به هجرت از قم

همان‌گونه که در چارچوب نظری گفته شد، در بین پژوهشگران توافق اندکی نسبت به چیستی نگرش‌ها وجود دارد. اصولاً نگرش‌ها به‌عنوان یک متغیر میانی محسوب شده‌اند؛ یعنی متغیری که نمی‌توان آن را مستقیماً اندازه‌گیری کرد، زیرا در ذهن ما رخ می‌دهد. در این پژوهش تعریف برگزیده همان تعریف روان‌شناسان اجتماعی است و براساس آن عناصر نگرش عبارت است از افکار و عقاید، احساسات یا عواطف و تمایلات رفتاری.

در این پژوهش، بُعد شناختی نگرش طلاب نسبت به هجرت از طریق عبارت‌های مندرج در جدول ذیل مورد سنجش قرار گرفته است. این عبارت‌ها که بیان‌کننده اهمیت و ضرورت هجرت طلاب است مورد سنجش قرار گرفته است. گزینه پاسخ این گویه‌ها پنج گزینه‌ای و به صورت «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «نظری ندارم»، «مخالقم»، «کاملاً مخالفم» است. جهت دستیابی به نمره ارزیابی پاسخ‌گویان از هجرت؛ برای پاسخ «خیلی زیاد» نمره ۵، پاسخ «زیاد» نمره ۴، پاسخ «متوسط» نمره ۳، پاسخ «کم»، نمره ۲ و پاسخ «خیلی کم» نمره ۱ در نظر گرفته شد.

شناخت
<p>هجرت از وظایف اصلی روحانیت است. با وجود تبلیغات رسانه‌ای ضرورتی بر هجرت نیست. هجرت موجب خسارت علمی برای طلبه است. طرح هجرت طلاب موفق نبوده و نتیجه معکوس داده است. در شرایط کنونی نیاز به هجرت روحانیت بیش از هر زمان دیگر است.</p>

برای سنجش بعد احساسی نگرش، چهار احساس اصلی که ممکن است طلاب نسبت به هجرت داشته باشند، مورد سنجش قرار گرفت. طیف پاسخ‌شش گزینه‌ای و به صورت «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم»، «خیلی کم» و «اصلاً» است. جهت دستیابی به نمره بُعد احساسی نگرش پاسخ‌گویان؛ برای پاسخ «خیلی زیاد» نمره ۵، پاسخ «زیاد» نمره ۴، پاسخ «متوسط» نمره ۳، پاسخ «کم»، نمره ۲، پاسخ «خیلی کم» نمره ۱ و پاسخ «اصلاً» نمره ۰ در نظر گرفته شد.

احساس
احساس تکلیف نسبت به هجرت احساس مفید بودن در هجرت میزان تمایل به هجرت میزان خوش بینی نسبت به هجرت

منظور از رفتار تمامی تصمیمات و اقداماتی است که ممکن است طلاب برای هجرت از قم انجام دهند. برخی از مهم ترین تصمیماتی که ممکن است طلاب در مورد هجرت انجام دهند، در قالب گویه های مندرج در جدول زیر استخراج شد و میزان پابندی طلاب به آنها مورد سنجش قرار گرفت. گزینه پاسخ این گویه ها پنج گزینه ای و به صورت «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «نظری ندارم»، «مخالقم»، «کاملاً مخالفم» است.

رفتار
تصمیم جزی بر هجرت بلندمدت دارم. در صورتی که مشکلاتم حل شود حتماً هجرت می کنم. با اتمام دروس حوزوی حتماً به هجرت می روم. هرگز به خارج از قم برای هجرت و تبلیغ بلند مدت نمی روم.

۲-۵. متغیر مستقل: پذیرش نقش اجتماعی

پذیرش نقش اجتماعی متأثر از صلاحیت های فردی طلاب، شرایط خانوادگی طلاب، وضعیت اشتغال طلاب، وضعیت مکان های تبلیغی و حمایت های مادی و معنوی متولیان امر تبلیغ مورد ارزیابی قرار گرفت.

۱. صلاحیت های فردی طلاب

مقصود از صلاحیت های فردی طلاب داشتن توان تبلیغی و فهم دین و آگاهی ها آنها است. برای بررسی توان تبلیغی طلاب مؤلفه های زیر در نظر گرفته شد و گزینه پاسخ این گویه ها پنج گزینه ای و به صورت «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «نظری ندارم»، «مخالقم»، «کاملاً مخالفم» است.

فعالیت تبلیغی
سخنرانی مذهبی روضه خوانی و ذکر مصیبت اداره کردن مسجد برقراری رابطه دوستانه با نوجوانان و جوانان سعه صدر در برخورد با مخالفان پاسخگویی به سؤالات جوانان

همچنین به منظور میزان فهم دین و آگاهی آنها از دین میزان تحصیلات حوزوی به‌عنوان سؤالات زمینه‌ای در نظر گرفته شد.

