

بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان)

جابر مولایی*^۱، شهلا یوسف‌وند^۲

چکیده

عدم گرایش به حجاب مناسب و منطبق با هنجارهای اسلامی، از مهم‌ترین مسایل امروزی جوامع اسلامی است و رعایت موازین اسلامی و پوشش مناسب یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کنونی جامعه ما است. این پژوهش با رویکردی جامعه‌شناختی، گرایش دانشجویان دختر را نسبت به حجاب بررسی می‌کند. داده‌های این پژوهش با روش پیمایشی از نمونه‌ای با حجم ۲۵۱ نفر از جمعیت ۷۱۹ نفری دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان جمع‌آوری شده است. روش نمونه‌گیری مطالعه مزبور تصادفی طبقه‌ای بوده است. نتایج بررسی نشان داد که بین استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی، تصور از بدن، اعتقادات دینی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد. ۶۵ درصد از تغییرات گرایش به حجاب را تبیین کرده‌اند. در نهایت نتایج پژوهش نشان داد که گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان، متوسط روبه بالا است.

واژه‌های کلیدی: جامعه‌شناختی، دانشجویان دختر پیام نور آبدانان، حجاب

^۱ - مربی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور

^۲ - کارشناس ارشد تاریخ اسلام از دانشگاه تربیت مدرس تهران

* - نویسنده مسوول مقاله: jabermolaii@gmail.com

مقدمه

واژه حجاب دارای معانی مختلفی از قبیل: پوشش زن، پوشیدن، پرده، مانع و غیره است. حجاب اختصاص به دین اسلام ندارد و مورد توجه سایر ادیان الهی نیز بوده است. به عقیده بعضی از صاحب نظران گسترش بدحجابی و بی‌حجاب در بین نسل جوان می‌تواند عوارض و پیامدهای متعددی داشته باشد مانند: گسترش فساد و فحشاء، اضمحلال کانون خانواده، پیامدهای روانی، مانند: عقده مند کردن مردان و سقوط شخصیت، پیامدهای فرهنگی نظیر: بدآموزی، تخریب فرهنگ ملی و اسلامی، تغییر گروه‌های مرجع و ... (Mohamadi, 2005, p48). شواهد نشان دهنده‌ی آن است که در دنیای پیشامدرن، مشکل و مساله خاصی نسبت به حجاب وجود نداشته است؛ یعنی حجاب به عنوان مساله‌ای اجتماعی که محلی برای مباحثه و بحث و نظر باشد، مطرح نبوده است اما با ورود مدرنیته تغییرات سریع و بی-سابقه‌ای جهان را فرا گرفت، به گونه‌ای که هیچ قلمروی بدون تاثیر نماند. خاور میانه و کشورهای مسلمان هم بی‌تردید با این تغییرات مواجه شدند. با ورود مدرنیته و گذار از سنت به دنیای مدرن، آنچه برای بسیاری بدیهی می‌نماید، این موضوع است که تنها خط سیر مشخص برای تغییر و تحول از آنچه سنت به مدرن خوانده می‌شود، وجود ندارد، بلکه یک رشته گسیختگی‌ها و دگر دیسی‌هاست که می‌تواند نهادهای جدید را شکل دهد (Hapourd, 2001, p13). عدم گرایش به حجاب مناسب و منطبق با هنجارهای اسلامی، از مهم‌ترین مسایل امروزی جوامع اسلامی است و رعایت موازین اسلامی و پوشش مناسب یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کنونی جامعه ما است. حجاب زنان، زمینه را برای سلامت آنها و جامعه به همراه دارد و از کجروی، ناپهنجاری و روان پریشی در جامعه جلوگیری می‌کند (Tayebinia & Ahmadi, 2013, p47). در واقع عفاف و حجاب، تضمین کننده امنیت و آرامش زنان در تعاملات اجتماعی و ایجاد کننده‌ی جامعه‌ای سالم و متعادل است. (Mokhtarianpour & Ganjali, 2011, p147) یکی از نهادهای مهمی که مسئولیت تعلیم و تربیت اجتماعی جوانان جامعه را بر عهده دارد، دانشگاه است؛ به گونه‌ای که در صورت بروز برخی آسیب‌ها، خود می‌تواند یکی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری و تداوم انواع گرفتاری‌های اخلاقی و اجتماعی باشد (Shabiati, 2006, p 106). دانشگاه‌های امروزی بخش عمده‌ی جامعه‌پذیری جوانان را که قبلاً به عهده خانواده‌ها بود، به عهده دارند. باتوجه به اینکه زنان نیمی از وزنه جمعیتی جامعه را به خود اختصاص داده‌اند و کشور ما هم در حال توسعه و ترقی است، بنابراین پرداختن به مسائل زنان به عنوان سرمایه‌های اجتماعی و انسانی از ضروری‌ترین نیازهای جامعه امروز ما است. مشارکت و حضور زنان در بخش‌های گوناگون جامعه این ضرورت را بیش از پیش برما آشکار می‌سازد. از نظر هودفر، حجاب به معنای تنظیم و کنترل زنان، آشکارا ساز و کاری برای خدمت به پدر سالاری است، اما زنان از همین نهاد اجتماعی برای رهایی از قید بند پدرسالاری استفاده می‌کنند. زنان مسلمان، مثل زنان دیگر، کنشگر اجتماعی اند، کار می‌کنند، تجدد ساخت می‌کنند و اغلب خلاقانه نهادهای اجتماعی موجود را در راستای اهداف خود تغییر می‌دهند. (Alinaghian et al, 2013, p61)

