

## تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب

### مطالعه موردی: گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران

محمود شارع‌پور<sup>۱</sup>

سیده زینب تقوی<sup>۲</sup>

مهدی محمدی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۳/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۱۱

#### چکیده

از نگاه جامعه‌شناختی، حجاب در بستری از روابط اجتماعی شکل می‌گیرد که در آن چهارچوب، مسائل زنان دارای ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و همچنین مؤلفه‌های مذهبی، معنوی، منزلتی، شخصیتی و رفتاری است که از پارادایم و منظرهای مختلف قابل بررسی است. هدف از این تحقیق، بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانشجویان دختر نسبت به حجاب است. جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دختر مشغول به تحصیل در دانشگاه مازندران تشکیل می‌دهند که تعداد آنها در سال ۱۳۹۰، برابر با ۱۳۰۰۰ نفر بوده است. پرسش‌نامه محقق‌ساخته با پایایی ۰/۷۴ به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در اختیار ۵۶۰ نفر از آنها قرار داده شد. نتایج تحلیل مسیر و رگرسیون چندمتغیره نشان داد که مهم‌ترین متغیر مؤثر بر گرایش به حجاب، متغیر گرایش به فمینیسم بوده است. سایر متغیرهای مؤثر به ترتیب عبارتند از: عوامل محرک اجتماعی، پایگاه اقتصادی اجتماعی، سبک زندگی و محل سکونت. مدل تحلیلی، تنها ۳۳ درصد عوامل مؤثر بر حجاب را تبیین کرده است. در ضمن، گرایش به حجاب و فمینیسم به عنوان دو گرایش متعارض، در حد متوسط به بالا و تا حد قوی در بین جامعه آماری مشاهده شده است.

واژگان کلیدی: تحلیل جامعه‌شناختی، دانشجویان دختر دانشگاه مازندران، گرایش به حجاب.

از نگاه جامعه‌شناختی، حجاب به‌مثابه رسانه ارتباطی نمادین و کنش اجتماعی است که فرد کنشگر برای آن معنای ذهنی و ارزشی نمادین قائل است، به‌نحوی که کنش او در ارتباط با دیگران در عرصه ارتباطات میان‌فردی و تحت تأثیر انتظارات دیگران در حوزه عمومی است. از این نگاه، حجاب امری نیست که صرفاً به مقوله پوشش بدن تقلیل داده شود بلکه شامل زبان بدن، مدیریت بدن و آرایش و پیرایش بدن و زبان اشیا در عرصه ارتباطات غیرکلامی نیز می‌شود که ممکن است در شرایط اجتماعی و فرهنگی دارای شکل و قالب متنوع با جوهر و محتوایی یکسان یا برعکس باشد. یکی از عناصر محوری در قلمرو موضوعی جامعه‌شناسی، مقوله روابط اجتماعی است که جامعه‌شناسان بر آن توافق کامل داشته و به عنوان اصلی پذیرفته شده است که «کم‌وکیف روابط اجتماعی و آرایش آنها می‌تواند در رفتار موجودیت‌های اجتماعی تأثیر داشته باشد» (چلبی، ۱۳۷۳: ۹) و همچنین رفتار کنشگران اجتماعی و تفسیر و تأویل آنان از رفتار خود و دیگران و محیط اجتماعی‌شان در ساختار روابط اجتماعی تأثیر متقابل دارد، به‌طوری که بر مبنای نظریه کنش متقابل نمادی، «ارتباط، به‌ویژه ارتباطات نمادین، پایه و اساس تمامی کنش‌های اجتماعی شناخته‌شده است» (محسنیان راد، ۱۳۸۵: ۳۹).

برخلاف نقش محوری حجاب در جامعه، تحقیقات میدانی کمتری در این حوزه انجام شده است. در پژوهشی نشان داده شد که زنان مسلمان ایالات متحده امریکا، حجاب را به عنوان هویت مذهبی و اجتماعی خود پذیرفته‌اند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹).

پوشش و حجاب به‌مثابه رسانه‌ای ارتباطی و به عنوان کنشی اجتماعی، از یک سو تحت تأثیر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است و از سوی دیگر، متأثر از کنشگران زن و مرد اجتماعی. در سال‌های پس از انقلاب، به دلیل آسیب‌پذیری درونی جامعه و تهدیدهای بیرونی، انتقال فرهنگی حجاب با اختلال مواجه شد و رعایت نکردن حجاب اسلامی، موجب جریحه‌دار ساختن وجدان جمعی و تبدیل آن به مسئله‌ای اجتماعی شد (محبوبی منش، ۱۳۸۶).

مسئله حجاب، دغدغه بسیاری از نخبگان سیاسی، اجتماعی و دینی است و موجب جریحه‌دار شدن وجدان جمعی بسیاری از اقشار اجتماعی شده است. در همین راستا، با نگاهی جامعه‌شناختی، حجاب به مفهوم پوشش، در بستری از روابط اجتماعی شکل می‌گیرد که از یک سو ممکن است دارای شکل و قالبی متنوع و جوهر و محتوایی یکسان باشد یا برعکس) و از سوی دیگر، از منظری ارتباطاتی، حجاب به‌مثابه رسانه‌ای هویتی و ارتباطی است که نقش



نمادینی در عرصه ارتباطات میان فردی دارد. لذا مسئله حجاب دارای ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است و دارای مؤلفه‌های مذهبی معنوی، منزلتی، شخصیتی و رفتاری است که می‌توان از زوایا، پارادایم‌ها و منظرهای مختلفی به آن نگریست. به گفته هلن واتسون، از دیدگاه مفسران غربی، هیچ شکلی از لباس مانند حجاب این قدر موضوع مناقشه نبوده است. وی با تکیه بر ابعاد و اهداف عملی و نمادین حجاب که ریشه در حفظ حجب، حیا و شرم از برهنگی دارد، اظهار می‌دارد که مسئله پوشش و حجاب، جایگاه ویژه‌ای در مباحث روز دنیا در فرایند جهانی شدن و پست مدرنیته دارد، به طوری که مرزهای فرهنگی بین شرق و غرب و مسلمان و غیرمسلمان را در نور دیده است و شامل مباحث و نظریات مناقشه برانگیز و قابل بحثی است که بر مسائل پسا مدرنیستی از قبیل سبک، نمادشناسی، مصرف گرایی و مسائل قدرت و باز نمود آن استناد می‌کند (واتسون، ۱۳۸۲: ۳۱).

ذوالفقاری با اتکا به نظر صاحب نظران اذعان می‌دارد که پدیده بدحجابی و فراتر از آن مسئله زنان، یکی از پیچیده ترین مسائلی است که نظام جمهوری اسلامی ایران هم‌اکنون با آن مواجه است و احتمالاً دامنه این مسئله در آینده گسترده تر نیز خواهد شد؛ بنابراین، بی توجهی به پیچیدگی مسئله و برخورد ساده‌انگارانه با آن، امکان دارد به نتایج عکس منجر شود. پدیده حجاب و پوشش از سه منظر دینی، هویتی و سیاسی قابل بررسی است؛ زیرا از سویی دستور اکید و صریح دین مبین اسلام است و از سوی دیگر، نماد فرهنگ و هویت ایرانی. به همین خاطر است که همواره ظرفیت سیاسی شدن را داشته است (ذوالفقاری، ۱۳۸۵: ۶۹).

مسئله حجاب از منظر شناختی در حوزه مطالعات و مسائل زنان قرار می‌گیرد. مسئله زنان امری است که به نوعی زنان از جهت فکری و عملی با آن درگیرند و در حوزه‌های حقوقی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و خانوادگی قابل تبیین است. مسائل زنان را نمی‌توان جدا از مسائل مردان شناسایی کرد، فکر و اندیشه قانون‌گذاران و مجریان جامعه و طبقه زنان و سایر اقشار را به خود مشغول داشته است. مهم ترین مسائل زنان، مسائل فرهنگی است که به لحاظ ساختاری، دارای اهمیت خاصی است، زیرا همچنان که در بستری وسیع و با آهنگی کند ساخته می‌شوند، به همان کندی و بلکه کندتر قابل تغییرند (علاسوند، ۱۳۸۶: ۳۹-۳۸).

در واقع، مسئله حجاب زنان پدیده‌ای فرهنگی است که در قالب اختلالات هنجاری جامعه به اشکال قطبی شدن هنجاری، تضاد هنجاری، ناپایداری هنجاری، ضعف هنجاری و بی‌هنجاری پدیدار می‌گردد و در فرایند تغییرات ارزشی از فرامادی به مادی حاصل توسعه



سریع، برونزا و نامتوازن بعد از پایان جنگ تحمیلی در گفتمان امنیتی رشد محور قابل تبیین و تفسیر است. در چنین فضایی، با یکی از مسائل اجتماعی و فرهنگی زنان به نام مسئله حجاب و پوشش بدن مواجهیم که در بستری از روابط اجتماعی و در عرصه‌ای از ارتباطات میان‌فردی شکل می‌گیرد.

بدحجابی از آسیب‌های اجتماعی است که در سطح و لایه‌های رویین جامعه نمایان است و علامت و نمادی از آسیب‌ها و مسائل اجتماعی در عمق و لایه‌های زیرین جامعه است. نتایج تحقیقات علمی حاکی از آن است که بین متولیان و مسئولان جامعه در روابط با کنترل بدحجابی و حدود حجاب وحدت نظر نیست و اینکه قانون از شفافیت لازم برخوردار نیست و بین قوانین و عرف جامعه با حدود حجاب اسلامی هماهنگی وجود ندارد. از آنجایی که رعایت حجاب از نحوه گرایش افراد ناشی می‌شود، شناخت گرایش دانشجویان به عنوان قشر آینده‌ساز این جامعه نسبت به پوشش اسلامی و عوامل مرتبط، در شکل‌گیری آن ضروری است؛ بنابراین، مقاله حاضر سعی در تبیین جامعه‌شناختی این گرایش دارد تا گامی هرچند کوچک در جهت شناسایی این رفتار اجتماعی بردارد.



