

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره

امیر رستگار خالد* میثم محمدی** سحر نقی پور ایوکی***

چکیده

مقاله حاضر، حجاب را به عنوان نوعی کنش در نظر گرفته و به بررسی آن در قالب ۴ نوع سبک کنشی مطابق با نظریه وبر می‌پردازد. امروزه، به ویژه تحت تأثیر اینترنت و ماهواره، در نگرش سنتی نسبت به حجاب، تغییراتی رخ داده است. بر این اساس سؤال اصلی این تحقیق این است که آیا در نتیجه این تغییرات، انگیزه اصلی زنان و دختران در رد و یا قبول حجاب مطابق با نظریه وبر، بر چه سبک کنش اجتماعی استوار است؟ جامعه آماری تحقیق حاضر را دختران و زنان ساکن در سه منطقه تهران (۲، ۱۰ و ۱۸) تشکیل می‌دهد که ۳۵۸ نفر به عنوان نمونه تحقیق با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد مهم‌ترین سبک کنش اجتماعی مؤثر در رعایت حجاب، کنش ارزشی دینی بوده و سبک مؤثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است. همچنین نتایج نشان می‌دهند که مصرف ماهواره و اینترنت در سبک کنش ارزشی (دینی و سکولار) مؤثرند؛ بدین ترتیب که با افزایش ساعات مصرف با هدف تفریح و سرگرمی، کنش دینی نسبت به حجاب، کاهش و کنش ارزشی سکولار نسبت به آن افزایش می‌یابد.

واژگان کلیدی

حجاب جایز، سبک زندگی، کنش‌های اجتماعی، ماهواره، اینترنت

*- عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه شاهد

** - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تهران

*** - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شاهد

۱- مقدمه و طرح مسئله

با ورود مدرنیته بسیاری از حوزه‌ها از جمله خانواده با چالش مواجه شدند. خانواده در زمره نهادهایی است که پس از مدرنیته، متحول شده و بسیاری از هنجارها و ارزش‌های آن، اعتبار خود را از دست داده و از حالت سنتی خود خارج شده است. جامعه‌شناسان امروزه بیش از هر زمان دیگری به بررسی آسیب‌های خانواده می‌پردازند؛ خانواده از یک سو هنوز گرفتار بعضی سنت‌های غلط گذشته مانند بی‌عدالتی و ظلم به زنان بوده و از سوی دیگر آموزه‌های مدرن مانند انکار تفاوت‌های جنسیتی، اختلاط نقش‌ها، فردگرایی، اصالت لذت‌های دنیایی و تأکید بیش از حد بر آزادی انسان‌ها و از جمله زنان، سلامت، ثبات و حتی کیان خانواده را به خطر انداخته و آسیب‌های جدی اجتماعی به وجود آورده است. یکی از مسائلی که در پرتو چنین تأکیدهایی، بازبینی و نقد شده است، مسئله حجاب می‌باشد.

برای تبیین تغییرات در مسئله حجاب، می‌توان آن را در دو سطح کلی در نظر گرفت؛ نخست در سطح ساختاری، که می‌تواند هم شامل تغییر در ساختارهای کلان ذهنی و هم ساختارهای کلان عینی باشد. از جمله ساختارهای کلان ذهنی، که با تغییر و تحول مواجه شده است می‌توان به تحول در زمینه الگوها و ترجیحات و سبک زندگی افراد و در رابطه با تغییر ساختارهای کلان عینی نیز می‌توان به تغییر در محتوای رسانه‌های جهانی و فراگیر مانند اینترنت و ماهواره اشاره کرد. دوم، در سطح فردی و کنش‌گر،

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

اینکه زنان به عنوان کنش‌گران، صرف نظر از تغییرات کلان، چه موضعی درباره حجاب اتخاذ می‌کنند، بحث انگیزه و نیت آن‌ها از رعایت حجاب در جامعه امروزی را بیشتر از هر زمان دیگری مطرح می‌کند. این دو حوزه، مسلماً تغییراتی در جلوه‌های به نمایش گذاردن حجاب توسط افراد به وجود خواهد آورد که می‌بایست به آن توجه شود. از سوی دیگر انگیزه و نیت کنش‌گران در موضوع حجاب تابع مصرف فرهنگی است. رسانه‌های جهانی از جمله ماهواره و اینترنت، مهم‌ترین منابع تغذیه مصرف فرهنگی کنش‌گران به شمار می‌روند. این تحقیق درصدد است تا به چهار سؤال اساسی زیر پاسخ دهد: ۱- زنان و دختران تا چه اندازه الگوی حجاب جایز را رعایت می‌کنند؟ ۲- سبک‌های کنش اجتماعی زنان و دختران در رد یا قبول حجاب چیست؟ ۳- این دو امر تا چه حد متأثر از مصرف رسانه‌ای آن‌ها به ویژه اینترنت و ماهواره است؟ ۴- آیا سبک‌های کنشی زنان و دختران نسبت به حجاب با میزان رعایت حجاب جایز رابطه دارد؟

۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

داشتن پوشش مناسب - به‌خصوص در محافل عمومی - از دغدغه‌های جوامع دینی و به‌خصوص جامعه اسلامی ایران است؛ لذا بررسی آن در رابطه با انواع سبک کنش می‌تواند در شناخت چندجانبه این مسئله ما را یاری کند. حجاب در لغت به معنای پرده و حایلی است که میان دو شی قرار می‌گیرد و مانع از دیده شدن شی مقابل می‌شود (ضرغامی ۱۳۸۷: ۱۱۸؛ دورانت

۱۳۶۸: ۱۵۵). بنابراین حجاب در مورد زنان و در اصطلاح فقهی، حائلی است که تمام بدن زن به جز گردی صورت و دست‌ها تا مچ (وجه و کفین) را بپوشاند و نیز به گونه‌ای باشد که توجه نامحرم را به خود جلب نکرده و جلوه‌گری و خودنمایی نیز در آن نباشد. بنابراین حجاب به معنای پوشش اسلامی بانوان دو بُعد ایجابی (پوشش بدن) و سلبی (حرام بودن خودنمایی) دارد. حجاب در این اندازه، یکی از احکام الهی و امری مشترک و ضروری برای همه ادیان ابراهیمی، به ویژه اسلام است و همه معتقدان به دین مقدس اسلام بر ضرورت آن اتفاق نظر دارند (ایازی ۱۳۸۰: ۱۹۴-۱۹۲).

براساس پژوهش‌های دینی، تحقیقات مردم‌شناسانه و مطالعات روان‌شناسی جنسی، تلبس و پوشش، دست کم چهار نیاز متفاوت انسان را در عرض هم تأمین کرده است: ۱- حفاظت در مقابل سرما و گرما (نیاز طبیعی)؛ ۲- حفظ عفت و پوشاندن عورات و زشتی‌ها (نیازهای درونی)؛ ۳- نیاز بدن برای حفاظت از بلا و سختی‌ها (نیازهای اجتماعی)؛ ۴- آراستگی و زیبایی (نیاز روانی) و تاریخچه حجاب به اندازه قدمت آفرینش انسان است (کاوندی و فومنی ۱۳۸۹: ۲ و ۳).

قرآن کریم تمایل پوشیده بودن را از امور فطری و درونی انسان می‌داند که از آغاز خلقت آدم و حوا در نهاد انسان به ودیعه گذاشته شده است (رجالی ۱۳۹۱: ۲). در آیین زرتشت برای سلب کردن آزادی از دیگران و تهییج نکردن شهوت دیگران پوشش و حجاب را رعایت می‌کردند. آشو زرتشت

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

با تقریر و تنفیذ خود، بر حدود و کیفیت عفاف و حجاب رایج آن دوران و نیز درونی شدن آن صحنه می‌گذارد (یسنا: ۵۳، پندهای ۸-۵؛ پورداوود ۱۳۱۰: فصل آفرینگان دهمان). در دین یهود در کتاب مقدس تورات و کتاب فقهی تلمود و جوب پوشش سر در بیرون از خانه، نهی از تشبیه زن به مرد و بالعکس، منع لمس و تماس و اختلاط با زن بیگانه، پرهیز از ناز و غمزه و به صدا در آوردن خلخال‌های پا صریح و روشن بیان شده است (دورانت ۱۳۷۰: ج ۱۲، صص ۶۶-۶۲). در آیین مسیحیت نیز، احکام سخت یهود [در زمینه حجاب] استمرار داشت (کاوندی و فومنی ۱۳۸۹: ۳). در ایران باستان، عهد هخامنش و اشکانی، مادها، سامانی‌ها و صفویان، پوشش بلند تا میچ پا بر روی نقش برجسته‌ها، دیوارنگارها، مجسمه‌ها و حجاری‌ها مشاهده می‌شود ... عناصر اصلی لباس زنان در دوران مختلف (طاهریان تا ایلخانان) تقریباً یکسان بوده است ... (حلبی ۱۳۲۰: ج ۲، ص ۴۹).

از سوی دیگر، شواهد نشان می‌دهند که در دنیای پیشامدرن، مشکل و مسئله خاصی نسبت به رعایت حجاب وجود نداشته است. به عبارت دیگر، در آن دوران، حجاب به عنوان مسئله‌ای اجتماعی مطرح نبوده است (هاپوود ۱۳۸۰: ۳). بنابراین شاید بتوان تا حدی رعایت حجاب را به سنت‌های موجود در آن زمان نسبت داد.

با ورود کشورهای غربی به جوامع مسلمان، تغییرات مادی و فرهنگی زیادی در آنها رخ داده و چالش‌های فرهنگی میان آنها آغاز شد. یکی از اصلی‌ترین این چالش‌ها، مسئله حجاب زن بود. حجاب برای بیشتر مستشرقان، مسئله‌ای عمده به شمار می‌رفت و به همین سبب اکثر آنها در برابرش موضعی سخت اتخاذ نمودند. آنها حجاب را نوعی ظلم و ستم بر زنان قلمداد می‌کردند و خود را در مرحله و موقعیتی فراتر و برتر از فرهنگ جوامع مسلمان می‌دیدند (Hoodfar, 2001: 430). از آن پس بود که محققان و اندیشمندان زیادی در کشورهای مسلمان به این مسئله پرداختند؛ «... در طول یک و نیم قرن از ۱۸۰۰ تا ۱۹۵۰ میلادی، تخمین زده می‌شود که ۶۰۰۰۰ کتاب در همین موضوع در کشورهای غربی چاپ شده است» (خواجہ نوری ۱۳۹۱: ۲). امروزه با ورود ماهواره و اینترنت، ابزار قدرت‌مندی در اختیار محافل مختلف برای تأثیرگذاری در مسئله حجاب قرار گرفته است.

به لحاظ کاربردی نیز تحقیق پیرامون حجاب از این بعد مهم است که حجاب از جمله مؤلفه‌های مهم دینداری در جوامع اسلامی محسوب می‌شود. این تحقیق قصد دارد تا میزان رعایت حجاب و همچنین میزان تأثیر عوامل مهم در آن را بین زنان جامعه فعلی اسلامی ایران، بررسی کند تا از این طریق بتواند به صورتی دقیق به تبیین آن پرداخته و با ارائه دیدی جامع‌تر از گذشته، در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و اجتماعی کشور استفاده شود.

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

به همین دلیل در تحقیق حاضر حجاب به عنوان کنشی اجتماعی در نظر گرفته شده و تلاش می‌شود تا نیات مختلف کنش‌گران نسبت به آن مشخص شده و رابطه آن با مصرف فرهنگی به عنوان عاملی تأثیرگذار رعایت حجاب، تعیین شود.

۳- پیشینه تحقیق

در میان پژوهش‌های داخلی احمدی و همکاران در مطالعه خود نشان دادند که گرایش به غرب به تنهایی ۶۶ درصد واریانس عدم رعایت حجاب را پیش‌بینی می‌کند. در این تحقیق میزان پای‌بندی به حجاب با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، تحصیلات، روابط خانوادگی و میزان کنترل والدین) براساس آزمون تحلیل واریانس یک طرفه رابطه معناداری ($p < 0/01$) داشت (احمدی و همکاران ۱۳۸۹).

آقایان چاوشی و همکاران در مطالعه‌ای دریافتند که تفاوت معناداری بین دیدگاه کارکنان زن دانشگاه علوم پزشکی و مراجعه‌کنندگان زن به درمانگاه‌ها در رابطه با ضرورت رعایت حجاب توسط بانوان، ارزیابی تبلیغ ارزش‌های دینی مرتبط با چادر، میزان آشنایی با شرایط پوشش صحیح اسلامی، بهترین نوع پوشش برای بانوان و بهترین راه حل برای کسانی که از چادر استفاده نمی‌کنند، وجود داشته است (آقایان چاوشی و همکاران ۱۳۸۶) در مطالعه‌ای به بررسی دیدگاه جوانان و میانسالان درباره حجاب برتر پرداخته است. یافته‌ها بیانگر وجود تفاوت معنادار بین دیدگاه جوانان و میانسالان در خصوص

ضرورت رعایت حجاب از سوی بانوان، میزان آشنایی با شرایط پوشش صحیح اسلامی و بهترین نوع پوشش برای بانوان بوده است (حیبی ۱۳۸۹). تحقیق دیگری که با هدف گرایش به حجاب و برداشت از آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران انجام شد، نشان داد که با افزایش و تقویت ارزش‌های دینی در افراد، تمایل به رعایت حجاب نیز در بین آن‌ها افزایش می‌یابد. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد دانشجویانی که اعتقادات مذهبی والدینشان زیاد بوده است، نسبت به رعایت پوشش اسلامی تمایل بیشتری داشتند. در این بررسی رابطه عواملی نظیر تجربه گذشته فرد از رعایت حجاب و نحوه فرزندپروری خانواده و نگرش افراد نسبت به حجاب بررسی شده است.

علوی و حجتی در مطالعه‌ای در پی بررسی عوامل مؤثر در بدحجابی دانشجویان دختر دانشگاه باهنر کرمان بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهند که وضعیت دینی دانشجویان، علاقه‌مندی به رشته، اهمیت دادن 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 در بدحجابی دانشجویان تأثیر نگذاشته‌اند (علوی و حجتی ۱۳۸۶: ۸۸-۶۳).

در کشورهای غربی بیشتر مطالعات انجام شده، به ظهور یا گسترش حجاب و انواع آن همچون نقاب، روسری و چادر معطوف بوده است و به نوع برخورد دولت‌ها و یا نهادهای مدنی و یا نگرش مردم آن کشورها به این پدیده نپرداخته‌اند (Tarlo, 2007; Kilic & et al. 2008: 397-410). تارلو در مطالعه خود در پی بررسی اهمیت لباس و پوشش به عنوان شاخصی آشکار از تمایز در چند شهر فرهنگی لندن بوده است. وی معتقد است که انتخاب حجاب از سوی زنان طبقه متوسط مسلمان اغلب به عنوان یک کالا نگریده می‌شود، نه به عنوان پس زمینه فرهنگی آن‌ها. به طور کلی تارلو در تحقیق خود پتانسیل انتقالی حجاب را بررسی کرده و معتقد است که حجاب تأثیر معناداری روی دیگران دارد (Tarlo 2007).

تانگاراچاه در مطالعه خود تغییر مناسبات جنسیتی و الگوهای محلی مصرف مذهبی در بین زنان مسلمان مهاجر از خاورمیانه به شرق سریلانکارا را بررسی کرده است. مهاجرت باعث تغییر اعمال هر روزه آن‌ها در درون یک فرهنگ متحد اسلامی می‌شود. زنان مهاجر همچنین کالاهای وارد شده از کشورهای عربی را مصرف می‌کنند. در نتیجه اعمال مذهبی اسلامی نقش ترقی گرایانه و قدرت بخشی در زندگی زنان مهاجر ایفا می‌کنند (Thangarajah 2003).

خیابانی و ویلیامسون 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 معنادار ارائه می‌کنند. از نظر آن‌ها زنان باحجاب به عنوان افرادی بی‌مقدار به شمار می‌آیند که در همانند شدن با جامعه میزبان شکست خورده‌اند و خطری مضاعف برای سبک‌های زندگی انگلیسی به شمار می‌روند (Khibany & William son 2008).