بنابراین در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان دختر به حجاب می‌پردازیم و سعی داریم تا رابطه آن را با سن و تفاوت گرایش به حجاب از لحاظ وضعیت تأهل (مجرد و متأهل) و محل سکونت (شهر و روستا) و سایر عوامل تأثیرگذار را بررسی نماییم، بنابراین پرسش‌های اصلی مورد بررسی این مقاله عبارتند از: عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان به حجاب کدامند؟ چه رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و گرایش به حجاب وجود دارد؟ آیا استفاده بیش‌تر از این رسانه‌ها باعث افزایش گرایش به حجاب می‌شود؟ چه رابطه بین تصور از بدن و گرایش به حجاب وجود دارد؟ بین اعتقادات دینی و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد؟ آیا تفاوتی در گرایش به حجاب از لحاظ پایگاه اقتصادی - اجتماعی دیده می‌شود؟

خواجه نوری و همکاران (Khajehnoori et al, 2013) در پژوهشی با عنوان (گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی مورد مطالعه: زنان شیراز) به این نتیجه رسیده است که بین فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، هویت مذهبی و سبک زندگی مذهبی با گرایش به حجاب رابطه‌ای مثبت معنادار وجود دارد و همچنین بین متغیرهای تصور از بدن، مدیریت بدن، سبک‌های فراغتی، سبک مشارکت جدید، فعالیت‌های ورزشی - موسیقی مدرن و متغیر وابسته (حجاب) رابطه منفی داشته‌اند.

حسینی دوست (Hosseini doost, 2000) در پژوهشی با عنوان «بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی نسبت به پوشش زنان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن» به این نتیجه رسیده است که بین پایگاه اجتماعی والدین و اعتقادات مذهبی والدین و حجاب همسالان با گرایش دانشجویان به پوشش اسلامی رابطه وجود دارد.

علوی و حجتی (Alavi & Hojati, 2006) در مطالعه‌ای در پی بررسی عوامل مؤثر بر بدحجابی دانشجویان دختر دانشگاه باهنر کرمان بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت دینی دانشجویان، علاقه‌مندی به رشته، اهمیت به مدگرایی و میزان در تضاد دیدن پوشش زن با تلاش‌های اجتماعی، نگرش‌های سیاسی، اختلاف بین والدین، مدرک تحصیلی پدر و مادر و وضعیت اعتقادی والدین در بدحجابی دانشجویان مؤثر بوده‌اند، در حالی که متغیرهای وضعیت‌های روانی و جسمانی دانشجویان، رشته تحصیلی، تعداد واحد گذرانده، سن، معدل دیپلم، تعداد کل افراد خانواده و وضعیت اقتصادی خانواده بر بدحجابی دانشجویان تأثیر نگذاشته‌اند.