### پرسش‌های تحقیق

۱. میزان گرایش جامعه دختران دانشجوی استان مازندران به حجاب تا چه اندازه است؟
۲. میزان گرایش جامعه دختران دانشجوی استان مازندران به فمینیسم تا چه اندازه است؟
۳. عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران کدامند؟
۴. چه رابطه‌ای بین پدیده گرایش به فمینیسم و گرایش به حجاب وجود دارد؟

### مبانی نظری

امنیت فرهنگی اجتماعی، برجسته‌ترین چهره و درونی‌ترین لایه امنیت هستی‌شناختی یک جامعه است. امنیت هستی‌شناختی (یا وجودی) بر نوعی احساس تداوم در رویدادها، حتی آنهایی که به طور مستقیم در حوزه ادراک شخصی قرار ندارند، دلالت دارد؛ بنابراین، امنیت هستی‌شناختی نشان از نیازی فردی دارد: نیاز به اطمینان از تداوم هویت خود و دوام محیط‌های اجتماعی و مادی کنش در اطراف خود. تحقق این نیاز، مستلزم حصول ضریب مؤثری از اعتماد، اطمینان

و ایقان است. البته، این رابطه رابطه تعاملی و دوسویه است، یعنی (به تعبیر گیدنز) هرچه افراد از امنیت هستی‌شناختی و وجودی بیشتری برخوردار باشند، نسبت به سایرین اعتماد بیشتری را بروز دهند و هرچه احساس این نوع امنیت مورد تهدید واقع می‌شود، اعتماد متقابل در آن جامعه تقلیل، تحدید و تعطیل می‌گردد (گیدنز، ۱۳۸۲).

بی‌تردید، مؤلفه قدرت فرهنگی اجتماعی، بنیادی‌ترین مؤلفه قدرت نظام برآمده از انقلاب اسلامی بوده و هست. بعد از گذشت دو دهه از انقلاب، کماکان سپهر فرهنگ، « بارزترین و برجسته‌ترین چهره نظام است. یکی از این مؤلفه‌ها حجاب است.

مسئله حجاب از دیرباز مورد توجه و بحث و بررسی دانشمندان و روشن‌فکران، چه در شرق و غرب عالم و چه در داخل و خارج از کشور، بوده است. دامنه این سخنان و گستره عقاید برخاسته از آن، چنان است که گاه گروهی از این اندیشمندان در مقام تحلیل و بررسی، تا آنجا پیش می‌روند که حجاب را شاخصی محدودکننده و عامل تضییع در زیست فردی و حضور اجتماعی زنان در جامعه اسلامی می‌دانند و حتی از این رهگذر، خواهان منع یا دست‌کم اختیاری‌شدن آن می‌شوند و گاه گروهی دیگر، با دفاع نامناسب خود، راه را بر محق جلوه‌دادن گروه نخستین هموار می‌کنند.

یکی از رویکردهای تبیین انحرافات اجتماعی که برای تبیین بدحجابی در جامعه نیز مناسب است، رویکرد گزینش عاقلانه است:

رویکرد گزینش عاقلانه، یک اصل محوری دارد و آن این است که رفتار آدمیان، هدف‌دار و سنجیده است. آنها در چندراهی‌ها، راهی را که با اغراضشان موافق است اختیار کرده، برای رفتن به هر راهی محاسبه سودو زیان می‌کنند. عملی عاقلانه و سنجیده است که در چهارچوب اطلاعات مشخص از شقوق مختلف، وسیله مناسبی برای رسیدن به هدفی باشد؛ بنابراین، رفتار منحرفانه نیز نوعی تصمیم‌گیری فردی و گزینش عقلانی سودگرایانه است که پس از سنجش پیامدهای مثبت و منفی رفتار منحرفانه صورت می‌گیرد. به علاوه، در این رویکرد، اصل بر این است که امکان گزینش و تصمیم‌گیری برای همه افراد به یکسان وجود دارد.

در قلمرو جرم‌شناسی، نقطه اوج این نوع تبیین را در آغاز می‌توان در قرن هفدهم میلادی در ایده‌های مکتب کلاسیک در حوزه جرم‌شناسی مشاهده نمود. اصول این تفکر با پیدایش تفکر پوزیتیویستی در حوزه علوم طبیعی و انسانی به دست فراموشی سپرده شد. از اواسط دهه ۱۹۷۰ به بعد نیز می‌توان شاهد طرح تدریجی این دست تبیین‌ها بود. بزهدکاران در این تبیین‌ها،



کنشگرانی اندیشه‌ورز تلقی می‌شوند که برای ارتکاب رفتارهای انحرافی خود برنامه‌ریزی‌های خاص دارند، از جمله آنکه قبل از هر چیز، به آماج‌های رفتار خویش توجه می‌کنند و اگر ضررها و خطرهای عمل مورد نظر را بیش از منافع حاصل از آن ببینند، از ارتکاب آن چشم می‌پوشند (لوئیس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

اهمیت رویکرد گزینش عاقلانه در حوزه تبیین‌های خرد از رفتار منحرفانه در این است که اساس و مبنای نظریه‌ها و رویکردهای متفاوتی در این زمینه شده است. یکی از اساسی‌ترین و قدیمی‌ترین اینها، رویکردی است که رابطه منحرفانه و کجروانه را به صورت بازار عرضه و تقاضا تصویر می‌کند و فرد کجرو را در جایگاه عرضه‌کننده می‌نشانند. *ارلیش* با چنین دیدگاهی، نقش عوامل بازدارنده (مانند مجازات‌های قانونی و اجتماعی در نظر گرفته شده) را دارای اهمیتی قاطع در تعیین فراوانی انحراف و کجروی در هر جامعه‌ای می‌داند؛ بنابراین، برای کنترل روند انحرافات، باید افزایش هزینه جرم از طریق تقویت بازدارنده‌ها، مثل مجازات بزهکار، پلیس و نظام جزایی را در دستورکار قرار داد.

اشکالی که در این رویکرد هست، این است که به طور مشخص بیان نمی‌شود که در این بازار انحراف و جرم، نقش تقاضا را چه کسی ایفا می‌نماید.

روایت جدیدتر، *تقریر ون دیک* از این رویکرد است. وی فرد منحرف و آسیب‌ساز را شاخص بخش تقاضا و بزه‌دیده (کسی که از رفتار انحرافی آسیب می‌بیند) را شاخص بخش عرضه قلمداد می‌کند؛ بدین معنا که آنچه فاعل حقیقی کجروی در بازار جرم و کجروی دارد، صرفاً آمادگی و انگیزه و گاه ابزار لازم برای این کار است. در مقابل، آنچه فرد بزه‌دیده عرضه می‌دارد، آسیب‌پذیر نمایاندن خود و ایجاد این باور در فرد منحرف است که می‌تواند انگیزه و توانمندیش برای هنجارشکنی را به فعلیت برساند. بدین سان روشن می‌شود که این روایت از رویکرد گزینش عاقلانه، یک گام از روایت قبل جلوتر است. زیرا تحلیل خود را صرفاً بر شخص خاطی متمرکز نمی‌سازد بلکه به نقش آفرینی بزه‌دیده در جریان انحراف و کجروی صحنه و تأکید می‌گذارد. به تصریح برخی محققان در خلال دهه ۱۹۹۰، «در میان جدیدترین معارف جرم‌شناختی، دیگر مسئله عمده، مجرم نیست بلکه بزه‌دیده است؛ یعنی کسی که شیوه زندگی و فعالیت‌های روزمره وی ممکن است او را در برابر جرم آسیب‌پذیر کند». این بیان گرچه به طور مشخص در مورد شکستن هنجارها از نوع قانون (نوع سوم از تقسیم‌بندی



1. Lewis

هنجارهای اجتماعی) ابراز شده، ولی به راحتی می توان آن را به سایر هنجارهای اجتماعی نیز تعمیم داد (کیلک و همکاران، ۲۰۰۷).

تیین های مختلف از انحراف اجتماعی، به طور عام و نظریه مبتنی بر ایده بازار عرصه و تقاضا به طور خاص، جنبه تیینی دارند. بدین معنا که به دنبال تعیین مقصر اصلی در کنش منحرفانه و هنجارشکنانه نیستند. از این رو، بر حسب این نظریه، کسی که عامل انحراف تلقی می شود (در صورتی که انحراف در حد نقض قانون باشد)، از نظر حقوقی مسئول شناخته نمی شود و لازم نیست بار مجازات را تحمل کند. زیرا، همان طور که گفته شد، مقصود اصلی این است که در عین اذعان به مسئولیت فرد منحرف و متخلف نسبت به عمل خود، شناسایی زمینه و عوامل کوچک و بزرگی که موجب پدید آمدن و تحقق کنشی کجروانه شده اند، فراهم گردد تا بدین ترتیب، سیاست هایی که در جهت کاهش انحراف پیشنهاد و اجرا می شود، نسبت به برخی عوامل بروز انحراف دچار بزرگ بینی بیش از حد و نسبت به برخی دیگر دچار غفلت و جهل نگردد (هودفر، ۲۰۰۱: ۴۳۵).

برای مثال، درباره مبحث اصلی این نوشتار که در حوزه حجاب است، به طور قطع هیچ جامعه ای را نمی توان یافت که در این مورد کاملاً فاقد هنجار و قواعد رفتاری باشد. نقض این هنجارها نیز بسته به اهمیت هنجار نقض شده، واکنش متناسب با خود را در پی خواهد داشت. طبق نظریه عرضه و تقاضا، در راستای حفظ هنجارها، حریم ها و ارزش های حاکم بر جامعه و نیز به دنبال راهکارهایی برای کاهش یا حذف انحرافات، علاوه بر اینکه مجازات متوجه فرد منحرف می شود، شخص بزه دیده هم (که در این موارد معمولاً جنس زن است)، از این سرزنش و سیاست در امان نیست، چرا که او هم صرفاً منفعل نبوده است. چون زنان به علت مطلوبیت های طبیعی که خواه ناخواه در ظاهر و جسم خود، در نظر مردان دارند و نیز به علت مطلوبیت ها و جذابیت هایی که می توانند آگاهانه یا ناآگاهانه (بر اساس تربیت نادرست) به رفتار خود در منظر مردان ببخشند، در بخش عرضه قرار می گیرند. این در حالی است که در وضع عادی، جذابیت ها و مطلوبیت های مردان برای زنان از سنخ امور ظاهری و جنسی نیست و از این لحاظ آنان عرضه کننده نیستند بلکه متقاضی هستند.

بنابراین، هر قدر این اقسام زیبایی ها از جانب زنان، بیشتر در دسترس مردان باشد، به معنای عرضه بیشتر آنها در برابر انظار متقاضیان است. اقتضای چنین وضعی، بیانگر این پیام (هر چند

1. Kilic et al
2. Hoodfar

معمولاً ناخواسته) از جانب زنان بالقوه بزه‌دیده به مردان بالقوه کجروست که آنها به راحتی به این نوع زنان دسترسی پیدا کنند. در این صورت، امکان نقض هنجار سهل‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌گردد. آنچه در این میان مانع بروز کنش کجروانه می‌شود، یکی هزینه بسیار کجروی به علت مجازات سنگین قانونی یا اجتماعی و دیگری، کاهش آگاهانه یا ناآگاهانه عرضه از طریق وجود الگوهای رفتاری صحیح در میان زنان است. با چنین مقدمه‌ای روشن می‌شود که بی‌حجابی یا بدحجابی به معنای عام، عرضه هرچه بیشتر است که اساس حدومرز افراط و تفریط در این باب بیشتر به عادات فرهنگی هر جامعه یا اجتماعات کوچک‌تر بر می‌گردد.