شیرازی و مشیرا 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 جمعیت شناختی گروه آن‌ها و چگونگی تفسیر آن‌ها از دنیوی شدن و شهروندی را بررسی کرد. در حالی که بازنمایی رسانه‌ای و ادبیات دانشگاهی معنای نقاب در اروپا را به عنوان عملی شور برانگیز یا شکلی از هویت شخصی، سیاسی و مذهبی معرفی می‌کند، اما یافته‌های تحقیق آن‌ها از مصاحبه‌های عمیق با زنان مسلمان در غرب، معنای دیگری را متبادر می‌کند. نیمی از شرکت‌کنندگان در مطالعه، در عین استفاده از روسری هیچ تمایلی برای استفاده از نقاب نداشتند، بلکه بر عکس در محیط آمریکا آن را غیرضروری و نامناسب می‌دانستند. البته اکثر مشارکت‌کنندگان این حق را برای کسانی که مایل به استفاده از نقاب بودند، محترم می‌شمردند (Shirazi & Mishra 2010).

مهتا در مطالعه‌ای تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن در زنان مسلمان دهلی را در طول ۳۰ سال موثر بررسی کرده است. هر چند مصرف رسانه‌های تصویری اوایل به صورت تابو و ممنوع بوده است، اما به نظر می‌رسد امروزه

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

مصرف‌کنندگان محصولات رسانه‌ای به صورت معناداری تحت تأثیر کالایی شدن فرهنگ رسانه‌ای قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نیز نشان دهنده این واقعیت است که زنان مسلمان مفروضات سنتی مصرف رسانه‌ای را کاملاً تغییر داده و سبک زندگی و الگوهای اندیشیده شده از خود را بازبینی کرده‌اند (Mehta 2010)

واتسون در مطالعه‌ای نظری، موضوع حجاب و ارتباط آن با جهانی شدن را بررسی کرده است. وی گرایش به حجاب را واکنش‌های فردی زنان به فرایندهای جهانی می‌داند. واتسون با توجه به نظرهای ارائه شده از سوی زنان، حجاب را مسئله‌ای سیاسی و فردی می‌داند و گرایش به آن را نوعی فمینیسم معکوس و اعتراض علیه مصرف‌گرایی و غرب‌گرایی تلقی می‌کند (واتسون ۱۳۸۲: ۳۳۰-۳۰۹).

۴- مبانی نظری

۴-۱- حجاب به مثابه کنش

داشتن یا نداشتن حجاب یا نوع رعایت حجاب را می‌توان به عنوان نوعی کنش به حساب آورد و از آنجا که رعایت آن در ارتباط با دیگران قرار می‌گیرد، نوعی کنش اجتماعی است. کنش اجتماعی یکی از محورهای اصلی نظریه و تحقیق در علوم اجتماعی است. روشه تأکید می‌کند: «موضوع مطالعه شده جامعه‌شناسی کنش اجتماعی است؛ یعنی کنش انسانی در محیط

اجتماعی» (روشه ۱۳۶۷: ۱۳). به نظر وبر، جامعه‌شناسی علم مطالعه و تحقیق کنش‌هاست. کنش‌گران برای رفتارهای خود معنایی قائل‌اند و آن معنا در رفتار آنها تأثیر می‌گذارد (عضدانلو ۱۳۸۶: ۴۳۴). وبر کنش اجتماعی را به چهار گروه تقسیم می‌کند. مبنای این تقسیم‌بندی، انگیزه‌ها و اهداف خاص کنش‌گران است. مشخصه جوامع گوناگون در دوران‌های مختلف اشکال مختلف کنش است. بنابراین با توجه به نظریه وبر، می‌توان حجاب را کنشی دانست که دارای چهار انگیزه و نیت ابزاری، ارزشی، سنتی و عاطفی از سوی کنش‌گران (بانوان) دارد و به همین ترتیب می‌توان، چهار نوع سبک کنشی نسبت به حجاب را نام برد؛ سبک کنشی ابزاری، ارزشی، سنتی و عاطفی.

۴-۲- سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب

کنش ابزاری (معطوف به هدف) کنشی است که بر حسب جهت‌گیری عقلانی نسبت به یک سیستم از غایات و اهداف جداگانه فردی، تعیین و طبقه‌بندی می‌شود که از چنین انتظاراتی به عنوان شرایط و وسایل برای دستیابی موفقیت‌آمیز و عقلانی کنش‌گر به اهداف انتخابی خویش استفاده می‌شود (وبر ۱۳۶۸). برخی نام این نوع کنش را سوء‌گیری هدفی یا عقلی نامیده‌اند؛ به این معنا که در این نوع کنش هم هدفی که فرد آن را دنبال می‌کند و هم راهنمایی که بر می‌گزیند، بر اساس اصولی بخردانه و عقلانی که مقبول و مشروع حقوقی جمع قرار گرفته، شکل می‌گیرد (تنباهی ۱۳۷۴:

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

۲۹۳)، یا گونه‌ای عقلانیت عملی است که عبارت است از هر شیوه‌ای از زندگی که فرد در آن اعمال دنیوی و تأثیرهای آن‌ها را در خود ارزیابی کرده و مناسب‌ترین راه را برآورد می‌کند (دیلینی، ۱۳۹۰: ۲۰۸). نکته مهم اینکه این نوع کنش عقلایی و بخردانه است، اما راه‌های انتخابی برای رسیدن به اهداف عقلایی نیستند؛ برای مثال کاپیتان کشتی‌ای که در حال غرق شدن است ابتدا مسافرا و اادار به ترک کشتی می‌کند و سپس خود کشتی را ترک می‌کند (تنهایی: همان). بنابراین می‌توان این نوع کنش را نوعی گزینش عقلانی به حساب آورد. به نظر ترنر فرض رویکرد گزینش عقلانی این است که انسان‌ها موجوداتی با قصد و نیت هستند. وی معتقد است که گزینش عقلانی، بهترین روشی است که منجر به حداکثر سود می‌شود (ترنر ۱۳۷۲: ۲۱۱-۱۷۵). رالف دارندورف نیز در الگوی «انسان اقتصادی» سازوکار عملکرد گزینش عقلانی را مبتنی بر اصول می‌داند که «هر فرد سعی دارد تا به مقتضای منابعی که در اختیار اوست، بهترین و مقبول‌ترین انتخاب را از دیدگاه ترجیحات خود به عمل آورد» و دوم آنکه «این بهترین انتخاب ممکن، به سهولت تشخیص داده می‌شود و جز در موارد استثنایی، امکان تحقق آن در همه حال وجود دارد» (عباسپور ۱۳۹۰: ۶).

تفکر اراده‌گرایی که در نظریه کنش پارسونز مطرح می‌شود، نقش فعال و هدف‌دار کنش‌گران را در موقعیت‌های اجتماعی نشان می‌دهد. به نظر او، کنش‌گران ذهن و آگاهی دارند و به همین دلیل در زندگی اجتماعی با سنجش

و ارزیابی موقعیت‌ها به تصمیم‌گیری و گزینش‌های فردی مبادرت می‌ورزند. این تصمیم‌گیری‌ها هر چند به خاطر دخالت ساختارهای الزام‌آور فرهنگی - مانند هنجارها و ارزش‌های اجتماعی - تا اندازه‌ای محدود می‌شوند، اما تأثیر اراده - به نسبت - آزادی فردی را در امور اجتماعی‌شان نشان می‌دهد (ریترز ۱۳۷۹: ۵۸۷).

نظریات تلفیقی معاصر با وضوح بیشتری به موضوع انتخاب عقلانی پرداخته‌اند. نظریه ساختاربندی گیدنز یکی از آنهاست. در این نوع جامعه‌شناسی، گزینش خود را در دیالکتیک عاملیت - ساختار جلوه‌گر ساخته است. به اعتقاد گیدنز، ساختارها و عوامل انسانی دو پدیده جدا از هم نیستند، بلکه از یک سو، ساختارها زمینه اجتماعی عملکرد کنش‌گران را به وجود می‌آورند و از سوی دیگر، عوامل انسانی با کنش‌های به نسبت آگاهانه‌شان، شرایط بازتولید ساختارها را فراهم می‌کنند. به عبارت دیگر، گیدنز عامل و ساختار را دو روی یک سکه می‌داند. وی هم به نقش محدودکننده ساختارها اشاره دارد و هم نقش فعال و خلاق کنش‌گران در شکل‌گیری و تعدیل این ساختارها را می‌پذیرد (همان: ۷۰۷-۷۰۱).

بورديو نیز بحث مشابهی را مطرح می‌کند که به گفته اسکات لث، شاید بیش از هر کس دیگر در گشودن گره از مسئله رابطه ساختار و عاملیت سهم دارد. او برای دوری جستن از تعارض عینیت‌گرایانه و ذهنیت‌گرایانه بر عملکرد تأکید می‌کند؛ مسئله‌ای که به نظر او پیامد رابطه دیالکتیکی میان

ساختار و عاملیت است (ریترز ۱۳۷۹: ۷۱۶). این گونه مباحث را در نظریه جامعه‌شناسی وجودی نیز، با تأکید بیشتری بر عوامل انسانی می‌توان مشاهده کرد (عباسپور ۱۳۹۰: ۷). در نظریه انتخاب عقلانی به دلیل تأکید بسیاری که بر فردیت و عقلانیت می‌شود، می‌توان با اطمینان گفت که بین ماهیت مدرنیته و این نظریه پیوند و رابطه وجود دارد (همان: ۸۷). نگاه‌گزینش عقلانی را می‌توان در مسائل مختلف از جمله در حوزه دین صادق دانست. به عبارت دیگر، انعکاس دیدگاه انتخاب عقلانی در حوزه تئوری‌های مربوط به دنیای مادی، تا حدی خود را در نظریه انتخاب عقلانی در دین منعکس کرده است. نمادگرایی همچون گیرتز و برگر آراء خویش را بر پیش‌فرض‌هایی درباره معناداری و نظم جاری در جهان استوار ساخته‌اند (شجاعی زند ۱۳۸۰: ۶۹-۶۷) که می‌تواند در کنش‌های انسانی مؤثر باشد. دین مبنایی برای کنش‌های انسانی است که به رفتار آن‌ها معنا می‌دهد. در دوره جدید یا مدرن وضعیت دین تا حدی نسبت به گذشته تغییر کرده است؛ برگر ویژگی متکثر وضعیت مدرن را مسئله‌ای جدی برای دین می‌داند. «بازاردین» به ظهور آنچه وی تأثیرات برآمده از وضعیت متکثر می‌نامد، منجر می‌شود. دین در وضعیت متکثر تحمیل‌پذیر نیست و باید بازاریابی شود و از آنجا که عرضه کالا به مصرف‌کنندگانی که مجبور به مصرف نیستند، بدون در نظرگرفتن نظر آن‌ها درباره آن کالا تقریباً غیرممکن است، محتویات دین نیز با سلیقه مصرف‌کنندگان وفق داده می‌شود. البته منظور این نیست که

ترجیحات مصرف‌کنندگان محتویات اصلی دین را تعیین می‌کند. به نظر برگر این ترجیحات، نیروی تغییرند بدون آنکه جهت تغییر را تعیین کنند (برگردیدگران ۱۳۸۶: ۸۸). بنابراین دین برای جذب متقاضی می‌بایست فوایدی را عرضه سازد که افراد به خاطر آن‌ها به دین روی آورند.

با توجه به این توضیحات می‌توان کنش ابزاری نسبت به حجاب را نوعی منفعت‌طلبی یا نگاه ابزارگونه برخوردار دانست؛ در این معنا حجاب - به خودی خود - برای کنش‌گر هدف نیست، بلکه ابزاری است که پذیرش و یا رد آن فرد را به خواسته‌هایش می‌رساند. بنابراین حجاب گونه عملی از انواع عقلانیت کالبرگ است (دیلینی، ۱۳۹۰: ۲۰۸).

براساس دیدگاه چلبی، کنش ابزاری را می‌توان شامل ۶ مؤلفه دانست؛ محاسبه، هماهنگی، یادگیری، کسب پایگاه، مشارکت اجتماعی و پذیرش و تأیید اجتماعی. هر یک از این مؤلفه‌ها با توجه به گزینش عقلانی افراد به عنوان ابزارهایی برای رسیدن به اهداف منظور در نظر گرفته می‌شوند. در کنش ابزاری، کنش‌گر ضمن محاسبه و هماهنگی قبلی عمل و تجربه می‌کند. محاسبه، هسته کنش ابزاری است که به صورت فرایند نمادی، خود را در ذهن پنهان می‌سازد. محاسبه حاوی برآورد، انتخاب و طراحی کنش برای اجرا در آینده است. محاسبه برون‌یابی نمادی آینده در حال است. هماهنگی، حاوی تقسیم کار، تشریک مساعی و همگامی با دیگران برای افزایش بهره‌وری کار است. یادگیری، تغییر در رفتار است که در اثر عمل و

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

یا تجربه حاصل می‌شود. با افزایش یادگیری، هوشمندی و نقشه‌شناختی نیز گسترش می‌یابد و به این ترتیب کنش‌گر با الگوریتم‌ها و راه‌حل‌های انتزاعی از پیش تعیین شده مجهز می‌شود (چلبی ۱۳۸۴: ۲۵۷ و ۲۵۸). منظور از کسب پایگاه، جایی است که هرکس در ساخت اجتماعی اشغال می‌کند (بیرو: ۱۳۸۰). کرونباخ در طبقه‌بندی نیازها، نیاز به تأیید و تحسین همگنان را مطرح می‌کند (رحیمی نیک ۱۳۷۴: ۲۱). نیازهای اجتماعی شامل نیاز به معاشرت، کسب تأیید دیگران، مبادله و تعاون‌اند (رفعت‌جاه ۱۳۸۶: ۱۱۴). در موضوع حجاب نیز به عنوان نوعی کنش، می‌توان ۶ مؤلفه مذکور را در نظر گرفت که افراد بر اساس آن نسبت به پذیرش یا رد حجاب اقدام می‌کنند.

۳-۴- سبک کنش ارزشی نسبت به حجاب

کنش ارزشی، رفتاری است که بدون اعتنا به پیامدهای پیش‌بینی‌کننده عمل، تنها از اعتقاد کارگزار الهام می‌گیرد. در این حالت، فرد با اخلاص کامل، خود را در خدمت یک ارزش یا یک آرمان از سنخ دینی، سیاسی و ... قرار می‌دهد (فروند ۱۳۶۲: ۱۱۵). به عبارت دیگر، کنش ارزشی عبارت است از کنش‌هایی که برحسب جهت‌گیری نسبت به یک ارزش انتزاعی طبقه‌بندی شده‌اند، شامل اعتقاد آگاهانه به ارزش انتزاعی رفتارهای مذهبی، اخلاقی، زیبایی‌شناسی و اشکال دیگر رفتار که به طور کلی به خاطر خویش و مستقل از هرگونه پیش‌بینی موقعیت‌های خارجی شکل می‌گیرد (وبر ۱۳۶۸: ۳). بنابراین این نوع کنش، شامل عقلانیت جوهری است. عقلانیت جوهری

روشی را تعیین می‌کند که مبتنی بر نظامی ارزشی است که در آن، رفتارهای فردی محدود شده‌اند. این گونه عقلانیت منحصر به جوامع غربی نبوده و فرافرهنگی و فراتاریخی است و در هر جامعه‌ای که اصول ارزشی مستحکمی حاکم باشد، وجود دارد (دیلینی، ۱۳۹۰: ۲۰۹).

