

جامعه شناسی کاربردی

سال بیست و سوم، شماره پیاپی (۴۷)، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۴/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۱/۱۸

صص ۱۶۶-۱۴۱

## گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی

مطالعه موردی: زنان شهر شیراز

بیژن خواجه نوری، استادیار گروه جامعه شناسی دانشگاه شیراز\*

علی روحانی، دانشجوی دکتری دانشگاه شیراز

سمیه هاشمی، دانشجوی دکتری دانشگاه شیراز

### چکیده

داشتن پوشش مناسب، بخصوص در مجامع عمومی، یکی از دغدغه‌های جوامع دینی بخصوص جامعه اسلامی ایران است. عدم گرایش به حجاب مناسب و منطبق با هنجارهای اسلامی، از مسائل امروزی جامعه محسوب می‌شود. این تحقیق بر آن بوده است که با رویکردی جامعه‌شناختی گرایش به حجاب و عوامل تأثیرگذار بر آن را بررسی کند. با استفاده از روش پیمایشی و پرسشنامه‌ای محقق ساخته، ۵۰۸ نفر از زنان و دختران بین سنین ۱۵ تا ۶۴ در نواحی هشت گانه شهر شیراز با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شدند. نتایج تحقیق بیانگر این واقعیت بود که رابطه معنادار مثبتی میان هویت مذهبی ( $F=0/403$ )، و سبک زندگی مذهبی ( $F=0/174$ ) با متغیر وابسته وجود دارد. همچنین متغیرهای تصور از بدن ( $F=-0/231$ )، مدیریت بدن ( $F=-0/203$ )، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ( $F=-0/212$ )، فعالیت‌های ورزشی-موسیقیایی مدرن ( $F=-0/266$ )، سبک مشارکتی جدید ( $F=-0/174$ ) و سبک‌های فراغتی جدید ( $F=-0/200$ ) رابطه منفی با گرایش به حجاب داشته‌اند. یافته‌های مستخرج از روش رگرسیون چند متغیره نشان داد که هویت مذهبی ( $22/8$ )، سبک فعالیت‌های ورزشی-موسیقیایی مدرن ( $3/5$ ) و سبک موسیقیایی سنتی ( $1/3$ ) از تغییرات گرایش به حجاب را تبیین کرده‌اند.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، مدیریت بدن، تصور بدن، حجاب و مذهب

## مقدمه و بیان مسأله

حجاب در لغت به معنای پرده و حایلی است که میان دو شیء قرار می‌گیرد و مانع دیده شدن شیء مقابل می‌شود و نیز به معنای دربانی است که حایل میان افراد داخل و خارج یک عمارت باشد. حجاب در معنای پوشش زنان، اصطلاحی نسبتاً جدید است که جانشین اصطلاح فقهی "ستر" شده است. حجاب در معنای اخیر پیش از ظهور اسلام و در میان ملل مختلف جهان، از جمله در ایران باستان، در میان قوم یهود و نیز در میان هندوها وجود داشته است. در اکثر تصاویر مذهبی یهودی و مسیحی، زنان دارای روسری یا پوشش بلندی شبیه به چادر هستند. بر اساس پژوهش‌ها، از آغاز پیدایش انسان، هر یک از زن و مرد کوشیده است تا پوشش مناسب خود را تهیه کند (ضرغامی، ۱۳۸۷: ۱۱۸؛ دورانت، ترجمه آرام، ۱۳۶۸: ۱۵۵).

شواهد نشان دهنده آن است که در دنیای پیشامدرن مشکل و مسأله خاصی نسبت به حجاب وجود نداشته است؛ بدان معنی که حجاب به عنوان مسأله‌ای اجتماعی که محلی برای مباحثه و بحث و نظر باشد، مطرح نبوده است، اما با ورود مدرنیته تغییرات سریع و بی‌سابقه‌ای جهان را فرا گرفت، به‌گونه‌ای که هیچ قلمروی بدون تأثیر نماند. خاورمیانه<sup>۱</sup> 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 مشخصی برای تغییر و تحول از آنچه سنت به مدرن خوانده می‌شود، وجود ندارد،

بلکه یک رشته گسیختگی‌ها و دگردیسی‌هاست که می‌تواند نهادهای جدید را شکل دهد (هاپوود، ترجمه کریمی، ۱۳۸۰: ۱۳). اما اگر این تغییرات و گذار از سنت به مدرن شتابان و بدون نظارت و کنترل رخ دهند، می‌توانند موجب اختلال در ارزش‌ها گردند. "در گذار تغییر اجتماعی، همین که جوامع از یک پایه همبستگی اجتماعی عبور می‌کنند، ناهنجاری و انفصال فرد از جامعه رخ می‌دهد، به‌ویژه اگر این انفصال سریع باشد. عدم تنظیم و کنترل و انفصال، نه تنها موجب نرخ بالای کجروی است، بلکه همچنین موجب مشکلاتی در تثبیت نظم اجتماعی است" (Turner, 2003: 348-349).

بر این اساس، با ورود غربی‌ها به کشورهای مسلمان، چالش‌های فرهنگی نیز میان آنها آغاز شد. یکی از اصلی‌ترین این چالش‌ها، مسأله حجاب زن مسلمان بود. حجاب برای مستشرقان مسأله‌ای عمده به شمار می‌رفت و به همین سبب اکثر آنها در برابرش سخت موضع گرفتند. 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. در واقع نگرشی مسأله‌وار نسبت به حجاب برای نخستین بار در نزد مستشرقان شکل گرفت. این بدان معناست که تصویر ذهنی از حجاب، ابتدا به وسیله سفرنامه‌نویسان و سپس بر اساس همان نوشته‌ها از سوی اندیشمندان اجتماعی شکل گرفت. برای مثال، در طول یک و نیم قرن از ۱۸۰۰ تا ۱۹۵۰ تخمین زده می‌شود ۶۰/۰۰۰ کتاب در همین رابطه در کشورهای غربی به چاپ رسیده است (Hoodfar, 2001: 430). به طور

<sup>۱</sup> Middle East

روزمره و مسائل اعتقادی آنها در تضاد آشکار با یکدیگر قرار گیرد" (هاپوود، ترجمه کریمی، ۱۳۸۰: ۱۷).

در چند دهه اخیر بر سرعت مدرنیته افزوده شده است و به نوعی وارد مرحله جهانی شدن یا مدرنیته متاخر شده ایم. در چنین بستری و پس از دهه هشتاد میلادی، با گسترش فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی، نظیر ماهواره، اینترنت و ... و گسترش شبکه های ارتباطی در جهان، فرهنگ مدرن در جهان گسترش یافته است. با فرایند جهانی شدن، شبکه های ارتباطی و ماهواره ها با اینکه فرایند یکسان سازی فرهنگ جهانی را دنبال می کردند (خواجه نوری، ۱۳۸۴: ۶-۷)، اما در عین حال موجب خلق تمایزات گوناگون میان مردم شدند. افراد با ایجاد تمایز، سعی در متفاوت نشان دادن خود از دیگری داشتند. این امر با مصرف کردن (کالاهای مادی و معنوی) نمود عینی تری به خود گرفت و ادبیات جدیدی با عنوان سبک زندگی وارد عرصه جامعه شناسی شد (اباذری، چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶-۷). سبک زندگی به شکل دادن حوزه فردی و عمومی اعضای جامعه منجر می شود و تمامی عرصه های حیات فکری و زندگی مادی فرد را در دو حوزه خصوصی و اجتماعی در بر می گیرد (خواجه نوری، ۱۳۸۸: ۱۳۱). سبک های متفاوت زندگی رفتارهای افراد را تغییر داده، افراد پیوسته بر اثر آن از "خود" تعریفی مجدد ارایه می کنند و حتی آن را تغییر می دهند.

در واقع، سبک های زندگی جدید که مولود دوران مدرن هستند و به وسیله رسانه های ارتباطی و اطلاعاتی در سرتاسر جهان تبلیغ می شوند،

کلی استعمار، آثار سفرنامه نویسان و مستشرقان، موجب پیدایش تصاویری ذهنی از حجاب شد که این تصاویر بعدها وارد اندیشه های اجتماعی متفکران غربی و سپس وارد رسانه ها شد؛ به گونه ای که بسیاری از رسانه های غربی حجاب را نمادی از ظلم مردان مسلمان نسبت به زنان مسلمان بازنمایی کردند.

در واقع، در خاورمیانه ای که تحت تاثیر اروپاییان بود و استعمار و استثمار را تجربه کرده بود، عقاید و شیوه های سنتی زندگی به چالش کشیده شد و بسیاری از ارزش ها زیر سؤال رفت و مورد باز اندیشی قرار گرفت؛ همان طور که عبدو فیلالی انصاری، روشنفکر معاصر مراکشی قائل به وجود تعارضات فراوانی در زندگی مسلمانان در کشورهای اسلامی در زمان حاضر است:

"چگونه می توان یک مسلمان باقی ماند؟ پاسخ ساده ای وجود ندارد. از طرفی، به نظر می رسد که اسلام مجموعه ای از اعتقاداتی است که طی قرن ها بدون تغییر باقی مانده است و از طرف دیگر، زندگی جدید مجموعه ای از تازه ترین مفاهیم را به ما عرضه می دارد که در انطباق بیشتر با تئوری های علمی و معاصر و عقایدی است که از نظر عقلی متقاعد کننده تر هستند. بین این دو جنبه اغلب سازگاری وجود ندارد؛ نه فقط اسلام به عنوان یک ایمان، بلکه اسلام به مثابه چیزی که در ضمیر میلیون ها نفر وجود دارد. بیشتر مسلمانان در حالت دوگانه ای به سر می برند؛ به این معنا که علی رغم پیوند با جامعه اسلامی، به همه اعتقاداتی که لازمه آن است، پایبند نیستند. در نتیجه، ممکن است زندگی

اغلب با سبک‌های سنتی زندگی دچار چالش می‌شوند. در جوامع مسلمان نیز این چالش‌ها با شدت بیشتری دنبال می‌شود، زیرا از یک سو دارای فرهنگی اسلامی هستند 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. در این میان، زنان به عنوان گروه اصلی مصرف‌کننده سبک‌های جدید به شمار می‌روند. زنان مسلمان نیز در این مورد مستثنا نیستند و 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. یکی از اصلی‌ترین نمادهای سبک زندگی دینی نیز داشتن پوشش و حجاب اسلامی است که با پیروی از سبک‌های جدید زندگی، در میان برخی از زنان کشورهای مسلمان رعایت نمی‌شود. در چنین فضایی، بحث‌های فراوانی از سوی اندیشمندان حوزه‌های گوناگون اجتماعی در این زمینه صورت می‌گیرد، اما نیاز اصلی در این زمینه انجام تحقیق‌های تجربی است تا واقعیت موجود به صورت علمی بررسی شود. با توجه به این امور، آنچه به این تحقیق ضرورت می‌بخشد، بررسی رابطه سبک‌های زندگی متفاوت با گرایش به حجاب در میان دختران و زنان شهر شیراز است. از جانب دیگر با توجه به جمعیت جوان جامعه آماری و با نگاه به این موضوع که شهر شیراز، کلان‌شهری با جمعیتی ۱۳۰۶۹۲۷ (سایت مرکز آمار ایران، جمعیت شهر شیراز در سال ۱۳۸۵) نفر است و حتی برآورد جمعیتی شهر

شیراز در سال ۱۳۸۸ نزدیک به ۱۴۵۵۰۷۳ (سایت شهرداری شهر شیراز) نفر است، بررسی سبک‌های متفاوت زندگی رایج در میان دختران و زنان جوان و رابطه‌ای که این سبک‌ها با حجاب دارند، موضوعی بسیار پراهمیت می‌شود که با شناخت این رابطه، می‌توان روندهای مرتبط با تغییر در نگرش نسبت به حجاب را بررسی کرد.