### تبیین‌های جامعه‌شناختی مسئله

در تحقیقات برای بدحجابی، دلایل بسیاری برشمرده‌اند. در تقسیم‌بندی کلی می‌توان این عوامل را به عوامل بیولوژیکی، روانی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تقسیم کرد. به عبارت دیگر، این پدیده با ارجاع به عوامل یادشده به پنج صورت تبیین شده است. از آنجاکه ملاک تبیین، بیان ارتباط علی و معلولی (تعلیل) میان پدیده‌هاست، نوع تبیین تابع نوع علت خواهد بود. برای مثال، اگر علت از سنخ امور فرهنگی باشد، تبیین نیز فرهنگی خواهد بود. با توجه به اینکه رعایت حجاب به عنوان رفتاری اجتماعی است، بد نیست تبیین نیز این‌گونه باشد. هرچند تردیدی نیست که این رفتار و گرایش به آن، ریشه‌های مختلف دارد، اما بی‌شک عمده‌ترین بخش آن دارای ریشه‌های اجتماعی است. با بررسی رهیافت‌های نظری متعدد، ارتباط میان این پدیده با عوامل مؤثر در شکل‌گیری و استمرار آن را می‌توان تبیین کرد. مهم‌ترین این نظریات عبارتند از:

#### ۱. ضعف جامعه‌پذیری و تربیت اجتماعی

از دیدگاه این نظریه، انتقال‌ندادن و درونی‌نکردن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در ساختار شخصیت، نبود حساسیت نسبت به رعایت انتظارات جمعی، ضعف تعلق به فرهنگ خودی، بی‌قیدی و بی‌مسئولیتی در رعایت قواعد اجتماعی، ضعف انگیزه در انجام کنش‌های همسو، بی‌مبالاتی در رعایت حریم‌ها و ارتکاب جرایم و انحراف که در دوره‌های مختلف به صورت‌های گوناگونی رخ می‌دهد، در مراحل مختلف رشد شخصیت فرد ریشه دارد. این موضوع، به عنوان متغیر وابسته، بیش از آنکه به شخص مربوط باشد، به کارکرد کارگزاران جامعه‌پذیری همچون خانواده، شبکه‌های ارتباطی، محیط‌های آموزشی، کانون‌های فرهنگی و وسایل ارتباط جمعی مربوط می‌شود که در تربیت و شکوفایی استعدادها، اعضای جدید و آماده‌سازی آنها برای ایفای نقش‌های شهروندی نقش محوری دارند. بدین‌سان، از دید برخی محققان، بدحجابی نیز





به عنوان یک تخلف هنجاری، دست کم در مورد برخی کنشگران، در فرایند جامعه‌پذیری و کاستی‌های تربیتی ریشه دارد (کوئن، ۱۳۷۲: ۱۵۰).

## ۲. نظریه گزینش عقلانی (محاسبه سودزبان)

بر اساس این نظریه، کجروی، ره‌آورد گزینش و انتخاب فرد است. افراد به کجروی دست می‌زنند، چون چنین می‌خواهند. انتخابی که امکان آن، هرچند با نسبت‌های مختلف، برای همه افراد وجود دارد. این نظریه، هرچند اثرپذیری رفتار از علل پیرامونی و علل محیطی را نفی نمی‌کند، ولی درنهایت، فاعل کنش را مسئول اصلی این انتخاب می‌داند. بدین معنا که باید اعضای یک جامعه مطمئن باشند که در صورت تخطی از قوانین و مقررات، به گونه‌ای سنگین مجازات می‌شوند و دست زدن به آن کار خلاف را بر اساس تئوری گزینش عقلانی مقرون به صرفه نمی‌بینند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۱۱۳). بر اساس این نظریه، دست کم بخشی از موارد بدحجابی در جامعه، به برخورد سست افکار عمومی، درپیش‌نگرفتن سیاست‌های استراتژیک در برخورد با معضل‌های فرهنگی، بهره‌نگرفتن از ظرفیت‌های جمعی بازدارنده همچون نهی از منکر، نشان‌دادن واکنش در خور و ضابطه‌مند مراجع رسمی به متخلفان و تسامح توجیه‌ناپذیر در برابر آن، بر می‌گردد.

## ۳. نظریه خرده‌فرهنگ‌ها

بر اساس این نظریه، تعلق هرچند ذهنی فرد به خرده‌فرهنگی نسبتاً ناهمگون با فرهنگ غالب، به‌ویژه اگر با رضایت‌مندی همراه باشد و فرد از رهگذر این همسویی، به پاداش‌های روانی خوشایند و ارضاکنده‌ای دست یابد، رفته‌رفته سبب می‌شود فرد از التزام به اقتضاهای فرهنگ غالب چشم‌پوشد و بی‌مسئولیتی در قبال ایفای تعهدات فرهنگی روی آورد. کلوارد و اوهلین یادآور می‌شوند که دست‌یازیدن نوجوانان بزهکار به رفتارهای کج‌روانه ممکن است برای آنان نوعی توفیق اجتماعی را در پی داشته باشد و تأیید اعضای خرده‌فرهنگ یا گروهی کج‌رو که این کج‌روان نیز معمولاً آن را خرده‌فرهنگ یا گروه خودی می‌پندارند، انواعی از رضایت‌خاطر و احترام را برای آنان به ارمغان آورد و این امر، احتمال استمرار آن رفتارها را تقویت کند (سلیمی، ۱۳۸۰: ۴۴۵). این نظریه، برای تبیین بدحجابی زنان طبقه اشراف، افراد غیرمعتقد به هنجارهای ملی و مذهبی و جوانان تنوع‌طلب که برای قواعد اخلاقی و ارزش‌های جمعی، حرمت و اعتبار چندانی قائل نیستند و برای جلب توجه و ارضای هیجان‌های خود، بی‌پروا و گاه مفتخرانه به نقض قواعد اجتماعی دست می‌زنند، به کار رفته است.



#### ۴. نظریه یادگیری

فرد در صورتی به کجروی سوق می‌یابد که در فرایند معاشرت خود با دیگران، بیشتر در معرض تعاریف موافق قانون‌شکنی باشد. به عبارت دیگر، تعاریف موافق قانون‌شکنی، از فراوانی بیشتری در مقایسه با تعاریف مخالف قانون‌شکنی برخوردارند. بالطبع، هرچه معاشرت فرد با کجروان از نظر فراوانی دفعات وقوع، مدت، ارجحیت و شدت، میزان درگیری عاطفی و تناسب با الگوهای تجربه‌شده بیشتر باشد، این اثرپذیری بیشتر و عمیق‌تر خواهد بود. نکته آخر اینکه کجروی را نمی‌توان از طریق نیازها و ارزش‌ها توجیه کرد، چه رفتارهای به‌هنگار نیز تحت تأثیر نیازها و ارزش‌ها صورت می‌پذیرند (ممتاز، ۱۳۸۱: ۹۲).

#### ۵. نظریه‌های فمینیسم

فمینیسم از مظاهر تمدن مدرن غرب و اقتضای آن است. زیرا تجدد، پدیدآمدن شرایط و امکان کوشیدن و تدبیری است که بشر با غفلت از هر قدرتی ورای قدرت بشری و مرجعی غیر از خود، برای تحکیم موقعیتی خود در عالم و تصرف در طبیعت و سامان‌دادن به امور زندگی به خرج داده است، و گرنه همیشه همه مردم می‌دانستند که آزادبودن بهتر از برده‌بودن است و داشتن غذا، مسکن و وسایل راحت با نداشتن اینها یکی نیست؛ پس ظهور تجدد موقوف به پدیدآمدن این تشخیص نبوده و حتی ربطی به آن ندارد. در حقیقت، تجدد نگاه تازه بشر به خود و عالم و یافتن امکان‌های تازه‌ای در وجود خود و عالم است. با این نگاه، بشر در خود قدرت و اراده تصرف و تغییر در همه‌چیز را دیده و عالم متجدد با این اراده تصرف و تغییر در همه‌چیز را دیده و عالم متجدد با این اراده بنا شده است. تا قبل از این، اراده خدا بود که باید و نباید را تعیین می‌کرد. اما، بشر مدرن استمرار وجود خدا را در زندگی خویش نپسندید و عقل و حس را به تنهایی قانون‌گذار زندگی خویش کرد. تمدنی که از وحی و عقل قدسی به عنوان فراعقل محروم بود، با شکست آزمون‌های پی‌درپی از عقل نظری و عملی هم بی‌بهره شد و به عقلی روی آورد که دیگر داعیه حقیقت‌یابی ندارد و آن، عقل ابزاری و تکنیکی است. ماکس وبر شاخصه دنیای مدرن را در این عقلانیت ابزاری می‌داند (جعفری، ۱۳۸۱). این نظم نوین، ادبیات، فرهنگ، معماری و مهندسی اجتماعی خاص خودش را دارد. خانواده به عنوان بازتابی از تفکر سنتی حذف می‌شود. این عصر، عصر پسازدواج و پس‌خانواده است. از آنجاکه پدیده مادران مجرد، پدران غایب و فرزندان تک‌سرپرست و ازدواج مربوط به دوره گذار فمینیست است، در نهایت مفاهیم کهنه و قدیمی پدر، مادر، فرزندان، خواهر، برادر و غیره، از مجموع افراد