از نظر گیدنز، تقسیم‌بندی اساسی در جامعه‌شناسی و نظریه‌های اجتماعی همان است که میان دو رویکرد به تحلیل اجتماعی وجود دارد؛ رویکرد عامل محور و ساختار محور. رویکرد اول به افراد، مقاصد و نیت‌ها، انگیزه‌ها و باورها به منزله عوامل شکل دهنده به حیات اجتماعی توجه دارد. رویکرد دوم برای تبیین زندگی فردی و اجتماعی بر فرایندهایی همچون پویش‌های سازمانی یا طبقاتی تأکید دارد. نظارت بازاندیشه بر کنش، دال بر خصلت نیت‌مند یا هدفمند رفتار انسانی است (جلائی پور ۱۳۸۷: ۳۸۴). پست‌مدرنیست‌ها افراد و گروه‌ها را به نوسازی الگوهای ارزشی‌شان تشویق و از وقوع چنین نوسازی‌هایی استقبال می‌کنند. این نوسازی‌ها منجر به تنوع، التقاط‌گرایی و الگوگذاری شخصی شده و ترس افراد از وانهادن اصول سنتی به حداقل می‌رسد (گیببیز و ریمر ۱۳۸۴: ۱۳۳). در چند سده اخیر و به ویژه چند دهه اخیر تغییری از ارزش‌های دینی به سمت ارزش‌های سکولار در کشورهای مختلف جهان احساس می‌شود. نظریاتی که در این راستا وجود دارند، عواملی هم چون تنوع و تکثر فرهنگی، رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی، گسترش روحیه علمی و عقلانیت رابه عنوان تغییراتی ساختاری

ذکر می‌کنند که باعث وقوع جریان سکولاریزاسیون می‌شوند. عاملی که در بیشتر این نظریات به عنوان علت موجد جریان سکولاریزاسیون بیان می‌شود، توسعه و نوسازی جوامع است (طالبان و رفیعی بهابادی ۱۳۹۰: ۲). بنابراین کنش ارزشی نسبت به حجاب را می‌توان برانگیخته از نوعی اعتقاد دانست که فرد بر مبنای آن به پذیرش و یا رد حجاب می‌پردازد.

به نظر رونالد اینگلهارت کنش ارزشی دو مولفه‌ی دینی و سکولار دارد (ملکی ۱۳۷۵: ۱۲). ارزش‌های دینی شامل ارزش‌های متافیزیکی و اخلاقی است که مبنایی برای اندیشیدن و عمل کردن در همه موقعیت‌هایی هستند که فرد باید قضاوت اخلاقی کند و یا راهنمای تصمیم‌گیری افراد در موقعیت‌هایی هستند که فرد با مسائل وجودی درگیر می‌شود (فاضلی ۱۳۸۲: ۹۲). ارزش‌های سکولار طرفدار و مروج حذف یا بی‌اعتنایی و به حاشیه راندن نقش دین در حیات سیاسی و اجتماعی انسان هستند (ربانی گلپایگانی ۱۳۷۹: ۴۰-۱۱). ارزش‌های سکولار بیشتر مبتنی بر فردگرایی‌اند و به نقش عاملیت در کنار ساختار توجه بیشتری می‌کنند. بنابراین ارزش‌های سکولار را می‌توان تا حدی پشتوانه رد حجاب و نگرش دینی را پشتوانه پذیرش یا تأیید آن دانست (اینگلهارت ۱۳۷۳: ۷۳). اینگلهارت خیزشی از ارزش‌های دینی به سکولار را نشان می‌دهد. وی به طور مشخص به رابطه بین توسعه‌یافتگی و دینداری پرداخته و خود نیز آن را آزموده است. او باور دارد که نوسازی، شرایط زندگی بیشتر مردم را عوض می‌کند و از آسیب‌پذیری‌شان در مقابل خطرات

ناگهانی و پیش‌بینی نشده می‌کاهد (اینگلهارت و نوریس ۱۳۸۷: ۳۵). اینگلهارت معتقد است که فروگاهی اهمیت ارزش‌های دینی در کشورهای پسا صنعتی به نوبه خود از مشارکت منظم در اعمال دینی که نمونه آن شرکت در مراسم عبادی و انجام منظم نماز یا مراقبه می‌باشد، کاسته است (همان: ۴۳). ویلسون تصریح می‌کند که با صنعتی‌تر شدن جوامع در حال توسعه، فشارهای مشابهی در جهت سکولاریزاسیون یا کاستن از معنا و اهمیت دین در عملکرد نظام اجتماعی به این جوامع وارد خواهد آمد (Wilson 1987: 170).

استیوبروس ضمن تأکید بر این نکته که توسعه و رفاه مادی، شور و حرارت مذهبی در دنیای مدرن را کاهش داده است، بر این باورند که این مطلب در مورد اغلب سنت‌های دینی تا حد زیادی صدق می‌کند (طالبان و رفیعی بهابادی ۱۳۹۰: ۵). بروس بر این نکته نیز تأکید می‌کند که علم و فناوری به خودی خود، انسان مدرن را ملحد نکرده است، بلکه فرضیات زیربنایی‌اش که در عقلانیت خلاصه می‌شود، انسان معاصر را کمتر از پیشینیان مستعد پذیرش انگاره‌های الهی ساخته است (Bruce 2002: 25). در مجموع، نظریه‌های سکولاریزاسیون که درباره دین و نقش آن در جامعه نوین تئوریزه شده‌اند، شرایطی را ابیان کرده‌اند که با دستیابی به آن‌ها، دین و نقش آن در دنیای جدید هر روز کم‌رنگ‌تر خواهد شد (همان).

طبق نظرات گفته شده می‌توان دو نوع مولفه‌کنش ارزشی را در ارتباط با سبک کنش ارزشی نسبت به حجاب در نظر گرفت، به این معنا که در سبک

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

کنش ارزشی به حجاب، ارزش‌های دینی و سکولار هر یک چه تأثیراتی در نگرش نسبت به حجاب و میزان رعایت آن دارند؟

۴-۴- سبک کنش سنتی نسبت به حجاب

در کنش سنتی، کنش‌های افراد جهت‌گیری سنتی داشته و بر عادت‌های دیرپا مبتنی است (و بر ۱۳۶۸: ۳۹). رفتار سنتی اغلب مبتنی بر یک رفتار ماشینی و اطاعت ناآگاهانه از سنن اجتماعی و بدین ترتیب شامل عناصر نامفهوم است (فروند ۱۳۶۲: ۱۱۳). در این نوع کنش هم هدفی که فرد دنبال می‌کند و هم راه‌هایی که برای رسیدن به هدف برمی‌گزیند، تنها بر اساس سنت شکل گرفته است نه عقل (تنهایی ۱۳۷۴: ۲۹۳). کنشی که عادت‌ها، عرف‌ها یا باورهایی که طبیعت ثانوی فاعل را تشکیل می‌دهند، برمی‌خیزد و فاعل کنش فقط به انگیزه بازتاب‌هایی که در اثر ممارست‌های طولانی در او ریشه دوانیده‌اند، عمل می‌کند. در همین راستا، بوردیو عادت‌واره‌ها را منشأ کنش می‌داند. منظور از عادت‌واره، مجموعه طرح‌واره‌هایی است که یک انسان در طول زندگی خود از ابتدای تولد به بعد بر اساس برخورد با محیط‌های مختلف مانند خانواده، رسانه‌ها، نهادهای آموزش و پرورش و گروه همسالان کسب می‌کند. این طرح‌واره‌ها مانند: چگونه غذا خوردن، چگونه لباس پوشیدن، چگونگی ارتباطات اجتماعی، ذوقیات و مشغولیات انسان می‌باشند (بوردیو ۱۳۸۰: ۹۳). در هر یک از انسان‌ها عادت‌واره‌هایی وجود دارد که در طول زندگی آن‌ها ساخته می‌شوند (همان: ۵۶). عادت‌واره‌ها

الگویی هستند برای طبقه‌بندی و تقسیم‌بندی براساس نگرش‌ها و سلیقه‌ها. عادت‌واره‌ها همچنین میان آنچه خوب است و آنچه بد است، آنچه ممتاز است و آنچه معمولی است و ... تفاوت می‌گذارد. البته این موارد نزد افراد و طبقات متفاوت یکسان نیست (همان). در مجموع، تئوری کنشی‌ای که بورديو در قالب مفهوم عادت‌واره مطرح می‌کند، به این معناست که کنش‌ها مبتنی بر آمادگی و استعدادهاى کسب شده هستند و مبتنی بر قصد نیستند؛ برای مثال «بازیگر، نظریه این‌که قاعده‌مندی یک بازی را عمیقاً درونی کرده است، نیازی به دانستن آگاهانه آنچه که انجام می‌دهد، برای انجام کار، ندارد.» (همان: ۲۴۶). اهمیت این بحث در آن است که طبق نظریه بورديو، نیروی محرکه اعمال و رفتار روزمره هر فرد، عادت‌واره‌های اوست (Monadi 2009: 96) و تفاوت در عادت‌واره‌هاست که تفاوت در رفتارها و عقاید میان افراد یا گروه‌ها را باعث می‌شود، چرا که در صورت وجود عادت‌واره‌های مشترک بین افراد، گروه و طبقه شکل می‌گیرد (بورديو ۱۳۸۰: ۳۷). در اینجا لازم است به این موضوع اشاره شود که عادت‌واره‌ها، عمل را نه به صورت تحمیل بلکه به صورت یک ضرورت منطقی پیش می‌برد (همان: ۳۰۰). تأثیر عادت‌واره‌ها در اعمال شخص به صورتی است که گویا شخص از نوعی محاسبه عقلانی و یا قاعده‌ای تبعیت کرده است (همان). بدین معنا، کنش سنتی حجاب‌ناشی از نوعی عادت کنش است که در اثر تکرار در فرد درونی شده است.

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

کنش سنتی براساس دیدگاه چلبی چهار مؤلفه درونی کردن گذشته، تقلید، وفاداری و مراجعه به گذشته و عرف تاریخی را شامل می‌شود. بدین ترتیب می‌توان گفت کنش سنتی نسبت به حجاب نیز همین مؤلفه‌ها را دارد و فرد با توجه به این ابعاد، اقدام به پذیرش و یا رد حجاب می‌کند. درونی کردن، خود جلوه‌ای از کنش سنتی است؛ نوعی حفظ کردن و به خاطر سپردن که در بطن احساسات به نسبت عمیق و اجتماعی برانگیخته شده صورت می‌گیرد. تقلید، شکل آشکار کنش سنتی است و صرف انرژی برای تکرار گذشته در حال است. وفاداری فی‌نفسه مسبوق به گذشته است که پس از آشنایی با دیگران و آثار آن‌ها ظاهر می‌شود. وفاداری موجب آشنایی نمی‌شود بلکه برعکس، آشنایی سبب وفاداری می‌شود. بنابراین اساساً وفاداری ناظر به گذشته است هر چند ادامه و بسط آن به آینده نیز سرایت کند. مراجعه به گذشته، نمودی از کنش سنتی و بازگشتی نمادی به گذشته و رجوع عاطفی به میراث تاریخی جامعه است (چلبی ۱۳۸۴: ۲۵۷).

۴-۵- سبک کنش عاطفی نسبت به حجاب

کنش‌های عاطفی، کنش‌هایی هستند که برحسب جهت‌گیری‌های انفعالی و به‌خصوص عاطفی - که از طریق تأثیرپذیری ویژه و حالت‌های احساسی کنش‌گر تعیین می‌شود - طبقه‌بندی می‌گردند (ویر ۱۳۶۸: ۳) رفتار عاطفی شامل عناصر نامفهوم از سنخ غریزی، حسی، تأثیری و یا هیجانی است که باید از راه روان‌شناسی یا روان‌کاوی تبیین شود (فروند ۱۳۶۲: ۱۱۴). بنابراین در

نزد ویر، کنش انفعالی یا عاطفی عبارت است از کنشی که بدون واسطه ناشی از حال وجدانی یا خلق فاعل است (ریمون ۱۳۷۷: ۵۶۷). کوزر آن را رفتاری احساسی که در حالت عاطفی کنش‌گر به چشم می‌خورد، می‌داند (کوزر ۱۳۸۶: ۳۰۰). پس به نوعی می‌توان فرد را در انجام دادن این کنش، منفعل‌تر از سایر حالت‌ها دید. در این نوع کنش، استدلال مدنظر نیست [بلکه] تنها عمل و فعالیت کنش‌گر مورد علاقه و توجه است (تنهایی ۱۳۷۴: ۲۹۳).

پارتو می‌گوید: «آنچه ما انسان‌ها، از حالات ظاهری رفتار و کردار هم می‌بینیم و از حرف‌های همدیگر می‌شنویم (مشتقات) با واقعیات پشت پرده آن‌ها (ته‌نشست‌ها) متفاوت است». در واقع او به وجود یک ریای سیستمی در رفتار و گویش افراد اجتماع معتقد است. پیام کلی پارتو در سراسر رساله‌اش این است که «افکار را زیاد جدی نگیرید، بلکه کنکاش ژرف‌تری کنید تا به سرچشمه‌های واقعی کنش‌های آن‌ها دست یابید» (کوزر ۱۳۸۶: ۵۱۷). بر این مبنا وی به بررسی کنش منطقی و غیرمنطقی پرداخته و میان آن‌ها تمیز قائل می‌شود. پارتو کنش‌هایی را منطقی می‌داند که وسایلی متناسب با اهداف را به کار برده و وسایل کار آن‌ها با هدف‌های مورد انتظارشان پیوندی منطقی داشته باشد (کوزر ۱۳۸۶). وی سایر انواع کنش را غیرمنطقی می‌داند که البته مقصود از آن بی‌منطقی نیست (ریمون، ۱۳۷۷: ۴۶۳). پارتو با بررسی نمونه‌های متعدد در تاریخ گذشته و معاصر چنین نتیجه می‌گیرد که نظام‌های اعتقادی غیرعلمی به ندرت تعیین‌کننده کنش بشری بوده‌اند، بلکه بیشتر احساسات

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

ریشه‌دار انسانی که در این اعتقادات متبلورند، انسان را به کنش واداشته‌اند. او چنین استدلال می‌کند که اگر چه انسان‌ها معمولاً منطقی عمل نمی‌کنند، اما گرایش شدیدی به منطقی جلوه دادن رفتارشان دارند (ریمون ۱۳۷۷). پارتو کنش‌های غیرمنطقی را به شیوه‌ای منطقی بررسی می‌کند. از نظر او هدف جامعه‌شناس در بررسی رفتارهای غیرمنطقی، جست‌وجوی حقیقت است نه جست‌وجوی فایده (ریمون ۱۳۷۷).

مؤلفه‌های کنش عاطفی عبارت‌اند از علاقه و دلبستگی، ترس و اجبار، نیاز به خودنمایی و جاذبه جنسی. علاقه و دلبستگی دو مشخصه دارد؛ نخست، ارزیابی مثبت و توجه و احترام زیاد به مرجع آن و دوم، فرض بر اینکه مرجع شبیه به خودمان است (فرگاس ۱۳۷۳: ۲۶). ترس و اجبار، واکنش هیجانی درونی است که در مخاطب به دنبال تجربه یا حس محتوی، موقعیت و حالت وحشتناک و هراس‌انگیز رخ می‌دهد. منظور از نیاز به خودنمایی ظاهری یعنی طرف توجه قرار گرفتن، روی دیگران تأثیر گذاردن، دیگران را تحریک کردن و کنجکاوی آن‌ها را برانگیختن (رحیمی‌نیک ۱۳۷۴: ۲۱). گرایش جنسی بسیار پیچیده‌تر از آن است که بتوان آن را کاملاً به خصایل زیست‌شناختی نسبت داد. گرایش جنسی را باید براساس معانی اجتماعی‌ای که آدمیان بدان نسبت می‌دهند، درک کرد. هنجارهای جذابیت جنسی بیشتر روی ظاهر فیزیکی زنان متمرکز است تا مردان (گیدنز ۱۳۸۵: ۱۸۶-۱۸۴). این مؤلفه‌ها نسبت به کنش حجاب نیز به همین ترتیب مطرح می‌شوند.

۴-۶- رابطه مصرف رسانه‌ای با سبک کنشی نسبت به حجاب

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، امروزه نیت و انگیزه کنش‌گران در قبول یا رد حجاب و میزان رعایت آن، نقش و اهمیت بسزایی یافته است. از سوی دیگر، این نیات و انگیزه‌ها خود را در قالب علایق، ترجیحات و یا همان «سبک زندگی» متجلی می‌سازند. بنابراین می‌توان گفت که امروزه زنان با مقوله حجاب، بیشتر به عنوان نوعی از سبک زندگی مورد علاقه خود برخورد می‌کنند. چنین امری نقش مصرف‌گرایی و مد را به خوبی آشکار می‌سازد.