### مروری بر مطالعات پیشین

مطالعات انجام شده در خصوص حجاب در ایران، عمدتاً به مباحث نظری پرداخته و در جهت بررسی تجربی آن کوشش اندکی شده است. معمولاً بیشتر تحقیقات تجربی نیز نقش عوامل اجتماعی - اقتصادی و یا مفاهیم کلی، همچون غرب و غربی شدن را به استخدام گرفته‌اند. روشن است که مطالعات انجام شده در خارج نیز به دو بخش تقسیم می‌شود: نخست مطالعاتی که از سوی محققان کشورهای مسلمان یا محققانی که اصالتاً از جوامع مسلمان بوده‌اند، انجام شده که نسبت به این مسأله دارای دغدغه خاطر بوده‌اند و دوم بخش کوچکی که به محققان جوامع غربی مربوط هستند. مهمترین این پژوهش‌ها عبارتند از: احمدی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای نشان دادند که گرایش به غرب به تنهایی ۶۶ درصد واریانس عدم رعایت حجاب را پیش‌بینی کرد. میزان پایبندی به حجاب با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، تحصیلات، روابط خانوادگی و میزان کنترل والدین) بر اساس آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه رابطه معنی‌داری داشت. ( $p < 0/01$ )

بیشتر مطالعات انجام شده در کشورهای غربی، عمدتاً به ظهور یا گسترش حجاب و انواع آن همچون نقاب، روسری و چادر صورت پذیرفته است و به نوع برخورد دولت‌ها و یا نهادهای مدنی و یا نگرش مردم آن کشورها به این پدیده نپرداخته‌اند ( Kilic et al., 2008; Tarlo, 2007).

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

مهتا<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن بر روی زنان مسلمان دهلی را در طول ۳۰ سال مؤثر دانسته است. هر چند مصرف رسانه‌های تصویری اوایل به صورت تابو و ممنوع بوده است، اما امروزه مصرف‌کنندگان محصولات رسانه‌ای به نظر می‌رسد که به صورت معناداری تحت تأثیر کالایی شدن فرهنگ رسانه‌ای قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نیز نشان‌دهنده 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.

حیبی (۱۳۸۹) 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.

آقایانی چاوشی و همکاران (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای دریافته‌اند که تفاوت معناداری بین دیدگاه کارکنان زنان دانشگاه علوم پزشکی و مراجعه‌کنندگان زن مراجع‌کننده به درمانگاه‌ها، راجع به ضرورت رعایت حجاب توسط بانوان، ارزیابی تبلیغ ارزش‌های دینی با استفاده از 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.

علوی و حجتی (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای در پی بررسی عوامل مؤثر بر 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 بر بدحجابی دانشجویان تأثیر نگذاشته‌اند.

<sup>1</sup> Mehta

شیرازی<sup>۱</sup> و میشرا<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای نشان دادند که برای فهم نگاه زنان مسلمان نسبت به حجاب در غرب، باید عوامل سیاسی، اجتماعی و تاریخی یک کشور، ماهیت مهاجرت آنها، ترکیب 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 شورش 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 آنهايي که در مطالعه شرکت کرده بودند، درحالی که از روسری استفاده می‌کردند، هیچ تمایلی برای استفاده از نقاب نداشتند، بلکه برعکس در محیط آمریکا آن را غیرضروری و نامناسب می‌دانستند. البته، اکثر مشارکت‌کنندگان این حق را برای آنانی که مایل بودند نقاب داشته باشند، محترم می‌شمردند.

خیابانی<sup>۳</sup> و ویلیامسون<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای نشان دادند که رسانه‌های بریتانیایی معمولاً انواع حجاب رایج در بین زنان مسلمان را به صورت یکسان بازنمایی و حجاب را به عنوان مانعی برای ارتباطات معنادار ارایه می‌کنند. از نظر آنها، زنان با حجاب به عنوان افرادی بی مقدار به شمار می‌آیند که در همانند شدن با جامعه میزبان شکست خورده‌اند و خطری مضاعف برای سبک‌های زندگی انگلیسی به شمار می‌روند.

ویلیامسون و خیابانی (۲۰۱۰) در مطالعه دیگری نشان دادند که حجاب زن مسلمان تبدیل به تصویر دیگری تبدیل شده است. علاوه بر آن، حجاب به نمادی یکپارچه و افسانه‌ای از اسلام تبدیل شده است. نگارندگان حجاب را در رابطه با نژادپرستی، مهاجرت و امپریالیسم و سیاست‌های اقتصادی لیبرالی و نولیبرالی تفسیر می‌کنند. آنها بیان داشتند که پس از واقعه ۱۱ سپتامبر، گفتمان عمومی در بریتانیا بر روی موضوع تروریسم محوریت یافت. در همان حال، به علت فقر نسبی اکثر مهاجران، نژادپرستی نسبت به اجتماعات مهاجر افزایش یافت. در واقع، معنای حجاب در جامعه بریتانیا به وسیله نگاه استعماری و امپریالیستی درک می‌شود.

تارلو<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) در مطالعه خود در پی بررسی اهمیت لباس و پوشش به عنوان شاخصی آشکار از تمایز در شهر چند فرهنگی لندن بوده است. وی معتقد است که انتخاب حجاب از سوی زنان طبقه متوسط مسلمان اغلب به عنوان یک کالا نگریسته 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 تاثیر معناداری روی دیگران دارد.

تانگاراچاه<sup>۶</sup> (۲۰۰۳) در مطالعه خود تغییر مناسبات جنسیتی و الگوهای محلی مصرف مذهبی در بین زنان مسلمان مهاجر از خاورمیانه به شرق سریلانکا را بررسی کرده است. مهاجرت باعث تغییر اعمال هر روزه آنها در درون یک فرهنگ متحد اسلامی می‌شود. زنان مهاجر،

<sup>1</sup> Shirazi

<sup>2</sup> Mishra

<sup>3</sup> Khiabany

<sup>4</sup> Williamson

<sup>5</sup> Tarlo

<sup>6</sup> Thangarajah

سینماها و ... مخالفت صورت گرفته است و در توجیه آن عمل، حجاب را به عنوان تهاجم شرق مسلمان به کشورهايشان یاد می‌کنند. در کشورهایی همچون مصر که دولت‌های غیردینی در آنها حاکم است، از حجاب به عنوان رشد بنیادگرایی دینی یاد می‌شود، اما در ایران وضعیت به شکلی کاملاً متفاوت است. در ایران قبل از انقلاب تقریباً بخش‌های عمده‌ای از زنان جامعه دارای حجاب بوده‌اند و عملکرد حکومت پیشین نتوانسته است اکثریت زنان جامعه را به سوی بی‌حجابی سوق دهد، اما پس از انقلاب و استقرار حکومت دینی، داشتن حجاب در عرصه‌های عمومی به شکل قانون لازم الاجرا درآمد (Hoodfar, 2001: 435). با این وصف، امروزه گرایش‌هایی از سوی برخی از گروه‌های فعال زنان مشاهده می‌شود که در پی کم‌رنگ کردن نقش حجاب هستند و یا از آن به شکلی که با ارزش‌ها و هنجارهای مستقر در جامعه همخوانی ندارد، استفاده می‌کنند (Hoodfar, 2001: 437). 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 را مبارزه سیاسی کنند. در واقع، این زنان در پی سبک زندگی خاصی برای خود هستند. لذا این نظریه‌ها با رفتارهای قابل مشاهده در بین این گروه‌ها همخوانی نداشته و قدرت تبیین‌گری رفتارهای زنان ایرانی در این عرصه را ندارند. بنابراین، لازم است که نظریه‌ای دیگر به کار گرفته شود که توانایی تبیین آنچه برخی از گروه‌ها با عنوان بی‌حجابی یا بدحجابی می‌نامند را داشته باشد.

همچنین کالاهای وارد شده از کشورهای عربی را مصرف می‌کنند. در نتیجه، اعمال مذهبی اسلامی نقش ترقی‌گرایانه و قدرت بخشی در زندگی زنان مهاجر ایفا می‌کند.

### چارچوب نظری

بسیاری از مطالعات انجام شده در خارج از ایران به بررسی علل رویکرد و اقبال به حجاب در جوامع غربی و یا در کشورهای عمدتاً مسلمان پرداخته‌اند که دارای حکومت‌های غیر دینی و سکولار هستند. در این مطالعات همچنانکه گفته شد، بحث بر سر این است که چرا برخی از گروه‌های زنان به حجاب گرایش پیدا کرده‌اند (واتسون، ترجمه بحرانی، ۱۳۸۲؛ Kilic et al., 2008; Tarlo, 2007; Lewis, 2007). در چنین مطالعاتی اغلب از نظریه‌هایی، همچون مقاومت مابعد استعماری<sup>۱</sup>، عملکرد جنسیتی<sup>۲</sup>، پدرسالاری<sup>۳</sup> و یا ظهور جنبش‌های مذهبی جهانی<sup>۴</sup>، فمینیسم معکوس و ... استفاده شده است که کم و بیش بخش‌هایی از این پدیده را می‌توانند تبیین کنند. در چنین کشورهایی، بخشی از مشغله دولتمردان و نگرانی آنها به گسترش پدیده حجاب مربوط می‌شود، زیرا این پدیده را مغایر با فرهنگ عمومی جامعه خود می‌دانند. برای مثال، در کشورهای همچون فرانسه، اتریش و برخی کشورهای اروپایی دیگر، به اشکال مختلف با پدیده حجاب در اماکن دولتی و آموزشی و حتی به صورت غیرمستقیم در اماکن عمومی، مانند رستوران‌ها،

<sup>1</sup> Post-colonial resistance.

<sup>2</sup> Gender performance.

<sup>3</sup> Patriarchy.

<sup>4</sup> Rise of global religious movements.

بسط یابنده‌ای است که موجب تغییرات بسیاری در سطح جهان شده است. همین ویژگی بسط یابنده موجب می‌شود که تغییرات در یک نقطه از جهان، به تغییرات در نقاط دیگر جهان بینجامد (گیدنز، ترجمه ثلاثی، ۱۳۷۷: ۸۸-۹۱).