۲. شرایط خانوادگی طلاب

برای سنجش وضعیت شرایط خانوادگی طلاب برای پذیرش و تمایل به هجرت و محدودیت‌های آنها، گویه‌های مندرج در جدول ذیل در نظر گرفته شد. پاسخ این گویه‌ها پنج گزینه‌ای و به صورت «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «نظری ندارم»، «مخالفم»، «کاملاً مخالفم» است. جهت دستیابی به نمره ارزیابی پاسخ‌گویان از شرایط خانوادگی آنها برای هجرت؛ برای پاسخ «خیلی زیاد» نمره ۵، پاسخ «زیاد» نمره ۴، پاسخ «متوسط» نمره ۳، پاسخ «کم»، نمره ۲ و پاسخ «خیلی کم» نمره ۱ در نظر گرفته شد.

شرایط خانوادگی طلاب
همسر مشوق برای هجرت از قم است.
فرزندانش موافق هجرت از قم نیستند.
همسر در فعالیت‌های تبلیغی موفق است.
به دلیل مشکلات بیماری خانواده و وضعیت جسمانی آنها امکان هجرت ندارم.
به خاطر شرایط مناسب تحصیل همسر و فرزندانش در قم مایل به هجرت نیستم.
به خاطر شرایط اقتصادی خانواده، هجرت از قم برای ما مناسب نیست.

۳. وضعیت اشتغال طلاب

برای سنجش وضعیت اشتغال طلاب شرایط و زمینه‌های موجود برای اشتغال آنها به‌عنوان مدرس حوزه، استاد دانشگاه، پژوهشگری، مشاغل اداری و سایر مشاغل دیگر ملاک ارزیابی قرار گرفت.

۴. وضعیت مکان‌های تبلیغی

مقصود از وضعیت مکان‌های تبلیغی داشتن مزایا و کاستی‌هایی است که بعد از هجرت، طلاب با آنها مواجه می‌شوند و در روند موفقیت آنها بسیار مؤثر است. همچنین بررسی تأثیر و شرایط منطقه بومی طلاب در این ارزیابی مورد نظر قرار گرفته است و در قالب گویه‌های مندرج در جدول زیر، مورد سنجش طلاب قرار گرفت. پاسخ این گویه‌ها پنج گزینه‌ای و به صورت «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «نظری ندارم»، «مخالفم»، «کاملاً مخالفم» است. جهت دستیابی به نمره ارزیابی پاسخ‌گویان از وضعیت مکان‌های تبلیغی؛ برای پاسخ «خیلی زیاد» نمره ۵، پاسخ «زیاد» نمره ۴، پاسخ «متوسط» نمره ۳، پاسخ «کم»، نمره ۲ و پاسخ «خیلی کم» نمره ۱ در نظر گرفته شد.

وضعیت مکان‌های تبلیغی

در منطقه بومی خودمان امکانات برای زندگی مناسب وجود ندارد.
میزان تأثیرگذاری در منطقه بومی کم است.
خانه‌های عالم در مناطق تبلیغی مناسب نیستند.
امکانات تحصیلی برای خودم و خانواده در مناطق تبلیغی وجود ندارد.
مردم نیازهای مادی میبایست را تأمین نمی‌کنند.

۵. حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌ها و ارگان‌های متولی تبلیغ دین

به منظور بررسی حمایت‌های مادی و معنوی متولیان امر تبلیغ دین، گویه‌های مندرج در جدول زیر، ملاک سنجش قرار گرفت. پاسخ این گویه‌ها پنج گزینه‌ای و به صورت «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «نظری ندارم»، «مخالفم»، «کاملاً مخالفم» است. جهت دستیابی به نمره ارزیابی پاسخ‌گویان از شیوه صحبت مبلغان مدارس؛ برای پاسخ «خیلی زیاد» نمره ۵، پاسخ «زیاد» نمره ۴، پاسخ «متوسط» نمره ۳، پاسخ «کم»، نمره ۲ و پاسخ «خیلی کم» نمره ۱ در نظر گرفته شد.

حمایت‌های مادی و معنوی متولیان امر تبلیغ

حقوق مناسبی برای این امر در نظر گرفته‌اند.
زمینه ادامه تحصیل را در آن مکان‌ها فراهم کرده‌اند.
احترام و ارزش ویژه برای مبلغان قائل هستند.
از لحاظ محتوای تبلیغی پشتیبانی خوبی دارند.
حمایت مادی برای فعالیت‌های تبلیغی دارند.
دوره‌های آموزشی-تبلیغی مناسبی دارند.

۶. یافته‌های تحقیق**۶-۱. سیمای نمونه آماری**

طبق یافته‌ها، ۲۸/۵ درصد پاسخ‌گویان کمتر از ۳۰ سال، ۵۹ درصد ۳۰ تا ۴۰ سال و ۱۲/۵ درصد بالای ۴۰ سال هستند. ۶۳/۷ درصد پاسخ‌گویان هیچ‌گونه اشتغالی ندارند و ۱۰/۲ درصد آنان مدرس حوزه، ۴/۴ درصد مدرس دانشگاه، ۹/۴ درصد پژوهشگر و ۲/۶ درصد مشغول به کارهای اداری هستند. ۱۲/۸ درصد پاسخ‌گویان غیر ملبس، ۷۳/۴ درصد ملبس دائمی و ۱۳/۸ درصد ملبس موقت هستند. ۳۱/۱ درصد پاسخ‌گویان مستأجر، ۳۴/۷ درصد مالک و بقیه در خانه‌های سازمانی و موارد دیگر ساکن هستند. ۵۰/۱ درصد پاسخ‌گویان دارای سطح سه حوزوی، ۲۱/۱ سطح چهار، ۲۰/۹ سطح دو، ۷/۸ درصد سطح یک حوزوی هستند. ۴۳/۶ درصد پاسخ‌گویان دارای تحصیلات کلاسیک دبیرستانی، ۲۱/۱ درصد راهنمایی، ۱۵/۹ درصد فوق‌لیسانس، ۱۱/۵ درصد فوق‌دیپلم،