سبک زندگی، امروزه به امری عادی و رایج تبدیل شده است: «... دردهه اخیر بدون سبک زندگی و هویت اجتماعی، یعنی بدون چارچوب‌های مشخصی که شباهت‌ها و تفاوت‌ها را آشکار می‌سازد، افراد یک جامعه امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار را میان خود نخواهند داشت» (آقابخشی ۱۳۹۱: ۲). بنابراین می‌توان انتظار داشت، هرکس نوع خاصی از سبک زندگی داشته باشد. سبک زندگی برای توصیف شرایط زندگی انسان استفاده می‌شود و مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها در هر چیزی را در برمی‌گیرد. این امر با مصرف کردن کالاهای مادی و معنوی، نمود عینی‌تری به خود گرفت و ادبیات جدیدی با عنوان سبک زندگی وارد عرصه جامعه‌شناسی شد (اباذری و چاوشیان ۱۳۸۱: ۶ و ۷).

به باور گیدنز، سبک زندگی در دنیای معاصر اهمیت زیادی پیدا کرده و سنت نیز بیش از گذشته معنای خود را از دست داده است و زندگی روزانه افراد بیشتر تحت تأثیر دیالکتیک امر محلی و امر جهانی شکل می‌گیرد و بیشتر افراد مجبورند از میان مجموعه انتخاب‌ها، چیزهایی را گزینش کنند (گیدنز: ۱۳۸۵: ۱۱۹-۱۲۹).

بوردیو به تحلیل انتخاب‌های سبک زندگی پرداخته و آنرا از این جهت با اهمیت دانسته که تمایزات اجتماعی و ساختاری در دهه اخیر مدرنیته به طور روزافزونی از رهگذر صور فرهنگی بیان می‌شوند (آقابخشی، ۱۳۹۱: ۶). بوردیو با مفهوم «فضای اجتماعی» سبک‌های زندگی مختلف را نشان می‌دهد. فضای اجتماعی بر مبنای سرمایه ساخته می‌شود. هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی در موقعیت بالاتری قرار می‌گیرد. بوردیو استدلال می‌کند افرادی که در یک فضای اجتماعی قرار دارند، مشابهت‌های بسیاری دارند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌ها و سبک‌های زندگی مشابهی دارند (همان: ۳۵). بنابراین طبق نظر بوردیو، سبک زندگی برایندی از عادت‌واره‌ها از یک سو و انواع سرمایه‌های در دسترس از سوی دیگر است.

سبک زندگی را می‌توان متأثر از منابع مختلفی دانست که هر یک شیوه‌های متفاوتی از رفتار و سبک را ترویج می‌دهند؛ از جمله مهم‌ترین این منابع رسانه‌های جهانی است که بیشتر در قالب ماهواره و اینترنت قرار می‌گیرند.

با فرایند جهانی شدن، شبکه‌های ارتباطی و ماهواره‌ها با اینکه فرایند یکسان‌سازی فرهنگ جهانی را دنبال می‌کردند در عین حال موجب خلق تمایزات گوناگون میان «نشان دادن خود از دیگری» شدند (خواجه نوری ۱۳۸۴: ۶ و ۷). این سبک‌های زندگی جدید - که مولود دوران مدرنیته‌اند و به وسیله رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی در سرتاسر جهان تبلیغ می‌شوند - اغلب با سبک‌های سنتی زندگی دچار چالش می‌شوند. در جوامع مسلمان نیز این چالش‌ها با شدت بیشتری دنبال می‌شوند، زیرا از یک سو [این جوامع] فرهنگی اسلامی دارند که آداب و ویژه‌ای را خواستار است و از سوی دیگر، فرهنگ ملی و سنتی آن‌ها نیز اغلب با سبک‌های جدید زندگی - که از طریق ماهواره‌ها و رسانه‌های جمعی و ... تبلیغ می‌شود - مغایر است. به همین دلیل است که برخی از زنان کشورهای مسلمان به علت پیروی از سبک‌های جدید زندگی، اغلب به سبک‌های سنتی و دینی کشورشان گرایش ندارند. در واقع این زنان، سبک متفاوت زندگی خویش را برای دیگران به نمایش می‌گذارند (همان).

سبک زندگی با هویت فردی در ارتباط است. برخی از نظریه‌پردازان بر نقش سبک زندگی در خلق هویت‌های فردی و جمعی افراد تأکید کرده‌اند (Lamont & Molnar 2001: 31-45). جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی است (گیدنز ۱۳۸۵: ۱۱۹).

با توجه به خود در کار کولی، خود در یک ارتباط دیالکتیکی بین فرد و جمع شکل می‌گیرد. در نظر وی مفهوم خودآینه‌سان از سه عنصر اصلی ساخته می‌شود؛ نخست، ظاهر ما در نزد دیگران چگونه است. دوم، دیگران در مورد ظاهر ما چه قضاوتی دارند و سوم این که چه احساسی از خود برای ما پدید می‌آید (Cosser 2008). بنابراین می‌توان به تأثیر نقش سطوح کلان و خرد روی بدن توجه کرد. زیمل در مقاله «مد» دلایل تعدد تغییر مد (همچون پوشاک، آشپزی، هنر و معماری) در فرهنگ مدرن را بررسی کرده و نتیجه می‌گیرد که مردم سریع‌تر به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند، زیرا می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. به نظر زیمل، در جوامع اولیه، افراد هویت خود را از گروه می‌گرفتند. از این رو بسیار همگن بودند، اما در جوامع مدرن، فرآیند هویت‌یابی فردی شده است. به نظر زیمل در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد، برای خود بسازد (باکاک ۱۳۸۱: ۲۶). کاستلز نیز معتقد است که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید همچون اینترنت در عصر جدید در هویت افراد اثر قاطع دارد (کاستلز ۱۳۸۴: ج ۱، ۵۱-۴۹). از نظر گیدنز، خود آرایی و تزئین خویشتن با پویایی شخصیت مرتبط است. در این معنا پوشاک علاوه بر آن که وسیله مهمی برای پنهان یا آشکارسازی وجوه مختلف زندگی شخصی است، نوعی وسیله خودنمایی نیز محسوب می‌شود؛ چرا که لباس آداب و اصول رایج را به هویت شخصی پیوند می‌زند (گیدنز ۱۳۸۵: ۹۵). فریدمن معتقد است که

فناوری‌های فراملی برای هویت و فرهنگ بومی و محلی تهدیدهایی را به وجود می‌آورند (Ritzer 2010: 119؛ به نقل از فریدمن، ۱۹۹۹: ۲۹). مطالعات داخلی و خارجی نیز حاکی از اثر این فناوری‌ها در تغییر هویت افراد است (Armfield & Holbert 2003: 129-144؛ مقدس و خواجه نوری ۱۳۸۴: ۳۲-۵؛ خواجه نوری ۱۳۸۵).

بخشی از سبک زندگی مربوط به نحوه مصرف است. ویر در بحث از طبقه، ایده مارکس را مبنی بر تمایز طبقات اجتماعی بر مبنای تولید می‌پذیرد، اما مفهوم «مصرف» را نیز به آن می‌افزاید. در این صورت می‌توان گفت، همان‌طور که مارکس در قرن نوزدهم جامعه را بر مبنای تولید طبقه‌بندی کرد، ویر در قرن بیستم طبقه را براساس مصرف بخش‌بندی کرد (فاضلی ۱۳۸۲: ۲۱). تأکید بر مصرف‌گرایی موجب توجه بیشتر به لذت و خوشی و در نتیجه دگرگونی در ادراک از بدن شده است (Aronson 1984). نوع پوشش به عنوان سبکی از مصرف از مؤلفه‌های مهم مصرف است. مسئله‌ی پوشش به شکل اجتناب‌ناپذیری با مسئله‌ی بدن مرتبط است. همچنین پوشش عناصر متفاوتی از هویت‌های مردم را به نمایش می‌گذارد (Jenkins 1996: 4) به گفته گیدنز «... پوشاک علاوه بر آنکه وسیله مهمی برای پنهان‌سازی یا آشکار سازی وجوه مختلف زندگی شخصی است، نوعی وسیله خود نمایی نیز محسوب می‌شود؛ چراکه لباس، آداب و اصول رایج را به هویت شخصی پیوند می‌زند» (گیدنز ۱۳۸۵: ۹۵).

مسئله‌ی بدن و هویت ناشی از آن یکی از مباحث مهم در فرایند بازاندیشانه است که در دیدگاه‌های معطوف به فرایند جهانی شدن مدّ نظر قرار می‌گیرد (Longman 2003: 225&226). توجه به بدن در جوامعی که تحت تأثیر فرایند جهانی شدن قرار گرفته‌اند، گسترش زیادی یافته (Mirza 2009: 66&67) و فراتر از مباحث سلامت، بهداشت و ابعاد پزشکی آن به مباحث فرهنگی تبدیل می‌شود (به نقل از خواجه نوری ۱۳۹۱: ۸). به باور گیدنز، برای شراکت برابر با دیگران در تولید روابط اجتماعی، باید مدام بر بدن خود نظارت داشت (گیدنز ۱۳۸۵: ۸۶ و ۸۷) که در نتیجه آن، بدن به ابزاری هویت‌ساز در جریان تعاملات اجتماعی تبدیل می‌شود (Nettleton 1998: 7). بودریار معتقد است که متن درون رسانه‌های جمعی در قرن بیست و یکم از یک الگوی تکراری نمایش شکل بدن حمایت می‌کند. تقویت پیام‌های بدنی نیز با انتشار داستان‌ها درباره ستارگان فیلم، تلویزیون، اخبار در روزنامه‌های صبح و شبکه جهانی وب، رادیو و مطالب چاپ شده درباره مشاهیر انجام می‌شود (ویکز و گانتز ۲۰۰۵: ۲۱۱-۲۰۸). فدرستون معتقد است که در درون فرهنگ مصرفی، تبلیغات، فشارهای عمومی و تلویزیون تعداد کثیری از تصاویر بدنی سبک‌وار را فراهم می‌کند. به علاوه، رسانه‌های عمومی مدام به مزایای آرایش بدن تأکید می‌کنند. در رسانه‌ها برای ارائه تصاویر از بدن‌های زیبا، از ستارگان و افراد مشهور استفاده می‌شود (ادیبی سده و عزیزاده ۱۳۹۰: ۴). بنابراین بدن و مدیریت بر آن، در هویت اجتماعی فرد اثر می‌گذارد. در واقع،

در مدرنیته‌ی متأخر بدن افراد مولد هویت متمایز بین آن‌ها شده است تا جایی که فوکو معتقد است انسان مدرن کسی است که می‌کوشد هویت خود را باز آفریند (احمدی ۱۳۸۶: ۶۸). بوردیو با در نظر گرفتن بدن به عنوان یک سرمایه فیزیکی، هویت‌های افراد را با ارزش‌های اجتماعی منطبق با اندازه، شکل و ظاهر بدنی مرتبط می‌سازد (همان: ۱۴). بدن تجسم و تبلور شرایط اجتماعی‌ای است که فرد را احاطه کرده است (Cash & et al 1997: 433). گیدنز بدن را در ارتباط با هویت و خود قرار می‌دهد و بر این باور است که افراد از بدن‌هایشان برای شکل دادن به هویت شخصی‌شان استفاده می‌کنند. همچنین بدن در نظر وی ابزاری است که به وسیله آن افراد با اوضاع، احوال و کنش‌های دیگر افراد برخورد می‌کنند و عرصه‌ای برای تولید روابط اجتماعی است (Giddens 2006). به نظر گیدنز در تعاملات اجتماعی افراد با یکدیگر 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 دیدنی، از جمله طرز پوشش و آرایش است که به طور معمول به عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنش‌ها به کار گرفته می‌شوند. کردار مشخص‌کننده آن است که افراد از نمای ظاهری خود چگونه در فعالیت‌های روزمره استفاده می‌کنند» (گیدنز ۱۳۸۵: ۱۴۴). در واقع، امروزه جنبه ظاهری بدن برای ابراز هویت فردی بیش از وجهه اجتماعی آن تقویت شده است (همان: ۱۴۵). مک کیلنی تجربه نگریستن به بدن به عنوان یک ابژه و باورهای

حمایت‌کننده از این آگاهی از بدن را شی انگاشته نامید (Mckinley 1995). این مفهوم متشکل از سه عنصر است که به باور صاحب نظران فمینیستی در تجربیات زنان از بدنشان اهمیت دارد که عبارت است از پایش یا واریسی بدن، درونی کردن استانداردهای فرهنگی راجع به بدن ایده‌آل (شرم از بدن) و باورهای مربوط به توانایی کنترل ظاهر و اندام (Mckinley & Hyde 1996: 183). چنین نگرشی از بدن را می‌توان با برنامه‌های ارائه شده از سوی ماهواره و اینترنت مرتبط دانست. در واقع، این رسانه‌ها با پخش برنامه‌هایی که در آن‌ها- به گونه مستقیم یا غیرمستقیم- حجاب را به مثابه امری سنتی و متعلق به دوران اسارت زن می‌شمارد، بر آزادی هر چه بیشتر زنان تأکید کرده و داشتن حجاب دلخواه، متنوع و متفاوت را نشان دهنده سبک زندگی متفاوتی زنان به شمار می‌آورند. مطالعه درباره‌ی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی و احیاناً میزان آن، امری ضروری است.

سبک‌های زندگی موجود در جامعه را می‌توان بر روی پیوستاری در نظر گرفت که در یک سوی آن افراد متأثر از فرهنگ‌های غیربومی و عمدتاً غربی و سکولار هستند و در سوی دیگر، افراد کاملاً سنتی و وفادار به آیین‌ها، رسوم، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خودی هستند. البته، بیشتر مردم در میانه‌ی این پیوستار قرار می‌گیرند که برخی از عناصر فرهنگی را از جامعه خود و برخی را از فرهنگ‌های دیگر اخذ می‌کنند و به بیانی، به رفتار بازاندیشه‌ای در ارتباط با ارزش‌ها و رسوم فرهنگی پیرامون خود (و

با توجه به شرایط موجود در جامعه) اقدام می‌کنند (خواجه نوری ۱۳۹۱: ۱۱). این بازاندیشی گویای نگرش و تفکر افراد در امر رعایت حجاب است: از آنجایی که رعایت حجاب از نحوه نگرش افراد ناشی می‌شود؛ لذا شناخت نگرش دانشجویان نسبت به پوشش اسلامی و عوامل مرتبط، در شکل‌گیری آن ضروری است (رجالی ۱۳۹۱: ۲). بسیاری از زنان نیز در زندگی روزمره خود بدحجابی یا بی‌حجابی را ترویج می‌کنند، بدون اینکه به صورت آگاهانه سعی داشته باشند با هنجارهای حاکم مبارزه سیاسی کنند. در واقع، این زنان در پی سبک زندگی خاصی برای خود هستند (خواجه‌نوری ۱۳۹۱: ۷) و این خاص بودن را به شیوه‌ای نمادین به نمایش می‌گذارند، سبک‌های زندگی بیشتر در قالب چیزهای ملموسی هستند که آن‌ها را به اموری نمادین بدل می‌کنند؛ نمادهایی که انعطاف‌پذیرند و معانی گوناگونی دارند (چاووشیان ۱۳۸۱: ۲). نوع پوشش در زمره این نمادهاست که در ارتباط با زنان اهمیت بیشتری دارد. اهمیت روزافزون سبک‌زندگی، پوشش زنان را به مثابه امری نمادین، به صحنه نمایش متنوعی بدل نموده است. زنان به عنوان گروه اصلی مصرف‌کننده سبک‌های جدید به شمار می‌روند (خواجه نوری ۱۳۹۱: ۴) بنابراین امروزه - بر خلاف گذشته - داشتن یا نداشتن حجاب و نوع و میزان آن برای بانوان، سبک متفاوت زندگی آن‌ها را نشان می‌دهد (همان).