در بستر جهانی و تحت تأثیر جهانی‌شدن، امروزه توجه به بدن به ورای مباحث سلامت و بهداشت و در نهایت، ابعاد پزشکی آن می‌رود و بیشتر به مبحثی فرهنگی تبدیل می‌شود که در نهایت، مباحث پزشکی را با مباحث فرهنگی پیوند می‌زند. به بیان دیگر، در بسیاری از موارد (برای مثال) برای زنان بدن سالم، بدنی جز بدن ظریف، لاغر، اندامی و ... نیست. به بیان دیگر، در اینجا مسأله زیبایی‌شناسانه بدن مطرح است. توجه به اندام به عنوان یک رسانه (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱) در جوامع مدرن و به طور کلی، جوامعی که تحت تأثیر فرایند جهانی‌شدن قرار گرفته‌اند - که البته توجهی زیبایی‌شناسانه است - گسترش فراوانی یافته است. بنابراین، در اینجا ما با نظامی از ارزش‌ها و ارزش‌های فرهنگی روبه‌رو هستیم. با تشدید فرایند جهانی‌شدن، ما شاهد جهانی‌شدن فرهنگی هستیم. در این فرایند ارزش‌ها و هنجارهای گوناگون جوامع مختلف به وسیله رسانه‌های جهانی که خود بخشی از فرایند جهانی‌شدن به شمار می‌روند، در جهان گسترش می‌یابند (Mirza, 2009: 66-67).

به باور گیدنز، بدن با دو مفهوم "هویت" و "خود" مرتبط است. نیاز امنیت وجودی و حس امنیت هستی‌شناختی، آن چیزی است که نهایتاً به شکل‌گیری یک هویت شخصی در ارتباط با محیط پیرامون منجر می‌گردد و در این راستا، بدن

مسأله پوشش به شکل اجتناب‌ناپذیری با مسأله بدن مرتبط است. همچنین، پوشش عناصر متفاوتی از هویت‌های مردم را به نمایش می‌گذارد. هویت با معناداری سر و کار دارد و از آنجا که معانی، در ذات اشیا قرار ندارند و بر اشیا بر اساس موقعیت‌های متفاوت حمل می‌شوند، پس پیامد یا برآیند سازگاری و ناسازگاری با معنای اشیا، همیشه موضوعی برای گفتگو بوده است (Jenkins, 1996: 4). لذا ما نمی‌توانیم هویتی پایدار داشته باشیم، بلکه در طول زمان هویت ما دگرگون می‌شود. از این روست که هویت فرآیندی دانسته می‌شود که نه تنها یگانه نیست، بلکه هر فردی چندین هویت دارد (Jenkins, 1996: 4). بر این اساس، تحقیق مختلفی در ایران و خارج از آن، برای هویت ابعاد مختلفی، همچون هویت جنسی، مذهبی، قومی، گروهی، ملی، و ... در نظر گرفته‌اند (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴؛ ایمان و کیدوقان، ۱۳۸۱؛ ایمان و سروش، ۱۳۸۱).

مسأله بدن و هویت ناشی از آن، یکی از مباحث مهم در فرایند بازانديشانه است که در دیدگاه‌های معطوف به فرایند جهانی‌شدن مد نظر قرار می‌گیرد (Longman, 2003: 225-226). جهانی‌شدن پدیده‌ای است که در چند قرن گذشته اتفاق افتاده، اما در دهه‌های اخیر بر اثر رشد و دگرگونی در برخی از قلمروهای نظام اجتماعی تسریع پیدا کرده (Mittelman, 2000) و موجب دگرگونی‌های کیفی (Dale, 1999) در زندگی انسان‌ها گردیده است. به باور گیدنز، جهانی‌شدن تشدید روابط اجتماعی جهانی است (گیدنز، ترجمه ثلاثی، ۱۳۷۷: ۷۷) جهانی‌شدن فراگرد



اطلاعاتی و ارتباطی نیز قرار دارد (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۵: ۴۵-۴۶) و یا به بیان ریتزر رسانه های مدرن، همچون اینترنت نقش عظیمی در جهانی شدن دارند (Ritzer, 2010: 278). به باور گیدنز، تجدد از رسانه های "خاص خود" تفکیک ناپذیر است (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۵: ۴۵-۴۶). رسانه ها نقش عمده ای در تکمیل جداسازی زمان و فضا بازی کرده اند (همان: ۴۷). به طور کلی، فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی (ICTها) شامل همه تکنولوژی هایی می شوند که جابجایی اطلاعات را ممکن نموده، اشکال متفاوتی از ارتباطات را میان کنشگران انسانی، بین انسان ها و نظام های الکترونیکی و میان نظام های الکترونیکی تسهیل می کنند (Hirst & Thompson, 2003). فریدمن<sup>۱</sup> معتقد است که فناوری های فراملی برای هویت و فرهنگ بومی و محلی تهدیدهایی را به وجود می آورند (Ritzer, 2010: 119؛ به نقل از فریدمن، ۱۹۹۹: ۲۹). کاستلز نیز بر این اعتقاد است که فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی جدید همچون اینترنت در عصر جدید بر روی هویت افراد اثر قاطع دارد (کاستلز، ۱۳۸۴، ج ۱: ۴۹-۵۱). مطالعات داخلی و خارجی نیز حاکی از اثر این فناوری ها بر تغییر هویت افراد است (Armfield et al, 2002؛ مقدس و خواجه نوری، ۱۳۸۴؛ خواجه نوری، ۱۳۸۵).

برخی از نظریه پردازان بر نقش سبک زندگی در خلق هویت های فردی و جمعی افراد تأکید کرده اند (Lamont & Molnar, 2001). گیدنز به عنوان یکی از نظریه پردازان جهانی شدن تأکید فراوانی بر کاربرد هویت بخش سبک زندگی داشته

به عنوان ابزار استفاده می شود. به نظر وی، همه موجودات انسانی به طور مداوم بر فعالیت های خویش نظارت دارند. در روابط اجتماعی، انسان ها یک حس امنیت وجودی به دست می آورند که وی ریشه آن را در مفهوم اعتماد تعمیم یافته می یابد. این اعتماد تشکیل دهنده رابطه ای است که جهت گیری های عاطفی و شناختی به سوی دیگران، دنیای عینی و هویت شخصی از آن نشات می گیرد (گیدنز، ۱۳۸۵: ۶۳). به باور وی، برای آنکه بتوانیم به طور برابر با دیگران در تولید روابط اجتماعی شریک شویم، باید مدام بر بدن خود نظارت داشته باشیم (همان: ۱۳۸۵: ۸۷-۸۶) که در نتیجه آن، بدن به ابزاری هویت ساز در جریان تعاملات اجتماعی تبدیل می گردد (Nettleton, 1998: 7). به نظر گیدنز در تعاملات اجتماعی افراد، برخی از وجوه بدن، موجب تمایز فرد از دیگران می شود. وی این وجوه را نمای ظاهری، کردار و ... می نامد. "نمای ظاهری بدن مشتمل بر همه ویژگی های ظاهری قابل رؤیت، از جمله طرز پوشش و آرایش است که به طور معمول به عنوان نشانه هایی برای تفسیر کنش ها به کار گرفته می شوند. کردار مشخص کننده آن است که افراد از نمای ظاهری خود چگونه در فعالیت های روزمره استفاده می کنند" (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۵: ۱۴۴). در واقع، امروزه جنبه ظاهری بدن برای ابراز هویت فردی بیش از وجهه اجتماعی آن تقویت شده است (همان: ۱۳۸۵: ۱۴۵).

یکی از تأثیرات دیگر جهانی شدن بر هویت که در رابطه با فرهنگ مهم است، تغییر در شیوه زندگی مردم است که تحت تأثیر فناوری های

<sup>1</sup>Friedman

است (خواجانه‌نوری، ۱۳۸۵). به باور وی، 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، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۵: ۱۱۹-۱۲۹). شیوه زندگی به عنوان مجموعه‌ای از عملکردهاست که فرد آنها را به کار می‌گیرد، زیرا نه فقط نیازهای جاری او را بر آورده می‌سازند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود بر گزیده است، در برابر دیگران متجسم می‌سازند (همان: ۱۲۰). به طور کلی سبک زندگی نه تنها در زمینه خود و هویت بلکه در حوزه کار و فعالیت نیز که بشدت متأثر از اجبارهای اقتصادی می‌باشد، دارای اهمیت است (همان: ۱۲۱).

اما سؤال مهم در اینجا رابطه بین سبک زندگی و پوشش (حجاب) است. همچنانکه می‌دانیم، برهم کنش اجتماعی (روابط فضایی) افراد به طور اجتناب‌ناپذیری با یکدیگر مرتبط هستند. برای مثال، یک دختر و یا زن در خانه، یک دانشجو در دانشگاه، یک مشتری در فروشگاه و یک عابر پیاده در پیاده‌رو با یکدیگر مرتبط‌اند. همچنانکه این دختر با بدن خویش از یک فضا به فضای دیگر در حرکت است، عناصری از هویت خود را در فضای اجتماعی نمایش می‌دهد. البته، اینها بخشی از عناصری هستند که برای مشاهده‌گر خارجی روشن و قابل خواندن هستند و لازم است رمزگشایی شوند.

همان طور که لباس‌ها و مدها معنای اجتماعی‌شان را از طریق بدنهای پوشیده به دست می‌آورند، و از طریق درونی کردن تکنیک‌های بدن، توانایی‌شان را برای به نمایش درآوردن به طرز قابل قبول اجتماع یاد گرفته‌اند، (برای مثال، چگونه باید پوشید یا راه رفت)، پوشیدن هر نوع حجاب نیز به طور مشابه از اواخر دوران کودکی با تکنیک‌های بدن یاد گرفته می‌شوند. در اینجا تکنیک‌های خاص مدیریت بدن به طور فرایندی عمل می‌کنند و افراد در دوران کودکی برخی از تکنیک‌های ساده‌تر را اجرا می‌کنند و سپس که بالغ شده، رشد می‌یابند، تکنیک‌های پیچیده‌تر مدیریت بدن را به اجرا می‌گذارند. برای مثال، پوشیدن سر و صورت و ...

در واقع، در فضای تصویر شده، نه تنها لباس به شکل عمل مجسم در می‌آید، بلکه زمانی و مکانی نیز هست؛ به این معنا که آنها معنایشان را از طریق موقعیت‌شان در زمان‌ها و مکان‌های خاصی به دست می‌آورند که قواعد پوشیدن و رفتار خودشان را دارند. فضا موجودیت پویایی دارد (Massey, 1994: 2) و مکان‌های مختلف که بدن‌های پوشیده در آنها قرار می‌گیرند، رابطه‌ای هستند و موجب تمایز می‌شوند و از رابطه‌شان با آنچه ورای آنهاست، معنادار می‌شوند (Massey, 1994: 11).

در هر یک از این فضاهای خاص، ما با سبک‌های مختلفی از زندگی روبه‌رو هستیم، که در آنها به نوعی هویت افراد تحت تأثیر قرار می‌گیرد و این ایده را در ذهن می‌پروراند که همگرایی زمان و مکان می‌تواند افراد را به انجام انواع خاصی از رفتارهای اجتماعی سوق دهد

قرار دارد، از طریق متغیرهایی همچون سبک زندگی که در سطح میانی قرار دارند، بر روی هویت فرد اثر می‌گذارد و آن را تغییر می‌دهد.