اخلاصی (Ekhlasi, 2008) در پژوهشی با عنوان «مدیریت بدن در زنان» به این نتیجه رسیده است که زنان به میزان زیادی توجه به بدنشان دارند و این موضوع به پایگاه اقتصادی - اجتماعی آنان رابطه دارد.

مهتا (Mehta, 2010) در مطالعه‌ای تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن بر روی زنان مسلمان دهلی را در طول ۳۰ سال مؤثر دانسته است. هرچند مصرف رسانه‌های تصویری اوایل بصورت تابو و ممنوع بوده است، اما امروزه مصرف کنندگان محصولات رسانه‌ای به نظر می‌رسد که بصورت معناداری تحت تأثیر کالایی شدن فرهنگ رسانه‌ای قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نیز نشان دهنده‌ی این واقعیت است که زنان مسلمان مفروضات سنتی مصرف رسانه‌ای را کاملاً تغییر داده و سبک زندگی و الگو-های اندیشیده شده از خود را بازبینی کرده‌اند.

رابینسون (Robinson, 2003) در پژوهشی با عنوان «شیوه پوشش بر تأثیرگذاری بدن و مدیریت ظاهر، به این نتایج رسیده است که زنان بیش‌تر آن نوع لباس‌هایی را می‌پوشند که قسمت‌هایی از بدنشان که از آن رضایت دارند به نمایش بگذارند. هم‌چنین شیوه پوشش با وضعیت تأهل و سن در رابطه است و زنانی که در برنامه کاهش وزن شرکت می‌کنند، از لباس‌هایی استفاده می‌کنند که ظاهر آن را بهتر سازد و تصور آنان را از بدنشان بهبود بخشد. آنان به مرور که در برنامه کاهش وزن شرکت می‌کنند اگر تصور و رضایت آنان از بدنشان افزایش پیدا کند با جدیت آن را دنبال می‌کنند و در کاهش وزن موفق ترند.

با توجه به اینکه رعایت نکردن حجاب یا بی‌حجابی رفتاری ناپه‌نجان به شمار می‌آید، در حوزه مباحث انحرافات اجتماعی قرار می‌گیرد. اندیشمندانی که به این حوزه از انحرافات پرداخته‌اند. عده‌ای انحرافات را مقوله‌ای فردی و روانی می‌دانند و بر این عقیده‌اند که انحرافات، به انگیزه‌ها و خصوصیات شخصیتی افراد مربوط است، ولی برخی دیگر علت آن را جامعه، خانواده و گروه‌هایی می‌دانند که فرد عضوی از آنهاست. از آنجایی که در این بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش به حجاب مطالعه می‌شوند، لذا در این مقاله به نظریه‌های جامعه‌شناختی پرداخته می‌شود. نظریه آنتونی گیدنز درباره بدن: به نظر گیدنز در تعاملات اجتماعی افراد، برخی از وجوه بدن، موجب تمایز فرد از دیگران می‌شود. وی این وجوه را نمای ظاهری، کردار و ... می‌نامد. نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه ویژگی‌های ظاهری قابل رؤیت، از جمله طرز پوشش و آرایش است که به طور معمول به عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها بکار گرفته می‌شوند. کردار مشخص‌کننده آن است که افراد از نمای ظاهری خود چگونه در فعالیت‌های روزمره استفاده می‌کنند. در واقع امروزه جنبه ظاهری بدن برای ابراز هویت فردی بیش از وجهه اجتماعی آن تقویت شده است. (Giddenz, 2006, pp144-145)

نظریه بودریار درباره رسانه‌ها: تأثیر رسانه‌های گروهی مدرن را کاملاً متفاوت و بسیار ژرف‌تر از هرفناوری دیگر قلمداد می‌کند. پیدایش رسانه‌های گروهی خصوصاً رسانه‌های الکترونیکی را موجب دگرگونی ماهیت و سرشت زندگی‌های ما شده است. هم‌چنین چیهستی‌دنیایی را که ما واقعا در آن زندگی می‌کنیم، برای ما تعریف می‌کند (Giddenz, 2009, P669). تأثیرات رفتاری که اکثر مردم در