از سوی دیگر، به عنوان اندیشه‌ای در سطح خرد می‌توان تصویر از بدن را پدیده‌ای متأثر از جنسیت دانست. بدین معنی که مردان و زنان به گونه‌ای اجتماعی می‌شوند که از بدن‌هایشان ادراک متفاوتی نموده و ایده‌آل‌ها و ویژگی‌های جسمی متفاوتی را ارزشمند بدانند (ریاحی ۱۳۹۰: ۴). فرانزوی بر این باور است که زنان به گونه‌ای اجتماعی می‌شوند که بدن‌هایشان را به عنوان کالایی متمایز ادراک نمایند و دیگران آن را به لحاظ زیبایی‌شناختی قضاوت و ارزیابی کنند (همان). زیمل بر این باور است که زنان سریع‌تر به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند، زیرا می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. همچنین از آنجا که زنان در طول تاریخ موقعیت فرودستی داشته‌اند، بیشتر به مد وابسته می‌شوند (Fazeli 2003). حساسیت بیش از حد در مورد بدن و ظاهر آن در میان زنان، به ویژه زنان و دختران ووان در مقایسه با مردان بسیار بیشتر است (KeyvanAra, Rabbani & Zhian- 2001؛ Tiggemann & Eha Ruutel 2010؛ Poor). گلیرز بر این باور است که زنان نیاز روان‌شناختی قوی‌ای برای حفظ و پی‌گیری زیبایی و ارتقای جذابیت خود دارند (Glazer:1992). مقاله گلیمن بر این مدعاست که بدن در مدرنیته متعالی نقطه‌کانونی هویت در نظر گرفته می‌شود (Gimlin: 2006).

۵- چارچوب نظری

با توجه به آنچه گفته شد، حجاب را می‌توان به عنوان یک نوع کنش در نظر گرفت. براساس نظریه وبر، کنش انسانی یا اجتماعی چهار بعد ابزاری، ارزشی، سستی و عاطفی دارد. طبق تعریف وبر و براساس نظریه گزینش عقلانی، کنش ابزاری بر مبنای محاسبه عقلانی برای کاربرد بهترین ابزار ممکن جهت کسب و دستیابی به هدف استوار است. با استناد به نظریه چلبی و نظریه گزینش عقلانی، می‌توان کنش ابزاری نسبت به حجاب را شامل ۶ مؤلفه اصلی دانست که عبارت‌اند از: محاسبه، هماهنگی، یادگیری، کسب پایگاه، مشارکت اجتماعی و پذیرش اجتماعی. محاسبه حاوی برآورد، انتخاب و طراحی کنش برای اجرا در آینده است. هماهنگی حاوی تقسیم کار، تشریک مساعی و همگامی با دیگران برای افزایش بهره‌وری کار است. یادگیری، تغییر در رفتار است که در اثر عمل و یا تجربه حاصل می‌شود. وبر کنش ارزشی را شامل اعتقاد آگاهانه به ارزش انتزاعی رفتارهای مذهبی، اخلاقی، زیبایی‌شناسی و اشکال دیگر رفتار - که به طور کلی به خاطر خویش و مستقل از هرگونه پیش‌بینی موقعیت‌های خارجی شکل می‌گیرد - می‌داند. به نظر رونالد اینگلهارت کنش ارزشی ۲ مؤلفه دینی و سکولار دارد. ارزش‌های سکولار، بیشتر مبتنی بر فردگرایی‌اند و به نقش عاملیت در کنار ساختار توجه بیشتری می‌کنند. بنابراین ارزش‌های سکولار را می‌توان تا حدی پشتوانه رد حجاب و نگرش دینی را پشتوانه پذیرش یا تأیید آن

دانست. براین اساس می‌توان ۲ نوع مولفه عمده برای سبک کنش ارزشی نسبت به حجاب در نظر گرفت، که عبارت‌اند از ارزش‌های دینی برای قبول حجاب و ارزش‌های سکولار برای رد آن.

به گفته وبر، درکنش سنتی، کنش‌های افراد جهت سنتی داشته و بر عادت‌های دیرپا مبتنی است. در همین راستا، بوردیو عادت‌واره‌ها را منشأ کنش می‌داند؛ بدین معنا، کنش سنتی حجاب ناشی از نوعی عادت کنش است که در اثر تکرار در فرد درونی شده است. کنش سنتی براساس دیدگاه چلبی ۴ مولفه درونی کردن گذشته، تقلید، وفاداری و مراجعه به گذشته و عرف تاریخی دارد. بدین ترتیب می‌توان گفت که کنش سنتی نسبت به حجاب نیز همین مؤلفه‌ها را دارد و فرد با توجه به این ابعاد، اقدام به پذیرش و یا رد حجاب می‌کند. درونی کردن، نوعی حفظ کردن و به خاطر سپردن است که در بطن احساسات به نسبت عمیق و اجتماعی برانگیخته شده صورت می‌گیرد. وی تقلید را صرف انرژی برای تکرار گذشته در حال می‌داند. وفاداری فی‌نفسه مسبوق به گذشته است که پس از آشنایی با دیگران و آثار آن‌ها ظاهر می‌شود. منظور از مراجعه به گذشته، بازگشتی نمادین به گذشته و رجوع عاطفی به میراث تاریخی جامعه است. کنش‌های عاطفی، کنش‌هایی هستند که برحسب جهت‌گیری‌های انفعالی و به‌خصوص عاطفی - که از طریق تأثیرپذیری ویژه و حالت‌های احساسی کنش‌گر تعیین می‌شود - طبقه‌بندی می‌شوند. فرد در این نوع کنش، منفعل‌تر از سایر انواع

کنش وبری، عمل می‌کند. پارتو منشأ این نوع کنش را در گزینه‌هایی می‌داند که خارج از حوزه تفکر انسانی است. براین اساس می‌توان مؤلفه‌های کنش عاطفی نسبت به حجاب را عبارت از علاقه و دل‌بستگی، ترس و اجبار، نیاز به خودنمایی و جاذبه جنسی دانست. هر یک از این سبک‌های کنش، موضع ذهنی فرد را نسبت به حجاب مشخص ساخته و منجر به میزان رعایت حجاب در عمل می‌گردد، در حالی که براساس نظریه سبک زندگی گیدنز، خود این سبک‌های کنشی نیز از مصرف ماهواره و اینترنت تأثیر می‌پذیرند.

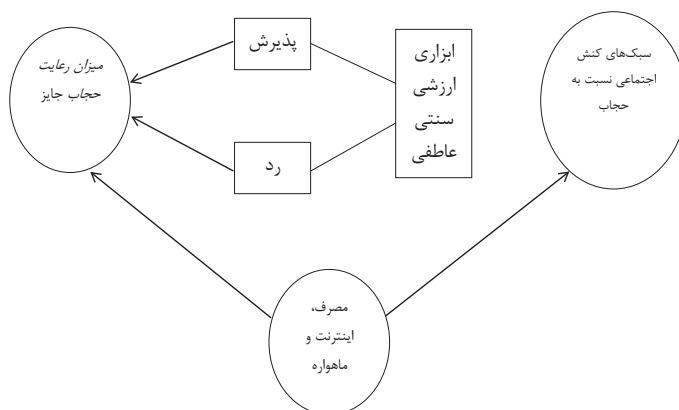
۶- فرضیات تحقیق

- بر اساس چارچوب نظری فوق، فرضیه‌های تحقیق عبارت‌اند از:
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
 - بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش ارزشی دینی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
 - بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش ارزشی سکولار نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
 - بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش عاطفی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
 - بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش سنتی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

- بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش ارزشی دینی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش ارزشی سکولار نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش عاطفی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش سنتی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد.
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با میزان رعایت حجاب رابطه وجود دارد.
- بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با میزان رعایت حجاب رابطه وجود دارد.
- بین سبک کنش نسبت به حجاب و میزان رعایت حجاب جایز رابطه وجود دارد.

شکل ۱: مدل نظری تحقیق



۷- روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع پیمایش است. نتایج حاصل از تحقیق در نمونه، در پایان به کل جامعه آماری تسری و تعمیم داده خواهد شد. در این تحقیق از ابزار پرسش‌نامه همراه با مصاحبه استفاده شده است.

جامعه آماری این تحقیق را زنان و دختران با دامنه سنی ۲۲ تا ۴۰ سال در سه منطقه شهر تهران (مناطق ۲، ۱۰ و ۱۸) تشکیل می‌دهند که براساس نتایج سرشماری ۱۵۸۶۰۷۰ نفر می‌باشند. انتخاب این سه منطقه براساس تقسیم بندی‌ای بوده است که در مقاله‌ای با عنوان رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان از آقایان شارع‌پور و خوش‌فر به چاپ رسیده است. واحد

۱. مرکز آمار ایران، ۱۳۸۸، سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵، نشر امور بین‌المللی و روابط عمومی

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

تحلیل این مطالعه فرد بوده است. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای و حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران^۱ معادل ۳۵۸ نفر است. ابتدا از میان مناطق شهر تهران مناطقی به عنوان نمونه براساس مقاله شارع پور و خوش فر انتخاب گردید. سپس از میان آن سه منطقه، نمونه‌هایی تصادفی از بلوک‌های هر منطقه انتخاب شده و نمونه تصادفی از خانوارهای هر بلوک برگزیده شد.

۸- تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

۱. میزان رعایت حجاب جایز: در قالب ۳ دسته حجاب جایز کامل، متوسط و پایین عملیاتی گردیده است. همچنین این متغیر شامل رعایت میزان حجاب در سه فضای عمومی، مهمانی‌های خصوصی و اماکن دولتی بررسی شده است.

۲. میزان مصرف رسانه‌ای: این دو متغیر به طور یکسان در قالب ۳ دسته عدم استفاده، استفاده بین ۰/۵ تا ۲ ساعت در روز و بیشتر از ۲ ساعت در روز عملیاتی شد.

۳. نوع مصرف رسانه‌ای: این دو متغیر نیز در قالب ۲ دسته علمی-خبری و تفریحی-سرگرمی بررسی شد.

$$n = \frac{\left(\frac{t^2 pq}{d^2}\right)}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1\right)} = \frac{\left(\frac{1.894^2 0.5 \times 0.5}{0.05^2}\right)}{1 + \frac{1}{586070} \left(\frac{1.894^2 0.5 \times 0.5}{0.05^2} - 1\right)} = 358 \quad ۱$$

۴. سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب: با توجه به تقسیم‌بندی کنش ابزاری توسط چلبی به ۶ قسم، کنش ابزاری نسبت به حجاب نیز به این ۶ مؤلفه تقسیم شد:
- یادگیری که با گویه‌های (در دوران جدید باید یاد بگیریم چگونه مانند دیگران آرایش کرده و لباس بپوشیم؛ می‌دانم که برای رسیدن به هدفم باید از تجربیات دیگران استفاده کنم و این تجربیات به من می‌گوید که حجابم را رعایت نکنم؛ من از دوستان خوبی که داشتم آموختم که باید حجاب داشته باشم)، عملیاتی گردید؛
 - هماهنگی که با گویه‌های (وقتی در یک جا اکثریت حجاب را رعایت می‌کنند، من هم حجاب را رعایت می‌کنم؛ برای هم‌رنگی با دیگران حجاب را رعایت می‌کنم؛ من لزومی نمی‌بینم که در جایی که همه حجاب دارند، من نیز حجاب داشته باشم)، عملیاتی گردید؛
 - محاسبه که با گویه‌های (هر کجا لازم باشد حجابم را بر می‌دارم؛ من اگر حجاب برایم فایده داشته باشد آن را رعایت می‌کنم؛ اغلب اوقات به این نتیجه می‌رسم که بهتر است حجاب را رعایت کنم)، عملیاتی گردید؛
 - کسب پایگاه که با گویه‌های (زنان بی حجاب شانس بیشتری برای ازدواج دارند لذا من هم حجاب را رعایت نمی‌کنم؛ حجاب مهم نیست بلکه اصل پیدا نمودن یک کار خوب است؛ چون برای تحصیل در دانشگاه حجاب لازم است آن را رعایت می‌کنم، عملیاتی شد)؛

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

- مشارکت اجتماعی که با گویه‌های (حجاب جلوی فعالیت روزمره زنان را می‌گیرد؛ حجاب باعث می‌گردد که زنان بهتر نقش‌های خود را ایفا کنند؛ می‌توان در فعالیت‌های ورزشی شرکت داشت و در عین حال با حجاب بود)، عملیاتی گردید؛

- پذیرش و تأیید اجتماعی که با گویه‌های (با بی‌حجابی می‌توان مورد پذیرش دیگران قرار گرفت؛ زنان بی‌حجاب در برخورد با دیگران اجتماعی‌تر هستند؛ در جامعه امروز زنان با حجاب را تحویل نمی‌گیرند)، عملیاتی گردید. از سوی دیگر این متغیر در قالب طیف سه وجهی کنش ابزاری بالا، متوسط و پایین قرار گرفت.

۵. سبک کنش ارزشی نسبت به حجاب: با توجه به تقسیم‌بندی کنش ارزشی توسط اینگلهارت به ۲ قسم، کنش ارزشی نسبت به حجاب نیز به این ۲ مؤلفه تقسیم شد:

- دینی که با گویه‌های (چون به اسلام اعتقاد قلبی دارم حجاب را رعایت می‌کنم؛ اسلام کامل‌ترین دین‌هاست و همه دستورات آن از جمله حجاب لازم‌الاجراست؛ حجاب دستور خداوند است و بی‌توجهی به آن غیرممکن است؛ حجاب برای حفظ عفت زنان لازم است؛ نجابت کامل یک زن در رعایت حجاب است و زنان محجبه همچون مرواریدی در صدف هستند)، عملیاتی گردید؛

- سکولار که با گویه‌های (حجاب امری فردی است و ربطی به دین ندارد؛ می‌توان دیندار بود و بی‌حجاب؛ عفت و پاکدامنی اصلاً ربطی به حجاب ندارد؛ حجاب نمی‌گذارد که زنان از زندگی‌شان لذت ببرند؛ من از نوع لباس پوشیدنم لذت می‌برم و لباس مد روز پوشیدن حس خوبی به من می‌دهد)؛ عملیاتی گردید. از سوی دیگر این متغیر در قالب طیف سه وجهی کنش ارزشی بالا، متوسط و پایین قرار گرفت.

۶. سبک کنش عاطفی نسبت به حجاب: محققان و اندیشمندان ۴ دسته مؤلفه در رابطه با کنش عاطفی را در نظر گرفته‌اند که نسبت به حجاب نیز به همان مؤلفه‌ها توجه شده است:

- علاقه و دل بستگی که با گویه‌های (من به خاطر علاقه به ائمه و به‌خصوص حضرت زهرا (س) حجاب را رعایت می‌کنم؛ من به خاطر دل بستگی‌ای که نسبت به خانواده‌ام دارم حجاب را رعایت می‌کنم؛ چون هنرپیشه مورد علاقه‌ام بی‌حجاب است من هم بی‌حجاب شده‌ام)، عملیاتی شد؛

- ترس و اجبار که شامل گویه‌های از ترس قانون حجاب را رعایت می‌کنم؛ اگر حجاب را رعایت کنم از سوی دوستان یا خانواده‌ام طرد می‌شوم و اگر آزاد باشم حجاب را رعایت نمی‌کنم، می‌باشد.

- نیاز به خودنمایی که شامل گویه‌های می‌خواهم با نوع پوششم بیشتر مورد توجه قرار بگیرم اما حجاب نمی‌گذارد؛ زنان باحجاب در مهمانی‌ها

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

به لحاظ ظاهری از زنان بی حجاب کم می‌آورند؛ خانم‌های بدحجاب بیشتر مورد تحسین دیگران قرار می‌گیرند، برای عملیاتی کردن می‌باشد؛

- جاذبه جنسی که با گویه‌های (دخترهای بی حجاب زودتر و راحت‌تر دوست‌پسر پیدا می‌کنند؛ زنان و دختران بی حجاب تحسین و توجه مردان را برمی‌انگیزند؛ آقایان به خانم‌های آرایش کرده بیشتر توجه و نگاه می‌کنند)، عملیاتی گردید. از سوی دیگر کنش عاطفی نسبت به حجاب در قالب طیف سه وجهی کنش عاطفی بالا، متوسط و پایین قرار گرفت.