سبک‌های زندگی موجود در جامعه را می‌توان بر روی پیوستاری در نظر گرفت که در یک سوی آن افرادی هستند که کاملاً از فرهنگ‌های غیر بومی و عمدتاً غربی و سکولار متأثر هستند و از سوی دیگر، افرادی هستند که کاملاً سنتی بوده، به آیین‌ها، رسوم، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خودی وفادار هستند. البته، همچنانکه پیداست، عمده مردم در میانه 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 بازنایشانه‌ای در ارتباط با ارزش‌ها و رسوم فرهنگی پیرامون خود (و با توجه به شرایط موجود در جامعه) اقدام می‌کنند.

در هر حال، کسانی که در این میان به دلیل همجواری و سنگین‌تر شدن ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی سایر جوامع، نسبت به برخی از ارزش‌های فرهنگی خود، همچون حجاب به دیده شک و تردید می‌گردند و از سوی دیگر، نسبت به بدن و مدیریت آن و تلقی رسانه‌ای از آن حساستر شده و به این باور رسیده‌اند که بدن ابزاری برای ابراز هویت آنها در میان دیگران است، بیشتر به کنار گذاشتن حجاب گرایش نشان می‌دهند. به بیان دیگر، برای آنها حجاب‌هایی همچون چادر مانع از به نمایش درآمدن بخشی از هویت آنها می‌شود که یک مشاهده‌گر می‌تواند با رمزگشایی از آن به سایر جنبه‌هایی هویتی ناخوانای آنها پی ببرد. بر این اساس است که برخی از زنان و دختران هنگام به کارگیری پوشش‌هایی همچون

(Cohen & Felson, 1979; Cohen, Kluegel, & Land, 1981). در این فضاها انواعی از امکانات در اختیار افراد قرار می‌گیرد که این افراد می‌توانند از میان آنها به انتخاب بپردازند. برای مثال، برخی از زنان در زمینه‌های مختلف، تلاش‌های آگاهانه یا ناآگاهانه‌ای را برای بی‌ثبات کردن هنجارهای حجاب انجام می‌دهند. این زنان در واقع فرهنگ‌های دیگر (اغلب غربی) و فرهنگ بومی خود را تلفیق می‌کنند، اما به موازات آنکه عناصر بیشتری را از سایر فرهنگ‌ها اخذ کردند، هویت آنها بیشتر به سوی دیگر فرهنگ‌ها سوق می‌یابد؛ بدین معنا بدن و پوشش به مهمترین رسانه ابراز هویت آنها تبدیل می‌شود. با افزایش گرایش به فرهنگ غربی، بازنایشی در بدن و پوشش صورت می‌گیرد و بدن محلی برای نمایش سبک‌های متمایز زندگی می‌شود. برای مثال، هویت مذهبی از هویت غیر مذهبی در بدن و پوشش زنان قابل تشخیص می‌گردد.

در این چارچوب نظری فرایند جهانی شدن از طریق رسانه‌های خود اطلاعات مختلفی را در اختیار افراد قرار می‌دهند که برخی از آنها سکولار، غیردینی و مانند آنها هستند. گیرندگان این پیام‌ها از آنجا که همیشه در حال فرایند هویت‌سازی و بازتعریف هویت خود هستند و لازم است در مکان‌ها و فضاهای مختلف هویت‌های خود را بازتولید کنند، از بین این عناصر مختلف دست به انتخاب می‌زنند. این انتخاب‌ها سبک‌های مختلف زندگی آنها را می‌سازند و در نهایت، این سبک‌ها در فرایند باز تعریف و باز تولید هویت آنها مشارکت می‌کنند. به بیان دیگر، فرایند جهانی شدن که در سطح کلان

۳ - بین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید (اینترنت، ماهواره، تلفن همراه، CD، DVD، موسیقی، MP3 player، Mp4 و مانند آنها) و گرایش به حجاب رابطه معنی‌داری وجود دارد.

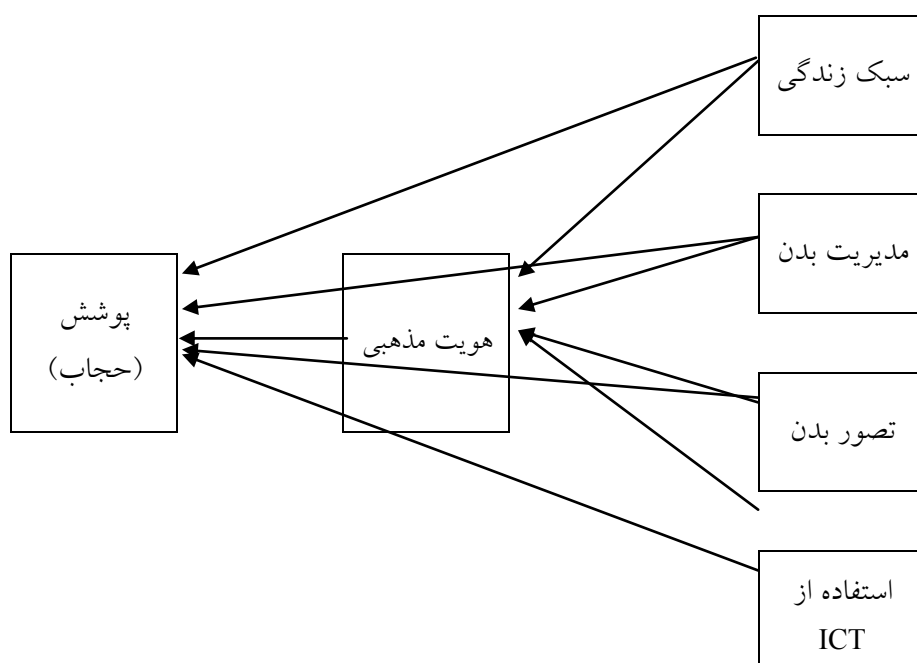
۴ - بین تصور از بدن و گرایش به حجاب رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۵ - بین هویت مذهبی و گرایش به حجاب رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مانتو، سعی در استفاده از انواعی از آنها را دارند که به لباس‌های رایج در سایر کشورها (عمدتاً غرب) شبیه‌تر باشد. بر اساس چارچوب نظری فوق و تحقیقات پیشین فرضیه‌های زیر را می‌توان بیان کرد:

۱ - بین سبک‌های زندگی مدرن و گرایش به حجاب رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۲ - بین سبک‌های زندگی سنتی و گرایش به حجاب رابطه معنی‌داری وجود دارد.



مدل شماره ۱- مدل نظری تحقیق

### روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایشی بهره گرفته شد و پرسشنامه ابزار جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز بود. پرسشنامه پژوهش حاوی سؤال‌های نگرشی و همچنین پرسش‌هایی در خصوص رفتارهای عینی، ذهنی، و ویژگی‌های فردی

پاسخگویان بود. جامعه آماری، زنان ۱۵ تا ۶۴ ساله ساکن شهر شیراز در سال ۱۳۸۸ بودند. چارچوب نمونه‌گیری تحقیق محدوده مصوب شهر شیراز بود. شیوه نمونه‌گیری تصادفی چند مرحله‌ای بود. بدین معنی که از بین هشت منطقه سرشماری شهر شیراز، تمامی مناطق انتخاب

با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ درصد، نمونه ما برابر با ۳۸۸ نفر می‌شد، اما با توجه به تعداد نمونه جمع‌آوری شده (۵۰۸ نفر) ضریب خطای این پژوهش در حدود  $\pm 4$  و  $\pm 5$  برآورد شد.

### تعریف مفاهیم

پوشش: هر نوع لباسی که بخش‌های مختلف بدن را بپوشاند. در اینجا مقصود نحوه پوشش است که با قوانین و مقررات اسلامی همخوانی دارد؛ پوشیدن لباس‌های گشاد، حجاب اسلامی (مانتو و یا چادر)، سر کردن روسری و یا مقنعه که موی زنان مشخص نباشد و مانند آن. برای سنجش این متغیر هفت گویه طراحی شد که پس از گرفتن ضریب پایایی آنها به شش گویه کاهش یافت. در نهایت، پایایی گویه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی برابر با ۰/۷ بود. با استفاده از شش گویه، متغیر پوشش ساخته شد که در سطح سنجش فاصله‌ای بررسی گردید. جدول شماره ۱ گویه‌های پوشش را ارائه داده است.

سبک زندگی: در برخی از تحقیقات سبک زندگی، شامل عادت‌ها و الگوهای غذایی بوده‌اند (Sarraffzadegan et al, 2009 Tomlison, 2003;). در برخی دیگر، سبک زندگی به عنوان الگوهای فعالیت اوقات فراغت و مصرف کالاهای فرهنگی و مادی در نظر گرفته شده است (Ross, 2009; Quelhas, 2004).،  
فاضلی (۱۳۸۲) در پژوهشی با مروری بر نظریه‌های سبک زندگی نشان داده است که در سنجش سبک‌های زندگی توسط پژوهشگران مختلف، شاخص‌های متنوعی به کار رفته است

شدند و سپس در درون هر منطقه به نسبت جمعیت مناطق و امکانات موجود در اختیار محقق، از جمله منابع مالی، تعدادی حوزه‌گزینش و بر اساس جمعیت آنها تعدادی بلوک‌های کوچکتر به عنوان یک خوشه به طور تصادفی انتخاب شدند. خانوارهای درون خوشه‌ها بررسی شدند و در صورت وجود یک زن با ویژگی سنی ذکر شده در خانواده با او مصاحبه شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول لین<sup>۱</sup> محاسبه شد (Lin, 1978:446-447). اگر چه نمونه‌ی گزینشی با ضریب پایایی  $\pm 5$ ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ درصد (فرض بالاترین حد واریانس در جمعیت) برابر با ۳۸۶ نفر بود، اما به دلیل نوع سؤال‌ها که شامل سؤال‌هایی حساس در رابطه با اندام و بدن زنان بود، این امکان وجود داشت که در زمان جمع‌آوری اطلاعات برخی از پرسشنامه‌ها یا برگشت داده نشوند و یا به صورت مخدوش و نیمه‌پر برگشت داده شوند. تعداد پرسشنامه‌ها به ۵۲۰ عدد افزایش داده شد که از این میان ۵۰۸ نفر تقریباً به همه سؤال‌ها پاسخ داده بودند. شایان ذکر است که نگارندگان در تحقیقات پیشین در زمینه‌های مرتبط با بدن زنان به این نتیجه رسیده بودند که پرسشنامه‌های بیشتری نسبت به نمونه اصلی بین نمونه آماری پخش کنند، زیرا به دلیل حساسیت موضوع بسیاری از پرسشنامه‌ها بیشتر به صورت مخدوش یا نیمه‌پر برگشت داده می‌شدند. البته، در تحقیق حاضر به علت استفاده از پرسشگران زنده و زن، درصد بالایی از پرسشنامه‌ها به صورت تکمیل شده برگشت داده شدند. در نتیجه، شایان ذکر است که

<sup>۱</sup> Lin

وی این شاخص‌ها را به شرح زیر طبقه‌بندی کرده است: ۱- مصرف فرهنگی؛ ۲- فعالیت‌های فراغت؛ ۳- شاخص‌های پراکنده که شامل مدیریت بدن، الگوهای خرید، نامگذاری کودکان، رفتار خانوادگی و الگوی مصرف غذا می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۷-۱۲۸). فاضلی با بررسی تحقیقات انجام شده در حوزه مصرف فرهنگی بیان می‌دارد که برخی از مطالعات رفتن به سینما و تئاتر، گوش دادن به موسیقی، شرکت در انواع فعالیت‌های هنری... را به عنوان شاخص‌های آن در نظر گرفته‌اند. همچنین، برخی از مطالعات، برای فعالیت‌های فراغتی، استراحت کردن، بازی و ورزش، فعالیت‌های سیاسی و مشارکت در اعمال داوطلبانه نظیر خیریه‌ها را در نظر گرفته‌اند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۷-۱۲۸). برای سنجش این متغیر ۳۲ گویه طراحی شد. گویه‌ها به چند تن از متخصصان دانشگاهی و دانشجویان و کارمندان مؤنث مجرد و متأهل دانشگاه شیراز ارائه شد و بدین وسیله اعتبار آنها مورد سنجش قرار گرفت. با روش تحلیل عاملی پنج عامل استخراج گردید. ضریب KMO آن نیز برابر با ۰/۸۷ بوده است. سپس شاخص‌های سازنده هر یک از عوامل با یکدیگر ترکیب و بر این اساس پنج متغیر جدید سبک زندگی به دست آمدند که در سطح فاصله‌ای سنجیده شدند.

