

سبک زندگی مدرن، نگرش به حجاب و برخی باورهای اجتماعی بانوان باحجاب بالای ۱۸ سال شهر تهران

حبیب الله اسداللهی^۱

چکیده

پژوهش حاضر سه مقوله اصلی «نگرش به حجاب»، «سبک زندگی مدرن» و «برخی باورهای اجتماعی و سیاسی» را در بین ۱۲۰۰ نفر از بانوان باحجاب مناطق ۲۲ گانه شهر تهران بررسی کرده است. این تحقیق که در بهمن ماه ۱۴۰۲ با استفاده از روش پیمایش و پرسش نامه‌ای که محقق طراحی کرده، انجام شده است، تأثیر عوامل مختلف بر انتخاب حجاب را نشان می‌دهد. بر اساس داده‌ها، مهم‌ترین دلایل این بانوان انتخاب حجاب به ترتیب، احساس امنیت (۶۸٫۸ درصد)، محیط خانوادگی (۵۷٫۸ درصد)، مسائل شرعی و دینی (۵۷٫۸ درصد) و احساس شخصیت (۵۴٫۴ درصد) است. نتایج نشان می‌دهند که بسیاری از بانوان باحجاب در برابر پدیده کشف حجاب در ایران از احساس انفعال و ترس از کنشگری رنج می‌برند. در حالی که آنان از مزایای حجاب آگاه و از خطرات کشف حجاب نگران‌اند، به نظر می‌رسد که در انجام اقدام مؤثر برای مقابله با این پدیده احساس ناتوانی دارند. به طور خاص، ۷۶٫۳ درصد از بانوان معتقدند که «تذکر دادن به افرادی که کشف حجاب کرده‌اند باعث دعوا و درگیری می‌شود» و ۵۶ درصد نیز باور دارند که «تذکر دادن به خانم‌های کشف حجاب کرده بی‌فایده است». ۵۷٫۴ درصد از بانوان باحجاب اذعان دارند که بسیاری از رفتارهای مرتبط با سبک زندگی مدرن را نمی‌پذیرند و از آنها اجتناب می‌کنند. همچنین ۳۷٫۴ درصد از مشارکت‌کنندگان موافق ادامه مذاکره با امریکا هستند و ۳۱٫۹ درصد بر این باورند که حمایت از غزه باید ادامه یابد، حتی اگر به جنگ با اسرائیل منجر شود.

کلیدواژه‌ها: نگرش به حجاب، سبک زندگی مدرن، باورهای اجتماعی سیاسی، بانوان باحجاب

10.22034/jl.2025.482150.1715

شناسه دیجیتال (DOI):

۱. دانشجوی دکتری گروه ارتباطات دانشکده فرهنگ علوم اجتماعی و رفتاری دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران.

asad.h1434@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۷/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۸

مقدمه

حجاب و پوشش بانوان ریشه در دین و فطرت انسانی دارد و یکی از هنجارهایی است که در طول تاریخ تاریخ در همه جوامع بشری بوده است؛ اما با ظهور عصر نوزایی و آغاز دین زدایی، تلاش غرب این بوده که این هنجار را نیز همچون دیگر اصول و مبانی دینی از جوامع بشری بزداید.

در ایران و با ظهور انقلاب اسلامی و اجرای احکام و قوانین مبتنی بر شریعت اسلام، روند کشف حجاب رضاخانی متوقف شد و حجاب و پوشش اسلامی دوباره به صحنه اجتماع بازگشت، اما در این ۴۵ سال تحت تأثیر نفوذ جریان مدرنیته، به خصوص از طریق رسانه های جمعی و فضای مجازی و اخیراً به دلیل برخی بحران های سیاسی مرتبط با حجاب، حاکمیت دوباره با مسئله کشف حجاب روبه رو شده است. علی رغم وضعیت موجود و تبلیغات همه جانبه رسانه ای مبلغ دنیای مدرن، جمعیت قابل توجهی از بانوان کشور همچنان به پوشش خود پایبندند و حضوری فعال در اجتماع دارند.

بر این اساس می توان گفت که بانوان با حجاب در زمان حاضر در سه عرصه «جامعه ایران»، «زیست فرهنگی مدرن» و «نظام جمهوری اسلامی» کنش اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دارند. شناخت تیپ های مختلف بانوان با حجاب و تعامل آنان با این سه عرصه برای سیاست گذار فرهنگی و تبلیغی بسیار اهمیت دارد. این امر از آنجائیکه می شود که لازم است سیاست گذاران سیاسی، فرهنگی و تبلیغی شناختی صحیح و دقیق از این نیروهای اجتماعی و تحلیلی درست از رفتار آنان داشته باشند تا بتوانند در مواقع لزوم از قدرت حمایتی آنان استفاده کنند.

این مهم می تواند در برنامه ریزی های کوتاه مدت و بلندمدت، شناساندن گونه های مختلف مخاطبان با حجاب به مبلغان و نوع مواجهه تبلیغی با این اقشار یاری رسان مسئولان سازمان های تبلیغ دینی باشد. تحقیق حاضر برای برطرف کردن این نیازها، نگرش های بانوان با حجاب و نوع ارتباط آنان با عرصه های مختلفی که پیش رو دارند را بررسی کرده است. سؤال اصلی این تحقیق این است: زیست فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بانوان با حجاب در ایران امروز چگونه است؟ در ضمن سؤال اصلی به این سؤالات نیز پاسخ می دهد:

۱. آیا بین دلایل انتخاب حجاب بانوان محجبه و نوع نگرش آنان به حجاب تفاوت

معنادار وجود دارد؟

۲. آیا بین دلایل انتخاب حجاب بانوان محجبه و نوع سبک زندگی آنان تفاوت معنادار

وجود دارد؟

۳. آیا بین نوع نگرش بانوان محجبه به حجاب و دیدگاه آنان درباره مسائل داخلی و خارجی کشور تفاوت معنادار وجود دارد؟

۴. آیا بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و دیدگاه آنان درباره مسائل داخلی و خارجی کشور تفاوت معنادار وجود دارد؟

۵. آیا بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و نگرش آنان به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد؟