۷. سبک کنش سنتی نسبت به حجاب: با توجه به تقسیم‌بندی کنش سنتی توسط چلبی به ۴ قسم، کنش سنتی نسبت به حجاب نیز به این ۴ مؤلفه تقسیم شد:

- درونی کردن که شامل گویه‌های به داشتن حجاب عادت کرده‌ام؛ حجاب جزئی از ذات ما شده است؛ خانواده‌ام از بچگی من را از نظر حجاب آزاد گذاشته‌اند، می‌باشد؛

- تقلید که شامل گویه‌های باز شدن پای ماهواره به خانه‌ها موجب بدحجابی شده است؛ چون می‌بینم اکثر زنان در جامعه بی حجاب هستند، من هم بی حجاب هستم؛ حجاب یک امر تقلیدی است، می‌باشد؛

- وفاداری که با گویه‌های (من سعی می‌کنم رعایت حجاب را مانند خانواده‌ام ادامه دهم؛ من وفاداری دائم و ثابتی نسبت به حجاب دارم؛ خانم‌ها لازم نیست برای وفاداری به گذشته حجاب را رعایت کنند)، عملیاتی شد؛

- مراجعه به گذشته و عرف تاریخی که شامل گویه‌های ما باید مانند گذشتگان خود حجاب را رعایت کنیم؛ حجاب نوعی واپس‌گرایی است و ربطی به گذشته ندارد؛ حجاب در جامعه ما یک سنت تاریخی و فرهنگی است، می‌باشد. از سوی دیگر این متغیر در قالب طیف سه وجهی کنش سنتی بالا، متوسط و پایین قرار گرفت.

۸-۱- اعتبار و روایی تحقیق

نخست آنکه پشتوانه‌های نظری این تحقیق شاخص‌هایی دارد که برگرفته از برخی تئوری‌هایی است که در بخش مبانی نظری به آن‌ها اشاره شد. بنابراین محتوای ابزار سنجش اعتبار سازه دارد. از سوی دیگر، این پرسش‌نامه، برگرفته از سؤالاتی است که در تحقیقات قبلی ساخته و استفاده شده است. بنابراین ابزار سنجش در اینجا اعتبار صوری نیز دارد. برای محاسبه روایی نیز برای هر یک از انواع کنش، آلفای کرونباخ محاسبه شد که حد مطلوبیت و روایی لازم را دارد.

جدول ۱: آلفای کرونباخ برای متغیرهای وابسته و مستقل تحقیق

مقدار آلفا	متغیرهای تحقیق
۰/۸۶	حجاب جایز
۰/۷۲۸	کنش ابزاری
۰/۷۶۶	کنش عاطفی
۰/۵۶۹	کنش سنتی
۰/۸۴۵	کنش دینی
۰/۸۶۴	کنش سکولار

۹- یافته‌های تحقیق

۹-۱- یافته‌های توصیفی

پاسخ‌گویان تحقیق حاضر به لحاظ متغیر سن، در سنین بین ۱۸ تا ۴۰ سال قرار داشتند. میانگین متغیر سنی برابر با ۲۹/۷۸ و انحراف معیار واریانس آن نیز به ترتیب برابر با ۶/۱۴ و ۳۷/۷۱ به دست آمد. همچنین ۳۳ درصد از پاسخ‌گویان مجرد و ۶۷ درصد آن‌ها متأهل بودند. نتایج حاصل از آزمون متغیر وضعیت تحصیلی نشان داد که ۳۳ درصد از پاسخ‌گویان میزان تحصیلات دیپلم و پایین‌تر داشته و بقیه (۶۷) بالاتر از دیپلم بوده‌اند. میزان تحصیلات والدین پاسخ‌گویان نیز گویای آن است که ۶۶/۸ درصد از پدران پاسخ‌گویان تحصیلات دیپلم و پایین‌تر و بقیه (۳۳/۲) تحصیلات بالاتر از دیپلم داشته‌اند. از سوی دیگر ۸۱/۵ درصد از مادران پاسخ‌گویان این تحقیق میزان تحصیلات دیپلم و پایین‌تر و بقیه (۱۸/۵) میزان بالاتر از دیپلم

داشته‌اند. درباره منطقه محل سکونت نیز نتایج گویای آن است که حدود ۳۲ درصد پاسخ‌گویان در منطقه ۲، ۳۶ درصد در منطقه ۱۰ و حدود ۳۲ درصد نیز در منطقه ۱۸ سکونت داشتند.

در رابطه با متغیر وابسته تحقیق یعنی میزان رعایت حجاب جایز، سه دسته میزان رعایت کامل، متوسط و پایین در نظر گرفته شد. نتایج نشان داد که اکثر افراد (۵۰/۳ درصد) حجاب پایین، ۲۸/۵ درصد حجاب متوسط و ۲۱/۲ درصد نیز حجاب کامل داشته‌اند. همچنین بیشتر پاسخ‌گویان در فضاهای عمومی (۳۳/۱ درصد) و مهمانی‌های خصوصی (۳۱/۶ درصد) حجاب جایز متوسط و در اماکن دولتی بیشتر افراد (۳۰/۹) درصد حجاب کامل داشته‌اند.

در ارتباط با متغیر سبک‌های کنش اجتماعی نسبت به حجاب، ۴ نوع کنش ابزاری، ارزشی، عاطفی و سنتی هر یک به طور مجزا بررسی شده‌اند. همچنین هر یک از مؤلفه‌های کنش ابزاری نسبت به حجاب نیز بررسی شدند که به شرح زیر است:

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

جدول ۲: توصیف آماری متغیرها

متغیر	آماره	میانگین	انحراف معیار	واریانس
میزان رعایت حجاب جایز	۸/۰۳	۳/۴۹	۱۲/۲۳	
کنش ابزاری نسبت به حجاب	۴۸/۳۶	۸/۹۵	۸۰/۲۱	
کنش ارزشی نسبت به حجاب	۵۹/۱۹	۶/۲۱	۳۸/۶۸	
کنش عاطفی نسبت به حجاب	۳۱/۳۸	۷/۴۴	۵۵/۴۱	
کنش سنتی نسبت به حجاب	۳۷/۳۴	۶/۵۶	۴۳/۰۹	

الف - کنش ابزاری نسبت به حجاب

جدول ۳: توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان موافقت با کنش ابزاری نسبت به حجاب

مولفه‌های اصلی	موافق	متوسط	مخالف	جمع	تعداد
یادگیری	۳۴/۶	۶۵/۹	۱۷/۳	۱۰۰	۳۴۶
همه‌نگی	۳۵/۲	۵۲/۷	۱۲/۱	۱۰۰	۳۴۷
محاسبه	۲۴/۳	۵۸/۹	۱۶/۹	۱۰۰	۳۳۸
کسب پایگاه	۷/۵	۳۶/۹	۵۵/۶	۱۰۰	۳۴۷
مشارکت اجتماعی	۲۷/۳	۶۵/۱	۷/۶	۱۰۰	۳۴۱
پذیرش و تأیید اجتماعی	۹/۰	۳۹/۳	۵۱/۷	۱۰۰	۳۴۶

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب کنش ایزاری نسبت به حجاب

مقولات	فراوانی	درصد	درصد فراوانی معتبر
کنش ایزاری بالا	۸	۲/۲	۲/۲
کنش ایزاری متوسط	۲۶۳	۷۳/۵	۷۳/۹
کنش ایزاری پایین	۸۵	۲۳/۷	۲۳/۹
بی جواب	۲	۰/۶	
جمع	۳۵۸	۱۰۰	۱۰۰

ب - کنش ارزشی نسبت به حجاب

جدول ۵- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب انواع کنش ارزشی نسبت به حجاب

مؤلفه‌های اصلی	موافق	متوسط	مخالف	جمع	تعداد
دینی	۷۲/۲	۲۲/۳	۵/۵	۱۰۰	۳۴۵
سکولار	۲۱/۵	۶۹/۷	۸/۸	۱۰۰	۳۴۰

جدول ۶- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب کنش ارزشی نسبت به حجاب

مقولات	فراوانی	درصد	درصد فراوانی معتبر
کنش ارزشی	۲۷	۷/۵	۷/۶
کنش ارزشی متوسط	۳۲۵	۹۰/۸	۹۱/۳
کنش غیرارزشی	۴	۱/۱	۱/۱
بی جواب	۲	۰/۶	
جمع	۳۵۸	۱۰۰	۱۰۰

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

ج - کنش عاطفی نسبت به حجاب

جدول ۷- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب مؤلفه‌های کنش عاطفی نسبت به حجاب

تعداد	جمع	مخالف	متوسط	موافق	مؤلفه های اصلی
۳۴۲	۱۰۰	۱۴/۰	۶۸/۷	۱۷/۳	علاقه و دلبستگی
۳۴۱	۱۰۰	۶۷/۲	۲۲/۶	۱۰/۳	ترس و اجبار
۳۴۴	۱۰۰	۵۶/۷	۳۱/۴	۱۱/۹	نیاز به خودنمایی
۳۳۹	۱۰۰	۱۵/۳	۳۰/۴	۵۴/۳	جاذبه جنسی

جدول ۸- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب کنش عاطفی نسبت به حجاب

مقولات	فراوانی	درصد	درصد فراوانی معتبر
کنش عاطفی	۱۷	۴/۷	۴/۹
کنش عاطفی متوسط	۲۰۹	۵۸/۴	۵۹/۹
کنش غیر عاطفی	۱۲۳	۳۴/۴	۳۵/۲
بی جواب	۹	۲/۵	
جمع	۳۵۸	۱۰۰	۱۰۰

فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده

د - کنش سنتی نسبت به حجاب

جدول ۹- توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب مؤلفه‌های کنش سنتی نسبت به حجاب

پاسخ داده‌ها	جمع	مخالف	متوسط	موافق	مؤلفه های اصلی
۳۴۴	۱۰۰	۲/۹	۴۴/۸	۵۲/۳	درونی کردن
۳۴۲	۱۰۰	۳۰/۲	۶۰/۲	۹/۶	تقلید
۳۳۹	۱۰۰	۴/۱	۵۸/۴	۳۷/۵	وفاداری
۳۳۳	۱۰۰	۴/۵	۶۳/۷	۳۱/۸	مراجعه به گذشته و عرف تاریخی

جدول ۱۰- توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب کنش سنتی نسبت به حجاب

مقولات	فراوانی	درصد	درصد فراوانی معتبر
کنش سنتی	۴۴	۱۲/۳	۱۲/۵
کنش سنتی متوسط	۲۸۱	۷۸/۵	۸۰/۱
کنش غیر سنتی	۲۶	۷/۳	۷/۴
بی جواب	۷	۲/۰	
جمع	۳۵۸	۱۰۰	۱۰۰

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

هـ مصرف رسانه‌ای

جدول ۱۱- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب نوع مصرف اینترنت

ردیف	مؤلفه‌های اصلی	فراوانی	درصد	درصد فراوانی معتبر
۱	اینترنت استفاده نمی‌کنند.	۱۳۷	۲۷/۲	۲۷/۸
۲	برای مصارف علمی - خبری اینترنت استفاده می‌کنند.	۳۰۶	۶۰/۷	۶۲/۱
۳	برای تفریح و سرگرمی اینترنت استفاده می‌کنند.	۵۰	۹/۸	۱۰/۱
۴	بی‌جواب	۱۰	۲/۳	
۵	جمع	۵۰۳	۱۰۰	۱۰۰

نتایج مربوط به مصرف ماهواره نشان می‌دهد که ۵۶/۵ درصد از پاسخ‌گویان ماهواره تماشا می‌کنند و بقیه (۴۳/۵ درصد) نیز آن را مشاهده نمی‌کنند. همچنین حدود ۶۰/۵ درصد از پاسخ‌گویان مدعی هستند که از اینترنت استفاده کرده و بقیه (۳۹/۵ درصد) از آن استفاده نمی‌کنند.

۲-۹- یافته‌های تحلیلی

درباره فرضیه اول تحقیق، مبنی بر اینکه «بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب رابطه وجود دارد»، نتایج حاصل از آزمون t ، نشان از رد سه فرضیه فرعی و بنابراین کل فرضیه اول دارد.

جدول ۱۲: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره در کنش ابزاری

مقولات	کنش ابزاری	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۱۹۷	۴۸/۹	۸/۷۵	۰/۶۲	۱/۳۰	۰/۱۹۳
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۵۱	۴۷/۷	۹/۰۸	۰/۷۴	۱/۳	۰/۱۹۵
میزان مصرف	افرادی که بین ۲-۰/۵ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۲۳	۴۸/۵	۹/۵	۰/۸۶	-۰/۸	۰/۴۲۵
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۶۱	۴۹/۶	۷/۶۶	۰/۹۸	-۰/۸۶	۰/۳۹۲
نوع مصرف	علمی و خبری	۶۱	۴۸/۲	۸/۱۰	۱/۰۴	-۰/۷۸	۰/۴۳۴
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۸	۴۹/۳	۹/۲۰	۰/۸۱	-۰/۸۲	۰/۴۱۳

فرضیه دوم، رابطه میان استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با کنش ارزشی دینی را می‌سنجد. نتایج حاکی از وجود رابطه بین هر سه فرضیه فرعی است. به این معنا که استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره بر سبک کنش ارزشی دینی نسبت به حجاب اثرگذار است. پیرامون تأثیر نوع مصرف در کنش ارزشی دینی، باید گفت که مصرف ماهواره از نوع سرگرمی و تفریح، کاهش مؤلفه دینی کنش ارزشی را به همراه دارد. بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌شود.

جدول ۱۳: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره در کنش ارزشی دینی

مقولات	کنش ارزشی دینی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۱۸۹	۲۲/۵۹	۵/۵۵	-۴/۴۴	۰/۰۰۰
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۴۹	۲۵/۲۴	۵/۳۲	-۴/۴۷	۰/۰۰۰
میزان مصرف	افرادی که بین ۲-۰/۵ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۱۸	۲۳/۵۲	۵/۶۱	۳/۵۱	۰/۰۰۱
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۵۹	۲۰/۴۸	۵/۰۶	۳/۶۴	۰/۰۰۰
نوع مصرف	علمی و خبری	۵۷	۲۳/۶	۵/۳۱	۱/۷۶	۰/۰۸۰
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۴	۲۲/۰۲	۵/۷۰	۱/۸۱	۰/۰۷۳

فرضیه سوم تحقیق، وجود رابطه میان استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره را با کنش ارزشی سکولار نسبت به حجاب مطرح می‌کند که نتایج حاصل از آزمون تی، بیانگر تأیید چنین رابطه در مورد هر سه فرضیه فرعی و بنابراین، فرضیه اصلی سوم می‌باشند. در این رابطه باید گفت که مصرف ماهواره از نوع سرگرمی و تفریح، موجب افزایش مؤلفه سکولار کنش ارزشی می‌شود.

جدول ۱۴: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره در کنش ارزشی سکولار

مقولات	کنش ارزشی سکولار	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کند.	۱۹۲	۱۹/۳۹	۴/۰۷	۴/۶۴	۰/۰۰۰
	ماهواره تماشا نمی‌کند.	۱۴۴	۱۷/۳۲	۴/۰۱	۴/۶۵	۰/۰۰۰
میزان مصرف	افرادی که بین ۲-۰/۵ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۱۹	۱۸/۷۱	۴/۰۹	-۳/۵۳	۰/۰۰۱
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۶۰	۲۰/۹۷	۳/۹۰	-۳/۵۹	۰/۰۰۰
نوع مصرف	علمی و خبری	۶۰	۱۸/۷۵	۳/۷۴	-۱/۶۷	۰/۰۹۶
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۴	۱۹/۸۳	۴/۲۸	-۱/۷۵	۰/۰۸۲

فرضیه چهارم نیز حاوی سه فرضیه فرعی است. بنابراین فرضیه «بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش عاطفی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد». فرضیه فرعی اول و سوم تحقیق تأیید شده و فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه بین میزان مصرف ماهواره و سبک کنش عاطفی حجاب، رد می‌شود.

جدول ۱۵: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره در کنش عاطفی

مقولات	کنش عاطفی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به S
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۱۹۶	۳۲/۰۴	۷/۴۷	۱/۷۶	۰/۰۷۹
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۴۹	۳۰/۰۶	۷/۲۹	۱/۷۷	۰/۰۷۸
میزان مصرف	افزادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۲۲	۳۱/۶۹	۷/۵۳	-۱/۲۰	۰/۲۳۰
	افزادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۶۱	۳۳/۱۲	۷/۵۹	-۱/۲۰	۰/۲۳۲
نوع مصرف	علمی و خبری	۶۱	۲۹/۹۲	۷/۷۹	-۲/۹	۰/۰۰۴
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۷	۳۳/۲۴	۷/۱۱	-۲/۸	۰/۰۰۶

فرضیه پنجم بیان می‌کند که بین استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره با سبک کنش سنتی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد. براساس نتایج حاصله، فرضیه فرعی اول که حاکی از وجود رابطه بین استفاده از ماهواره با سبک کنش سنتی نسبت به حجاب است، تأیید شده و دو فرضیه فرعی دیگر رد می‌شوند.