رسانه‌های ارتباط جمعی: رسانه‌های ارتباط جمعی شامل فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی<sup>۱</sup> و همچنین، سایر رسانه‌های پیشین شده است. به طور کلی، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی شامل

همه فناوری‌هایی می‌شوند که جا به جا به جایی اطلاعات را ممکن نموده، اشکال متفاوتی از ارتباطات را میان کنشگران انسانی، بین انسان‌ها و نظام‌های الکترونیکی و میان نظام‌های الکترونیکی تسهیل می‌کنند (Hirst & Thompson, 2003). در اینجا میزان استفاده از رایانه، اینترنت و مشتقات آن، همچون چت، پست الکترونیکی، موبایل و مشتقات آن همچون SMS، و در نهایت ماهواره مورد سنجش قرار گرفتند. در خصوص رسانه پیشین رادیو و تلویزیون داخلی، روزنامه، مجله و کتاب سنجش شده‌اند. از پاسخگویان پرسیده شد که تا چه اندازه در طول هفته از رسانه‌های فوق استفاده می‌کنند. پاسخ‌ها از "اصلاً"، "خیلی کم" تا "خیلی زیاد" متغیر بود. در ابتدا رابطه هر یک از این فناوری‌ها را با متغیر حجاب بررسی کردیم. سپس در مرحله بعد میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید را با یکدیگر ترکیب و رسانه‌های پیشین را نیز با یکدیگر ترکیب نمودیم. در مطالعه حاضر، دو فناوری‌های نوین و پیشین ساخته شدند که هر دو در سطح فاصله‌ای سنجش شدند.

تصور بدن: تصور بدن یک تصور ذهنی از بدن توسط فرد است و به دریافت و احساس وی از بدن خودش اشاره دارد (Hargreaves & Tiggemann, 2006; Grogan, 1999: 1). افراد در زندگی روزمره خویش سعی دارند که در تعامل با دیگران به نوعی تصور از خویش را با تصور عمومی تلفیق کنند. این تصور در تعامل با دیگران شکل می‌گیرد. متغیر تصور بدن بر اساس تعدادی گویه که در قالب طیف لیکرت تنظیم شده‌اند سنجیده شده است. برای مثال، گویه‌های " از

<sup>۱</sup> ICT

از وسایل ورزشی مانند ترد میل در خانه"، "رقصیدن و یا انجام حرکات آیروبیک"، "آرایش صورت" و "استفاده از عطر، مام رولت، دئودورانت، ادکلن" از جمله این گویه‌ها بودند. پاسخ‌ها از "اصلاً"، "خیلی کم" تا "خیلی زیاد" متغیر بود. پایایی این گویه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۶ بود. این متغیر در سطح فاصله‌ای سنجش شد.

#### نتایج تحقیق

جدول شماره ۱ توزیع فراوانی پاسخ‌های پاسخگویان به گویه‌های سازنده پوشش را نشان می‌دهد. با توجه به آماره‌های جدول، بیشترین میانگین مربوط به گویه "از لباس‌های بدن‌نما در انظار دیگران پرهیز می‌کنم." با میانگین (۳/۱۲) و انحراف معیار (۱/۰) و کمترین میانگین مربوط به گویه "زنان باید تنها در میهمانی‌ها و مجالس خصوصی آرایش کنند." با میانگین (۱/۹۵) و انحراف معیار (۱/۲۴) است.

اندامم راضی هستم"، "من زیبا هستم."، "از راه‌های جدید برای جذابتر شدن استقبال می‌کنم."، "مردم به اندام ظریف توجه می‌کنند"، "لاغری اندام نشانه زیبایی است"، "خوش‌قیافه به نظر می‌رسد". پاسخ‌ها از "اصلاً" تا "خیلی موافقم" متغیر بود. پایایی طیف تصور بدن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ با ۰/۷۶ گویه برابر بود. در نهایت، متغیر تصور بدن در سطح سنجش فاصله‌ای ساخته شد.

مدیریت بدن: فدرستون (۱۹۹۹) معتقد است که مدیریت بدن به tivsj بلندی از اعمالی نظیر تاتو، پیرسینگ، بریدن قسمتی از بدن، تا ژیمناستیک، بدن‌سازی، رژیم گرفتن و ... اطلاق می‌شود (Featherstone, 1999: 2; 2010: 196-). به باور وی، آنچه موجب مدیریت بدن می‌شود، احساس کنترل بر بدن و ساختن قیافه‌ای برخلاف بدن طبیعی و عادات هر روزه‌ای است که بر زندگی چیره‌اند (Featherstone, 1999: 3). وی معتقد است، فرد با مدیریت بدن بر ضد زندگی روزمره موضع می‌گیرد؛ مثلاً کلسه<sup>۱</sup> معتقد است: "من خودم را انتخاب کرده‌ام. من بخشی از فرهنگ محسوب می‌شوم، اما اعتقادی به آن ندارم. مدیریت بر بدنم روش من برای مقابله با آن است" (Featherstone, 1999: 3). نزلک (۱۹۹۹) نگرش نسبت به بدن را شامل یک خودنگری مرتبط با بدن می‌داند و به عزت نفس، اعتماد میان فردی، رفتارهای ورزشی و ... نسبت می‌دهد (Nezlek, 1999). برای سنجش مدیریت بدن ۱۰ گویه که توجه به ظاهر و تغییر شکل بدن را می‌سنجیدند انتخاب شدند. برای مثال، "استفاده

<sup>۱</sup> Klesse.

جدول شماره ۱- گویه‌های مورد استفاده برای سنجش متغیر وابسته

گویه‌های گرایش به حجاب	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
از لباس‌های بدن‌نما در انظار دیگران پرهیز می‌کنم.	۰	۴	۳/۱۲	۱/۰
زنان باید جاذبه‌های جسمانی زنانه را از دیگران پنهان کنند.	۰	۴	۲/۷۴	۱/۰۸
حضور زنان در اجتماع با آرایش ضرورت ندارد.	۰	۴	۲/۵۳	۱/۱۸
نمایش اندام زنانه در بیرون از خانه اشکال دارد.	۰	۴	۲/۴۲	۱/۴۳
زنان باید تنها در میهمانی‌ها و مجالس خصوصی آرایش کنند.	۰	۴	۱/۹۵	۱/۲۴
لباس‌های چسبان را دوست ندارم.	۰	۴	۲/۵۲	۱/۲۶

$$\alpha = 0.7$$

شماره ۲ و با توجه به آماره K.M.O در تمام ابعاد، می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب بوده، نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی‌دار است. در واقع، میزان خطا  $\text{Sig}=0/01$  دارای سطح معناداری بالا و سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد است. به عبارت دیگر، کلیه عناصر به کار رفته برای هر بُعد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته‌اند.

برای بررسی و یافتن عوامل طیف سبک‌های زندگی از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد (جدول شماره ۲). بر پایه نتایج این تکنیک پنج عامل به دست آمد که به ترتیب رفتارهای مذهبی، استفاده از موسیقی‌های مدرن، مشارکت‌های اجتماعی و فرهنگی، اوقات فراغت و نهایتاً استفاده از موسیقی‌های سنتی ایرانی و مجاز پاپ داخلی نامگذاری شدند. بر اساس نتیجه جدول



## جدول شماره ۲- نتایج تحلیل عاملی سبک زندگی در بین زنان شهر شیراز

نتیجه کلی آزمون KMO	ابعاد سبک زندگی	عامل های سبک زندگی				اجزای سبک زندگی	
		عامل پنجم	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم		
K.M.O=0/876 Sig=0/000	مذهبی				اول	شرکت در نماز جماعت	
					اول	همکاری با هیأت های دینی	
					اول	گوش دادن به برنامه های مذهبی رادیوی داخلی	
					اول	حضور در مسجد کلیسا، کنیسه	
					اول	تماشای برنامه های مذهبی تلویزیون داخلی	
					اول	حضور در مکان های زیارتی	
					اول	شرکت در جلسه ها یا سفره های مذهبی	
					اول	مطالعه کتاب های علمای دینی	
					اول	حضور در نیروی بسیج	
					اول	انجام فعالیت های مذهبی در خانه	
		فعالیت های ورزشی - موسیقیایی مدرن				اول	شرکت در انجمن های محلی، ...
						اول	گوش دادن به موسیقی جاز و رپ
						اول	گوش دادن به موسیقی هوی متال
						اول	گوش دادن به موسیقی پاپ ایرانی لوس- آنجلسی
						اول	گوش دادن به موسیقی خارجی کلاسیک
						اول	ورزش والیبال، بسکتبال، کوهنوردی
						اول	حضور در کتابخانه
						اول	انجام فعالیت هنری مانند نقاشی، نوازندگی، خیاطی، ...
						اول	حضور در کلاس نقاشی، خطاطی، موسیقی
						اول	حضور در نمایشگاه های مختلف (نقاشی، خطاطی، ...)
		مشارکت اجتماعی-فرهنگی				اول	همکاری با انجمن های علمی، ادبی یا هنری
						اول	کلاس زبان های خارجی یا آموزش رایانه و نرم افزارهای آن
						اول	کلاس آشپزی، گل آرایی، سفره آرایی و ...
						اول	حضور در پارک ها و تفریح گاه ها
						اول	گشت و گذار در خیابان ها
						اول	حضور در مهمانی های دوستانه
						اول	صرف غذا در رستوران ها و فست فودها
					اول	در کنار دوستان همجنس	
					اول	در کنار دوستان غیر همجنس	
					اول	حضور در سینماها و تئاترها	
	اوقات فراغت جدید				اول	گوش دادن به موسیقی سنتی ایرانی (مانند شجریان، ...)	
					اول	گوش دادن به موسیقی مجاز پاپ ایرانی	
					اول	(عبداللهی، عصار)	

متغیرهای مستقل و متغیر وابسته (حجاب و پوشش) بوده است. بدین ترتیب فرضیه‌های قضیه شماره ۱ مبنی بر بودن رابطه بین فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و حجاب تأیید می‌گردد، اما از میان رسانه‌های پیشین تنها گوش دادن به رادیوهای خارجی با متغیر حجاب دارای رابطه معنی‌دار بوده است. سایر رسانه‌های آزمون شده، همچون رادیو و تلویزیون داخلی و یا روزنامه‌ها و مجلات داخلی و یا مطالعه کتاب‌های غیر درسی دارای رابطه معنی‌دار نبودند.