۶ درصد لیسانس و ۱/۸ درصد دکتری هستند. ۶۴ درصد پاسخگویان دارای درآمد ماهیانه بین پانصد هزار تا یک میلیون تومان، ۲۲/۵ درصد کمتر از پانصد هزار تومان، ۱۱/۲ درصد یک میلیون تا یک و نیم میلیون تومان و ۲/۳ درصد بیش از یک و نیم میلیون تومان هستند.

۶-۲. یافته‌های متغیرهای مستقل

براساس یافته‌ها، میانگین «توان تبلیغی» و «شرایط خانوادگی» در دامنه ۰ تا ۵، به ترتیب ۳/۵ و ۳/۳۱ محاسبه شده است؛ لذا می‌توان گفت پاسخ‌دهندگان از سطح متوسط رو به بالایی از «توان تبلیغی» و «شرایط خانوادگی» برای هجرت از قم برخوردارند. همچنین میانگین «شرایط مکان تبلیغی» و «حمایت نهادها و سازمان‌های متولی تبلیغ» به ترتیب ۲/۸۴ و ۲/۲۷ به دست آمده که گویای بهره‌مندی در سطح متوسط رو به پایین پاسخ‌دهندگان از این دو شاخص است.

جدول ۲. آماره‌های متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
توان تبلیغی	۳/۵	۰/۶۳۳	۰/۴۰
شرایط خانوادگی	۳/۳۱	۰/۶۶	۰/۴۴
شرایط مکان تبلیغی	۲/۸۴	۰/۸۴	۰/۷۰
حمایت نهادها و سازمان‌های متولی تبلیغ	۲/۲۷	۰/۶۸	۰/۴۶

۶-۳. یافته‌های متغیر وابسته

میانگین کلی نگرش طلاب نسبت به هجرت برابر با ۳/۵۵ (در دامنه ۰ تا ۵) است، می‌توان گفت، در مجموع پاسخ‌دهندگان در سطح بالایی از نگرش مثبت نسبت به هجرت هستند (میانگین نظری هجرت ۲/۵ است).

یافته‌ها حاکی از آن است که ۳۹/۲ درصد در بُعد احساس، ۷۹/۱ درصد در بُعد شناخت، ۵۱/۴ درصد در بُعد رفتار نگرش مثبت نسبت به هجرت دارند. یافته فوق نشانگر تمایل عاطفی و درونی نسبتاً پایین طلاب مورد مطالعه به موضوع هجرت از قم است، این در حالی است که از حیث شناختی نزدیک به ۸۰ درصد آنان شناخت لازم نسبت به هجرت دارند و بیش از نیمی از آنان نیز در عمل به این کار اقدام کرده‌اند. به‌طور کلی به ترتیب ۵۸/۷ درصد، ۲۷/۲ درصد و ۱۴/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان نگرش مثبت، بینابین و منفی نسبت به هجرت از قم دارند.

جدول ۳. وضعیت نگرش طلاب به هجرت از قم

متغیر وابسته	میانگین	میانگین (از بیست)	انحراف استاندارد	واریانس
بُعد احساسی نگرش	۳/۱۴	۱۲/۵۶	۱/۲۳	۱/۵۰
بُعد شناختی نگرش	۴/۰۱	۱۶/۰۴	۰/۶۴	۰/۴۱
بُعد رفتاری نگرش	۳/۵۲	۱۴/۰۸	۰/۹۳	۰/۸۸
نگرش طلاب نسبت به هجرت	۳/۵۵	۱۴/۲	۰/۷۹	۰/۶۳

۶-۴. یافته‌های تحلیلی-تطبیقی متغیرهای تحقیق

در این قسمت، مهم‌ترین یافته‌های تحلیلی هر کدام از ابعاد متغیرهای مستقل و ابعاد متغیر وابسته -نگرش طلاب به هجرت از قم- به تفکیک سن، وضعیت اشتغال، تحصیلات حوزوی، تحصیلات کلاسیک و هزینه تقریبی ماهیانه ارائه می‌شود.