(۱) پیشینه تحقیق

در سال‌های اخیر پژوهش‌ها و پیمایش‌هایی درباره حجاب و سبک زندگی انجام شده است. درباره دلایل انتخاب حجاب و نگرش به حجاب می‌توان به مقالات و پژوهش‌های زیر - به ترتیب زمانی و مرتبط با موضوع پژوهش - می‌توان اشاره کرد:

۱. فاضل الیاسی (۱۳۹۱)، پایان‌نامه «تحلیل معانی و دلالت‌های پوشش نزد زنان طبقه متوسط (مطالعه زنان ۱۵ تا ۳۰ ساله شهر کرمانشاه)»، دانشگاه کردستان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، کارشناسی ارشد. محقق با روش کیفی و نظریه مبنایی، ضمن مصاحبه با ۳۰ تن از زنان کرمانشاهی، کارکردهای پوشش برای زنان و دلالت‌های پوششی نزد آنان را بررسی کرده است. الیاسی بر عامل ایجاد امنیت اجتماعی و بر حذر بودن از آسیب‌ها تأکید می‌کند. وی همچنین به وجوه مطالعات فرهنگی پوشش، زیبایی، تمایز طبقاتی و همچنین دوگانگی و ابهام سوژه‌ها، درک فردی از پوشش و فشار هنجاری گروه‌های مرجع اشاره می‌کند.

۲. محمود شارع‌پور و همکاران (آذر ۱۳۹۲)، «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه مازندران)»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۵، شماره ۳، صفحات ۱ تا ۲۹. جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دختر مشغول به تحصیل در دانشگاه مازندران تشکیل می‌دهند. پرسش‌نامه محقق ساخته با پایایی ۰/۷۴ به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای در اختیار ۵۶۰ نفر از آنان قرار گرفت. نتایج تحلیل مسیر و رگرسیون چند متغیره نشان داد که مهم‌ترین متغیر مؤثر بر گرایش به حجاب، گرایش به فمینیسم بوده است. دیگر متغیرهای مؤثر به ترتیب عبارت‌اند از: عوامل محرک اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سبک زندگی و محل سکونت. مدل تحلیلی تنها ۳۳ درصد عوامل مؤثر بر حجاب را تبیین کرده است. در ضمن، گرایش به حجاب و فمینیسم، یعنی دو گرایش متعارض، در حد متوسط به بالا و تا حد قوی در بین جامعه آماری مشاهده شده است.

۳. غلامرضا خوش فر و همکاران (بهار ۱۳۹۴)، «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب و راهکارهای ارتقای آن (مطالعه موردی: شهر گرگان)»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، شماره ۴، صفحات ۴۳ تا ۷۴. مقاله درباره میزان گرایش به حجاب در میان شهروندان گرگان و عوامل مؤثر بر آن است. جامعه آماری این مقاله ۶۲۶ شهروند گرگانی هستند که با نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. عوامل فرهنگی، اجتماعی، خانوادگی، فردی و اقتصادی، به ترتیب اهمیت، رابطه معنادار با گرایش به حجاب دارند؛ صداقت و سن رابطه مثبت دارند و مصرف رسانه‌ای و درآمد رابطه منفی. متغیرهای زمینه‌ای اعتماد، طبقه اجتماعی و تحصیلات ارتباط معناداری با گرایش به حجاب ندارند.

۴. غلامرضا اورعی و همکاران (زمستان ۱۳۹۷) «نگرش و موضع زنان و دختران مشهدی به حجاب»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال نوزدهم، شماره ۴۴، صفحات ۲۲۹ تا ۲۵۳. در این پژوهش با ۲۹ خانم کم حجاب مشهدی مصاحبه شده و پس از فرایند کدگذاری، بر اساس میزان رعایت حجاب شرعی و همچنین نگرش آنان به حجاب، دو تیپ به دست آمده، سپس دلایل زنان برای کم حجابی کشف شده است. زنان کم حجاب مشهدی در یک فرایند تشدیدشونده از تأثیرات اجتماعی و کم اهمیت شدن حجاب در ذهن آنان، حجاب خود را به شکل ناقص رعایت می‌کردند. بیشتر آنان حجاب را فاقد کارکردهای اجتماعی و فردی می‌دانستند. از طرف دیگر، تلقی آنان این بود که جامعه به سمت کم حجابی می‌رود؛ از این رو برای هم‌رنگ شدن با جامعه چنین عمل می‌کردند.

۵. بهرام نیک‌بخش و همکاران (بهار ۱۳۹۸)، «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب (مطالعه موردی: لالی)»، فصلنامه زن و جامعه، سال دهم، شماره نخست، صفحات ۳۶۲ تا ۳۸۸. این پژوهش با رویکرد پیمایشی و بر اساس نظریات گزینش عقلانی، برچسب‌زنی‌های ناسنجیده، یادگیری کج‌روی و خرده‌فرهنگ‌ها صورت گرفته است. نمونه آماری آن ۸۹۹ نفر از زنان ۱۳ تا ۸۳ ساله مقیم شهرستان لالی است که به شکل غیر احتمالی و با روش هدفمند گزینش شده‌اند. بر اساس این تحقیق، بین شغل، میزان دینداری، تربیت خانواده و سن با نگرش به حجاب رابطه مثبت، مستقیم و معنادار وجود دارد.

درباره سبک زندگی و ارتباط آن با نوع پوشش نیز می‌توان به مقالات زیر اشاره کرد:

۱. حمیدی و فرجی (۱۳۸۷)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱. پژوهشگران ضمن مصاحبه با چهل نفر از زنان تهران به دنبال نوع پوشش‌های

بانوان و منطق آن بوده‌اند. تمرکز پژوهشگران بیشتر بر سبک زندگی بوده است و از این رو از ادبیات تمایز بوردیو و مفاهیم مربوط به مصرف در وبلن یاری گرفته‌اند. پژوهشگران ضمن انجام مصاحبه کیفی، انواع معانی زنان از پوشش را ذیل سنخ‌های حجاب به ثابۀ تکلیف، حجاب به مثابۀ ایدئولوژی، حجاب سنتی، حجاب زیبایی‌شناختی و حجاب بازاندیشانه دسته‌بندی کرده‌اند. این پژوهش پوشش‌های غیردینی را نیز ذیل چهار سنخ دیگر تیپ‌بندی و رابطه سرمایه اقتصادی و فرهنگی هر قشر را با سنخ پوشش آن گروه بررسی کرده است. پژوهشگران نتیجه گرفته‌اند که حجاب از کارکرد سنتی خود خارج و حامل معانی متعددی، از جمله تعریف هویت و ایجاد تمایز، شده است. آنان در این تغییر وسیع سبک زندگی، دو نوع سبک رفتاری متفاوت را تشخیص داده‌اند؛ یکی سبک زندگی مبتنی بر خلق هویت و دیگری سبک زندگی مبتنی بر تمایز. دسته اول بیشتر بر اساس تغییر در سرمایه فرهنگی، مانند تحصیلات، دست به بازاندیشی و تعدیل نمادهای پوششی خود می‌زند، در حالی که دسته دوم بیشتر بر اساس سرمایه اقتصادی بالاتر خود، تمایز طبقاتی ایجاد می‌کند.