جدول ۱۶: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره در کنش سستی

مقولات	کنش سستی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می کنند.	۱۹۷	۳۶/۴۷	۶/۹۳	-۳/۱۲	۰/۰۰۲
	ماهواره تماشا نمی کنند.	۱۵۱	۳۸/۶۲	۵/۶۳	-۳/۲۰	۰/۰۰۱
میزان مصرف	افرادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می بینند.	۱۲۳	۳۶/۷۶	۷/۶۵	۰/۷۳	۰/۴۶۸
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می بینند.	۶۱	۳۵/۹۷	۵/۱۴	۰/۸۳	۰/۴۰۹
نوع مصرف	علمی و خیری	۶۱	۳۷/۴۹	۶/۲۲	۱/۲۴	۰/۲۱۷
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۸	۳۶/۱۷	۷/۱۴	۱/۳۰	۰/۱۹۶

فرضیه ششم تحقیق نیز مبنی بر اینکه بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب رابطه وجود دارد شامل سه فرضیه فرعی است که براساس نتایج به دست آمده، دو فرضیه فرعی اول رد شده و فرضیه فرعی سوم شامل رابطه بین نوع مصرف اینترنت و سبک کنش ابزاری نسبت به حجاب تأیید می گردد. در این رابطه، مصرف از نوع تفریح و سرگرمی، بیشترین تأثیر را دارد.

جدول ۱۷: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در کنش ابزاری

مقولات	کنش ابزاری	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۲۱۰	۴۷/۹۶	۸/۴۹	-۰/۹۲	۰/۳۵۷
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۳۸	۴۸/۸۷	۹/۶۹	-۰/۹	۰/۳۷۱
میزان مصرف	افرادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۱۷	۴۷/۷۶	۸/۴۳	۰/۲۴	۰/۸۴۱
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۳۹	۴۷/۴۱	۶/۷۸	۰/۲۶	۰/۷۹۴
نوع مصرف	علمی و خبری	۱۴۱	۴۶/۸۰	۸/۴۴	-۲/۷	۰/۰۰۸
	تفریحی و سرگرمی	۶۹	۵۰/۱۴	۸/۳۷	-۲/۷۱	۰/۰۰۸

همچنین براساس نتایج، فرضیه هفتم تحقیق به طور کامل تأیید می‌شود. این فرضیه بیان می‌کند که بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت و کنش ارزشی دینی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد. در اینجا مصرف اینترنت از نوع تفریحی و سرگرمی موجب کاهش مؤلفه ارزشی دینی نسبت به حجاب می‌شود.

جدول ۱۸: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در کنش ارزشی دینی

مقولات	کنش ارزشی دینی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به S
مصرف	ماهواره تماشا می کنند.	۲۰۶	۲۳/۲۲	۵/۹۶	-۴/۴۰	۰/۰۱۷
	ماهواره تماشا نمی کنند.	۱۳۳	۲۴/۷۱	۴/۸۳	-۲/۵۲	۰/۰۱۲
میزان مصرف	افرادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می بینند.	۱۱۵	۲۴/۲۸	۵/۳۲	۳/۶۱	۰/۰۰۰
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می بینند.	۳۸	۲۰/۴۲	۶/۷۸	۳/۲	۰/۰۰۲
نوع مصرف	علمی و خبری	۱۳۹	۲۳/۹۴	۵/۴۲	۲/۵۴	۰/۰۱۲
	تفریحی و سرگرمی	۶۷	۲۱/۷۲	۶/۷۶	۲/۳۵	۰/۰۲۱

فرضیه هشتم تحقیق مبنی بر وجود رابطه بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش ارزشی سکولار نسبت به حجاب نیز به طور کامل تأیید می شود. در اینجا تأثیر نوع مصرف اینترنت در کنش ارزشی سکولار نسبت به حجاب در قالب فرضیه فرعی سوم، مستقیم است. بدین ترتیب که مصرف اینترنت از نوع تفریح و سرگرمی موجب افزایش مؤلفه ارزشی سکولار نسبت به حجاب می شود.

جدول ۱۹: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در کنش ارزشی سکولار

مقولات	کنش ارزشی سکولار	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۲۰۲	۱۹/۱۹	۴/۰۳	۳/۹۶	۰/۰۰۰
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۳۴	۱۷/۳۸	۴/۱۸	۳/۹۳	۰/۰۰۰
میزان مصرف	افرادی که بین ۲-۰/۵ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۱۳	۱۸/۸۰	۴/۰۸	-۲/۱۳	۰/۰۳۴
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۳۹	۲۰/۳۸	۳/۷	-۲/۲۴	۰/۰۲۸
نوع مصرف	علمی و خبری	۱۳۵	۱۸/۵۷	۳/۷۲	-۳/۰۰۰	۰/۰۰۳
	تفریحی و سرگرمی	۶۷	۲۰/۳۴	۴/۳۹	-۲/۸۴	۰/۰۰۵

فرضیه نهم نیز حاوی سه فرضیه فرعی است. نتایج حاصل از آزمون t بیانگر آن است که استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در سبک کنش عاطفی نسبت به حجاب اثری نداشته و بنابراین فرضیه مذکور رد می‌شود.

جدول ۲۰: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در کنش عاطفی

مقولات	کنش عاطفی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۲۱۰	۳۱/۰۱	۷/۲۲	۰/۵	۰/۲۱۵
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۳۵	۳۲/۰۳	۷/۷۸	۰/۶۷	۰/۲۲۳
میزان مصرف	افرادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۱۷	۳۰/۲۹	۷/۶۵	۰/۷۰۷	۰/۹۴۳
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۳۹	۳۰/۳۸	۵/۲۴	۰/۸۴	۰/۹۳۲
نوع مصرف	علمی و خبری	۱۴۱	۳۰/۳۶	۶/۷۸	۰/۵۷	۰/۱۰۶
	تفریحی و سرگرمی	۶۹	۳۲/۰۷	۷/۹۴	۰/۹۶	۰/۱۲۷

فرضیه دهم بیان می‌کند که بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با سبک کنش سنتی نسبت به حجاب رابطه وجود دارد. همان طور که مشاهده می‌شود، این فرضیه نیز خود شامل سه فرضیه فرعی است. نتایج حاصل بیانگر تأیید فرضیه فرعی اول و رد دو فرضیه فرعی دوم و سوم است.

جدول ۲۱: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در کنش سستی

مقولات	کنش سستی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۱۹۷	۳۶/۴۷	۶/۹۳	-۳/۱۲	۰/۰۰۲
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۵۱	۳۸/۶۲	۵/۶۳	-۳/۲۰	۰/۰۰۱
میزان مصرف	افرادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۲۳	۳۶/۷۶	۷/۶۵	۰/۷۳	۰/۴۶۸
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۶۱	۳۵/۹۷	۵/۱۴	۰/۸۳	۰/۴۰۹
نوع مصرف	علمی و خبری	۶۱	۳۷/۴۹	۶/۲۲	۱/۲۴	۰/۲۱۷
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۸	۳۶/۱۷	۷/۱۴	۱/۳۰	۰/۱۹۶

فرضیه یازدهم به بررسی رابطه میان استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره و میزان رعایت حجاب می‌پردازد. این فرضیه خود حاوی سه فرضیه فرعی است که بر اساس نتایج به دست آمده، هر سه فرضیه فرعی و بنابراین کل فرضیه تأیید می‌شود. به این معنا که استفاده از ماهواره، افزایش تماشای آن و نوع مصرف ماهواره میزان رعایت حجاب جایز را کاهش می‌دهد.

جدول ۲۲: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف ماهواره در حجاب جایز

مقولات	حجاب جایز	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به s
مصرف	ماهواره تماشا می کنند.	۱۸۹	۹/۱۸	۳/۰۸	۶/۹۸	۰/۰۰۰
	ماهواره تماشا نمی کنند.	۱۴۸	۶/۶۸	۳/۵	۶/۸۸	۰/۰۰۰
میزان مصرف	افرادی که بین ۲-۰/۵ ساعت ماهواره می بینند.	۱۱۹	۸/۸۲	۲/۹۶	-۲/۸	۰/۰۰۶
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می بینند.	۵۸	۱۰/۱۷	۳/۱۶	-۲/۷۴	۰/۰۰۷
نوع مصرف	علمی و خبری	۵۸	۸/۰۹	۳/۱۶	-۳/۵۴	۰/۰۰۱
	تفریحی و سرگرمی	۱۲۴	۹/۷۷	۲/۹۰	-۳/۴۳	۰/۰۰۱

فرضیه دوازدهم نیز بیان می کند که بین استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت با میزان رعایت حجاب جایز رابطه وجود دارد. این فرضیه نیز هم زمان سه فرضیه فرعی تر را در برمی گیرد. نتایج نشان می دهد که استفاده از اینترنت، میزان استفاده از آن و همچنین نوع استفاده از ساعات و نوع مصرف اینترنت در میزان حجاب جایز تأثیر داشته و بنابراین فرضیه اصلی تحقیق تأیید می شود. این تأثیر به صورت معکوس یا غیرمستقیم است. به این معنا که افزایش استفاده از اینترنت، میزان بالای استفاده از آن و نوع نامطلوب استفاده از اینترنت (تفریحی و نه علمی) میزان رعایت حجاب را کاهش می دهد.

جدول ۲۳: تأثیر استفاده، میزان و نوع مصرف اینترنت در حجاب جایز

مقولات	حجاب جایز	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون آماری مربوط به t	آزمون آماری مربوط به S
مصرف	ماهواره تماشا می‌کنند.	۲۰۴	۸/۳۷	۳/۵	۲/۱	۰/۰۳۷
	ماهواره تماشا نمی‌کنند.	۱۳۳	۷/۵۶	۳/۴۸	۲/۱۰	۰/۰۳۷
میزان مصرف	افرادی که بین ۰/۵-۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۱۱۴	۷/۷۸	۳/۶۰	-۲/۴۶	۰/۰۱۵
	افرادی که بیش از ۲ ساعت ماهواره می‌بینند.	۳۷	۹/۴۳	۳/۳۸	-۲/۵۴	۰/۰۱۳
نوع مصرف	علمی و خبری	۱۳۶	۷/۸۰	۳/۳۲	-۳/۳۵	۰/۰۰۱
	تفریحی و سرگرمی	۶۸	۹/۵۰	۳/۶	-۳/۲۶	۰/۰۰۱

فرضیه سیزدهم این مسئله را پیش می‌کشد که بین سبک کنش اجتماعی نسبت به حجاب و میزان رعایت حجاب جایز رابطه وجود دارد که این امر، طی آزمون رگرسیون چندمتغیری با روش اینتر، تأیید می‌گردد. از میان انواع سبک کنش‌ها، سبک‌های کنش دینی، سنتی و عاطفی حدود ۴۰ درصد از واریانس تغییرات مربوط به متغیر وابسته (حجاب جایز) را تبیین کردند. نتایج، همان‌طور که در جدول زیر نیز مشاهده می‌شود، نشان داد که متغیر کنش دینی با توجه به مقادیر بتا و رابطه جزئی، رابطه قوی‌تری با میزان رعایت حجاب جایز نسبت به دیگر متغیرها دارد.

فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده

جدول ۲۴: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون بین کنش‌های دینی، سنتی، عاطفی و سکولار با حجاب جایز

رابطه‌ی جزئی	سطح معناداری (Sig.)	t	بتا (Beta)	خطای استاندارد (S.E)	ضرایب استاندارد (b)	متغیرهای پیش بین
-	۰/۰۰۰	۱۲/۴۲۳	-	۱/۱۲۴	۱۳/۹۶	مقدار ثابت
-۰/۰۵۷	۰/۳۰۵	-۱/۰۲۷	-۰/۰۵۲	۰/۰۲۹	-۰/۰۳۰	کنش سنتی
-۰/۰۵۰۳	۰/۰۰۰	-۱۰/۴۸۷	-۰/۵۳۴	۰/۰۹۵	-۰/۹۹۷	کنش دینی
۰/۲۴	۰/۰۰۰	۴/۴۶۰	۰/۲۱۱	۰/۰۲۲	-۰/۰۹۸	کنش عاطفی
-	۰/۰۰۰	۱۳/۱۰۵	-	۱/۰۳	۱۳/۴۹۹	مقدار ثابت
	۰/۰۰۰	-۱۲/۸۱۲	-۰/۵۶۰	۰/۰۸۲	-۱/۰۴۶	کنش دینی
	۰/۰۰۰	۴/۳۹۱	۰/۱۹۳	۰/۰۲۱	۰/۰۹۰	کنش عاطفی

۱۰- بحث و نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر، حجاب به عنوان نوعی کنش در نظر گرفته شد که بنا به نظریه وبر، می‌توان ۴ نوع سبک برای آن در نظر گرفت، به این معنا که فرد کنش‌گر برای کنش خود (حجاب) معنایی ذهنی و ارزشی نمادین قائل است. این تحقیق نشان داد که هر یک از این انواع سبک‌ها، سهمی متفاوت در رعایت کردن و یا رعایت نکردن حجاب و میزان آن‌ها ایفا می‌کنند. مطالعه‌ی زیدخواستی، نیز بیان دیدگاه‌های مختلف، از جمله نگرش سنتی و مدرن نسبت به رعایت حجاب است که مؤید نتیجه تحقیق ماست.

این تحقیق نشان می‌دهد که سبک سنتی رعایت حجاب به تدریج در جامعه ایران در حال کم‌رنگ شدن بوده و نوعی نگرش مدرن - به ویژه در

میان قشرهای جوان، تحصیل کرده و جدید - جای آن را می‌گیرد. تحقیق خانم نفیسه حمیدی، همچون نتایج این تحقیق گویای آن است که در جوامع امروزی، کارکردهای اولیه لباس در حال کم‌رنگ شدن است و در عوض، کارکردهای پیچیده‌تری چون خلق هویت و ایجاد تمایز، دست‌کم یکی از دیگر ملاک‌های انتخاب سبک کنش حجاب را تشکیل می‌دهد. این تحقیق همچنین نشان داد که مهم‌ترین سبک کنشی اجتماعی مؤثر در رعایت آن، کنش ارزشی دینی بوده و سبک مؤثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است. همچنین نتایج این تحقیق حاکی است که میزان رعایت حجاب در حدود نیمی از جمعیت، به نسبت پایین است و با توجه به کاهش انگیزه سنتی رعایت حجاب، شاید بتوان پیش‌بینی کرد که چنانچه برنامه‌های جدی در این زمینه پیش‌بینی نشود، میزان آن هم چنان رو به کاهش باشد. بنابراین تحقیق مذکور ثابت کرد که جامعه ایران نیازمند اعمال اقدامات و افعال ضروری است. از سوی دیگر با توجه به اینکه تأثیر مصرف فرهنگی در میزان رعایت حجاب به عنوان متغیری مهم در این تحقیق به اثبات رسیده، بنابراین ضروری است که با انجام دادن اقدامات فرهنگی مناسب در جهت رفع و یا کاهش این مسئله اقدام کرد؛ به این معنا که با توجه به سیر تبدیلی از کنش‌های سنتی و یا عاطفی به سوی کنش‌های عقلانی و عملی، لازم است طی اعمالی، فلسفه حجاب از منظر اسلام و ادیان دیگر بیشتر بررسی و تأکید شود و از تأکید بر رعایت حجاب به مثابه امری سنتی و یا عاطفی کاسته گردد.

۱۱- پیشنهادات

۱۱-۱- کاربردی

- سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی برای تقویت باورهای دینی و ارزش‌های اخلاقی اهتمام بیشتری نمایند تا نسل جوان نسبت به ارزش‌ها بیگانه نشوند.

- به نظر می‌رسد لازم است مباحث مربوط به حجاب و کنش‌ها با مطالعات بیشتر از حیطه جامعه‌شناختی بیشتر جنبه عملی و کاربردی بگیرد تا بتوانند گره‌ای از مشکلات جامعه را بگشاید.