۱. نتیجه آزمون استقلال برای دو متغیر «اشتغال» و «نگرش طلاب به هجرت از قم» گویای آن است که بین نوع اشتغالات طلاب و نگرش آنان به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که ۴۳/۶ درصد از طلابی که در حوزه مشغول به تدریس هستند، نگرش منفی نسبت به هجرت از قم دارند. همچنین ۷۰/۶ درصد از طلاب مدرس دانشگاه، ۵۵/۶ درصد از طلاب پژوهشگر، در حدود ۸۰ درصد از طلاب دارای مشاغل اداری یا سایر مشاغل و نیز ۵۸/۶ درصد از طلاب فاقد شغل، نگرش مثبت نسبت به هجرت دارند؛

جدول ۴. آماره‌های جدول توافقی دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت» و «اشتغال»

کل	نگرش طلاب نسبت به هجرت			آماره	اشتغال
	مثبت	بینابین	منفی		
۳۹	۱۲	۱۰	۱۷	فراوانی	تدریس در حوزه
۱۰۰	۳۰/۸	۲۵/۶	۴۳/۶	درصد سطری	
۱۷	۱۲	۵	۰	فراوانی	تدریس در دانشگاه
۱۰۰	۷۰/۶	۲۹/۴	۰	درصد سطری	
۳۶	۲۰	۴	۱۲	فراوانی	پژوهشگری
۱۰۰	۵۵/۶	۱۱/۱	۳۳/۳	درصد سطری	
۱۰	۸	۲	۰	فراوانی	اداری
۱۰۰	۸۰	۲۰	۰	درصد سطری	
۳۷	۳۰	۷	۰	فراوانی	سایر
۱۰۰	۸۱/۱	۱۸/۹	۰	درصد سطری	
۲۴۴	۱۴۳	۷۶	۲۵	فراوانی	ندارم
۱۰۰	۵۸/۶	۳۱/۱	۱۰/۲	درصد سطری	
۳۸۳	۲۲۵	۱۰۴	۵۴	فراوانی	کل
۱۰۰	۵۸/۷	۲۷/۲	۱۴/۱	درصد سطری	

جدول ۵. نتیجه آزمون استقلال برای متغیر اشتغال و هجرت طلاب از قم

نوع آزمون	مقدار آماره χ^2	درجه آزادی	مقدار احتمال
کای اسکوتر	۶۰/۶۹۴	۱۰	۰/۰۰۰

۲. نتیجه آزمون برای دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم» و «سن» گویای آن است که بین سن طلاب و نگرش آنان به هجرت از قم رابطه معنادار وجود ندارد. همچنین یافته‌ها نشان از این دارد که ۷۱/۴ درصد از طلاب ۵۰ سال و بالاتر و ۶۰ درصد از طلاب زیر ۱۹ سال، نگرش منفی نسبت به هجرت از قم دارند. در ضمن ۶۵/۴ درصد از طلاب واقع در دامنه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال، ۵۶/۲ درصد از طلاب ۳۰ تا ۳۹ سال و ۶۳/۴ درصد از طلاب ۴۰ تا ۵۰ سال، نگرش مثبت نسبت به هجرت از قم دارند؛

جدول ۶. آماره‌های جدول توافقی دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت» و «سن»

کل	نگرش طلاب نسبت به هجرت			آماره	سن
	مثبت	بینابین	منفی		
۵	۲	۰	۳	فراوانی	زیر ۱۹
۱۰۰	۴۰	۰	۶۰	درصد سطری	
۱۰۴	۶۸	۲۵	۱۱	فراوانی	۲۹ تا ۳۰
۱۰۰	۶۵/۴	۲۴	۱۰/۶	درصد سطری	
۲۲۶	۱۲۷	۷۰	۲۹	فراوانی	۳۹ تا ۳۰
۱۰۰	۵۶/۲	۳۱	۱۲/۸	درصد سطری	
۴۱	۲۶	۹	۶	فراوانی	۴۹ تا ۴۰
۱۰۰	۶۳/۴	۲۲	۱۴/۶	درصد سطری	
۷	۲	۰	۵	فراوانی	۵۰ به بالا
۱۰۰	۲۸/۶	۰	۷۱/۴	درصد سطری	
۳۸۳	۲۲۵	۱۰۴	۵۴	فراوانی	کل
۱۰۰	۵۸/۷	۲۷/۲	۱۴/۱	درصد سطری	

جدول ۷. نتیجه آزمون برای متغیر سن و هجرت طلاب از قم

نوع آزمون	مقدار آماره	مقدار احتمال
دی سامرز	۰/۰۴۶	۰/۶۴۴

۳. نتیجه آزمون برای دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم» و «تحصیلات حوزوی» گویای آن است که بین تحصیلات حوزوی طلاب و نگرش آنان به هجرت از قم رابطه معنادار وجود ندارد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که از میان طلاب سطح چهار، ۱۷/۳ درصد نگرش منفی نسبت به هجرت از قم دارند. همچنین ۷۰ درصد از طلاب سطح یک، ۵۳/۸ درصد از طلاب سطح دو، ۵۹/۹ درصد از طلاب سطح ۳ و ۵۶/۸ درصد طلاب سطح چهار نگرش مثبت نسبت به هجرت از قم دارند؛

جدول ۸. آماره‌های جدول توافقی دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت» و «تحصیلات حوزوی»

کل	نگرش طلاب نسبت به هجرت			تحصیلات حوزوی	
	مثبت	بینابین	منفی		
۳۰	۲۱	۶	۳	فراوانی	سطح یک
۱۰۰	۷۰	۲۰	۱۰	درصد سطری	
۸۰	۴۳	۲۵	۱۲	فراوانی	سطح دو
۱۰۰	۵۳/۸	۳۱/۳	۱۵	درصد سطری	
۱۹۲	۱۱۵	۵۲	۲۵	فراوانی	سطح سه
۱۰۰	۵۹/۹	۲۷/۱	۱۳	درصد سطری	
۸۱	۴۶	۲۱	۱۴	فراوانی	سطح چهار
۱۰۰	۵۶/۸	۲۵/۹	۱۷/۳	درصد سطری	
۳۸۳	۲۲۵	۱۰۴	۵۴	فراوانی	کل
۱۰۰	۵۸/۷	۲۷/۲	۱۴/۱	درصد سطری	