تلقی می‌شود. افراد به صورت ذرات اتم منفک و تنها در کنار یکدیگر جمع شده‌اند؛ اضطراب لذت و سود آنها را گرد هم آورده است. در این ساختار نوین، خانه وجود ندارد. خانه‌ها جای خود را به قفس‌هایی به نام آپارتمان داده‌اند که هرروز کوچک‌تر و کوچک‌تر می‌شوند. معماری شهرها به گونه‌ای است که انسان نمی‌تواند زمان زیادی در آپارتمان‌ها بماند و این از نظر روان‌شناختی، بیشتر انسان‌ها را تشویق به ترک خانه می‌کند. دولت همیشه نقش‌های والدگری را به عهده گرفته است. خانه کارکرد چندانی ندارد، خوابگاه است و محلی برای دوش گرفتن و نظافت و احتمالاً صرف قهوه و غذای آماده. واقعیت آن است که مردشدن زنان یا زنانه‌شدن جهان، همزیستی بدون ازدواج، سکس، صنعت سقط جنین، همه و همه فرع بر اصول تمدنی است که در تکاپوی ساختن عالمی و آدمی نو است و اراده‌ای مستقل از آن برای به‌وجود آمدن فمینیسم نبوده است. آنگاه که این تمدن به خانواده و اجزای آن نظر می‌دهد، فمینیسم به وجود می‌آید و چون بنیادی‌ترین عضو برای بقای این بخش زن است، او را باید مطابق معیارهای نظم نوین آگاه و باسواد کرد تا شهروندان مطیع این جهان نوین به وجود آیند. برخی از دستاوردهای جنبش فمینیسم برای زنان عبارتند از: حق رأی، حق سقط جنین، طلاق بدون تقصیر (برای زن و مرد)، استقلال مالی، آزادی جنسی، حضور گسترده زنان در سیاست، اجتماع و اقتصاد، افزایش سن ازدواج، افزایش زندگی‌های مجردی، اضمحلال خانواده، افزایش طلاق، ایجاد حس ستیزه‌جویی بین دو جنس، تخریب زنانگی و بحران هویت زنان، تضعیف مردانگی، برداشتن مرز خصوصی و عمومی (خانه و جامعه)، رواج هم‌جنس‌بازی، ظهور پدیده زنانه‌شدن فقر، ظهور و افزایش بیماری‌های مختلف جسمی و روحی زنان، ابزار شدن زنان در خدمت منافع سرمایه‌داران با ایجاد صنعت سقط جنین، صنعت سکس و پورنوگرافی و صنعت روابط جنسی. از مهم‌ترین نگرش‌های فمینیستی، آزادی مطلق و شاید مردگونه در پوشش و آرایش است. زنان می‌خواهند جز توصیف امروزی از زن، مقام، طبیعت و تجربه‌های او بشود (رجبی، ۱۳۷۹). حجاب از منظر اسلامی با الگوی هنجاری فمینیست‌ها در تعارض شدید است. از این منظر، زنان باحجاب منحرف و زنان بی‌حجاب کاملاً به‌هنجار هستند. چنانچه مشاهده شد، تنوع آرا و نظرات در فمینیسم فراوان است. به میزانی که برخی کارکرد کلمه فمینیسم را برای معنای واحد غلط دانسته‌اند. از این رو، مهم‌ترین کار برای تحلیل و بررسی این جریان فکری سیاسی، بررسی سند اجرایی فمینیسم که همان کنوانسیون رفع تبعیض علیه زن است که بیان آن در این مقاله نمی‌گنجد.





عوامل متعددی در ارتباط با شکل‌گیری نگرش فرد نسبت به پوشش یا حجاب دخیل است:

۱. یکی از عوامل تأثیر‌گروه نخستین (خانواده هم‌سالان) و دیگری تأثیر دیگران مهم است. به همین دلیل، به نقش افرادی که برای کودک مهم هستند، از قبیل پدر، مادر، دوستان و معلمان که کودک آنها را الگوی خود قرار داده است، تأکید بسیاری می‌شود (تقوی و دیگران، ۱۳۴۷: ۵۶).
۲. به نظر کولی، خود شخص از رهگذر تبادل او با دیگران رشد می‌یابد. خاستگاه اجتماعی زندگی یک شخص، از رهگذر تبادل او با اشخاص دیگر پدید می‌آید و آگاهی یک شخص از خودش، بازتاب افکار دیگران درباره اوست (کوزر، ۱۳۷۳: ۴۱۰). می‌د معتقد است خود هرکس، حاصل وجه نظر جمع است و هیچ‌گونه شناسایی از خودش بدون وجه نظر و جز در منظر جمع نمی‌توان یافت (توسلی، ۱۳۷۱: ۲۸۵).
۳. از نظر پارسونز نیز فرایند جامعه‌پذیری یا اجتماعی‌شدن افراد، یعنی فرایندی که طی آن، انسان ارزش‌ها و هنجارها جامعه و گروهی که عضو آن است را می‌آموزد، فرایندی است که تنها در جریان تعامل اجتماعی میان افراد صورت می‌گیرد. به نظر او، یکی از مکانیزم‌های فرایند اجتماعی‌کردن، همانندسازی با بزرگ‌سالان است و این امر، از دو طریق درونی‌کردن نقش‌های فرد مورد الگو و درونی‌کردن ارزش‌های فرد مورد الگو (مثل نگرش او به حجاب) صورت می‌گیرد و همانندسازی نتیجه مستقیم وابستگی عاطفی کودک به پدر و مادر است (گیدنز، ۱۳۸۲).
۴. گروه هم‌سالان نیز عامل تأثیرگذاری بر نگرش افراد به پوشش است. در نظام روابط اجتماعی، قواعد و استانداردهایی برای تنظیم این روابط اجتماعی تولید می‌شود که برای اکثریت مورد قبول است. انسان‌ها برای مصاحبت و رابطه با یکدیگر به یک زبان مشترک و آداب مشترک، قوانین مشترک، لباس مشترک و غیره احتیاج دارند (واتسون، ۱۳۸۲). بی‌توجهی یکی از اعضای گروه به این قواعد و هنجارها یا سرپیچی از آنها مورد انتقاد و سرزنش افراد گروه قرار می‌گیرد. لذا، از آنجایی که افراد نیاز به روابط اجتماعی دارند، باید با رعایت هنجارهای گروهی در جهت جلب اعتماد افراد گروه برآیند. چنانچه یکی از معیارها و ارزش‌های مطلوب گروهی، رعایت حجاب باشد و فردی حضور داشته باشد که با معیارها و ارزش‌های مطلوب آنها آشنا نباشد یا به آنها اهمیت ندهد، به‌ناچار مورد سرزنش و توبیخ آن گروه واقع می‌شود و سرانجام، به طرد او می‌انجامد (واتسون، ۱۳۸۲).
۵. یکی از عوامل تأثیرگذار دیگر که باعث می‌شود انگیزه رفتار خاصی به وقوع بپیوندد، مقدار پاداش و مجازاتی است که در صورت انجام یا عدم انجام آن رفتار در نظر گرفته شده

است. بنا به نظر هومنز، مردم کاری را که در گذشته از آن پاداش دیده باشند، تکرار می‌کنند و از دست‌زدن به کاری که از آن ضرر دیده باشند، امتناع می‌ورزند. الگوی ارزش مورد نظر، پیشنهاد می‌کند که مردم در موقعیت انتخاب، آن را برمی‌گزینند که حصول بالاترین عایدی (بالاترین ارزش مورد نظر) را نوید می‌دهد (هومنز، ۱۹۶۷: ۴۲۷).

۶. الگوهای ارائه‌شده توسط رسانه‌ها و گرایش به پوشش رابطه وجود دارد. رسانه‌های همگانی اشکال ارتباطی مانند روزنامه، مجلات، رادیو، تلویزیون و غیره که به منظور رساندن پیام به گیرندگان پیام طرح‌ریزی شده است. نظریه‌پردازان سه نوع تأثیر را برای وسایل ارتباط جمعی ذکر کرده‌اند: (۱) تأثیرات شناختی که رابطه‌ای نزدیک با رفتار انسان دارد و مرجعی برای احساس مردم نسبت به موقعیت‌های مختلف، گرایشات و عقاید و ارزش‌هایشان به وجود می‌آورد؛ (۲) تأثیرات عاطفی که شامل مقولات احساسی عاطفی است، مانند علاقه‌مندی و احساس تنفر؛ (۳) تأثیرات رفتاری که اکثر مردم در آن سهیم هستند. رسانه‌ها در جریان الگودهی به مردم در زمینه حجاب یا بی‌حجابی هم، این سه نوع اثر را دارند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸).

۷. عامل دیگری که در نگرش فرد نسبت به حجاب مؤثر است، تجربه گذشته فرد از رعایت حجاب است. انسان‌ها همواره در پی انجام‌دادن اعمال و رفتاری هستند که در انجام آن، تجربه خوب و شیرینی کسب کرده باشند و از آنچه در گذشته برای آنها پیامد نامطلوب داشته و باعث آزدگی آنان شده، دوری می‌گزینند. این امر، درباره رعایت حجاب نیز وجود دارد؛ چرا که اگر افراد در زندگی گذشته خود، خاطرات مطلوب و خوشایندی از رعایت حجاب داشته باشند، همواره در صددند که خاطره مطلوب خود را بیشتر کنند و بدین سبب، به‌طور مداوم در رعایت آن تلاش می‌کنند (یزدخواستی، ۱۳۸۶).

۸. سازه تأثیرگذار دیگر بر نگرش فرد نسبت به حجاب سرمایه فرهنگی خانواده است. بوردیو کنش انسان‌ها را برخاسته از عادت‌واره آنها می‌داند. مفاهیم فضای اجتماعی و عادت‌واره، کلید فهم نظریات بوردیو است. او فضای اجتماعی را به جای طبقه قرار می‌دهد و بر این اساس، جایگاه فرد در فضای اجتماعی بر اساس میزان سرمایه کلی (اقتصادی و فرهنگی) و وزن هریک از این سرمایه‌ها تعیین می‌شود و به واسطه میزان و ساختار سرمایه‌شان، موضع‌گیری‌هایی را نسبت به جهان اطراف خود برمی‌گزیند که بیانگر علایق و سلیقه‌های آنهاست و هویت آنها بر اساس این موضع‌گیری‌ها شکل می‌گیرد و همین جاست که به عادت‌واره بوردیو برمی‌خوریم (بوردیو، ۱۳۸۰).

۹. عامل مؤثر دیگر، سبک زندگی افراد است. در این سبک می‌توان از مصارف انواع



کالاهای فرهنگی مادی و غیرمادی مانند ماهواره، سینما، اینترنت، فیلم‌های مبتذل و حتی سالم، مجلات و روزنامه‌ها و غیره نام برد (حمیدی، ۱۳۸۶).

۱۰. جریان فمینیستی که از ویژگی‌های زنانه دفاع می‌کند و آنها را برتر می‌داند، به دنبال جایگزینی شیوه‌های زنانه به جای شیوه‌های مردانه بوده است. این دیدگاه معتقد است زنان با استفاده از درک شهودی خاصی که دارند، می‌توانند دسترسی ویژه‌ای به هر جایگاهی داشته باشند؛ بنابراین، زنان به جای آنکه بکوشند وجهه‌های عقلانی به دست آورند تا شبیه مردان گردند، باید به استعدادهای نهفته خویش روی آورند و آنها را شکوفا سازند تا خودشان یعنی (زن) باشند. این دیدگاه، بر اصل پوشش آزاد نظر دارد و تنها به جنبه زیبایی‌شناختی و زیست‌شناختی حجاب تأکید دارد (بورک، ۱۳۷۹).

در نهایت باید گفت که افراد بر اساس اینکه بر اساس چه شیوه‌ای از تربیت جامعه‌پذیر شده‌اند، نگرش‌های متفاوتی به جهان پیرامون خود پیدا می‌کنند. برای نمونه، فردی که در خانواده مستبد که والدین تصمیم‌گیرنده اعمال او هستند، با فردی در خانواده دموکراتیک یا آزادمنشانه که در تصمیم‌گیری‌ها آزادتر است، ممکن است رعایت حجاب را متفاوت ببیند.