آن سهیم هستند. رسانه‌ها در جریان الگودهی به مردم در زمینه حجاب یا بی حجابی اثر دارند. (Rafipur, 1997, P45)

نظریه کاستلز درباره دین: دین به عنوان مهمترین منبع هویت ساز در جامعه شبکه ای است. دین در سال‌های پایانی این هزاره، به عنوان منبع هویت، به طور اعجاب آوری نیرومند و اثرگذار جلوه می‌کند. (Kastals, 2001, p 30)

از دیدگاه جامعه شناسانه به آسانی می‌توان در این باره به توافق رسید که تمام هویت‌ها بر ساخته می‌شوند. اما مساله اصلی این است که چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری. برای برساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافی، زیست شناسی، نهادهای تولید و بازتولی خاطره جمعی، رویاهای شخص، دستگاه و جهاز قدرت و وحی و الهامات دینی استفاده می‌شود. (Kastals, 2001, pp23-24)

رویکرد جامعه پذیری: اساس جامعه پذیری بر این واقعیت استوار است که کودک انسان به صورت ارگانیک به دنیا می‌آید و با اخذ و کسب مجموعه‌ای از نگرش‌ها، ارزش‌ها، تمایلات، بیزاری‌ها، هدف‌ها، مقاصد و مفهومی عمیق و ناپایدار از این که چه نوع شخصی است، به تدریج به موجودی انسانی مبدل می‌شود. او همه‌ی این ویژگی‌ها را از طریق فراگرد اجتماعی شدن به دست می‌آورد. این فرایند یادگیری، او را از حالت حیوانی به شخصیت انسانی تغییر می‌دهد. به عبارت دقیق‌تر، هر فرد با فراگرد اجتماعی شدن، هنجارهای گروهی خود را می‌آموزد تا جایی که یک خود مشخص که او را بی همتا می‌سازد، پدید می‌آید. (Alagheband, 2005, p100) قشرهای گوناگون اجتماعی، از زن و مرد تا کودک پیر، تحت تاثیر گفتار و تصاویر برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی قرار دارند. همه مسولان تربیتی جامعه، از پدران و مادران تا جامعه شناسان و روشنفکران، ضمن پذیرش مزایایی آموزشی، هنری و تفریحی رسانه‌های جمعی از بدآموزی‌های آنها بیمناک اند. در جوامعی که روزنامه، نشریه و کتاب، زیاد مطالعه می‌شود این گونه مطبوعات هم در افزایش نرخ انحرافات اجتماعی اثر گذارند. رسانه‌های جمعی مانند یک شمشیر دو لب هستند که می‌توانند مفید یا مضر باشند و در این میان، سیاست مداران و مدیران برنامه ریز، تعیین کننده‌اند. رویکرد جامعه‌پذیری از یک سو به دیدگاه «دورکیم» و «هابز» و از سوی دیگر، به نظریه‌ی بی‌سازمانی اجتماعی نزدیک است. (Bokharaie, 2011, pp91-92) اگر خانواده، آموزش و پرورش و رسانه‌ها، در جامعه پذیر کردن افراد، دچار اختلال شوند و با یکدیگر تناسبی نداشته باشند، فرد به اعمال انحرافی روی می‌آورد.

نظریه خرده فرهنگ‌ها: بر اساس این نظریه، تعلق هرچند ذهنی فرد به خرده فرهنگی نسبتاً نا همگون با فرهنگ غالب، به ویژه اگر با رضایت‌مندی همراه باشد و فرد از رهگذر این همسویی، به

پاداش‌های روانی خوشایند و ارضاکننده‌ای دست یابد، رفته رفته 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 رضایت خاطر و احترام را برای آنان به ارمغان می‌آورد و این امر، احتمال استمرار آن رفتارها را تقویت می‌کند (Salimi, 2001, p1380). 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.