۲. بیژن خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱)، «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی (مطالعه موردی: زنان شهر شیراز)»، نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۳، شماره ۳، صفحات ۱۴۱ تا ۱۶۶. این تحقیق با استفاده از روش پیمایشی ۵۰۸ نفر از زنان و دختران بین ۱۵ تا ۶۴ ساله شیرازی را برگزیده و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی چندمرحله‌ای با آنان مصاحبه کرده است. نتایج تحقیق بیانگر رابطه معنادار مثبت میان هویت مذهبی و سبک زندگی مذهبی است. همچنین متغیرهای تصور از بدن، مدیریت بدن، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، فعالیت‌های ورزشی - موسیقایی مدرن، سبک مشارکتی جدید و سبک‌های فراغتی جدید رابطه منفی با گرایش به حجاب داشته‌اند.

پژوهش‌های بالا دلایل گرایش بانوان به حجاب را به طور کلی بررسی کرده‌اند و اختصاصی به بانوان باحجاب با تعریف شرعی و عرفی آن ندارند؛ از این رو کسانی که حدی از پوشش را دارند نیز در جامعه آماری آنها وجود دارند. ارتباط حجاب و سبک زندگی نیز به بانوان باحجاب اختصاص ندارد، بلکه تحقیق حمیدی و فرجی فقط به دنبال توصیف وضعیت نوع پوشش و سبک زندگی است. بنابراین پژوهش حاضر از چند وجه نوآوری دارد: بررسی اختصاصی نگرش بانوان باحجاب و دلایل انتخاب حجاب آنان، بررسی سبک زندگی بانوان باحجاب و نوع ارتباط آن با نگرش به حجاب و بررسی دیدگاه زنان باحجاب به مسائل داخلی و خارجی نظام

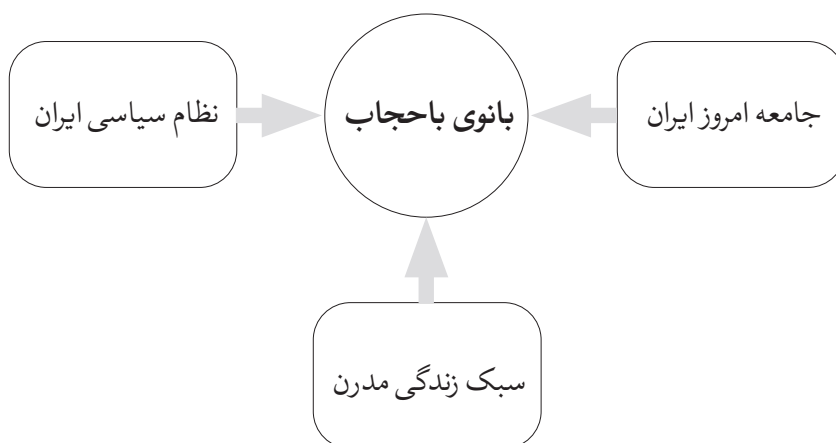
سیاسی ایران. در تحقیق‌های مشابه، این سه‌گانه اختصاصی درباره دیدگاه بانوان باحجاب کار نشده است. پژوهش حاضر با روش کیفی و با تکنیک مصاحبه انجام شده است.

۲) چارچوب مفهومی

الف) مدل مفهومی پژوهش

انتخاب حجاب و پوشش اسلامی در حقیقت کنش اجتماعی، فرهنگی و سیاسی یک بانوی ایرانی است. حجاب در اجتماع و در ارتباط با دیگران معنای اصلی خود را پیدا می‌کند؛ بنابراین کنشی اجتماعی است. همچنین چون یکی از نمادهای فرهنگ دینی است که بار معنایی خاصی دارد و با زیست فرهنگی و سبک زندگی متضاد با اصول و مبانی فرهنگ‌های غیردینی و سکولار ارتباط دارد، کنشی فرهنگی است. علاوه بر این، از آنجا که یکی از اصول مورد تأکید نظام جمهوری اسلامی است، رنگ و بوی سیاسی نیز می‌گیرد. نتیجه آنکه برای شناخت بانوان باحجاب لازم است ارتباط بانوان باحجاب در برخی از مهم‌ترین شاخص‌های ابعاد اجتماعی، زیست فرهنگی و نظام جمهوری اسلامی بررسی شود.

در بُعد اجتماعی، یعنی نسبت فرد با جامعه ایران، «دیدگاه بانوان باحجاب درباره حجاب و دیگر بانوان باحجاب»، «دلایل انتخاب حجاب» و «نگرش آنان (احساس، شناخت و رفتار) به خانم‌های کشف حجاب کرده» بررسی شده است. در بُعد زیست فرهنگی، نسبت بانوی باحجاب با سبک زندگی مدرن مطالعه شده است. در این قسمت همراهی یا عدم همراهی بینشی و کنشی بانوان باحجاب با ابعاد و نشانه‌های مدرنیته بررسی شده است. در بُعد سیاسی نیز بانوی باحجاب با نظام جمهوری اسلامی مواجه است که عموم او را مدافع انقلاب می‌شناسند. تشابه ایدئولوژیک بانوان باحجاب با نظام جمهوری اسلامی باعث شده انتظار این باشد که این نیروهای اجتماعی کاملاً با نظام همسو باشند و در مواقع حساس کنشی فعالانه به نفع نظام داشته باشند. این در حالی است که نسبت این نیروها با حکومت دستخوش تغییرات تاریخی است و تکثر نیروهای مذهبی نیز سبب شده دو طرف استراتژی‌های متفاوتی را برگزینند. در این حوزه دیدگاه زنان باحجاب درباره برخی مسائل داخلی و خارجی نظام مطالعه شده است.