### پیشینه تحقیق

مطالعات در خصوص حجاب در ایران، عمدتاً به مباحث نظری پرداخته و در جهت بررسی تجربی آن کوشش اندکی شده است. معمولاً بیشتر تحقیقات تجربی نیز نقش عوامل اجتماعی اقتصادی یا مفاهیم کلی، همچون غرب و غربی شدن را به استخدام گرفته‌اند. روشن است که مطالعات در خارج نیز به دو بخش تقسیم می‌شود: نخست، مطالعاتی که از سوی محققان کشورهای مسلمان انجام شده که نسبت به این مسئله دارای دغدغه خاطر بوده‌اند و دوم، بخش کوچکی که به محققان جوامع غربی مربوط هستند. مهم‌ترین این پژوهش‌ها عبارتند از:

- رجالی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «نگرش دانشجویان دختر دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نسبت به حجاب و پوشش زنان و برخی عوامل مؤثر بر آن»، به این نتیجه رسیدند که ۱۹/۴ درصد از دانشجویان با حجاب موافق، ۱۹ درصد مخالف و ۶۱/۶ درصد نظر بینابینی داشتند. بین متغیرهایی مانند رشته تحصیلی دانشجویان، تعداد واحدهای گذرانده‌شده و وضعیت تأهل دانشجویان با نگرش آنها نسبت به حجاب و پوشش، رابطه آماری معنی‌داری دیده نشد. درحالی که رابطه بین ترم تحصیلی و وضعیت سکونت دانشجویان با نگرش آنها به حجاب معنی‌دار بود.



- حبیبی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی دیدگاه جوانان و میان‌سالان درباره حجاب برتر پرداخته است. یافته‌ها بیانگر وجود تفاوت معنی‌دار بین دیدگاه جوانان و میان‌سالان درباره ضرورت رعایت حجاب از سوی بانوان، میزان آشنایی با شرایط پوشش صحیح اسلامی و بهترین نوع پوشش برای بانوان بوده است.

- رجیبی (۱۳۸۹) در تحقیق خود که با عنوان «بررسی میزان رعایت حجاب برتر در دانشجویان و تأثیر آن بر شادکامی» به این نتیجه رسید که ۲۱/۱ درصد از دانشجویان دانشگاه‌های آزاد، پیام‌نور و دانشگاه محقق اردبیلی، حجاب برتر را رعایت می‌کنند، ۶۷ درصد دارای حجاب نسبی هستند و ۱۱/۹ درصد بدحجاب بوده‌اند.

- خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی که با عنوان «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی» که بر روی ۵۰۸ نفر از زنان و دختران شهر شیراز انجام شد، به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت معنی‌داری بین هویت مذهبی، سبک زندگی مذهبی با گرایش به حجاب وجود دارد. همچنین متغیرهای تصور از بدن، مدیریت بدن، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، فعالیت‌های ورزشی موسیقایی مدرن، سبک مشارکتی جدید و سبک‌های فراغتی جدید رابطه منفی با گرایش به حجاب داشته‌اند.

- مهتا<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن بر روی زنان مسلمان دهلی را در طول ۳۰ سال مؤثر دانسته است. یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده این واقعیت است که زنان مسلمان، مفروضات سنتی مصرف رسانه‌ای را کاملاً تغییر داده و سبک زندگی و الگوهای اندیشیده‌شده از خود را بازبینی کرده‌اند.

- بهویی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی در میان دختران بنگلادشی نشان دادند: دخترانی که لباس‌های سنتی و مذهبی را بر لباس‌های غربی ترجیح می‌دهند، کمتر مستعد مشکلات روانی در زندگی آینده هستند و این مسئله، اثرات بلندمدتی بر بهزیستی و شادکامی آنها دارد.

- شیرازی و میشر<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای نشان دادند که برای فهم نگاه زنان مسلمان نسبت به حجاب در غرب باید عوامل سیاسی، اجتماعی و تاریخی یک کشور، ماهیت مهاجرت آنها، ترکیب جمعیت‌شناختی گروه آنها و چگونگی تفسیر آنها از دنیوی شدن و شهروندی را بررسی کرد. مصاحبه عمیق با زنان مورد مطالعه نشان داد، درحالی‌که از روسری استفاده می‌کردند،

1. Mehta
2. Bhui et.al
3. Shirazi & Mishra

هیچ تمایلی برای استفاده از نقاب نداشتند بلکه برعکس در محیط امریکا آن را غیرضروری و نامناسب می‌دانستند. البته نظر کسانی که از نقاب استفاده می‌کردند را محترم می‌شمردند.

- خیابانی و ویلیامسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای نشان دادند که رسانه‌های بریتانیایی، معمولاً انواع حجاب رایج در بین زنان مسلمان را به صورت یکسان بازنمایی و حجاب را به عنوان مانعی برای ارتباطات معنی‌دار ارائه می‌کنند. از نظر آنها، زنان باحجاب به عنوان افرادی بی‌مقدار به شمار می‌آیند که در همانندشدن با جامعه میزبان شکست خورده‌اند و خطری مضاعف برای سبک‌های زندگی انگلیسی به شمار می‌روند.

- تارلو<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) در مطالعه خود در پی بررسی اهمیت لباس و پوشش به عنوان شاخصی آشکار از تمایز در شهر چندفرهنگی لندن بوده است. وی معتقد است که انتخاب حجاب از سوی زنان طبقه متوسط مسلمان، اغلب به عنوان کالا نگریسته می‌شود، نه به عنوان پس‌زمینه فرهنگی آنها. تارلو در تحقیق خود، پتانسیل انتقالی حجاب را بررسی کرده و معتقد است که حجاب، تأثیر معنی‌داری روی دیگران دارد.

با مروری بر مطالعات داخلی مشاهده شد که بیشتر این مطالعات، فاقد رویکردی علمی تجربی به مسئله حجاب بوده‌اند. همچنین برخی از این مطالعات نیز که در انجام تحقیقی علمی کوشیده‌اند، فاقد چهارچوبی منسجم برای مطالعه حجاب و گرایش به آن و مسائل مربوط به آن بوده‌اند. از سوی دیگر، اکثر مطالعات خارجی نیز با رویکردهایی جانب‌دارانه سعی در تاریک نشان‌دادن وضعیت و به بیانی سیاه‌نمایی داشته‌اند. در همین راستاست که حجاب را برگرفته از نظام‌های پدرسالاری، ظلم و ستم جنسیتی و مانند آن تلقی نموده‌اند؛ اما از آنجاکه در جامعه کنونی، رویکرد کلی نظام و بخش عمده‌ای از زنان، داشتن پوشش‌های متعارف و حجاب است، این نظریه‌ها با همه کاستی‌هایشان نمی‌توانند توضیح‌دهنده این پدیده باشند که چرا برخی از زنان در گروه‌های مختلف اجتماعی جمعیتی، تمایلی به رعایت حجاب ندارند.

## تعریف مفاهیم و اصطلاحات

### ۱. حجاب

یکی از مهم‌ترین مفاهیم دینی که بحث از آن همواره مورد توجه محافل مختلف فرهنگی،

1. Khiabany & Williamson
2. Tarlo





اجتماعی و حتی سیاسی ما بوده است، مفهوم حجاب است. کلمه حجاب، مصدر از ریشه (ح ج ب) است که اهل لغت، تعاریف مختلفی برای آن ذکر کرده‌اند. برخی گفته‌اند: «الحجاب ما حجب به شی» و نیز «الحجاب کل ما حال بین شیئین» (مطهری، ۱۳۷۰). هر آنچه میان دو چیز حائل شود، حجاب است. برخی نیز این واژه را کمی دقیق‌تر تعریف کرده‌اند: «الحجاب هو الحائل الحاجز المانع عن تلافی شیئین أو أثرهما، سواء كانا مادیین أو معنویین أو مختلفین، و سواء كان الحاجب مادياً أو معنوياً». از این منظر حجاب، حائل میان دو چیز است که مانع تلاقی آن دو بر هم می‌شود. حال، این دو چیز می‌توانند مادی باشند یا معنوی یا اینکه یکی مادی و دیگری معنوی. آن مانع هم می‌تواند مادی باشد یا معنوی (مطهری، ۱۳۶۶).

## ۲. فمینیسم

واژه فمینیسم از ریشه Feminine گرفته شده است که در فرانسوی و آلمانی معادل Feminin به معنای زن یا جنس مؤنث است. این لغت، از اوایل قرن نوزدهم به عنوان اصطلاحی عام برای آنچه در اروپا و آمریکا با عنوان جنس زنان معروف بود، اطلاق شد. می‌توان از فمینیسم به خاطر گرایش‌ها و نظریات مختلف و متنوعی که در خود جای داده، به عنوان مکتب یاد کرد. با این طرز تلقی که باید از حقوق برجای مانده زنان دفاع کرد. با تأمل در جریان هویت‌سازی نگرش فمینیستی، معلوم شده است که گفتمان فمینیسم به روندی فعال تبدیل شده است (افتخاری، ۱۳۷۹).

## ۳. گرایش

اصطلاح گرایش از نظر روان‌شناسان معانی متفاوتی دارد. گرایش، بیشتر به جنبه‌های ذهنی و روانی فرد اطلاق می‌شود. هر چند آمادگی برای عمل با پاسخ‌دادن به یک محرک در فرد وجود دارد. از جمله تعاریف مشخص برای این مفهوم می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: گرایش به ترکیبی از شناخت‌ها، احساس‌ها و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معین را گرایش نسبت به آن چیز می‌گویند یا گرایش یک حالت روانی و عصبی آمادگی است که از طریق تجربه سازمان‌یافته و تأثیری هدایتی بر پاسخ‌های فرد در برابر کلیه اشیا یا موقعیت‌ها که به فرد مربوط می‌شود، دارد (کریمی، ۱۳۷۳: ۲۹۵).