فرضیه‌ها

- بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین تصور از بدن و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین میزان اعتقادات دینی و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

روش این تحقیق از نوع پیمایشی است و تکنیک به کارگرفته شده، مشاهده و پرسشنامه بوده است که از شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. جمعیت آماری همه دانشجویان دختر دانشگاه پیام‌نور شهرآبادان است که تعداد آنها در نیم سال اول تحصیلی ۱۳۹۲، ۷۱۹ نفر بود. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. بر این اساس، نمونه آماری ۲۵۱ نفر دانشجویان دختر تعیین شد پرسشنامه پژوهش بر مبنای مقیاس لیکرت طراحی شد و سوالات مربوط به متغیرهای تصور از بدن و گرایش به حجاب از پژوهش خواجه‌نوری و همکاران (Khajehnoori et al, 2013) اقتباس شده است. شایان ذکر است که اعتبار پرسشنامه با استفاده از منابع موجود و نظر خواهی از افراد متخصص (اعتبار صوری)، انجام شده است. پایایی متغیرهای مورد مطالعه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به شرح ذیل است.

جدول ۱- ضرایب آلفای کرونباخ بدست آمده برای متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش

متغیر	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
گرایش به حجاب	۲۴	.۷۷

۰/۷۹	۶	رسانه‌های جمعی خارجی
۰/۷۳	۵	تصور از بدن
۰/۷۲	۱۲	اعتقادات دینی
۰/۷۳	۷	پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده

یافته‌ها

۴۶/۷- درصد از پاسخ‌گویان بین سنین ۲۶-۲۱ سال، ۲۸/۶ درصد بین سنین ۳۲-۲۶ سال، ۱۹/۱ درصد بین سنین ۳۹-۳۲ سال، ۵/۶ درصد ۴۰ سال و بیش‌تر هستند.
 - ۸۴/۱ درصد پاسخ‌گویان مجرد و ۱۵/۹ درصد متأهل هستند.
 - محل سکونت ۵۹/۸ درصد پاسخ‌گویان شهر و ۴۰/۲ درصد پاسخ‌گویان روستا است.
 - ۸۵/۷ (درصد) پاسخ‌گویان به میزان بالایی گرایش به حجاب دارند ۱۰ درصد پاسخ‌گویان در حد متوسط و ۴/۴ درصد در حد کم است.

فرضیه شماره ۱: بین استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۲- همبستگی استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و گرایش به حجاب

متغیر مستقل	ضریب پیرسون	سطح معناداری
رسانه‌های جمعی خارجی	- ۰/۲۶	۰/۰۰

برای نشان دادن چگونگی رابطه متغیر مستقل (استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی) و متغیر وابسته (گرایش به حجاب)، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج حاصل در جدول پایین نمایان است. با عنایت به اینکه سطح معناداری از مقدار ۰/۰۵ کمتر می‌باشد، می‌توان با اطمینان گفت که بین دو متغیر رابطه وجود دارد. ضمناً شدت رابطه برابر ۰/۲۶- است. به عبارتی، می‌توان استدلال کرد که رابطه‌ی بین دو متغیر از شدت در حد متوسط و در جهت معکوس برخوردار است. یعنی با مدت زمان استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی (رادیو، ماهواره، اینترنت) از میزان گرایش به حجاب کاسته می‌شود. عکس این رابطه نیز صحیح است.
 فرضیه شماره ۲: بین تصور از بدن و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳- همبستگی تصور از بدن و گرایش به حجاب

متغیر مستقل	ضریب پیرسون	سطح معناداری
تصور از بدن	۰/۳۲	۰/۰۰

برای نشان دادن چگونگی رابطه متغیر مستقل (تصور از بدن) و متغیر وابسته (گرایش به حجاب) از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج حاصل در جدول شماره زیر نمایان است. با عنایت به اینکه سطح معناداری از مقدار $0/05$ کمتر می‌باشد، می‌توان با اطمینان گفت که بین دو متغیر رابطه وجود دارد. ضمناً شدت رابطه برابر $0/32$ است. به عبارتی می‌توان استدلال کرد که رابطه‌ی بین دو متغیر از شدت در حد متوسط برخوردار است. یعنی با افزایش نگرش و تصور از بدن، به میزان قابل توجهی بر گرایش به حجاب افزوده می‌شود. عکس این رابطه نیز صحیح است. فرضیه شماره ۳: بین میزان اعتقادات دینی و گرایش به حجاب رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۴- همبستگی میزان اعتقادات دینی و گرایش به حجاب