جدول ۹. نتیجه آزمون برای متغیر تحصیلات حوزوی و هجرت طلاب از قم

مقدار احتمال	مقدار آماره	نوع آزمون
۰/۶۴۴	۰/۰۴۶	دی سامرز

۴. نتیجه آزمون برای دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم» و «تحصیلات کلاسیک» گویای آن است که بین تحصیلات کلاسیک طلاب و نگرش آنان به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد. یافته‌ها نشان از این دارد که ۲۸/۶ درصد از طلاب دارای تحصیلات دکترا و ۱۹/۲ درصد از طلاب دارای تحصیلات دبیرستان نگرش منفی نسبت به هجرت از قم دارند. همچنین ۸۶/۴ درصد از طلاب دارای تحصیلات راهنمایی، ۶۵/۹ درصد از طلاب دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۴۳/۵ درصد از طلاب دارای تحصیلات لیسانس و ۴۳/۳ درصد از طلاب دارای تحصیلات فوق لیسانس نگرش مثبت نسبت به هجرت از قم دارند؛

جدول ۱۰: آماره‌های جدول توافقی دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت» و «تحصیلات کلاسیک»

کل	نگرش طلاب نسبت به هجرت			تحصیلات کلاسیک	
	مثبت	بینابین	منفی	فراوانی	درصد سطری
۸۱	۷۰	۴	۷	فراوانی	راهنمایی
۱۰۰	۸۶/۴	۴/۹	۸/۶	درصد سطری	
۱۶۷	۸۴	۵۱	۳۲	فراوانی	دبیرستان
۱۰۰	۵۰/۳	۳۰/۵	۱۹/۲	درصد سطری	
۴۴	۲۹	۱۳	۲	فراوانی	فوق دیپلم
۱۰۰	۶۵/۹	۲۹/۵	۴/۵	درصد سطری	
۲۳	۱۰	۱۳	۰	فراوانی	لیسانس
۱۰۰	۴۳/۵	۵۶/۵	۰	درصد سطری	
۶۱	۲۷	۲۳	۱۱	فراوانی	فوق لیسانس
۱۰۰	۴۴/۳	۳۷/۷	۱۸	درصد سطری	
۷	۵	۰	۲	فراوانی	دکترا
۱۰۰	۷۱/۴	۰	۲۸/۶	درصد سطری	
۲۸۳	۲۲۵	۱۰۴	۵۴	فراوانی	کل
۱۰۰	۵۸/۷	۲۷/۲	۱۴/۱	درصد سطری	

جدول ۱۱. نتیجه آزمون برای متغیر «تحصیلات حوزوی» و «هجرت طلاب از قم»

مقدار احتمال	مقدار آماره	نوع آزمون
۰/۰۰۰	۰/۰۴۳	دی سامرز

۵. نتیجه آزمون برای دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم» و «هزینه تقریبی ماهیانه زندگی طلاب» گویای آن است که بین میزان هزینه تقریبی ماهیانه زندگی طلاب و نگرش آنان به هجرت از قم رابطه معنادار وجود ندارد. همچنین یافته‌ها نشان از این دارد که حدود ۲۸ درصد از طلابی که هزینه تقریبی ماهیانه آنها بین یک میلیون تا یک میلیون و پانصد هزار تومان است، نگرش منفی نسبت به هجرت از قم دارند. همچنین ۶۴ درصد از طلاب با هزینه تقریبی کمتر از ۵۰۰ هزار تومان و ۵۶/۳ درصد از طلاب با هزینه زندگی ۵۰۰ هزار تا یک میلیون تومان و ۷۷/۸ درصد از طلاب با هزینه زندگی بیش از یک و نیم میلیون تومان، نگرش مثبت نسبت به هجرت از قم دارند.

جدول ۱۲. آماره‌های جدول توافقی دو متغیر «نگرش طلاب نسبت به هجرت» و «هزینه تقریبی ماهیانه زندگی طلاب»

کل	نگرش طلاب نسبت به هجرت			هزینه تقریبی ماهیانه زندگی	
	مثبت	بیابین	منفی		
۸۶	۵۵	۱۷	۱۴	فراوانی	کمتر از پانصد هزار
۱۰۰	۶۴	۱۹/۸	۱۶/۳	درصد سطری	
۲۴۵	۱۳۸	۷۹	۲۸	فراوانی	پانصد هزار تا یک میلیون
۱۰۰	۵۶/۳	۳۲/۲	۱۱/۴	درصد سطری	
۴۳	۲۵	۶	۱۲	فراوانی	یک میلیون تا یک میلیون و پانصد هزار
۱۰۰	۵۸/۱	۱۴	۲۷/۹	درصد سطری	
۹	۷	۲	۰	فراوانی	بیش از یک و نیم میلیون
۱۰۰	۷۷/۸	۲۲/۲	۰	درصد سطری	
۳۸۳	۲۲۵	۱۰۴	۵۴	فراوانی	کل
۱۰۰	۵۸/۷	۲۷/۲	۱۴/۱	درصد سطری	