تعریف عملیاتی مفاهیم و متغیر وابسته (گرایش به حجاب) و متغیرهای مستقل به طور خلاصه به شرح زیر است:



## ۱. گرایش به حجاب و فمینیسم:

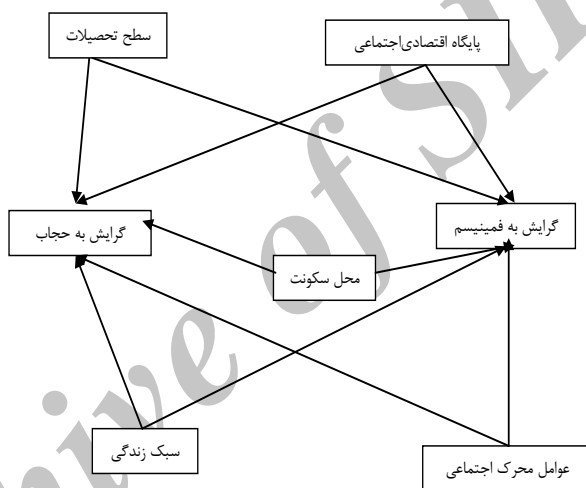
جدول شماره ۱. مؤلفه‌های سنجش گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم

مؤلفه‌های گرایش به فمینیسم	مؤلفه‌های گرایش به حجاب
تساوی حقوق زن و مرد	چادر، مانتو، مقنعه
تشابه حقوق زن و مرد	پوشش غیر چسبان
لزوم تصویب قانون سقط جنین	مانتو، مقنعه
آزادی در روابط خانوادگی	چادر، چادر مقنعه بدون آرایش
پوشش و آرایش مردانه زنان	مانتو و شلوار کوتاه
لزوم کار زنان در بیرون از منزل	پوشش نازک و چسبان
لزوم تجلی ارزش‌های زنانه در جامعه	پوشش همراه با آرایش غلیظ
مدیریت زنان در مشاغل عالی	پوشش سر با شال و کلاه
تحصیلات عالی زنان	مانتو، روسری با آرایش غلیظ
برتری جنس زن نسبت به مرد	آرایش غلیظ همراه با لاک ناخن
داشتن حق طلاق برای زن	پوشش راحت در حضور مردان



۱. محل سکونت: برای تعریف عملیاتی محل سکونت از شاخص شهر و روستا استفاده می‌شود.
۲. سطح تحصیلات: میزان تحصیلات فرد نمونه به سال.
۳. پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده فرد: چون دانشجویان دارای شغل و درآمد نیستند، بنابراین مجبور شدیم که پایگاه والدین آنها را محاسبه کنیم که شاخص‌های آن عبارت است از: الف) شغل: عبارت است از فعالیتی که افراد در طول زندگی انجام می‌دهند. این فعالیت، منبع درآمد آنها به حساب آمده و از این طریق امرار معاش می‌کنند که در طول این پژوهش، با پرسش مستقیم به صورت سؤال باز و سطح سنجش اسمی سنجیده شده است. ب) درآمد: مجموع مبالغ دریافتی نقدی که افراد ماهیانه از بابت فعالیت در شغلی معین به دست می‌آورند. ج) تحصیلات: مجموعه سال‌هایی که طی آن افراد در پی آموزش رسمی بوده و مدرک تحصیلی کسب کرده‌اند که در این پژوهش با سؤال مستقیم و در سطح سنجش فاصله‌ای سنجیده شده است.
۴. عوامل محرک اجتماعی که شامل ماهواره، اینترنت، فیلم‌های مبتذل، رواج فرهنگ غربی، اوقات فراغت آسیب‌زا، دوستان ناباب، شکاف نسلی، روابط اجتماعی باز، مدگرایی و قانون‌گریزی است.

۵. سبک زندگی که الگوی منسجمی از رفتارهای فردی و جمعی است که در عرصه خاصی از زندگی به صورت نمادی بروز می‌کند. بر حول محورهای مصرف، اصول، ارزشی و زیباشناختی یا مجموعه‌ای از عوامل بیرونی سن، درآمد، جنسیت یا حتی جغرافیا انسجام ابد و مستلزم عنصر انتخاب از میان عناصر متنوع و گوناگون ناشی از دنیای جدید و مدرنیته است. در این تحقیق، بیشتر بر مصارف کالاهای فرهنگی در زمینه‌های پوشش و آرایش تأکید شده است.



نمودار شماره ۱. مدل تحلیلی پژوهش

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش پیمایشی انجام شده است و طی آن، به بررسی موضوع از نگاه دانشجویان دختر دانشگاه مازندران پرداخته شده است. اطلاعات با استفاده از ابزار پرسش‌نامه و به طریق مصاحبه حضوری با پاسخ‌گویان جمع‌آوری شده است.

جامعه مورد مطالعه این پژوهش، همه دانشجویان دختر مشغول به تحصیل در دانشگاه مازندران در نیم‌سال دوم سال تحصیلی ۹۰-۸۹ است که تعداد آنها ۱۳۰۰۰ نفر بوده است. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران و با در نظر گرفتن درجه اطمینان ۰,۰۵ به تعداد ۵۶۰ نفر رسیده است. شیوه نمونه‌گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است.



ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق‌ساخته بوده است که اعتبار آن از نوع صوری و با قضاوت اساتید خبره جامعه‌شناسی تأیید شد. روایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به شرح جدول زیر است:

جدول شماره ۲. ضرایب آلفای کرونباخ نهایی مقیاس‌ها

ردیف	ابعاد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ در مطالعه نهایی
۱	گرایش به حجاب	۱۱	۰/۶۹
۲	گرایش به فمینیسم	۱۱	۰/۸۱
۳	عوامل محرک	۱۲	۰/۸۱
۴	سبک زندگی	۷	۰/۸۵
۵	کل پرسش‌نامه	۶۹	۰/۷۴

نتایج این آزمون حاکی از آن است که سؤالات پرسش‌نامه برای سنجش متغیرهای مورد نظر مناسب است و از روایی لازم برخوردار است.

### یافته‌های پژوهش

#### تحلیل توصیفی

#### میزان گرایش به حجاب

نتایج تحقیق نشان می‌دهد از میان ۵۶۰ دانشجوی، ۴۱۶ نفر (۷۴/۳ درصد) در مجموع، با حجاب فردی در جامعه موافقت کامل داشتند، ۱۰۸ نفر (۱۹/۳ درصد) به حجاب اعتقاد نداشتند و با رعایت آن در جامعه مخالف بودند و ۳۵ نفر (۶/۳ درصد) تا حدودی با اصل رعایت حجاب در جامعه موافق بودند. بر اساس نتایج تحقیق، ۵۸ نفر (۱۰/۴ درصد) از پاسخ‌گویان دارای گرایش به حجاب در حد کم و بسیار کم بودند، ۲۸۳ نفر (۵۰/۵ درصد) گرایش متوسط نسبت به حجاب داشتند. ۲۱۹ نفر (۳۹/۱ درصد) گرایش زیادی به استفاده از حجاب در جامعه داشتند.

یافته‌های تحقیق مبین این مسئله است که ۲۱ نفر (۳/۸ درصد) از پاسخ‌گویان دارای گرایش به فمینیسم در حد کم و بسیار کم بودند. ۴۶۴ نفر (۸۲/۹ درصد) گرایش متوسط و ۷۵ نفر (۱۳/۴ درصد) از آنها گرایش زیاد و بسیار زیاد به فمینیسم داشتند. این نتیجه نشان می‌دهد که دانشجویان مورد مطالعه از یک‌طرف، دارای گرایش به حجاب هستند و از سوی دیگر، تمایل به فمینیسم هم دارند؛ به نحوی که حدود ۹۰ درصد از آنها به این پدیده گرایش متوسط به بالا نشان دادند. سؤال این است که اولاً چرا این همه تعارض وجود دارد؟ و ثانیاً دلایل این تعارض کدامند؟



## عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم

### ۱. محل سکونت

جدول شماره ۳. آزمون تفاوت میانگین گرایش به حجاب بر حسب نوع محل سکونت

متغیر وابسته	متغیر مستقل	مقوله‌ها	میانگین	میزان t	سطح معنی داری (sig)
میزان گرایش به حجاب	محل سکونت	شهر	۳۸/۲۱	۴/۷۶	۰/۰۰۰
		روستا	۴۲/۳		
میزان گرایش به فمینیسم	محل سکونت	شهر	۴۶/۲	۲/۳۵	۰/۰۱
		روستا	۴۴/۱۲		

نتایج نشان می‌دهد میانگین گرایش به حجاب در میان دانشجویان ساکن در روستا بالاتر است. بر اساس نتایج آزمون t نمونه‌های مستقل، تفاوت مشاهده شده از نظر آماری معنی دار است.  $(P-Value=0/000)$  است. میانگین گرایش به فمینیسم نیز در میان دانشجویان ساکن در شهر بالاتر است. بر اساس نتایج آزمون t تفاوت مشاهده شده در فاصله اطمینان ۹۵ درصد و ۵ درصد احتمال خطا از نظر آماری معنی دار است  $(P-Value=0/01)$ . این یافته ممکن است ناشی از نمونه‌گیری باشد.

### ۲. پایگاه اقتصادی اجتماعی

جدول شماره ۴. آزمون تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) برای بررسی تفاوت میزان گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم بر حسب نوع پایگاه اقتصادی اجتماعی

متغیر وابسته	متغیر مستقل	مقوله‌ها	میانگین	F	sig
میزان گرایش به حجاب	پایگاه اقتصادی اجتماعی	پایین	۴۴/۱۲	۱۱/۲۷	۰/۰۰۰
		متوسط	۳۹/۹۳		
		بالا	۳۴		
میزان گرایش به فمینیسم	پایگاه اقتصادی اجتماعی	پایین	۴۵/۴۴	۶/۹	۰/۰۰۱
		متوسط	۴۸/۰۴		
		بالا	۵۴		



نتایج به دست آمده از جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که با افزایش پایگاه اقتصادی اجتماعی، میزان گرایش به حجاب کاهش می‌یابد. بر اساس آزمون تحلیل واریانس یک طرفه، تفاوت مشاهده شده از نظر آماری معنی‌دار ( $P\text{-Value}=0/000$ ) بوده است. رابطه معکوس در زمینه گرایش به فمینیسم مشاهده شده است؛ به نحوی که بیشترین میزان گرایش به فمینیسم در پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا مشاهده شده است. این تفاوت از نظر آماری معنی‌دار ( $P\text{-Value}=0/001$ ) مشاهده شده است.

### ۳. سبک زندگی

جدول شماره ۵. آزمون رابطه بین سبک زندگی با گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم

sig	value	آزمون	متغیرهای تحقیق
۰/۰۱	۰/۱۴۵	Gamma	گرایش به حجاب
۰/۰۱	۰/۱۴۵	Gamma	گرایش به فمینیسم

نتایج جدول شماره ۵، حاکی از تأیید رابطه معنی‌دار بین سبک زندگی و گرایش به حجاب ( $P\text{-Value}=0/01$ ) و گرایش به فمینیسم ( $P\text{-Value}=0/01$ ) است.