متغیر مستقل	ضریب پیرسون	سطح معناداری
اعتقادات دینی	$0/72$	$0/00$

برای نشان دادن چگونگی رابطه متغیر مستقل (اعتقادات دینی) و متغیر وابسته (گرایش به حجاب) از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج حاصل در جدول زیر نمایان است. با عنایت به اینکه سطح معناداری از مقدار $0/05$ کمتر می‌باشد، می‌توان با اطمینان گفت که بین دو متغیر رابطه وجود دارد. ضمناً شدت رابطه برابر $0/72$ است. به عبارتی می‌توان استدلال کرد که رابطه‌ی بین دو متغیر از شدت در حد بالا برخوردار است. یعنی با افزایش اعتقادات دینی، به میزان قابل توجهی بر گرایش به حجاب افزوده می‌شود. عکس این رابطه نیز صحیح است. فرضیه شماره ۴: بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و گرایش به حجاب رابطه‌ی وجود دارد.

جدول شماره ۵- همبستگی پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و گرایش به حجاب

متغیر مستقل	ضریب پیرسون	سطح معناداری
پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده	$-0/28$	$0/00$

برای نشان دادن چگونگی رابطه متغیر مستقل (پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده) و متغیر وابسته (گرایش به حجاب) از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج حاصل در جدول زیر نمایان است. با عنایت به اینکه سطح معناداری از مقدار $0/05$ کمتر می‌باشد، می‌توان با اطمینان گفت که بین دو متغیر رابطه وجود دارد. ضمناً شدت رابطه برابر $-0/28$ است. به عبارتی می‌توان استدلال کرد که رابطه‌ی بین دو متغیر از شدت در حد متوسط و در جهت معکوس برخوردار است. یعنی با افزایش پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده، به میزان قابل توجهی، گرایش به حجاب کاهش می‌یابد. به عبارتی کسانی که از پایگاه بالاتری برخوردار هستند نسبت به کسانی که از پایگاه پایین‌تری برخوردارند کمتر گرایش به حجاب دارند. عکس این قضیه نیز صحیح است.

جدول شماره ۶- تجزیه واریانس رگرسیون حجاب بر حسب عامل‌های مستقل

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	معناداری
رگرسیون	۷۸/۷۸	۴	۱۹/۶	۱۱۵/۳۷	۰/۰۰
باقیمانده	۴۱/۹۹	۲۴۶	۰/۱۷		
کل	۱۲۰/۷۸	۲۵۰			

$$R=۰/۸۰ \quad R^2=۰/۶۵$$

بررسی نتایج بدست آمده در جدول شماره ۶ بیانگر آن است که معادله پیش بینی میزان گرایش به حجاب می‌تواند ۰/۶۵ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش بینی نماید که این مطلب را R^2 به ما نشان می‌دهد. می‌باشد.

جدول شماره ۹- متغیرها در معادله‌ی رگرسیون

متغیر	B	خطای استاندارد	بتا	مقدار t	سطح معناداری
رسانه‌های جمعی خارجی	-۰/۹	۰/۴	-۰/۹	-۲/۲۸	۰/۰۲
تصور از بدن	۰/۲۳	۰/۳	۰/۲۷	۷/۱۶	۰/۰۰
اعتقادات دینی	۰/۳۹	۰/۲	۰/۶۴	۱۶/۶۵	۰/۰۰
پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده	-۰/۴۸	۰/۸	-۰/۲۴	-۵/۹۳	۰/۰۰

در جدول بالا مشخص می‌شود متغیرهای وارد شده تا چه اندازه در تغییرات متغیر وابسته مؤثر بوده‌اند. ابتدا لازم است سطح معناداری مشخص شود. در این جدول نمایان است که متغیرهای "استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی ($p=۰/۰۲$)، تصور از بدن ($p=۰/۰۰$)، اعتقادات دینی ($p=۰/۰۰$)، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده ($p=۰/۰۰$) از رابطه‌ی معناداری بالایی برخوردارند. مقدار بتا استاندارد شده نشان می‌دهد که متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی ۰/۰۹ درصد، متغیر تصور از بدن به اندازه ۰/۲۷ درصد، متغیر اعتقادات دینی ۰/۶۴ درصد و متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده ۰/۲۴ درصد در تغییرات رعایت حجاب مؤثر بوده‌اند.

بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شدت رابطه بین استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و گرایش به حجاب در حد متوسط و در جهت معکوس است. یعنی، هنگام استفاده نادرست از رسانه‌های جمعی خارجی (رادپو، ماهواره، اینترنت) از میزان گرایش به حجاب کاسته می‌شود. همه مسولان تربیتی جامعه، از پدران و مادران تا جامعه شناسان و روشنفکران، ضمن پذیرش مزایای آموزشی، هنری و تفریحی رسانه‌های جمعی از بدآموزی‌های آنها بیمناک‌اند. در جوامعی که روزنامه، نشریه و کتاب، زیاد مطالعه می‌شود این گونه مطبوعات هم در افزایش انحرافات اجتماعی اثر گذارند. رسانه‌های جمعی مانند یک شمشیر دو لب هستند که می‌توانند مفید یا مضر باشند و در این میان، سیاست مداران و مدیران برنامه ریز، تعیین کننده‌اند. با توجه به اینکه رسانه‌های جمعی خارجی

برنامه‌های خود را با توجه به فرهنگ خاص خود تولید و پخش می‌کنند باعث تضعیف سنت و ارزش‌های سنتی به طور عام و هنجارهای پوشیدگی و گرایش به حجاب به طور خاص می‌شوند. نتیجه‌ی این پژوهش با نتایج به دست آمده در تحقیق مهتا (Mehta, 2010) و هم‌چنین با تحقیق خواجه نوری و همکاران (Khajehnoori et al, 2013) که رادیو خارجی با حجاب رابطه داشته است همخوانی دارد ولی در مورد رادیو داخلی، روزنامه و مجلات، با یکدیگر همخوانی ندارد. در خصوص رابطه تصور از بدن و گرایش به حجاب نتایج نشان داد که رابطه‌ی بین دو متغیر از شدت در حد متوسط برخوردار است. یعنی با افزایش نگرش و تصور از بدن، به میزان قابل توجهی بر گرایش به حجاب افزوده می‌شود. عکس این رابطه نیز صحیح است و توجه بیش از حد زنان و دختران به بدن می‌تواند نتایج خطرناکی برای خودشان و جامعه در ابعاد آسیب‌های اجتماعی و بهداشتی در بر داشته باشد. هم‌چنین باید سعی کرد تا معانی مفاهیمی، همچون: زیبایی، موزون بودن و مانند آنها را که با لاغری و مانند آن مرتبط شده‌اند، جدا کرده بار دیگر آنها را با مفاهیمی همچون وقار، پوشش و... مرتبط ساخت. نتایج بدست آمده در این پژوهش با نتایج تحقیق خواجه نوری و همکاران (Khajehnoori et al, 2013) همخوانی ندارد. و در این پژوهش رابطه بین اعتقادات دینی و گرایش به حجاب از شدت بالای برخوردار است. یعنی با افزایش میزان اعتقادات دینی، به میزان قابل توجهی بر گرایش به حجاب افزوده می‌شود. رابطه این دو متغیر طبیعی بنظر می‌رسد چون حجاب به عنوان نماد دینداری تلقی می‌شود از نظر کاستلز (Kastals, 2001) دین به عنوان مهمترین منبع هویت ساز در جامعه شبکه‌ای است. دین در سال‌های پایانی این هزاره، به عنوان منبع هویت، به طور اعجاب آوری نیرومند و اثرگذار جلوه می‌کند. به نظر می‌رسد که اگر بخواهیم گرایش‌های مخالف پوشش و حجاب را کاهش داده، تمایل به حجاب را در بین دختران و زنان تقویت کنیم، لازم است که کار فرهنگی مستمر انجام داده و مفاهیمی دیگر که برگرفته از فرهنگ ملی و مذهبی ماست، به طور ظریف در جامعه گسترش دهیم. اعتقادات دینی و اسلامی در این میان می‌تواند سهم زیادی برعهده گیرد. نتایج به دست آمده در این تحقیق با نتایج تحقیق خواجه نوری و همکاران (Khajehnoori et al, 2013) همخوانی دارد. و هم‌چنین بین دو متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده و گرایش به حجاب از شدت در حد متوسط و در جهت معکوس است و با افزایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی، به میزان قابل توجهی، گرایش به حجاب کاهش می‌یابد و کسانی که از پایگاه بالاتری برخوردار هستند نسبت به کسانی که از پایگاه پایین‌تری برخوردارند کمتر حجاب را رعایت می‌نمایند. نظریه خرده فرهنگ‌ها، برای تبیین بدحجابی زنان طبقه اشراف، افراد غیرمعتقد به هنجارهای ملی و مذهبی و جوانان تنوع طلب که برای قواعد اخلاقی و ارزش‌های جمعی، حرمت و اعتبار چندانی قائل نیستند و برای جلب توجه و ارضای هیجان‌های خود، بی پروا و گاه مفتخرانه به نقض قواعد اجتماعی دست می‌زنند، به کار رفته است. نتایج بدست آمده در این تحقیق با نتایج