ب) مفاهیم اصلی

تعریف و شناخت مفاهیم اصلی این پژوهش به روشن شدن بحث و موضع پژوهشگران کمک می‌کند.

یک) حجاب و پوشش

آن بخش از احکام پوشش که حالت محوری دارد و مهم‌ترین بخش این احکام محسوب می‌شود، پوششی است که لازم است زن مسلمان از مردان نامحرم داشته باشد. بخش‌هایی از بدن زن که به نظر اغلب علما لازم نیست پوششی داشته باشد، همان وجه و کفین است که اسلام به دلیل نیاز زن به فعالیت اجتماعی و برای تسهیل این فعالیت‌ها پوشش این اعضا را لازم ندانسته است. لازم به ذکر است که از نظر فقه‌های مسلمان این اعضا در صورتی می‌توانند پوشش نداشته باشند که زینتی نداشته باشند (مثال: دست لاک نداشته باشد یا در صورت آرایشی مشاهده نشود). در مورد داشتن زینت‌آلاتی مانند دستبند، حلقه ازدواج، انگشتر و... نظر علما متفاوت است؛ اما اکثراً قائل به لزوم پوشش این زینت‌آلات از دید نامحرم‌ان هستند. نکته دیگر در مورد پوشش این‌که اکثر مراجع نظرشان بر این است که زن نباید لباسی بپوشد که مورد توجه نامحرم‌ان قرار گیرد و لباس به‌گونه‌ای باید باشد که بدن نما نباشد (سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۹۰: ۴۳).

ملاک باحجاب بودن در این پژوهش همان حجاب عرفی، یعنی پنهان بودن موی سر، است، هرچند لباس شخص بدن نما باشد یا آرایش داشته باشد.

دو) سبک زندگی مدرن

سبک زندگی مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردها است که فرد آنها را به کار می‌گیرد چون نه تنها نیازهای جاری او را برآورده می‌سازند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

سبک زندگی بخشی از زندگی است که در عمل تحقق می‌یابد و دربردارنده طیف کامل فعالیت‌هایی است که افراد در زندگی روزمره انجام می‌دهند؛ بنابراین طیف فعالیت‌های مختلف افراد در هر عرصه از زندگی می‌تواند سازنده سبک زندگی آنان در آن عرصه باشد. بر این اساس، سبک زندگی مدرن همان کارهایی است که به شیوه مدرن طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاص و تجسم‌یافته ترجیحات افراد برای استفاده از عناصر مدرن در زندگی است. در این سبک، انتخاب روش الگوها، طرز برخورد و روابط اجتماعی مبتنی بر عناصر زندگی مدرن است.

فاضلی با مروری بر نظریه‌های سبک زندگی معتقد است پژوهشگران مختلف برای سنجش سبک‌های زندگی شاخص‌های متنوعی به کار برده‌اند. وی این شاخص‌ها را به شرح زیر طبقه‌بندی کرده است: ۱. مصرف فرهنگی؛ ۲. فعالیت‌های فراغتی؛ ۳. شاخص‌های پراکنده که شامل مدیریت بدن، الگوهای خرید، نام‌گذاری کودکان، رفتار خانوادگی و الگوی مصرف غذا می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۸).

در پژوهش حاضر نیز با توجه پیشینه پژوهش و تحقیقات صورت گرفته و اصول مدرنیته، دو نوع شاخص اندیشه‌ای و رفتاری تعیین شد؛ شاخص بازانندیشی زنان محجبه درباره گزاره‌های دینی شاخص فرعی حوزه اندیشه شد و ترجیحات بدن، ترجیحات مصرف رسانه‌ای و فعالیت‌های فراغتی شاخص‌های فرعی حوزه رفتاری شدند.

سه) نگرش

نگرش عبارت است از بینش، نظر و طرز تلقی. نگرش یک روش نسبتاً ثابت در فکر، آگاهی، احساس و رفتار با نیرومندی و درجه ارزشیابی متفاوت نسبت به افراد، گروه‌ها، موضوع‌های اجتماعی یا قدری وسیع‌تر، هرگونه حادثه‌ای در محیط فرد (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۳۶).

گاهی این ارزشیابی دوسوگرایانه است، به این معنا که مبتنی بر باورهای ضد و نقیض هستند؛ یعنی ما موضوع نگرش را هم مثبت و هم منفی ارزیابی می‌کنیم. چنین نگرش‌هایی کمتر احتمال دارد که بتوانند رفتار را به صورتی باثبات پیش‌بینی کنند (بارون، ۱۳۸۳: ۱۹۶).

عناصر نگرش عبارت‌اند از افکار و عقاید، احساسات یا عواطف و تمایلات رفتاری. عنصر شناختی شامل باورهای شخص درباره یک شیء یا اندیشه است. عنصر احساسی یا عاطفی آن است که معمولاً نوعی احساس عاطفی با باورهای ما پیوند دارد. تمایل به رفتار نیز به آمادگی برای پاسخ ویی به شیوه‌ای خاص اطلاق می‌شود.

۳) ابعاد پژوهش

هر کدام از ابعاد بیان شده در مدل نظری پژوهش، شاخص‌های اصلی و فرعی مختلفی هستند که تبیینشان برای رسیدن به اهداف پژوهش و عملیاتی‌سازی مفاهیم لازم است. در جدول زیر ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر یک از ساحت‌های بیان شده آمده است:

ابعاد	شاخص اصلی
ساحت اجتماعی (جامعه ایران)	چرایی انتخاب حجاب
	نگرش به بانوان کشف حجاب کرده
	دریافت از حجاب
زیست مدرن	اوقات فراغت
	مدیریت بدن
	ترجیحات رسانه‌ای
	ترجیحات پوشش
ساحت سیاسی (نظام جمهوری اسلامی)	دیدگاه درباره ریشه مشکلات کشور
	دیدگاه درباره ارتباط با امریکا

(۴) فرضیه‌ها

۱. بین دلایل بانوان محجبه برای انتخاب حجاب و نوع نگرش آنان به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.
۲. بین دلایل بانوان محجبه برای انتخاب حجاب و نوع سبک زندگی تفاوت معنادار وجود دارد.
۳. بین نوع نگرش بانوان محجبه به حجاب و دیدگاهشان درباره مسائل داخلی و خارجی کشور تفاوت معنادار وجود دارد.
۴. بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و دیدگاهشان درباره مسائل داخلی و خارجی کشور تفاوت معنادار وجود دارد.
۵. بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و نگرش آنان به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.