جدول شماره ۳ نتایج آزمون مقایسه میانگین نگرش پاسخگویان را به پوشش و حجاب بر حسب استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین و پیشین نشان می‌دهد. همچنانکه آماره‌های جدول نشان می‌دهند، تفاوت معنی‌داری بین میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و نگرش به پوشش و حجاب وجود دارد. آزمون‌های F جدول در سطح بیش از ۹۵ درصد معنادار است، که شدت این روابط بر اساس آزمون Eta، بیانگر رابطه نسبتاً متوسط بین

جدول شماره ۳- آزمون مقایسه میانگین پوشش آزمودنی‌ها بر حسب استفاده از رسانه‌های جمعی

Etta	Sig F	مقدار F	میانگین مربع ها	جمع مربع ها	منبع تغییرات	
۰/۲۰۹	۰/۰۰۱	۴/۰۲۹	۱۱۴/۵۹۷	۵۷۲/۹۸۷	بین گروه	استفاده از اینترنت
			۲۸/۴۴۳	۱۲۶۰۰/۱۵۳	درون گروه	
۰/۲۲۰	۰/۰۰۰	۴/۵۶۰	۱۲۸/۰۳۷	۶۴۰/۱۸۳	بین گروه	چت
			۲۸/۰۸۱	۱۲۵۸۰/۲۹۵	درون گروه	
۰/۱۴۶	۰/۰۰۹	۳/۱۱۴	۸۹/۰۷۳	۴۴۵/۳۶۵	بین گروه	پست الکترونیکی
			۲۸۹/۶۰۵	۱۲۷۲۹/۲۸۲	درون گروه	
۰/۱۹۳	۰/۰۰۵	۳/۴۰۵	۹۶/۳۹۶	۴۸۱/۹۸۱	بین گروه	گوش دادن به رادیوهای خارجی
			۲۸/۳۱۰	۱۲۴۸۴/۶۲۷	درون گروه	
۰/۲۴۷	۰/۰۰۰	۵/۷۴۵	۱۵۸/۶۲۵	۷۹۳/۱۲۷	بین گروه	تلویزیون خارجی ( ماهواره)
			۲۷/۶۱۳	۱۲۱۷۷/۱۴۴	درون گروه	
۰/۲۱۳	۰/۰۰۱	۴/۲۸۷	۱۲۰/۷۱۶	۶۰۳/۷۵۸	بین گروه	استفاده از CD, DVD, موسیقی، MP3 player, Mp4
			۲۸/۱۵۸	۱۲۶۴۲/۷۴۳	درون گروه	
۰/۱۸۴	۰/۰۰۹	۳/۱۱۴	۸۹/۰۷۳	۴۴۵/۳۶۵	بین گروه	ارسال پیامک با تلفن همراه
			۲۸/۶۰۵	۱۲۷۲۹/۲۸۲	درون گروه	
۰/۲۱۱	۰/۰۰۱	۴/۱۶۲	۱۱۵/۶۴	۵۷۸/۱۹۸	بین گروه	بلوتوس
			۲۷/۷۸۴	۱۲۴۱۹/۴۲	درون گروه	

داشته‌اند، سایر متغیرها رابطه منفی داشته‌اند. به طور کلی رابطه تمامی متغیرها با متغیر وابسته در سطح بیش ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار و نسبتاً متوسط بوده است.

جدول شماره ۴ نشان‌دهنده رابطه همبستگی بین برخی از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته (گرایش به حجاب) است. با توجه به آماره‌های جدول، به غیر از سبک زندگی مذهبی و هویت مذهبی که با گرایش به حجاب رابطه مثبت

جدول شماره ۴- همبستگی بین برخی از متغیرهای مستقل با گرایش به حجاب

گرایش به حجاب	گرایش به حجاب	گرایش به حجاب	گرایش به حجاب
۰/۱۷۴**	سبک زندگی مذهبی	-۰/۲۱۲**	فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی
-۰/۲۰۰**	سبک اوقات فراغتی جدید	۰/۴۰۳**	هویت مذهبی
-۰/۲۶۶**	فعالیت‌های ورزشی-موسیقیایی مدرن	-۰/۲۳۱**	تصور بدن
-۰/۱۷۴**	سبک مشارکتی جدید	-۰/۲۰۳**	مدیریت بدن

\*\*P<۰/۰۱

موسیقیایی مدرن بوده است. این متغیر با متغیر پیشین بیش از ۲۶/۳ درصد تغییرات گرایش به مد را توضیح داده‌اند. رابطه این متغیر با متغیر وابسته منفی و بیش از ۲۳ درصد بوده است. در نهایت، سبک موسیقیایی سنتی وارد معادله شده است. این متغیر که در روابط دومتغیره دارای رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته نبود، با کنترل اثر سایر متغیرها، وارد معادله شده است. رابطه این متغیر با متغیر وابسته مثبت و ضریب بتای آن برابر با ۰/۱۲ بوده است. به طور کلی، در این مرحله مدل با سه متغیر توانسته است بیش از ۲۷/۶ درصد تغییرات متغیر گرایش به حجاب را تبیین کند.

جدول شماره ۵ نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره را به شیوه مرحله به مرحله برای متغیر وابسته گرایش به حجاب نشان داده است. داده‌های جدول نشان‌دهنده آن هستند که از میان متغیرهای مستقل، سه متغیر هویت مذهبی، سبک فعالیت‌های ورزشی-موسیقیایی مدرن و سبک موسیقیایی سنتی به ترتیب وارد معادله شده‌اند. نخستین متغیر وارد شده به معادله، هویت مذهبی است. همبستگی بین این متغیر با متغیر وابسته نزدیک به ۰/۴۰ است. این متغیر ۲۲/۸ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. دومین متغیر وارد در مدل سبک فعالیت‌های ورزشی-

جدول شماره ۵- متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون برای تبیین واریانس گرایش به حجاب

متغیرها	مراحل ورود	متغیر	R	R <sup>۲</sup>	مقدار F	Sig F	Beta	T	Sig. T
اول	هویت مذهبی	۰/۴۷۸	۰/۲۲۸	۷۹/۴۸	۰/۰۰۰	۰/۳۹۹	۷/۱۹۹	۰/۰۰۰	
دوم	سبک فعالیت‌های ورزشی-موسیقیایی مدرن	۰/۵۱۳	۰/۲۶۳	۴۷/۷۷	۰/۰۰۰	-۰/۲۳۳	-۴/۰۵۸	۰/۰۰۰	
سوم	سبک موسیقیایی سنتی	۰/۵۲۶	۰/۲۷۶	۳۳/۹۹	۰/۰۰۰	۰/۱۲۱	۲/۲۴۱	۰/۰۲۶	

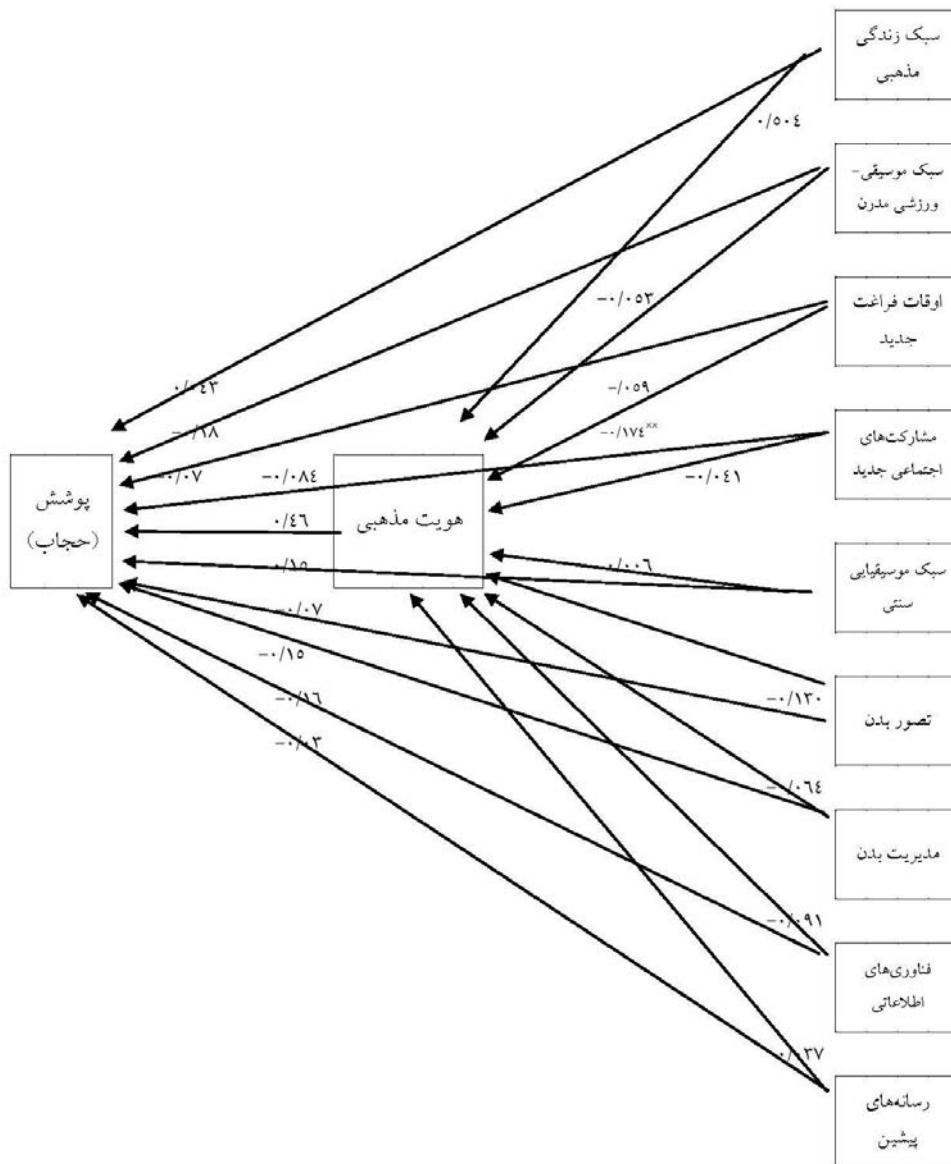
جمعی پیشین روابط مثبتی با متغیر گرایش به پوشش (حجاب) داشته‌اند، اما سایر متغیرها رابطه منفی با متغیر وابسته داشته‌اند. همچنین، از میان سبک‌های زندگی، سبک مذهبی بیشترین اثر را با متغیر حجاب داشته است. کمترین اثر را سبک فراغتی جدید داشته است.