جدول ۱۳. نتیجه آزمون برای متغیر «هزینه تقریبی ماهیانه زندگی طلاب» و «هجرت طلاب از قم»

مقدار احتمال	مقدار آماره	نوع آزمون
۰/۵۶۶	۰/۰۵۰	دی سامرز

۵-۶. یافته‌های تبیینی (آزمون فرضیات)

در این مبحث یافته‌های مربوط به روابط میان متغیرهای تحقیق بیان می‌شود:

- با توجه به این نتایج، ضریب همبستگی بین متغیرهای «توان تبلیغی» و «نگرش طلاب به هجرت از قم» برابر با $(I=0/172)$ و مقدار احتمال آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن، برابر با صفر است؛ بنابراین فرض صفر این آزمون رد و فرض مقابل مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار بین توان تبلیغی طلاب برای تبلیغ و نگرش آنها به هجرت از قم تأیید می‌شود. مثبت بودن علامت ضریب همبستگی اسپیرمن، نشانگر وجود رابطه مستقیم میان توان تبلیغی طلاب برای تبلیغ و نگرش آنها به هجرت از قم است؛ به این معنا که با افزایش توان تبلیغی فردی آنان، نگرش آنان نسبت به هجرت از قم بهتر خواهد شد و بالعکس؛
- در خصوص فرضیه دوم پژوهش، نتایج آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن نشان می‌دهد که مقدار احتمال از عدد $0/05$ کمتر است، بنابراین فرض صفر آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن مبنی بر نبود وابستگی بین «شرایط خانوادگی طلاب» و «نگرش آنها به هجرت از قم» رد می‌شود. ضریب همبستگی اسپیرمن برابر با $(I=0/477)$ و نشانگر رابطه معنادار و مستقیم بین متغیرهای شرایط خانوادگی طلاب و نگرش آنها به هجرت از قم است، یعنی با افزایش مطلوبیت شرایط خانوادگی طلاب، نگرش آنان نسبت به هجرت از قم نیز مساعدتر می‌شود و بالعکس؛

۳. برای بررسی رابطه بین متغیر «اشتغال» و «هجرت طلاب از قم»، از آزمون استقلال استفاده شده است. کمترین مقدار احتمال برای این آزمون به دست آمده است؛ بنابراین فرض صفر این آزمون رد و فرض مقابل مبنی بر وجود وابستگی و رابطه معنادار بین سطوح نگرش طلاب نسبت به هجرت و نوع اشتغال آنان تأیید می‌شود. پس می‌توان اذعان داشت که بین نوع اشتغالات طلاب و نگرش آنان به هجرت از قم رابطه معنادار وجود دارد؛

۴. نتیجه آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن جهت بررسی فرضیه چهارم نشان می‌دهد که مقدار احتمال این آزمون برابر با $(Sig=0/012)$ است؛ بنابراین در سطح معنی‌داری ۵ درصد فرض صفر آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن، رد می‌شود و ضریب همبستگی بین «شرایط مکان تبلیغ» و «نگرش طلاب به هجرت از قم» از نظر آماری معنادار است. این ضریب $(r=0/128)$ به دست آمده که مثبت بودن آن حاکی از وجود ارتباط مثبت و مستقیم بین شرایط مکان تبلیغ و نگرش طلاب به هجرت از قم است، لذا اگر شرایط مکان تبلیغ بهتر شود، نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم نیز مثبت‌تر خواهد شد؛

۵. فرضیه پنجم به بررسی وجود یا عدم رابطه معنی‌دار بین «حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌ها و نهادهای متولی تبلیغ» با «نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم» می‌پردازد. جهت آزمون این فرضیه، از آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد که نتایج آن حاکی از آن است که ضریب همبستگی بین حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌ها و نهادهای متولی تبلیغ بر نگرش طلاب به هجرت از قم در سطح تشخیص ۵ درصد، معنادار است. همچنین از آنجا که این ضریب برابر با $(r=0/121)$ است، می‌توان اذعان داشت که بین حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌ها و نهادهای متولی تبلیغ و نگرش طلاب به هجرت از قم رابطه‌ای مثبت وجود دارد؛ یعنی هرچه این حمایت‌ها افزایش یابد، نگرش طلاب نسبت به هجرت از قم مساعدتر می‌شود.

جدول ۱۴. نتایج آزمون فرضیات

نگرش طلاب به هجرت از قم		
۰/۱۷۲	ضریب همبستگی اسپیرمن	توان تبلیغی
۰/۰۰۱	(tailed-2).Sig	
۳۸۳	تعداد	
۰/۴۷۷	ضریب همبستگی اسپیرمن	شرایط خانوادگی
۰/۰۰۰	(tailed-2).Sig	
۳۸۳	تعداد	

۶۰/۶	مقدار آماره کای دو	اشتغال
۱۰	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	مقدار احتمال	
۰/۱۲۸	ضریب همبستگی اسپیرمن	شرایط مکان تبلیغ
۰/۰۱۲	Sig. (2-tailed)	
۳۸۳	تعداد	
۰/۱۲۱	ضریب همبستگی اسپیرمن	حمایت نهادهای و سازمان‌های متولی تبلیغ
۰/۰۱۵	Sig. (2-tailed)	
۳۸۳	تعداد	