(۵) روش تحقیق

این تحقیق با روش پیمایش انجام شده است. جامعه آماری این طرح بانوان باحجاب مناطق ۲۲ گانه شهر تهران است. حجم نمونه آماری ۱۲۰۰ نفر است که به صورت خوشه‌ای و تصادفی انتخاب شده‌اند. جدول زیر تعداد نمونه در مناطق مختلف شهر را نشان می‌دهد. داده‌های مورد نیاز با بهره‌گیری از پرسش نامه محقق ساخته گردآوری شدند.

منطقه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
فراوانی	۴۴	۶۲	۵۶	۵۵	۶۲	۳۳	۶۳	۶۳	۲۱	۷۶	۶۲	۶۲	۵۸	۵۹	۷۰	۸۳	۷۶	۶۳	۴۵	۴۷	۲۰	۲۱

میزان پایایی و اعتبار یک تحقیق به میزان دقت شاخص‌ها و معیارهایی است که برای سنجش پدیده مورد نظر تهیه شده‌اند. منظور از پایایی یک سؤال، دستیابی به پاسخ‌های یکسان در زمان‌های متفاوت است. اعتبار نیز به معنای مناسب بودن سنججه برای موضوع است؛ «در واقع، اعتبار یا فقدان اعتبار به خود سنججه مربوط نمی‌گردد، بلکه به کاربرد آن برای موضوع مورد بررسی برمی‌گردد» (دواس، ۱۴۰۲: ۶۳). در تحقیق حاضر برای آزمون پایایی و اعتبار و انتخاب بهترین گویه‌ها از شیوه تحلیل گویه استفاده شده است. در این زمینه برای آزمون مربوط به تک بعدی بودن مقیاس از تحلیل عامل و برای آزمون پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده کرده‌ایم؛ «آلفا رایج‌ترین روش اندازه‌گیری ضریب پایایی است» (همان: ۲۵۲).

شاخص	تعداد سؤال	میزان آلفا	آزمون پایایی KMO	سطح معناداری
دلایل انتخاب حجاب	۸	۰/۷۳۹	۰/۷۸۰	۰/۰۰۰
نگرش به حجاب و کشف حجاب	۲۳	۰/۷۱۴	۰/۸۴۵	۰/۰۰۰
سبک زندگی مدرن	۱۹	۰/۷۲۹	۰/۷۹۶	۰/۰۰۰
دیدگاه درباره مسائل داخلی و خارجی کشور	۷	۰/۶۰۳	۰/۵۷۴	۰/۰۰۰

۶) نتایج تحقیق

الف) سیمای پاسخگویان

- وضعیت تأهل پاسخگویان، به ترتیب فراوانی، چنین است: ۲۸٫۲ درصد مجرد، ۶۵٫۹ درصد متأهل، ۳ درصد طلاق گرفته و ۲٫۹ درصد همسر از دست داده.
- سن پاسخگویان، به ترتیب فراوانی، چنین است: ۳۳٫۲ درصد ۳۳ تا ۴۲ سال (دهه ۶۰)، ۲۱٫۸ درصد ۲۳ تا ۳۲ سال (دهه ۷۰)، ۲۱٫۳ درصد ۴۳ تا ۵۲ سال (دهه ۵۰)، ۱۱٫۶ درصد ۱۸ تا ۲۲ سال (دهه ۸۰)، ۹ درصد ۵۳ تا ۶۲ سال (دهه ۴۰)، ۲٫۸ درصد ۶۳ تا ۷۲ سال (دهه ۳۰) و ۰٫۳ درصد ۷۳ تا ۸۲ سال (دهه ۲۰).
- تحصیلات پاسخگویان، به ترتیب فراوانی، چنین است: ۳۱٫۵ درصد کارشناسی، ۳۰٫۵ درصد دیپلم، ۱۴٫۲ درصد زیر دیپلم، ۱۰٫۸ درصد فوق دیپلم، ۱۰٫۲ درصد کارشناسی ارشد، ۲٫۶ درصد دکتری و ۰٫۲ درصد حوزوی.
- شغل پاسخگویان، به ترتیب فراوانی، چنین است: ۴۲٫۴ درصد خانه دار، ۱۹٫۹ درصد شغل آزاد، ۱۲٫۷ درصد کارمند دولتی، ۱۱٫۸ درصد کارمند بخش خصوصی، ۱۰٫۹ درصد دانشجو، ۱ درصد بازنشسته، ۱ درصد بیکار، ۰٫۳ درصد معلم.
- تبیین: ۵۲٫۲ درصد بانوان با حجاب دارای تحصیلات دانشگاهی و ۵۶٫۳ درصد شاغل، دانشجویان یا بازنشسته هستند. این یعنی بیش از نیمی از بانوان محجبه، با وجود گذار از دو پدیده دانشگاه و اشتغال که وجوه اساسی زیست مدرن زنانه اند، کاملاً به حجاب خود پایبند بوده اند. این پدیده اجتماعی پیش از انقلاب اسلامی نادر بود و زنان تحصیل کرده یا شاغل با پوشش مانتو و روسری و عینک های آفتابی با قاب های کائوچویی درشت شناخته می شدند (امینی، ۱۴۰۲: ۳۰-۴۰)، اما امروزه توسعه و عمق یافته و در گستره ای بزرگ به پایتخت رسیده است.

شایسته توجه است که ۴۱٫۹ درصد از بانوان با حجاب چادری هستند که ۵۶٫۸ درصد آنان دارای تحصیلات دانشگاهی و ۵۱٫۴ درصدشان شاغل یا بازنشسته‌اند. این ویژگی‌ها نه توصیفی است از زن سنتی و نه توصیفی از زن مدرن. این نوع زیست زنانه پدیده‌ای زاینده نهضت اسلامی ایران معاصر است که در عین حفظ مستحکم ارزش‌های اسلامی، توانسته مزیت‌های ادعایی دنیای مدرن را در پدیده پرمؤلفه و پیچیده‌ای به نام «زندگی» با خود همراه کند.