مدل تجربی تحقیق به بررسی آثار مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته (گرایش به حجاب) می‌پردازد. با توجه به ضرایب استاندارد مدل، همچنانکه مشاهده می‌شود، متغیرهای سبک زندگی مذهبی، هویت مذهبی، سبک موسیقیایی سنتی و رسانه‌های

جدول ۶- شماره اثرهای مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر گرایش به حجاب

متغیرهای مستقل	اثر غیر مستقیم	اثر مستقیم	مجموع اثرهای مستقیم و غیر مستقیم
سبک زندگی مذهبی	۰/۲۳۱	۰/۰۴۳	۰/۲۷۴
سبک فعالیت‌های ورزشی-موسیقیایی مدرن	-۰/۰۲۴	-۰/۱۸	-۰/۲۰۴
سبک اوقات فراغتی جدید	-۰/۰۲۷	-۰/۰۰۷	-۰/۰۹۷
سبک مشارکتی جدید	-۰/۰۱۹	-۰/۰۸۴	-۰/۱۰۳
سبک موسیقیایی سنتی	۰/۰۰۳	۰/۱۵	۰/۱۵۳
تصور بدن	-۰/۰۰۶	-۰/۰۰۷	-۰/۱۳
مدیریت بدن	-۰/۰۰۳	-۰/۱۵	-۰/۱۸
فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	-۰/۰۴۲	-۰/۱۶	-۰/۲۰۲
رسانه‌های جمعی پیشین	۰/۰۱۷	۰/۰۰۳	۰/۰۴۷
هویت مذهبی	-	۰/۴۶	۴۶۰

## مدل تجربی تحقیق



## بحث و نتیجه گیری

مطالعه حاضر به بررسی رابطه سبک های مختلف زندگی و گرایش به حجاب پرداخته است. در ابتدا مطالعات انجام شده پیرامون موضوع حجاب در داخل و سپس خارج از کشور بررسی شد. با مروری بر مطالعات انجام شده داخلی مشاهده شد که اکثر این مطالعات فاقد رویکردی علمی-تجربی به مسأله حجاب بوده اند. همچنین، برخی

از مطالعات نیز که در انجام تحقیقی علمی کوشیده اند، فاقد چارچوبی منسجم برای مطالعه حجاب و گرایش به آن و مسائل مربوط به آن بوده اند. از سوی دیگر، اکثر مطالعات خارجی نیز با رویکردهایی جانبدارانه سعی در تاریک نشان دادن وضعیت و به بیانی سیاه نامی داشته اند. در همین راستاست که حجاب را بر گرفته از نظام های پدرسالاری، ظلم و ستم جنسیتی و مانند

حجتی، ۱۳۸۶)، اما با توجه به نتایج این تحقیق، گرایش به مد با عدم تمایل به حجاب رابطه دارد. علت این امر نیز در این است که کسانی که در اینترنت در جستجوی مدهای مختلف بوده‌اند، گرایش کمتری نیز به حجاب داشته‌اند. همچنین، می‌دانیم که محتوای بسیاری از برنامه‌های کانال‌های ماهواره‌ای فارسی نیز مُد و مُدگرایی و توجه به بدن و کنترل و مدیریت آن است. همچنانکه مشاهده کردیم، مشاهده ماهواره بر گرایش به مُد اثر داشته است. مطالعه مهتا نیز نشان‌دهنده تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن بر زنان مسلمان بوده است (Mehta, 2010).

همچنین، مشاهده شد کسانی که بیشتر به دنبال مدیریت بدن هستند و نمره تصور بدنی آنها بیشتر است، گرایش کمتری به حجاب نشان داده‌اند. این امر به دلیل آن است که این گروه از زنان تلقی رسانه‌ای از بدن خود داشته‌اند. بنابراین، آنها بدن را به عنوان بخشی از هویت خود می‌دانند که توسط دیگران قابل خواندن است و با رمزگشایی از آن دیگران می‌توانند به دیگر بخش‌های هویتی آنها پی ببرند. متأسفانه تحقیقات پیشین به این بخش از یافته‌های تحقیق حاضر اشاره‌ای نکرده‌اند که بتوان مقایسه‌ای انجام داد.

از دیگر یافته‌های تحقیق حاضر، رابطه معنادار بین انواع سبک‌های زندگی با گرایش به حجاب بود. همچنانکه نتایج نشان دادند، سبک‌های مذهبی و موسیقایی سنتی با گرایش به حجاب رابطه معنی‌داری داشته‌اند. البته، سبک موسیقایی سنتی در تحلیل رگرسیون چند متغیره و با کنترل تأثیر سایر متغیرها وارد معادله شد. در هر حال، کسانی که بیشتر وارد مناسک مذهبی می‌شوند، بیشتر به حجاب گرایش دارند، اما نکته قابل توجه این است که کسانی که شاخصه سبک زندگی آنها موسیقی سنتی است، تمایل بیشتری به

آن تلقی نموده‌اند، اما از آنجا که در جامعه کنونی رویکرد کلی نظام و بخش عمده‌ای از زنان، داشتن پوشش‌های متعارف و حجاب است، این نظریه‌ها با همه کاستی‌هایشان نمی‌توانند توضیح دهنده این پدیده باشند که چرا برخی از زنان در گروه‌های مختلف اجتماعی-جمعیتی تمایلی به داشتن پوشش ندارند و یا اینکه چرا سعی در پوشیدن لباس‌های اندامی و یا آرایش‌های خلاف عرف در جامعه دارند.

با رویکردی مبتنی بر فرایند جهانی‌شدن که شامل مؤلفه‌های سبک زندگی، تصور و مدیریت بدن، و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی می‌گردید، مدلی نظری اتخاذ و بر اساس آن، پنج فرضیه استخراج شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان داد که پنج نوع سبک زندگی در بین زنان مورد مطالعه رایج بوده است که عبارتند از: سبک مذهبی، سبک فعالیت‌های ورزشی-موسیقایی مدرن، سبک مشارکت اجتماعی-فرهنگی، سبک اوقات فراغتی جدید و نهایتاً سبک موسیقایی سنتی. نتایج حاصل روابط دو متغیره نشان داد که استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین بر گرایش به حجاب رابطه معناداری داشته‌اند. هنگامی که این فناوری‌ها را با یکدیگر ادغام کردیم، رابطه بین فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با گرایش به حجاب منفی و معنادار بود. به بیان دیگر، هر چه استفاده از این فناوری‌ها بیشتر شود، به دلیل محتوای آنها، رابطه منفی بین آنها به وجود می‌آید. کاربرد این فناوری‌ها در بین زنان مورد مطالعه کسب اطلاعات در خصوص مدهای لباس، آرایش، ... و در نهایت اطلاعات علمی، سیاسی و مانند آنهاست.

در مطالعه‌ای که علوی و حجتی انجام داده‌اند، بر این نکته تأکید کرده‌اند که رابطه‌ای بین مدگرایی و بدحجابی وجود ندارد (علوی و

پوشیدگی از خود نشان داده‌اند. احتمالاً از دلایل اصلی این امر محتوای موسیقی سنتی است که سرشار از مفاهیم عرفانی-اسلامی است. در موسیقی سنتی الحان و اشعار به کار گرفته شده، سرشار از مفاهیمی است که کم توجهی به بدن، توجه به معنویات و بخصوص عشق الهی را در بر می‌گیرند. برای مثال، مولوی در کتاب مثنوی می‌گوید «جان کشیده سوی بالا بال‌ها تن زده اندر زمین چنگال‌ها» و یا «خواجه می‌نالد که ماند از قافله خنده‌ها دارد از این ماندن خروش» (مولوی، ۱۳۸۲). بر این اساس، کسانی که به این نوع موسیقی گرایش پیدا می‌کنند، مسائل را بیشتر از جنبه عرفانی آن نگاه کرده، کمتر به ظواهر تعلق خاطر پیدا می‌کنند. بنابراین، برای آنها بدن و جسم خاکی مرکبی است که باید تنها سالم نگه داشته شود تا خواجه را به مقصدش برساند و لاغیر. اما سبک‌های دیگر موجود در این تحقیق، دارای رابطه معنی‌دار منفی با گرایش به حجاب بوده‌اند.

در این سبک‌ها یا عملاً بی‌حجابی تبلیغ شده، و وزن بیشتری به بدن و موزون بودن آن می‌دهند (سبک فعالیت‌های ورزشی و موسیقیایی مدرن و سبک اوقات فراغت جدید) و یا همچون سبک مشارکتی بستری برای اندیشه‌های غیر مذهبی، غیر سنتی و نهایتاً سکولار است که بر گرایش به حجاب تأثیر منفی خواهند گذاشت.

به طور کلی، نتایج تحقیق حاضر بیانگر آن است که سبک‌های زندگی که به نوعی بر گرفته از غرب بوده و یا بر اثر بازاندیشی در مفاهیم سنتی و مذهبی شکل گرفته‌اند، موجب شده‌اند تا هویت‌های مذهبی افراد دستخوش دگرگونی شوند. نتیجه این دگرگونی‌ها شکل‌گیری هویت‌های دوگانه است که بخش‌های مختلفی از عنصر آن از طریق بازاندیشی در سازه‌های هویتی تحت تأثیر فرایند جهانی شدن شکل گرفته‌اند، اما

سبک‌های مذهبی، عرفانی و ملی بوده‌اند، توانسته‌اند در مقابل امواج ایده‌های نوینی که در رابطه با بدن و مدیریت آن وارد ایران شده‌اند، مقاومت کنند. این نوع سبک‌ها برای بازنمود هویت خود از بدنشان به عنوان ابزار استفاده نمی‌کنند، بلکه حجاب خود به نوعی ابزار بیان هویت آنها شده، از طریق آن مشاهده‌گران می‌توانند با رمزگشایی، حداقل تا حدودی به سایر ابعاد هویتی‌شان پی ببرند.

به نظر می‌رسد که اگر بخواهیم گرایش‌های مخالف پوشش و حجاب را کاهش داده، تمایل به حجاب را در بین دختران و زنان ایرانی تقویت کنیم، لازم است که کار فرهنگی مستمر انجام داده مفاهیمی دیگر را که برگرفته از فرهنگ ملی و مذهبی ماست، به طور ظریف در جامعه گسترش دهیم. چنین به نظر می‌رسد که عرفان اسلامی در این میان می‌تواند سهم زیادی را بر عهده گیرد. همچنین، با استفاده از موسیقی سنتی و اشاعه آن در بین جوانان در مقابل موسیقی‌هایی جدید که عمدتاً به شدت تحریک آمیز، خشونت‌گرا و همچنین مشوق رفتارهای خلاف عرف و ارزش‌های ملی و مذهبی هستند، می‌توان تا حدودی نیازهای جوانان را به موسیقی کاهش داد؛ ضمن آنکه بر محتوای این نوع موسیقی‌ها نیز می‌توان کنترل بیشتری داشت. از سوی دیگر، با آگاهی بخشی به مردم و بخصوص زنان و دختران، می‌توان آنها را از نتایج خطرناکی که توجه بیش از حد به بدن می‌تواند برای خودشان و جامعه در ابعاد آسیب‌های اجتماعی و بهداشتی داشته باشد، بر حذر داشت. همچنین، باید سعی کرد تا معانی مفاهیمی، همچون زیبایی، موزون بودن، و مانند آنها را که اکنون با لاغری و مانند

آن مرتبط شده‌اند، جدا کرده بار دیگر آنها را با مفاهیمی همچون وقار، پوشش و... مرتبط ساخت.