۷. نتیجه‌گیری

در این پژوهش با بررسی اجمالی برخی از عوامل مؤثر بر نگرش طلاب به هجرت از قم، الگویی تحلیلی برای ارزیابی نگرش آنان ارائه شد. نتایج تحقیق گویای آن است که نگرش طلاب به هجرت از قم تا حد زیادی مثبت است و این به خوبی نشانگر احساس تکلیف اکثر طلاب نسبت به هجرت و رسالت تبلیغ دین و دغدغه ذهنی و شناختی آنان در این خصوص است؛ اما در این میان عوامل و موانعی وجود دارد که هر گونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در این خصوص نیازمند اهتمام جدی به آنهاست. از جمله عوامل عدم تمایل طلاب به هجرت از قم، وضعیت اشتغال آنان در قم نسبت به محل تبلیغ است. در زمانی که زمینه اشتغال و کسب درآمد طلاب در قم فراهم است، ناخودآگاه میل به هجرت تحت تأثیر قرار می‌گیرد و با توجه به وجود شرایط مساعد فرهنگی و معیشتی در قم برای طلاب، این عدم تمایل پررنگ‌تر خواهد شد. لذا این امر ضرورت اهتمام مسئولان حوزه‌های علمیه نسبت به نوع اشتغالات طلاب در قم، به‌ویژه اشتغالات اداری و آموزشی را ایجاب می‌کند و حداقل در صورت تمایل طلاب برای خدمت در این مشاغل، زمینه لازم برای این قبیل مشاغل را در دیگر مناطق کشور نیز فراهم نمایند. اکنون درصد قابل توجهی از طلاب به تدریس در مدارس قم مشغول هستند و اگر زمینه مساعد مادی و معنوی برای تدریس در مراکز حوزوی و دانشگاهی سایر استان‌ها فراهم شود، به‌طور قطع این نگرش مثبت به هجرت تبدیل به اقدام عملی برای هجرت خواهد شد.

از جمله عواملی که هجرت را تحت تأثیر خود قرار داده است، مسئله توان تبلیغی طلاب است. هنگامی که طلبه‌ای خود را در معرض هجرت و تبلیغ دین می‌گذارد، باید زمینه مساعد این امر را در خود بیابد تا رغبت کافی داشته باشد. از آنجایی که نتایج این پژوهش به رابطه معنادار میان هجرت و توان تبلیغی گواهی داده است؛ لذا همت مسئولان حوزه‌ها و متولیان تبلیغ دین برای برنامه‌ریزی

صحیح جهت افزایش کارایی و توان تبلیغی طلاب امری ضروری است. چنانچه اگر طلاب این احساس توان مثبت و رو به رشد و موفقیت تبلیغی را در خود ببینند، رغبت بیشتری برای هجرت از قم پیدا می‌کنند.

از دیگر عوامل مؤثر در هجرت طلاب مسئله حمایت‌های مادی و معنوی سازمان‌های متولی امر تبلیغ است. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، نوع برخوردها و حمایت‌های مادی و معنوی این مراکز در نگرش طلاب بسیار مؤثر واقع شده است و انگیزه آنان را برای هجرت یا عدم آن تقویت کرده است. گرچه طلاب برحسب زمینه‌های اعتقادی، باید واجد انگیزه‌های الهی بوده و در امر هجرت نیز این انگیزه‌ها را مقدم بدانند، اما این امر منافاتی با تأمین نیازهای اولیه مادی آنها توسط مراکز مربوطه ندارد، بلکه حمایت‌ها مشوق مهمی برای استمرار حرکت در این مسیر خواهد بود.

مسئله مکان‌های تبلیغی و شرایط پذیرش طلاب برای هجرت نیز از مقوله‌های بسیار مهمی است که با توجه به نتایج این پژوهش باید به آن توجه جدی شود. اگر زمینه اسکان مناسب و همچنین پذیرش مردمی متناسب با شأن طلاب در مکان‌های تبلیغی فراهم نگردد، از رغبت طلاب به هجرت از قم کاسته خواهد شد. همچنین با توجه به اهمیت و تأثیرپذیری مناطق بومی طلاب، سیاست‌گذاری‌ها باید به این سمت جهت یابد که از ظرفیت طلاب بومی در مناطق مختلف بیشتر استفاده شود، چراکه طلاب بومی از جهات متعدد فرهنگی و اجتماعی هم‌خوانی بیشتری با ساکنین منطقه خود دارند و به همین دلیل باید در اولویت قرار گیرند.

مشکلات خانوادگی و همراهی اعضای خانواده طلاب نیز از دغدغه‌های جدی طلاب در این خصوص است. در صورتی که شرایط تحصیلی، بهداشتی و رفاهی خانواده‌های طلاب در مناطق تبلیغی در نظر گرفته شود، قطعاً تمایل به هجرت از قم به صورت قابل توجهی افزایش پیدا خواهد کرد. انتظاری که از طلاب برای جهاد در امر هجرت در نظر گرفته می‌شود، نباید منجر به نادیده گرفتن حقوق خانواده و فرزندان آنان شود و باید مراکز مسئول زمینه رفاه در ابعاد مختلف را برای آنها فراهم کنند.