- بیشتر پاسخگویان (۷۲٫۴) وضعیت اقتصادی خود را در حد متوسط می‌دانند. دیگر پاسخگویان وضعیت اقتصادی خود را، به ترتیب، ۱۴٫۶ درصد در حد پایین، ۷٫۵ درصد در حد بالا، ۴٫۸ درصد در حد خیلی پایین و ۰٫۷ درصد در حد خیلی بالا گزارش کرده‌اند.
- مدرک تحصیلی همسران پاسخگویان، به ترتیب فراوانی، چنین است: ۲۷٫۸ درصد دیپلم، ۲۶٫۵ درصد کارشناسی، ۱۴٫۹ درصد زیر دیپلم، ۱۰٫۹ درصد کارشناسی ارشد، ۱۰٫۱ درصد فوق دیپلم، ۴٫۳ درصد دکتری و ۰٫۴ درصد خوزوی. ۴٫۹ درصد از بانوان متأهل نیز مدرک تحصیلی همسر خود را ابراز نکرده‌اند.
- شغل همسران پاسخگویان، به ترتیب فراوانی، چنین است: ۴۳٫۷ درصد شغل آزاد، ۲۴٫۵ درصد کارمند دولتی، ۱۴ درصد کارمند بخش خصوصی، ۴٫۹ کارگر، ۴٫۷ درصد بازنشسته، ۱٫۴ درصد بیکار، ۰٫۳ درصد روحانی، ۰٫۱ درصد دانشجو. ۶٫۴ درصد از بانوان متأهل نیز شغل همسر خود را بیان نکرده‌اند.
- ۴۷٫۸ درصد پاسخگویان بانوان مانتویی هستند. بانوان چادری (۴۱٫۹ درصد) و بانوان با پوشش عبا (۰٫۳ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
- ۷۹٫۶ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که مادرشان نیز مانند آنان محجبه است. ۷ درصد اعلام کرده‌اند که مادرشان مانند ایشان محجبه نیست. ۱۳٫۴ درصد از پاسخگویان مادر ندارند.
- ۵۴٫۳ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که خواهر یا خواهرانشان مانند آنان محجبه‌اند. ۱۵٫۹ درصد اعلام کرده‌اند که خواهر یا خواهرانشان مانند ایشان محجبه نیستند. ۲۱٫۷ درصد هم گفته‌اند که خواهر ندارند. همچنین ۸٫۲ درصد اعلام کرده‌اند که خواهرانشان پوشش‌های متفاوت دارند، برخی محجبه‌اند و برخی غیر محجبه.

تبیین: ۷ درصد از بانوان محجبه بیان کرده‌اند که مادرشان محجبه نیست. این پیشروی ارزنده‌ای است که سمت و سوی بهره‌مندی از سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی مان را به وضوح نشان می‌دهد. حجاب این طیف زاینده فضای خانواده‌شان نیست و نهادهای اجتماعی و زیست

عمومی در جمهوری اسلامی این فضای زیست را برای آنان فراهم کرده‌اند. با وجود این، ۲۴٫۱ درصد نیز اذعان کرده‌اند که خواهر غیر محجبه دارند و با لحاظ اینکه بخشی از ایشان مادران محجبه دارند، قسمتی از این درصد را می‌توان نتیجه پیشرفت تهاجم فرهنگی دانست.

- ۵۰٫۳ درصد پاسخگویان هیچ‌گونه عمل زیبایی نداشته‌اند. ۲۴٫۶ درصد تتوی ابرو، ۱۵٫۷ درصد عمل بینی و ۹٫۳ درصد کاشت ناخن داشته‌اند. میزان کاشت ناخن در بین مانتویی‌ها ۱۱٫۷ درصد و در بین چادری‌ها ۲٫۶ درصد است. همچنین عمل بینی در بین مانتویی‌ها ۱۶ درصد و در بین چادری‌ها ۱۰٫۷ درصد است.

تبیین: این توصیف به این معنا است که ۱۰ تا ۱۵ درصد از بانوان باحجاب با فشار هنجاری عمل‌های زیبایی در جامعه زنان همراهی کرده‌اند. شاید در نگاه اول درصد کمی به نظر بیاید، اما نشان‌دهنده یک اتفاق دارای امکان توسعه است. ورود این پدیده به زیست این قشر از زنان در ساخت گونه‌ای از زیست مذهبی - که به دنبال بهره بردن از هنجاری‌های زیبایی عمومی است - تأثیر دارد. تحقق چنین زیست‌های دوگانه‌ای منطق «امکان» و «گزینه» را برای زیست اجتماعی بانوان محجبه فراهم می‌سازد. وجود چنین گزینه‌ای زمینه شکل‌گیری یک بلوک ۱۰ تا ۱۵ درصدی را فراهم کرده است.

ب) دلایل انتخاب حجاب

دلائل انتخاب حجاب	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
فضا و محیط خانوادگی	۲۶٫۳	۳۱٫۴	۱۹	۱۰٫۷	۱۲٫۶
قانونی بودن حجاب	۱۴	۲۲٫۳	۲۲٫۳	۱۳	۲۸٫۴
فضای دوستان	۸٫۶	۱۹٫۳	۲۳٫۵	۱۶٫۵	۳۲٫۱
شرعی بودن حجاب	۲۸٫۵	۲۹٫۳	۱۶٫۹	۹٫۷	۱۵٫۷
محیط زندگی مانند محله، مجتمع مسکونی و...	۱۱٫۸	۲۳٫۵	۲۳٫۱	۱۳٫۸	۲۷٫۹
احساس امنیت	۳۹٫۳	۲۹٫۵	۱۲٫۴	۶٫۳	۱۲٫۵
برای متفاوت بودن و دیده شدن	۴٫۳	۸٫۹	۱۵٫۶	۱۳	۵۸٫۲
احساس شخصیت	۲۸٫۲	۲۶٫۳	۱۲٫۳	۹٫۱	۲۴٫۱

۶۸٫۸ درصد بانوان محجبه احساس امنیت را در انتخاب حجاب خود (در حد زیاد و خیلی زیاد) مؤثر می دانند. تأثیر (در حد زیاد و خیلی زیاد) فضای و محیط خانوادگی (۵۷٫۸ درصد)، شرعی بودن حجاب (۵۷٫۸ درصد)، احساس شخصیت (۵۴٫۴ درصد)، قانونی بودن حجاب (۳۶٫۳ درصد)، محیط زندگی (۳۵٫۲ درصد)، فضای دوستان (۲۷٫۹ درصد) و برای متفاوت بودن و دیده شدن (۱۳٫۲ درصد) در رتبه های بعدی قرار دارد. این داده ها نشان می دهند که در جامعه ایرانی هنوز مسائل امنیت، خانواده، دین و شخصیت اهمیت بسیاری دارند.