- در زمینه عملکرد رسانه‌ها پیشنهاد می‌شود که رسانه‌ها بیش از پیش به تربیت هنرمندان و هنرپیشگان متعهد به مبانی اعتقادی بپردازند تا حفظ ارزش‌های دینی نه به عنوان تحمیل قانونی، بلکه به عنوان باورهای قلبی و تمایلاتی خودجوش متجلی شود.

۱۱-۲- علمی

- از آنجا که حجاب یکی از مباحث دینی است، می‌توان در پژوهش‌های آتی از دیدگاه جامعه‌شناسی دین به این موضوع پرداخت.

- در حوزه آسیب‌های اجتماعی می‌توان به طور علمی به مسئله زنان و مشکلات آن‌ها به خصوص در زمینه حجاب - که پیچیده‌تر از آن چیزی است که بیان می‌شود - پرداخت.

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

- ضروری است در برنامه‌ریزی‌های درسی به طور غیرمستقیم به ارزش‌ها پرداخت و آن‌ها را برای همه درونی کرد.

منابع

- ◀ ابادری، یوسف و حسن چاوشیان. «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، سال ۵، ش ۲۰، (۱۳۸۱).
- ◀ احمدی، خدابخش، بیگدلی، زهرا، مرادی، آزاده و فتح‌الله سیداسماعیلی. «رابطه اعتقاد به حجاب و آسیب‌پذیری فردی، خانوادگی و اجتماعی»، نشریه علوم رفتاری، سال چهارم، ش ۲، (۱۳۸۹).
- ◀ ادیبی سده، مهدی و مهستی علی‌زاده، «تبیین جامعه‌شناختی مدیریت بدن در میان زنان»، مطالعات اجتماعی و روان‌شناختی زنان، سال ۹، ش ۳، (زمستان ۱۳۹۰).
- ◀ اسکیدمور، ویلیام، تفکر نظری در جامعه‌شناسی ۱۳۸۵. قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ترجمه محمد مقدس، احمد رجب زاده، علی هاشمی‌گیلانی، علی محمدحاضری، سعید معیدفر.
- ◀ اسمیت، فیلیپ ۱۳۸۳. درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه حسن پویان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ◀ ایازی، محمدعلی ۱۳۸۰. فقه پژوهی قرآنی، درآمدی بر مبانی نظری آیات الاحکام، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
- ◀ اینگلهارت، رونالد ۱۳۸۷. مقدس و عرفی (دین و سیاست در جهان)، ترجمه مریم وتر، تهران، چاپ اول، کویر.
- ◀ اینگلهارت، رونالد ۱۳۷۳. تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران، کویر.
- ◀ آزاد ارمکی، تقی و بهمن «مسقطیان، تغییرات فرهنگی در استان مازندران، آزمون

فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده

- تجربی نظریه اینگلهارت»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال ۱، شماره ۳، (۱۳۸۰).
- ◀ آزاد ارمکی، تقی و حسن چاوشیان. «بدن به مثابه رسانه‌ی هویت»، جامعه‌شناسی ایران، دوره ۴، ش ۴، (۱۳۸۱).
- ◀ باکاک، رابرت ۱۳۸۱. مصرف، ترجمه خسرو صبوری، تهران، شیرازه.
- ◀ برگر، پیتر. «برخلاف جریان»، ترجمه سیدحسین سراج‌زاده، کیان، ش ۴۴، (آبان و دیماه ۱۳۷۷).
- ◀ برگر، پیتر ۱۳۸۶. منشا دین از دیدگاه برگر، ترجمه قربان علمی و مهدی حسن‌زاده، مقالات و بررسی‌ها، دفتر ۸۳، بهار ۸۶.
- ◀ بوردیو، پی یر ۱۳۸۰. نظریه کنش، ترجمه سیدمرتضی مردیها، تهران، نقش و نگار.
- ◀ بیرو، آلن ۱۳۸۰. فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقرساروخانی، تهران، نشر کیهان، چاپ چهارم.
- ◀ پور داوود ۱۳۱۰. خرده اوستا، به کوشش مهربان کیخسرو، هیربد خدابخش و هیربد جاماسب، بمبئی، انجمن زرتشتیان ایران.
- ◀ ترنر، اچ جانانان ۱۳۷۲. ساخت نظریه جامعه‌شناسی. ترجمه عبدالعلی لسائی‌زاده، نوید اندیشه.
- ◀ تنهایی، حسین ابوالحسن ۱۳۷۴. درآمدی بر نظریه‌های جامعه‌شناسی، مرن‌دیز.
- ◀ توسلی، غلامعلی ۱۳۸۵. نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، سمت.
- ◀ چاوشیان تبریزی، حسن. سبک زندگی و هویت اجتماعی مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته، (پایان نامه دکترا) جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، (۱۳۸۱).
- ◀ جلائی‌پور، حمیدرضا ۱۳۷۸. نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی، تهران، نی.
- ◀ حبیبی، مهدی ۱۳۸۹. بررسی دیدگاه جوانان و میانسالان راجع به حجاب برتر، نشریه علوم رفتاری، سال چهارم، ش ۱.
- ◀ حلبی، علی بن ابراهیم ۱۳۲۰. السیره الحلبیه؛ بیروت، دارالاحیاء التراث العربیه.
- ◀ خسروپناه، عبدالحسین ۱۳۸۲. گستره معرفت، قم، معارف.

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

- ◀ خواجه‌نوری، بیژن و سعید زاهد ۱۳۸۴. جنبش زنان در ایران، شیراز، مرغ سلیمان.
- ◀ خواجه‌نوری، بیژن. بررسی رابطه مؤلفه‌های جهانی شدن و مشارکت اجتماعی زنان، مطالعه موردی: تهران، شیراز و استهبان، (رساله دکتری دانشگاه شیراز)، (۱۳۸۵).
- ◀ خواجه‌نوری، بیژن، «سبک زندگی و مدیریت بدن»، جامعه‌شناسی زنان، سال ۲، ش ۲، (زمستان ۱۳۹۰).
- ◀ خواجه‌نوری، «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی؛ مطالعه‌ی موردی: زنان شهر شیراز»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۳، ش ۳، (پائیز ۱۳۹۱).
- ◀ خیری، حسن. «انتخاب عقلانی در آموزه‌های اسلامی»، سال ۱۷، ش ۱۲۶، (۱۳۸۷).
- ◀ چلبی، مسعود ۱۳۸۴. جامعه‌شناسی نظم، تهران، نی.
- ◀ دلیلی، تیم ۱۳۹۰. نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، نشر نی، چاپ پنجم.
- ◀ دوران، ویلیام جونز ۱۳۶۸. تاریخ تمدن، ترجمه احمد آرام، تهران، آموزش و پرورش انقلاب اسلامی.
- ◀ ربانی گلپایگانی، علی ۱۳۷۹. ریشه‌ها و نشانه‌های سکولاریسم، تهران، کانون اندیشه جوان.
- ◀ رجالی، مهری. نگرش دانشجویان دختر دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نسبت به حجاب و پوشش زنان و برخی عوامل موثر بر آن، تحقیقات نظام سلامت، سال ۸، شماره ۳، (۱۳۹۱).
- ◀ رحمت آبادی، الهام و حبیب آقابخشی. «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان»، رفاها اجتماعی، سال ۵، ش ۲۰، (۱۳۸۵).
- ◀ ریاحی، محمد اسماعیل، بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میزان رضایت‌مندی از تصویر بدن، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، ش ۳، (پائیز ۱۳۹۰).
- ◀ رحیمی نیک، اعظم ۱۳۷۴. تئوری‌های نیاز و انگیزش، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- ◀ ریتزر، جورج ۱۳۷۹. نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران.

فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده

- ◀ رفعت‌جاه، مریم. «هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد»، کتاب زنان، سال ۱۰، ش ۳۸، (زمستان ۱۳۸۶).
- ◀ آرون ریمون ۱۳۷۷. *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه باقر پرهام، تهران. علمی و فرهنگی.
- ◀ سلیمی، علی و داوری، محمد ۱۳۸۵. *جامعه‌شناسی کجروی*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- ◀ شجاعی‌زند، علیرضا ۱۳۸۰. *دین، جامعه و عرفی شدن*، تهران، مرکز.
- ◀ شکرپیگی، عالیسه و امیر امیری. *مدیریت بدن و مقبولیت اجتماعی*، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، سال دوم، شماره ۳، (پاییز ۹۰).
- ◀ ضرغامی، آناهیتا. «حجاب زن ایرانی در بستر تاریخ»، *بانوان شیعه*، ش ۱۵، (بهار ۱۳۸۷).
- ◀ طالبان، محمدرضا و مهدی رفیعی‌بهابادی ۱۳۹۰. *ارزیابی تجربی نظریه اینگلههارت در ایران: ارتباط توسعه با دینداری*، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۵.
- ◀ عباسپور، ابراهیم. «تحلیل محتوای گزاره‌های دینی ناظر به نظریه‌گزینش عقلانی»، *مجله معرفت*، سال ۲۰، ش ۱۶۲، (خرداد ۱۳۹۰).
- ◀ عضدانلو، حمید ۱۳۸۶. *آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی*، تهران، نی.
- ◀ علوی، حمیدرضا و رضیه حجتی. «عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان»، *تربیت اسلامی*، سال ۲، ش ۴، (۱۳۸۶).
- ◀ فاضلی، محمد (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، قم، انتشارات صبیح صادق.
- ◀ فروند، ژولین ۱۳۶۲. *جامعه‌شناسی ماکس وبر*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گوهر، تهران، توتیا.
- ◀ فرگاس، جوزف پی ۱۳۷۳. *روان‌شناسی تعامل اجتماعی*، ترجمه خشایارپیگی و مهرداد فیروزبخت، ابجد.
- ◀ کاستلز، مانوئل ۱۳۸۴. *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه احد علی‌نقیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو، ج ۱.

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

- ◀ کاوندی، سحر و غلامحسین انتصار فومنی، رابطه حجاب با سلامت روانی و مصونیت اجتماعی، بانوان شیعه، سال ۷، ش ۲۵، (پائیز و زمستان ۱۳۸۹).
- ◀ کوزر، لوئیس ۱۳۸۶. زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی، تهران.
- ◀ گیبیز جان و بوریمر ۱۳۸۱ و ۱۳۸۴. سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران، گام نو.
- ◀ گیدنز، آنتونی ۱۳۸۵. تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نی.
- ◀ محمدی، رحیم ۱۳۸۲. درآمدی بر جامعه‌شناسی عقلانیت، تهران، مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- ◀ ملکی، امیر ۱۳۷۵. «بررسی رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده با گرایش‌های ارزشی نوجوان»، فصلنامه توسعه اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱.
- ◀ مقدس، علی‌اصغر و بیژن خواجه نوری. «جهانی شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان، بررسی موردی در دو شهر شیراز و استهبان»، مطالعات زنان، سال ۳، ش ۷، (۱۳۸۴).
- ◀ مقدس، علی‌اصغر و علیرضا اسلام، «کاوشی در نظریه انتخاب عقلانی با تأکید بر آراء مایکل هکتر»، علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، ش ۱، ۱۳۸۵.
- ◀ واتسون، هلن ۱۳۸۲. زنان و حجاب، ترجمه مرتضی بحرانی، فصلنامه کتاب زنان، شماره ۲۰.
- ◀ ویر، ماکس ۱۳۶۸. مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی. ترجمه احمد صدارتی، تهران، مرکز.
- ◀ هاپوود، درک. «رشد و گسترش مدرنیته در اسلام و خاورمیانه»، اسلام و مدرنیته: پاسخ تنی چند از روشنفکران مسلمان، ترجمه سودابه کریمی، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، (۱۳۸۰).
- ◀ هال، استوارت ۱۳۸۲. بازناندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی نیا، تهران، سروش.

- Armfield, G. & R, Holbert. "The Relationship Between Religiosity and Internet use" *Journal of Media and Religious*, Vol. 2, No. 3, (2003).
- Aronson, Naomi. (1984). Comment of Bryan Turner's the Government the Body: Medical Regiments and the Rationalization of Diet, *The British Journal of Sociology*, Vol. 32, No 1, pp254-269.
- Bourdieu, Pierre 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of taste*, Routledge.
- Bourdieu, Pierre 1984. *Distinction*, Cambridge, M.A. Harvard University Press.
- Bruce, S. "God is dead: secularization in west", Publisher: Blackwell pub, (2002).
- Cash, T. F., Ancis, J. R., & Strachan, M. D. Gender attitudes, feminist identity, and body images among college women. *Sex Roles*, 36(7/8), (1997).
- Coser, Lewis A. 2008. *Masters of Sociological Thought*, Translated by Mohsen Solâsie, Tehran: Elmi Publication [In Persian].
- Dale, R. "Specifying globalization effects on national policy: A Focus on the Mechanisms, *J. Education Policy*, Vol. 14, No. 1, (1999).
- Fazeli, Mohammad. *Consumption and Lifestyle*, SobehSadegh Publication. (2003) [In Persian].
- Franzi, S. L. The body-as-object versus the body-as process: Gender differences and gender consideration. *Sex Roles*, 33(5/6), (1995).
- Giddens, Anthony 2006, *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Polity Press, Cambridge [UK].
- Hoodfar, Homa, The veil in their minds and on our heads: the persistence of colonial images of Muslim women, in " *women, gender, religion: a reader*,

کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب

- by Elizabeth A. Castelli with Rosamond C. Rodman, New York, Palgrave Publishing, (2001).
- KeyvanAra, Mahmoud, Rabbani, Rasoul and Mehdi ZhianPoor. (2010). Social Classification and Body Modification: Cosmetic Surgery as Social Status Symbol, *Journal of Women Strategic Studies*, Vol. 12, No. 47, PP: 73-93. [In Persian].
 - Khiabany, Gholam and Milly Williamson 2008. "veiled bodies. Nakedracism: 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*.
 - Lamont, M. & Virag Molnar, "How Blacks use consumption to shape their collective identity: Evidence from marketing specialists" *Journal of Consumer Culture*, Vol. 1, No. 1, (2001).
 - Longman, Lauren. "Culture, Identity and Hegemony: the Body in Global Gge", *Current Sociology*, Vol. 51, No. 3/4, (2003).
 - McKinley, N. M. & Hyde, J. S. "The Objectified Body Consciousness Scale: Development and Validation", *Psychology of Women Quarterly*, 20, (1996).
 - Mehta, Shalina (2010). Commodity Culture and Porous Socio-Religious Boundaries: Muslim Women in Delhi, *South Asia Research*, Vol. 30, No.1, PP: 1-24.
 - Mirza, Jan. Globalisation of Media: Key Issues and dimensions, *European Journal of Scientific Research*, Vol. 29, No. 1, (2009).
 - Mittlman, J. H. "Globalization: Captors and Captive." *Third World Quarterly*, Vol. 21, No. 6, (2000).
 - Monadi, Morteza. (2009). The Role of Knowledge and Science in Every-

- dayLife: Comparative Study, Educated and Low Educated Family in Tehran, *Iranian high, Education Association*, Vol. 2, No. 1, PP: 67-110. [In Persian].
- Ritzer, George 2010. *Globalization: A Basic Text*, Singapore, Wiley-Blackwell.
 - Shirazi, Faegheh and Smeeta Mishra (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.
 - Shilling, Chirs. (1993) *The Body in Culture. Technology & Society*. SAGE Publications. London.
 - Tiggemann, Marike and Eha Ruutel (2001). A Cross-Cultural Comparison of Body Dissatisfaction in Estonian and Australian Young Adults, Its Relationship with Media Exposure, *Journal of Cross Cultural Psychology*, Vol. 23, No.6.
 - Thangarajah, C.Y 2003. "Veiled constructions: Conflict, migration and modernity in eastern Sri Lanka", *Contributions to Indian Sociology*, Vol. 37, No. 1 & 2, PP: 141-162.
 - Tarlo, E 2007. "Hijab in London: Metamorphosis, Resonance and Effects", *Journal of Material Culture*, Vol. 12, No.2, pp. 131-156.
 - Wilson, B. 1987. "*secularization*" in *mircea eliade's the encyclopedia of religion*, New York: Macmillan.