تحقیق علوی و حجتی (Alavi & Hojati, 2006) همخوانی ندارد. در کل نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان، متوسط رو به بالا است.

References

Alagheband, A. (2005). education sociology, Tehran, Ravan publication.

Alavi, H and Hjadi, R (2006). The influential factors on bad veiling of Bahonar Kkerman university girls student, Islamic Iraining Quarterly, No.4, pp 63- 88.

Alinaghian, s Shahabi, M& javahery, F (2013). Basic theorization of cultural aspects and indications of Tehran city women veil variety. Quarterly of Iranian social science student, , No.4, pp.55-82

Bokharaie, A. (2011). The sociology study of social deviation, Tehran, payame noor publication.

Ekhlesi, E. (2008). management of body and it relationship with social Acceptance of body. women s strategic Studies, vol.11, No.41, pp.9-42, (Persian).

Hosseini dust, m. (2001). The of Allameh Tabatabaee university students attitude toward women veil (covering) and the influential social factors upon it, Tehran, faculty of social science, Allameh Tabatabaee university.

Giddenz, A. (2006). Reformation and identification, social and individual identity in the modern era, translate by naser movafaghian, nei publication.

Giddenz, A. (2009). sociology, trasslated by Hassan chavoushian ,Tehran, Nei publication.

Hapourd, D. (2001). The growth and development of Modernation in Islam an middle east, in Islam and Modernation, a response of some broadminded Muslim, a response of some broadminded Muslim, written by Jone Kooper feruald netler, Mohamad Mahmud, translate by Karimi sdodabeh, Tehran, international and political office, pp.13-23.

Kastals, M. (2001). Information era, economics, society and identity power culture, vol. (2), translators: Hassan chavoshian, Ahad Aghilian. And Afshin Khakbaz, Tehran, tare nau publication.

Khajehnoori, B, Rohani, A, and Hashemi, S. (2013). The tendency toward veil and various styles of life. A case study: Shiraz city women, applied sociology, No 47.

. Mehta, SH. (2010). Commodity Culture and Porous Social - Religious Boundaries: Muslim Women in Delhi, South Asia Research, Vol.30, No1, p p: 1-24

Mohammadi , A.(2005). The factor affecting the tendency toward Mis veil among Isfahan girls and women, specialized sociology journal, 1st year, No4.

Mokhtarianpour M.& Ganjali,A(1390).institutionalizing the veling and women covering in socirty; processing approach,cultural investigation Quarterly, No.2,pp.117-151.

Rafipour , F.(1997). Conflict and development, Tehran, shahid Beheshty university publication.

Robinson, B. (2003), "Method of clothing and influence of body and appearance management . Department of psychology, university of Gothenbu g.

Salami , A, and Davari , M. (2001). Deviation sociology, Qom, Howze and university publication.

shabiati , H.(2006). Children and adolescent criminal, Tehran, vistar.

Tayebinia, M, and Ahmadi, H (2013).veill and chastity structural equation modeling, women and society Quarterly (women and society), No 4.