ج) نگرش به حجاب

گویه ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
برای خانم های کشف حجاب کرده احساس دلسوزی دارم.	۷٫۶	۲۸	۱۱٫۷	۳۳٫۸	۱۸٫۹
کشف حجاب خطری جدی برای خانواده ایرانی است.	۲۱٫۸	۳۷٫۹	۴٫۳	۲۱٫۹	۱۴
تذکر دادن به خانم های کشف حجاب کرده دخالت در حریم خصوصی آنان است.	۲۲٫۳	۳۷٫۶	۴٫۸	۲۶٫۷	۸٫۸
خانم ها را نباید به رعایت حجاب واداشت.	۲۲٫۴	۴۵٫۸	۴٫۳	۲۰٫۵	۷
نمی توان جلوی افزایش کشف حجاب را گرفت.	۱۷٫۳	۳۶	۴٫۲	۳۲٫۳	۱۰٫۳
خانم های کشف حجاب کرده بی بندوبار هستند.	۳٫۶	۱۱٫۳	۳٫۹	۴۹٫۶	۳۱٫۶
تذکر دادن به خانم های کشف حجاب کرده باعث درگیری و دعوا می شود.	۲۳٫۳	۵۳	۳٫۷	۱۵٫۹	۴٫۲
وظیفه دولت است که جلوی کشف حجاب خانم ها را بگیرد.	۱۱	۳۳٫۷	۶٫۱	۳۰٫۲	۱۹٫۱
خانم های کشف حجاب کرده محیط های مختلف جامعه را ناسالم می کنند.	۹٫۹	۳۶٫۳	۴٫۸	۲۷٫۴	۲۱٫۵
تذکر دادن به خانم های کشف حجاب کرده بی فایده است.	۱۴٫۲	۴۱٫۸	۴٫۵	۲۸٫۹	۱۰٫۷

گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
از خانم‌های کشف حجاب کرده متنفرم.	۳٫۹	۱۰٫۷	۲٫۸	۵۰٫۱	۳۲٫۵
وظیفه شرعی ما است که به کشف حجاب بی‌اعتنا نباشیم.	۱۱٫۶	۴۴٫۹	۶٫۳	۲۱٫۳	۱۵٫۹
خانم‌های کشف حجاب کرده تحصیلات بالاتری دارند.	۳٫۱	۷٫۹	۵٫۷	۵۳٫۹	۲۹٫۴
معمولاً خانم‌های کشف حجاب کرده حس بدی به خانم‌های باحجاب دارند.	۷٫۱	۳۵٫۸	۷٫۷	۳۱٫۸	۱۷٫۸
خانم‌های کشف حجاب کرده شاداب‌ترند.	۵٫۷	۱۴٫۸	۵٫۶	۵۰٫۵	۲۳٫۵
در تهران تعداد خانم‌های کشف حجاب کرده بیشتر از خانم‌های باحجاب است.	۱۱٫۴	۳۲٫۱	۷٫۴	۳۵٫۲	۱۳٫۹
خانم‌های کشف حجاب کرده به موقعیت‌های اجتماعی بهتری می‌رسند.	۴٫۱	۱۲٫۴	۶٫۱	۵۳	۲۴٫۴
حجاب مانع پیشرفت خانم‌ها است.	۳	۱۲٫۳	۲٫۶	۵۷٫۵	۲۴٫۷
حجاب جزء فرهنگ اصیل ایرانی است.	۲۳٫۶	۴۷٫۸	۳٫۳	۱۷٫۱	۸٫۳
شرکت کردن خانم‌های باحجاب در مسابقات ورزشی خوب است.	۲۵	۵۹٫۲	۴٫۶	۶٫۷	۴٫۶
خانم‌های باحجاب نباید در محیط‌های عمومی (مانند مراکز تفریحی و خرید) که حجاب رعایت نمی‌شود، حضور یابند.	۳٫۸	۱۰٫۸	۲	۵۳٫۷	۲۹٫۸
خانم‌های باحجاب زندگی خانوادگی موفق‌تری دارند.	۱۰٫۶	۳۲٫۲	۸٫۸	۳۰٫۷	۱۷٫۸
خانم‌های باحجاب شانس کمتری برای ازدواج دارند.	۳٫۷	۱۰	۴٫۷	۵۱٫۴	۳۰٫۳

به نظر می‌رسد بانوان محجبه تصویری را که انقلاب اسلامی از چهره زن ایرانی اسلامی برای حضور در میدان‌های مختلف علمی، ورزشی، کارآفرینی و مانند آن ترسیم کرده پذیرفته‌اند. پس

از پیروزی انقلاب اسلامی ایران یکی از مسائلی که محل بحث جدی و کانون توجه افکار عمومی ایران و جهان شد موضوع «زن» بود. انقلاب اسلامی در فضایی به پیروزی رسید که مکاتب گوناگون و ایدئولوژی های سکولار مدرن، هر یک به فراخور مبانی و جهت گیری های خود، نگاهی خاص به مقوله زن را ترویج می کردند و بر فرهنگ عمومی جوامع مختلف تأثیر می گذاشتند، اما انقلاب اسلامی حرف و نگاهی نو و تحول آفرین را پیش روی بشریت گذاشت. این نگاه جدید در قالب کنشگری و فعالیت «زن مسلمان ایرانی» عینیت یافت و به تعبیر آیت الله خامنه ای، «الگوی سوم زن» را تحقق بخشید؛ الگویی که نه شرقی است و نه غربی (خامنه ای، ۱۳۹۱)