با عنایت به نتایج فوق، پیشنهادهای زیر برای ارتقای کمی و کیفی هجرت طلاب ارائه می‌شود:

۱. برنامه‌ریزی مراکز متولی هجرت طلاب برای افزایش توان تبلیغی طلاب؛ با توجه به اینکه میان توان تبلیغی طلاب و تمایل به هجرت آنان رابطه معنادار وجود دارد؛ لذا مراکز متولی امر هجرت و تبلیغ باید جهت تقویت توان تبلیغی طلاب برنامه‌ریزی جدی نمایند و از جمله دروس کاربردی حوزه‌های علمیه عناوین تبلیغی و افزایش کارایی تبلیغ دینی باشد. البته احداث مراکز تخصصی تبلیغ دین و تربیت مبلغان کارآمد در این مسئله بسیار راهگشاست؛

۲. حمایت‌های مادی-معنوی سازمان‌ها و مراکز متولّی تبلیغ دین؛ اگر در سیاست‌ها و برنامه‌های کلان مراکز مربوطه، نوع نگاه حمایتی متناسب با شأن طلاب و در نظر گرفتن وضعیت اقتصادی مناسب برای طلاب در نظر گرفته شود، به صورت قطع تمایل طلاب برای هجرت افزایش می‌یابد. از جمله عوامل عدم تمایل طلاب برای هجرت، سرخوردگی‌های مادی و معنوی طلاب از ناحیه مراکز مربوطه است که باید مورد بازبینی و دقت قرار گیرد؛
۳. فراهم ساختن شرایط رفاهی و تبلیغی مناسب در مناطق مختلف تبلیغی؛ تمامی مراکزی که در مناطق مختلف دغدغه پذیرش روحانی دارند، باید زمینه لازم برای اسکان و حمایت‌های رفاهی و معنوی طلاب را فراهم نمایند و با حمایت‌های همه‌جانبه از طلاب محترم، انگیزه فعالیت و استقرار طولانی مدّت در آن مناطق را تقویت نمایند و حمایت از طلاب بومی از سیاست‌های اصلی مناطق تبلیغی باید مدنظر قرار گیرد؛
۴. فراهم نمودن شرایط مناسب رفاهی-تحصیلی-آموزشی خانواده طلاب؛ در صورتی طلبه می‌تواند موفق باشد که از حمایت خانواده نیز بهره‌مند باشد؛ لذا باید مشوق‌های لازم و زمینه پیشرفت خانواده‌های طلاب در مناطق تبلیغی به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد؛
۵. توجه به اشتغال طلاب در مناطق تبلیغی؛ با توجه به فراهم بودن زمینه اشتغال در فضاهای مختلف اداری-آموزشی شهر قم، به صورت قابل توجهی، تمایل برای از دست دادن این زمینه‌ها نیازمند به انگیزه‌های قوی‌تر خواهد بود. لذا مسئولان مربوطه باید زمینه مناسب تدریس و تحصیل و اشتغال طلاب را در مراکز تبلیغی فراهم نمایند تا هم برخی از مشکلات معیشتی آنان تأمین گردد و هم احساس رضایت از هجرت در آنان تقویت گردد.

منابع

* قرآن کریم

۱. آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۲)، روان‌شناسی اجتماعی، چاپ اول، تهران: سمت.
۲. اسلامی‌تنها، اصغر (۱۳۹۰)، «بررسی جامعه‌شناختی نگرش دانش‌آموختگان حوزوی به لباس روحانیت شیعه»، قم: دانشگاه باقرالعلوم.
۳. بارون، دونا برن جانسون (۱۳۸۹)، روان‌شناسی اجتماعی، مترجم علی تحصیلی، چاپ اول، تهران: کتاب آمد.
۴. خندان، محسن (۱۳۷۲)، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
۵. دواس. دی. ای (۱۳۸۴)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ ششم، تهران: نشر نی.
۶. دوچ، مورتن و کراوس رابرت (۱۳۷۴)، نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه مرتضی کتبی، چاپ اول، تهران: دانشگاه تهران.
۷. رهبر، محمدتقی (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
۸. ریترز، جورج (۱۳۹۲)، مبانی نظریه جامعه‌شناسی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، تهران: نشر ثالث.
۹. کرم‌الهی، نعمت‌الله (۱۳۹۰)، اینترنت و دین‌داری، چاپ اول، قم: مؤسسه بوستان کتاب.
۱۰. کریمی، یوسف (۱۳۹۳)، نگرش و تغییر نگرش، چاپ یازدهم، تهران: نشر ویرایش.
۱۱. کلینی، ثقة‌الاسلام (۱۳۷۵)، کافی، ترجمه محمدباقر کمره‌ای چاپ سوم، جلد اول، تهران: اسوه.
۱۲. کوزر، لوئیس و روزنبرگ، برنارد (۱۳۸۵)، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناسی، ترجمه فرهنگ ارشاد، چاپ سوم، تهران: نشر نی.
۱۳. کوئن، بروس (۱۳۸۷)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه رضا فاضل و غلام عباس توسلی، چاپ بیست و یکم، تهران: سمت.