### منابع

- 1 - اباذری، ی. و ح. چاوشیان. (۱۳۸۱). "از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی"، نامه علوم اجتماعی، سال پنجم، ش ۲۰، صص ۲۷-۳۰.
- 2 - احمدی، خدابخش، بیگدلی، زهرا، مرادی، آزاده و فتح‌ا... سیداسماعیلی. (۱۳۸۹). «رابطه اعتقاد به حجاب و آسیب‌پذیری فردی، خانوادگی و اجتماعی»، نشریه علوم رفتاری، سال چهارم، ش ۲، صص ۹۷-۱۰۲.
- 3 - ایمان، محمدتقی و مریم سروش. (۱۳۸۱). "بررسی و ارزیابی عوامل مؤثر بر هویت دینی جوانان در شیراز"، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی اصفهان (مطالعات و پژوهش‌های دانشکده ادبیات و علوم انسانی)، پاییز و زمستان، (۳۱-۳۰)، صص ۳۹-۶۸.
- 4 - ایمان، محمدتقی و مریم سروش. (۱۳۸۱). "بررسی و ارزیابی عوامل مؤثر بر هویت دینی جوانان در شیراز"، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی اصفهان (مطالعات و پژوهش‌های دانشکده ادبیات و علوم انسانی)، پاییز و زمستان، (۳۱-۳۰)، صص ۳۹-۶۸.
- 5 - آزاد ارمکی، ت. و ح. چاوشیان. (۱۳۸۱). "بدن به مثابه هویت"، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال چهارم، ش ۴، صص ۷۵-۵۷.
- 6 - آقاییان چاوشی، اکبر، طالبیان، داود، حبیبی، مهدی، احسانیان مفرد، اکرم، کاتب، زهرا و وحیده دهاقین. (۱۳۸۶). حجاب برتر: مقایسه دیدگاه کارکنان و مراجعه‌کنندگان زن به مراکز درمانی. نشریه علوم رفتاری، سال اول، شماره دوم، صص ۱۶۱-۱۵۵.
- 7 - حبیبی، مهدی. (۱۳۸۹). بررسی دیدگاه جوانان و میانسالان راجع به حجاب برتر، نشریه علوم رفتاری، سال چهارم، ش ۱، صص ۸۱-۷۷.
- 8 - خواجه نوری، ب. (۱۳۸۵). "بررسی رابطه مؤلفه‌های جهانی شدن و مشارکت اجتماعی زنان، مطالعه موردی: تهران، شیراز و استهبان" رساله دکتری دانشگاه شیراز.
- 9 - خواجه نوری، بیژن و سعید زاهد. (۱۳۸۴). جنبش زنان در ایران، شیراز: مرغ سلیمان.
- 11 - خواجه‌نوری، بیژن و علی اصغر مقدس. (۱۳۸۸). "رابطه بین تصور از بدن و فرایند جهانی‌شدن، مطالعه موردی زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان"، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، ش ۱، صص ۲۴-۱.
- 11 - دورانت، ویلیام جونز. (۱۳۶۸). تاریخ تمدن، ترجمه احمد آرام، تهران: سازمان انتشارات آموزش و پرورش انقلاب اسلامی.
- 12 - ضرغامی، آناهیتا. (۱۳۸۷)، حجاب زن ایرانی در بستر تاریخ، فصلنامه بانوان شیعه، ش ۱۵، بهار ۱۳۸۷، ص ۱۱۸. فاضلی، م. (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- 13 - علوی، حمیدرضا و رضیه حجتی. (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان، تربیت اسلامی، سال دوم، شماره چهارم، صص ۸۸-۶۳.
- 14 - کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۴). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ظهور جامعه شبکه‌ای، جلد اول، ترجمه احد علینقیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
- 15 - گیدنز، آ. (۱۳۸۵). تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- 16 - گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- 17 - مقدس، ع.ا. و ب. خواجه نوری. (۱۳۸۴). جهانی‌شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان، بررسی موردی در دو شهر شیراز و استهبان،



- Image and Affect in Consumer” *Culture, body and society*, Vol. 16, No.1, PP. 193-221.
- 28- Hargreaves, D., tiggemann, M. (2006). "Body Image is for Girls: A qualitative Study of Boys' Body Image.", *Journal of Health Psychology*, Vol. 11, No. 4, pp. 567-576.
- 29- Heiman, A.; Just, D.; Mcwilliams, B.; D. Zilberman (2009) "Religiosty, Lifestayle and Food Consumption", Giannini Foundation of Agricultural Economic, [http://www.agecon.cdavis.edu/extension/update/articles/v8n2\\_4.pdf](http://www.agecon.cdavis.edu/extension/update/articles/v8n2_4.pdf). [Online.2009].
- 30- Hirst, P. & G. Thompson, (2003). "The Future of globalization." in *The Handbook of Globalization*, Jonathan Micie (ed)., Cheltenham: Edward Elgar.
- 31- Hoodfar, homa (2001), *The veil in their minds and on our heads: the persistence of colonial images of Muslim women*, in “ *women, gender, religion: a reader*, by Elizabeth A. Castelli with Rosamond C. Rodman, New York, Palgrave Publishing,2001, pages 420- 446.
- 32- Khiabany, Gholam and Milly Williamson (2008). “Veiled bodies, naked racism: culture, politics and race in the Sun”, *Race Class*, Vol. 50, No. 2, PP: 69-88.
- 33- Kilic, S., Sahrso, S. & B. Sauer (2008). Introduction: The Veil: Debating Citizenship, Gender and Religious Diversity, pp. 397-410
- 34- Lamont, M. & Virag Molnar (2001). "How Blacks use consumption to shape their collective identity: Evidence from marketing specialists" *Journal of Consumer Culture*, Vol. 1, No. 1, pp. 31-45.
- 35- Lewis, R. (2007). "Veils and Sales: Muslims and the Spaces of Postcolonial
- مطالعات زنان، سال ۳، ش ۷، صص. ۵-۳۲.
- 18 - مولوی، ج. م. م. (۱۳۸۲). ترجمه و تفسیر مثنوی معنوی شرح انور، ترجمه حیدر عباسی، تهران: هما.
- 19 - واتسون، هلن (۱۳۸۲). "زنان و حجاب"، مترجم مرتضی بحرانی، فصلنامه کتاب زنان، ش ۲۰، صص. ۳۳۰-۳۰۹.
- 21 - هاپوود، درک (۱۳۸۰). "رشد و گسترش مدرنیته در اسلام و خاورمیانه"، در: اسلام و مدرنیته: پاسخ تنی چند از روشنفکران مسلمان، نوشته جان کوپر، رونالد نترلر، محمد محمود، ترجمه سودابه کریمی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، صص ۲۳-۱۳.
- 21- Armfield, G. & R, Holbert (2003). "The Relationship Between Religiosity and Internet use ". *Jornal of Media and Religious*", Vol. 2, No. 3, pp.129-144.
- 22- Cohen, L. E., & Felson, M. (1979). Social Change and Crime Rrate Trends: A Routine Activity Approach. *American Sociological Review*, Vol. 44, No. 4, pp. 588-608.
- 23- Cohen, L., Kluegel, J., & Land, K. (1981). "Social inequality and predatory criminal victimization: an exposition and test of a formal theory". *American Sociological Review*, Vol. 46, Issue 5, pp. 505- 524.
- 24- Dale, R. (1999). "Specifying globalization effects on national policy: A Focus on the Mechanisms, *J. Education Policy*, Vol. 14, No. 1, pp. 1-17.
- 25- Grogan, S. (1999). *Body Image: Understanding Body dissatisfaction in Men, Women and Children*, London: Routledge.
- 26- Featherstone, Mike (1999) “Body Modification: An Introduction, body and society, Vol. 5, No. 2-3, PP. 1-13.
- 27- Featherstone, Mike (2010). “Body,

- patern of 15\_year Old Boys and Gils in Fland " ; *Journal of youth studies*, vol.17, no.3, pp.331\_ 349
- Sarrafazadegan, N.; Kelishadi, R.; Esmailzade, A.; Mohammadifard,
- 46- Sarrafzadegan, N.; Kelishadi, R.; Esmailzade, A.; Mohammadifard, N.; Rabiei, K.; Roohafza, H.; Azadbakht, L.; Bahonar, A.; sadri, G.; Amani, A.; Heidari, S & H., malekafzali .(2009)" Do Life-Stayle Interventions Work in Developing Countries? Finding From The Isfahan Halthy Heart Program in The Islamicre Public of Iran" *bull word healt organ* , vol.87, pp.33-50
- 47- 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.
- 48- Tomlison, M (2003)."Lifestyle and social class" : *European sociological review* , vol.19, no.1, pp.97\_111.
- 49- Tarlo, E. (2007). "Hijab in London: Metamorphosis, Resonance and Effects", *Journal of Material Culture*, Vol. 12, No.2, pp. 131–156.
- 50- Turner, J.H. (2003). *The Structure of Sociological Theory*, USA: Wadsworth.
- 51- 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.
- 52- Williamson, Milly and Gholam Khiabany (2010). "UK: the veil and the politics of racism", *Race Class*, Vol.52, No.2, P. 85-96.
- Fashion Retail", *Fashion Theory*, Vol.11, Issue 4, pp. 423-442.
- 36- Lin, Nan (1978). *Foundations of Social research*, New York: McGraw Hill.
- 37- Longman, Lauren (2003). Culture, Identity and Hegemony: the Body in Global Gge, *Current Sociology*, Vol. 51, No. 3/4, PP. 223-247.
- 38- Massey, Doreen (1994). *Space, Place and Gender*, Cambridge: Polity.
- 39- Mehta, Shalina (2010). Commodity Culture and Porous Socio-Religious Boundaries: Muslim Women in Delhi, *South Asia Research*, Vol. 30, No.1, PP: 1-24.
- 40- Mirza, Jan (2009). Globalisation of Media: Key Issues and dimensions, *European Journal of Scientific Research*, Vol. 29, No. 1, PP. 66-75.
- 41- Mittlman, J. H. (2000). "Globalization: Captors and Captive." *Third World Quarterly*, Vol. 21, No. 6, pp. 917-929.
- 42- Nezelek. J. B (1999). Body Image and day-to-day Social Interaction. *J Pers*; 67:793– 817.
- 43- Nettelton, S. (1998). *Body in Everyday Life*, London and New York: Routledge.
- 44- Quelhas Brito, P. (2008)" Conceptualizing and Illustrating The Digital LifeStayle Of Youth", [http://www.fep.up.pt/investigacao/working\\_papers/08.10.31\\_wp300\\_.pdf](http://www.fep.up.pt/investigacao/working_papers/08.10.31_wp300_.pdf). [Online 2009].
- 45- Ritzer, George (2010). *Globalization: A Basic Text*, Singapore, Wiley-Blackwell.
- a. Roos,E.& S,Karvonen (2004)"Life stayles,social background and eating