### ۴. عوامل محرک بیرونی

جدول شماره ۶. آزمون رابطه بین عوامل محرک بیرونی با گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم

sig	value	آزمون	متغیرهای تحقیق
۰/۰۰۰	۰/۵۶	Kendalls-tau-b	گرایش به حجاب
۰/۰۰۰	-۰/۱۹	Kendalls-tau-b	گرایش به فمینیسم

نتایج تحقیق نشان می‌دهد رابطه معنی‌دار بین عوامل محرک بیرونی و گرایش به حجاب ( $P\text{-Value}=0/000$ ) و گرایش به فمینیسم ( $P\text{-Value}=0/000$ ) وجود دارد.

### ۵. سطح تحصیلات

جدول شماره ۷. آزمون رابطه بین سطح تحصیلات با گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم

sig	value	آزمون	متغیرهای تحقیق
۰/۷۲	۰/۰۲	Gamma	گرایش به حجاب
۰/۰۴	۰/۰۸	Gamma	گرایش به فمینیسم



نتایج تحقیق نشان می‌دهد سطح تحصیلات، رابطه معنی‌داری با گرایش به حجاب ندارد (P-Value=0/72). در مقابل رابطه این متغیر با گرایش به فمینیسم معنی‌دار مشاهده شده است (P-Value=0/04).

### رابطه بین گرایش به فمینیسم و گرایش به حجاب

برای بررسی رابطه بین گرایش به فمینیسم و گرایش به حجاب، از آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون استفاده شده است. نتیجه این آزمون هم‌بستگی قوی، معکوس و معنی‌دار بین این دو متغیر را نشان می‌دهد ( $r = -0/551$ ). به عبارت دیگر، بر اساس نتایج تحقیق، هرچه گرایش به فمینیسم بیشتر باشد، احتمالاً گرایش به حجاب کاهش خواهد یافت (و بالعکس) (P-Value=0/000).

جدول شماره ۸. آزمون رابطه بین گرایش به فمینیسم و گرایش به حجاب

متغیرها	هم‌بستگی r	سطح معنای داری sig
گرایش به حجاب و گرایش به فمینیسم	-۰/۵۵۱	۰/۰۰۰
r ضریب هم‌بستگی پیرسون دامنه تغییرات: $-1 \leq r \leq +1$		

### تحلیل چندمتغیره تأثیر متغیرهای مستقل بر گرایش به حجاب

در این پژوهش، برای تعیین اثر متغیرهای مستقل از روش رگرسیون چندمتغیره جبری (هم‌زمان)<sup>۱</sup> استفاده شده است. متغیرهای مستقل شش‌گانه گرایش به فمینیسم، سبک زندگی، عوامل محرک بیرونی، محل سکونت و پایگاه اجتماعی اقتصادی و سطح تحصیلات با انتخاب روش هم‌زمان وارد معادله شده‌اند. جداول ۷ و ۸، مدل خلاصه شده تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهند.

جدول شماره ۹. خلاصه مدل رگرسیون چندمتغیره گرایش به حجاب

R	R-square	Adjusted Rsquare	F	Sig
۰/۵۸	۰/۳۳	۰/۳۲	۶۸/۱۹	۰/۰۰۰

1. Enter



جدول شماره ۱۰. ضرایب تأثیر مدل تبیین کننده گرایش به حجاب

Sig	T	Beta	B	Model
۰/۰۰۱	۳/۴۴	-۰/۳۴	-۰/۴۰	گرایش به فمینیسم
۰/۰۰۰	-۹/۶۰	۰/۳۳	۰/۲۰	عوامل محرک بیرونی
۰/۰۰۰	۹/۶۶	-۰/۱۲	-۰/۳۲	پایگاه اقتصادی اجتماعی
۰/۰۳	۲/۰۸	۰/۰۷	۰/۶	سبک زندگی
۰/۰۵	۱/۹۱	۰/۰۶	۱/۷۱	محل سکونت
۰/۲	۱/۰۶	۰/۰۳	۰/۱۸	سطح تحصیلات

داده‌های جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که ضریب هم‌بستگی چندگانه، معادل ۰/۵۷ محاسبه شده که بیانگر این مطلب است که شش متغیر گرایش به فمینیسم، سبک زندگی، عوامل محرک بیرونی، محل سکونت، پایگاه اجتماعی اقتصادی و سطح تحصیلات، هم‌زمان ۰/۵۸ با گرایش به حجاب دانشجویان ارتباط و هم‌بستگی دارند. ضریب تعیین، معادل ۰/۳۳ محاسبه شده است، یعنی حدود ۳۳ درصد از تغییرات میزان گرایش به حجاب از طریق متغیرهای پنج‌گانه مذکور توضیح داده می‌شود و ۶۷ درصد باقی مانده، متعلق به عوامل دیگری است که خارج از این بررسی هستند. برای تشخیص اینکه سهم کدام یک از متغیرهای مستقل در تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته، یعنی گرایش به حجاب بیشتر است و سهم کدام یک کمتر، باید به جدول رگرسیونی مراجعه شود. در جدول معادله رگرسیون، اهمیت نسبی هر متغیر مستقل در توضیح تغییرات وابسته با مشاهده مقدار ضرایب یا وزن‌های رگرسیونی به دست می‌آید. علامت منفی وزن‌های رگرسیون اعم از ضرایب خام یا غیراستاندارد و ضرایب استاندارد نشان‌دهنده تأثیر منفی و معکوس متغیرهای مستقل بر گرایش به حجاب پاسخ‌گویان است. جداول رگرسیونی نشان می‌دهد که همه متغیرهای مستقل مورد بررسی معنی‌دار بوده و هر یک از آنها دارای وزن‌های متفاوتی هستند. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد که متغیر گرایش به فمینیسم با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (-۰/۳۴)، قوی‌ترین پیش‌بینی کننده گرایش به حجاب است که نسبت به ۳ متغیر دیگر مؤثرترین متغیر محسوب می‌شود. در مرتبه دوم، متغیر عوامل محرک بیرونی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۳۳) قرار دارد که نسبت به دو متغیر دیگر قدرت پیش‌بینی بیشتری دارد. در مرتبه سوم، متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی قرار دارد که با ضریب استاندارد رگرسیونی (-۰/۱۲) نسبت به متغیر دیگر





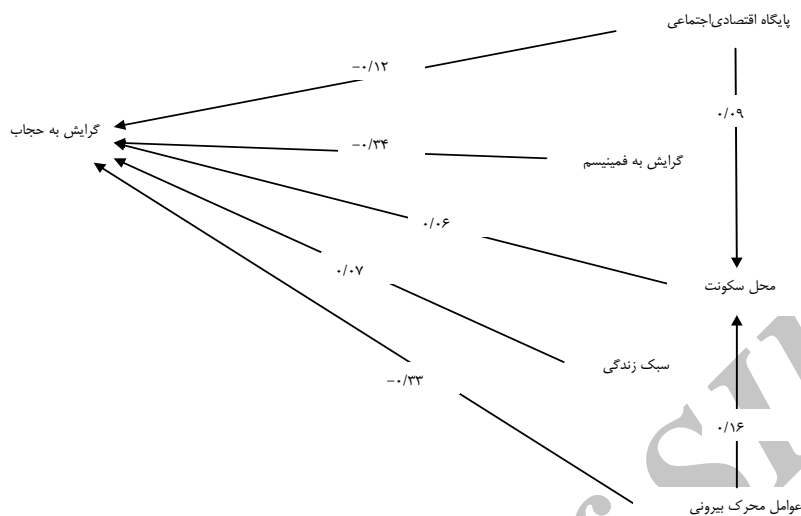
دارای قدرت تبیین بیشتری است. در مرتبه چهارم، متغیر سبک زندگی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۰۷) قرار دارد. در رتبه پنجم، متغیر محل سکونت با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی (۰/۰۶) قرار دارد که دارای قدرت پیش‌بینی کمتری بین ۵ متغیر مستقل فوق در مدل بوده است. ضمن اینکه متغیر سطح تحصیلات با ضریب تأثیر (۰/۰۳) دارای کمترین تأثیر بوده است و چون رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته نداشت، از مدل خارج شد.

جدول شماره ۱۱. آثار مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مدل تحلیلی بر روی گرایش به حجاب

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کلی
گرایش به فمینیسم	-۰/۳۴	۰	۰/۳۴
عوامل محرک بیرونی	-۰/۳۳	۰/۰۵	-۰/۲۸
پایگاه اجتماعی اقتصادی	-۰/۱۲	-۰/۰۳	-۰/۱۲
سبک زندگی	۰/۰۷	۰	۰/۰۷
محل سکونت	۰/۰۶	۰/۰۲	۰/۰۶

جدول شماره ۱۱ نشان‌دهنده تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل متغیرهای الگوی تحلیلی تحقیق است. با توجه به داده‌های جدول فوق و بر اساس استناد به آثار مستقیم متغیرها، متغیر گرایش به فمینیسم (-۰/۳۴) قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به حجاب است. بعد از متغیر گرایش به فمینیسم، به ترتیب متغیرهای عوامل محرک بیرونی (۰/۳۳)، پایگاه اجتماعی اقتصادی (-۰/۱۵)، سبک زندگی (۰/۰۷) و محل سکونت (۰/۰۶) بیشترین تأثیر را بر روی گرایش به حجاب داشته‌اند. بر اساس استناد به آثار غیرمستقیم، متغیر عوامل محرک بیرونی به دلیل تأثیر بر روی سه متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی، گرایش به فمینیسم و محل سکونت با ضریب مسیر (۰/۰۵) مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به حجاب است و متغیرهای پایگاه اجتماعی اقتصادی (-۰/۰۳)، محل سکونت (۰/۰۲) به ترتیب دارای کمترین تأثیر بر روی گرایش به حجاب بوده‌اند. بر اساس بررسی تأثیرات کلی متغیرهای الگوی تحلیلی تحقیق بر روی متغیر وابسته، متغیر گرایش به فمینیسم با ضریب تأثیر (۰/۳۴)، مهم‌ترین و قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به حجاب است (مانند اثر مستقیم) و متغیرهای عوامل محرک بیرونی، پایگاه اجتماعی اقتصادی و محل سکونت به ترتیب در رده‌های بعدی اثرگذاری بر متغیر وابسته تحقیق قرار دارند. مدل تحلیلی این تحقیق می‌تواند ۳۳ درصد از تغییرات گرایش به حجاب را در جامعه آماری تحقیق تبیین کند. مدل اصلاح‌شده تحقیق به صورت زیر است:





شکل شماره ۲. مدل تحلیلی نهایی تحقیق

## نتیجه گیری

مسئله حجاب در واقع در بستری از روابط اجتماعی شکل می گیرد که در آن، چهارچوب مسائل زنان دارای ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و همچنین مؤلفه های مذهبی معنوی، منزلتی، شخصیتی و رفتاری است که از پارادایم و منظرهای مختلفی قابل بررسی است. در این تحقیق سعی شده است که به این سؤال پاسخ داده شود که عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانشجویان دختر نسبت به حجاب کدامند؟ همچنین بر اساس مدل تحلیلی، ۶ متغیر گرایش به فمینیسم، پایگاه اجتماعی اقتصادی، سبک زندگی، محل سکونت، سطح تحصیلات و عوامل محرک اجتماعی به عنوان متغیر مستقل مؤثر بر گرایش به حجاب در نظر گرفته شد. یافته های تحقیق نشان می دهد که فرضیات تحقیق تأیید شده است. به این صورت که بین متغیرهای گرایش به فمینیسم، عوامل محرک بیرونی، محل سکونت، پایگاه اجتماعی اقتصادی و سبک زندگی و گرایش به حجاب رابطه معنی داری وجود داشته است و تنها متغیر سطح تحصیلات بوده که رابطه معنی داری با متغیر وابسته نداشته است. در طرف دیگر، از بین عوامل مؤثر بر گرایش به فمینیسم، دو متغیر عوامل محرک بیرونی و پایگاه اقتصادی اجتماعی دارای رابطه معنی دار با گرایش به فمینیسم بودند و بقیه متغیرها نیز چنین رابطه ای را نشان دادند. داده ها نشان می دهند که ۶ متغیر گرایش به فمینیسم، سبک زندگی، عوامل محرک بیرونی، محل سکونت، سطح



تحصیلات و پایگاه اجتماعی اقتصادی، هم‌زمان ۰/۵۸ با گرایش به حجاب دانشجویان، ارتباط و هم‌بستگی دارند. ضریب تعیین، معادل ۰/۳۳ محاسبه شده است، یعنی حدود ۳۳ درصد از تغییرات میزان گرایش به حجاب از طریق متغیرهای پنج‌گانه مذکور توضیح داده می‌شود و ۶۷ درصد باقی‌مانده متعلق به عوامل دیگری است که خارج از این بررسی هستند. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل متغیرهای الگوی تحلیلی تحقیق است. با توجه به داده‌ها و براساس استناد به آثار مستقیم متغیرها، متغیر گرایش به فمینیسم (۰/۳۴-) قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به حجاب است. بعد از متغیر گرایش به فمینیسم به ترتیب متغیرهای عوامل محرک بیرونی (۰/۳۳)، پایگاه اجتماعی (۰/۱۲-)، سبک زندگی (۰/۰۷)، محل سکونت (۰/۰۶) بیشترین تأثیر را بر روی گرایش به حجاب داشته‌اند. بر اساس استناد به آثار غیرمستقیم، متغیر عوامل محرک بیرونی به دلیل تأثیر بر روی سه متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی، گرایش به فمینیسم و محل سکونت با ضریب مسیر (۰/۰۵) مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به حجاب است و متغیرهای پایگاه اجتماعی اقتصادی (۰/۰۳-)، محل سکونت (۰/۰۲) و سبک زندگی (۰) به ترتیب دارای کمترین تأثیر بر روی گرایش به حجاب بوده‌اند. بر اساس بررسی تأثیرات کلی متغیرهای الگوی تحلیلی تحقیق بر روی متغیر وابسته، متغیر گرایش به فمینیسم با ضریب تأثیر (۰/۳۴) مهم‌ترین و قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده گرایش به حجاب است (مانند اثر مستقیم) و متغیرهای عوامل محرک بیرونی، پایگاه اجتماعی اقتصادی، سبک زندگی و محل سکونت به ترتیب در رده‌های بعدی اثرگذاری بر متغیر وابسته تحقیق قرار دارند. مدل تحلیلی این تحقیق می‌تواند ۳۳ درصد از تغییرات گرایش به حجاب را در جامعه آماری تحقیق توضیح دهد و باقی‌مانده آن را متغیرهای دیگری تبیین می‌کنند که در این تحقیق بررسی نشده‌اند. همچنین در تبیین گرایش به فمینیسم باید گفت که ضریب هم‌بستگی چندگانه به مقدار (۰/۲۳) به این معنی است که متغیرهای پایگاه اجتماعی اقتصادی و عوامل محرک بیرونی، هم‌زمان ۰/۲۳ با گرایش به فمینیسم هم‌بستگی دارند. ضریب تعیین به مقدار (۰/۰۵) نیز دلالت بر این دارد که تنها ۵ درصد از تغییرات گرایش به فمینیسم با متغیرهای پایگاه اجتماعی اقتصادی و محرک‌های بیرونی توضیح داده می‌شود. متغیر عوامل محرک بیرونی تأثیر بیشتر از سه متغیر دیگر می‌تواند گرایش به فمینیسم را تبیین کند.



## کتابنامه

احمدی، خدابخش؛ زهرا بیگدلی؛ آزاده مرادی؛ فتح‌الله سیداسماعیلی (۱۳۸۹)، «رابطه بین باور به حجاب و آسیب‌پذیری فردی، خانوادگی و اجتماعی»، *مجله علوم رفتاری*، دوره ۴، شماره ۲.

افتخاری، اصغر (۱۳۷۹)، «قدرت، جنسیت و شأن اجتماعی و سیاسی زن»، *کتاب نقد*، شماره ۱۷، صص ۱۷۵-۱۵۰.

بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰)، *نظریه کنش: دلایلی عملی و انتخاب عقلانی*، مترجم: مرتضی مردیها، تهران: دانشگاه تهران.

بورک، رابرت (۱۳۷۹)، *نقش فمینیسم افراطی در افول امریکا*، مترجم: الهه هاشمی، تهران: حکمت.

جعفری، علیرضا (۱۳۸۱)، «بررسی جامعه‌شناختی مدگرایی دانش‌آموزان پایه‌های دوم و سوم دبیرستان‌های پسرانه شهر کرمان»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*.

چلبی، مسعود (۱۳۷۳)، «تحلیل شبکه در جامعه‌شناسی»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۶ و ۵.

حبیبی، مهدی (۱۳۸۹)، «بررسی دیدگاه جوانان و میان‌سالان راجع به حجاب برتر»، *مجله علوم رفتاری*، سال ۴، شماره ۱.

حمیدی، نفیسه (۱۳۸۶)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال ۱، شماره ۱، صص ۹۲-۶۵.

خواجه‌نوری، بیژن؛ علی روحانی؛ سمیه هاشمی (۱۳۹۱)، «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۳، شماره ۳.

رجالی، مه‌ری؛ مهناز مستأجران؛ مه‌ران لطفی (۱۳۹۱)، «نگرش دانشجویان دختر دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نسبت به حجاب و پوشش زنان و برخی عوامل مؤثر بر آن»، *مجله تحقیقات نظام سلامت*، سال ۸، شماره ۳.

رجبی، سوران (۱۳۷۹)، *زنان و فمینیسم*، تهران: دانش و اندیشه.

رجبی، سوران (۱۳۸۹)، «بررسی میزان رعایت حجاب برتر در دانشجویان و تأثیر آن بر شادکامی»، *دوفصلنامه علمی‌ترویجی بانوان شیعه*، سال ۷، شماره ۲۵.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶)، *توسعه و تضاد*، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸)، «تغییر ارزش‌ها در آئینه سینما و مطبوعات»، *فصلنامه‌نامه پژوهش*، سال ۴، پاییز و زمستان.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸)، *آنومی یا آشفتگی اجتماعی*، تهران: سروش.

علاسوند، فریبا (۱۳۸۶)، *ماهنامه خردنامه همشهری*، شماره ۱۶.

کرلینجر، فرد، ان (۱۳۷۶)، *مبانی پژوهش در علوم رفتاری*، جلد دوم، مترجم: حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند، تهران: آوای نور.

کریمی، یوسف (۱۳۷۲)، *روان‌شناسی اجتماعی*، تهران: نی.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۲۸

دوره پنجم  
شماره ۳  
پاییز ۱۳۹۱

کوزر، لوئیس (۱۳۷۲)، *اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، تهران: آگه.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، *تجدد و تشخیص*، مترجم: ناصر موفقیان، تهران: نی.

محبوبی‌منش، حسین (۱۳۸۶)، «تحلیل اجتماعی مسئله حجاب»، *کتاب زنان*، سال ۱۰، شماره ۳۸.

مطهری، مرتضی (۱۳۶۶)، *مسئله حجاب*، تهران: صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۷۰)، *پاسخ استاد و بررسی به مسئله حجاب*، تهران: صدرا.

ممتاز، فریده (۱۳۸۱)، *جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی*، تهران: نی.

واتسون، هلن (۱۳۸۲)، «زنان و حجاب»، مترجم: مرتضی بحرانی، *فصلنامه کتاب زنان*، سال ۵، شماره ۲۰.

هومنز، جورج (۱۹۷۶)، *نظریه‌های تباد و نقش آن در زندگی*، آکسفورد.

یزدخواستی، بهجت (۱۳۸۶)، *حجاب زنان با رویکرد جامعه‌شناختی*، *مطالعات راهبردی زنان* (کتاب زنان)، تابستان ۱۰، ۳۸ (معارف اسلامی): ۳۷-۶۱.

Bhui K.; Khatib Y. et al (2008), "Cultural identity, clothing and common mental disorder: A prospective school-based study of white British and Bangladeshi adolescents", *Epidemiol Community Health*, 62 (5): 435-41.

Hoodfar, H. (2001), "The veil in their minds and on our heads: the persistence of colonial images of Muslim women", in *women, gender, religion: a reader*, by Elizabeth A. Castelli with Rosamond C. Rodman, New York, Palgrave Publishing, 2001, pages 420- 446.

Khiabany, Gh. and Milly Williamson (2008), "Veiled bodies naked racism: culture, politics and race in the Sun", *Race Class*, Vol. 50, No. 2, PP: 69-88.

Kilic, S., Sahrso, S. & B. Sauer (2008), *Introduction: The Veil: Debating Citizenship, Gender and Religious Diversity*, pp. 397-410

Lewis, R. (2007), "Veils and Sales: Muslims and the Spaces of Postcolonial Fashion Retail", *Fashion Theory*, Vol. 11, Issue 4, pp. 423-442.

Mehta, Sh. (2010), "Commodity Culture and Porous Socio-Religious Boundaries: Muslim Women in Delhi", *South Asia Research*, Vol. 30, No.1, PP: 1-24.

Shirazi, F. and Mishra Smeeta (2010), "Young Muslim women on the face veil (niqab): A tool of resistance in Europe but rejected in the United States", *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 13, No. 1, pp. 43-62.

Tarlo, E. (2007), "Hijab in London: Metamorphosis, Resonance and Effects", *Journal of Material Culture*, Vol. 12, No. 2, pp. 131-156.