در موضوع مقابله با کشف حجاب در ایران، همچنان انفعال و ترس از کنشگری در بانوان با حجاب مشهود است. علی رغم اینکه بانوان با حجاب از مزایای حجاب آگاه و از خطرات کشف حجاب بیمناک اند، در مقام کنشگری احساس می کنند که نمی توانند اقدام کنند. ۷۶٫۳ درصد باور دارند که تذکر دادن به بانوان کشف حجاب کرده باعث دعوا و درگیری می شود، در حالی که بر اساس نتایج دیگر پژوهش ها، ۴۴٫۸ درصد بانوان کشف حجاب کرده پذیرای تذکر مؤدبانه هستند (اسداللهی، ۱۴۰۲). گزاره هایی مانند «تذکر دادن به خانم های کشف حجاب کرده بی فایده است» (۵۶ درصد)، «نمی توان جلوی افزایش کشف حجاب را گرفت» (۵۳٫۳ درصد) و «در تهران تعداد خانم های کشف حجاب کرده بیشتر از خانم های با حجاب است» (۴۳٫۵ درصد) نشان می دهند که جامعه بانوان با حجاب در مقام ضعف است و به کنشگری مؤثر باور ندارد.

وضعیت متغیر		فراوانی	درصد فراوانی
کنشگری	مثبت	۴۹۵	۴۱٫۳
	بینابین	۶۹۲	۵۷٫۷
	منفی	۱۳	۱٫۱
	کل	۱۲۰۰	۱۰۰

وضعیت متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
تعداد سؤال	۲۳	
میانگین (از ۹۲)	۵۸٫۸	
واریانس	۷۲٫۹	
کمترین نمره	۱۰	
بیشترین نمره	۸۶	

در مجموع ۴۱٫۳ درصد بانوان باحجاب به حجاب نگرش مثبت دارند، ۵۷٫۷ درصد نگرش بینابین و فقط ۱٫۱ درصد نگرش منفی.

د) سبک زندگی مدرن

گویه‌ها	همیشه	بیشتر اوقات	گاهی اوقات	به ندرت	اصلاً
در باشگاه‌های ورزشی زنانه شرکت می‌کنم.	۱۶٫۸	۱۵٫۲	۲۹٫۳	۱۳٫۶	۲۵٫۱
لباس برند انتخاب می‌کنم.	۶٫۹	۹	۲۳٫۵	۱۷٫۲	۴۳٫۴
در جمع‌های خانم‌های باحجاب جوری لباس می‌پوشم که شیک‌تر به نظر بیایم.	۲۸٫۶	۲۴٫۸	۱۶٫۳	۶٫۳	۲۴٫۱
در خرید لباس به مد روز توجه می‌کنم.	۱۴٫۴	۱۶٫۶	۱۹٫۳	۱۴٫۸	۳۴٫۸
در وقت‌های آزاد، در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام می‌گردم.	۲۳٫۵	۲۱٫۱	۱۹٫۹	۱۰٫۲	۲۵٫۳
در اینترنت زندگی شخصی بازیگران را دنبال می‌کنم.	۴٫۱	۴٫۸	۱۰	۱۵٫۳	۶۵٫۸
برای ارتباط با دیگران از شبکه‌های اجتماعی داخلی (مانند ایتا، بله و سروش) استفاده می‌کنم.	۲۱٫۸	۲۲٫۶	۲۱٫۵	۸٫۵	۲۵٫۶
اخبار و مسائل سیاسی را از تلویزیون پیگیری می‌کنم.	۱۳٫۸	۱۵٫۷	۱۵٫۹	۱۱٫۸	۴۲٫۸
برای دیدن فیلم و سریال از شبکه نمایش خانگی (مانند فیلمو و نماوا) استفاده می‌کنم.	۱۰٫۶	۱۴٫۷	۲۳	۱۰٫۸	۴۰٫۹

گویه ها	همیشه	بیشتر اوقات	گاهی اوقات	به ندرت	اصلاً
ماهواره را برای دیدن فیلم و سریال انتخاب می کنم.	۷,۵	۸,۳	۱۰,۸	۷,۷	۶۵,۸
شبکه های خبری و سیاسی ماهواره ای را دنبال می کنم.	۴,۵	۴	۶,۹	۸	۷۶,۶
فیلم های مورد علاقه ام را از سایت های فروش فیلم تهیه می کنم.	۶,۶	۹,۷	۱۵,۹	۸,۸	۵۹
در کلاس های آموزشی یوگا شرکت می کنم.	۳,۲	۳,۴	۷,۳	۷,۲	۷۸,۸
به کنسرت های موسیقی می روم.	۲,۳	۸,۷	۱۶,۹	۱۴,۲	۵۸
با همسر یا دوستانم به کافی شاپ می روم.	۵,۸	۲۰	۲۵,۳	۱۹,۱	۲۹,۸

از بخش های مهم اوقات فراغت بانوان باحجاب حضور در باشگاه های ورزشی زنانه است (۶۱,۳ درصد). رفتن به کافی شاپ همراه همسر یا دوستان (۵۱,۱ درصد)، رفتن به کنسرت های موسیقی (۲۷,۹ درصد) و شرکت در کلاس های آموزشی یوگا (۱۳,۹ درصد) از دیگر ترجیحات اوقات فراغت بانوان باحجاب است. ۶۹,۷ درصد بانوان باحجاب به شیک پوشیدن اهمیت می دهند و ۵۰,۳ درصد آنان به مد روز در انتخاب پوشش خود دقت دارند. ۶۴,۵ درصد بانوان باحجاب در وقت های آزاد خود از اینستاگرام استفاده می کنند. استفاده از شبکه های اجتماعی داخلی (۶۵,۹ درصد)، استفاده از شبکه نمایش خانگی (۴۸,۳ درصد)، پیگیری اخبار سیاسی از تلویزیون (۴۵,۴ درصد)، خرید فیلم از سایت ها (۳۲,۲ درصد)، دیدن فیلم و سریال ماهواره ای (۲۶,۶ درصد)، پیگیری زندگی شخصی بازیگران در اینترنت (۱۸,۹ درصد) و پیگیری اخبار سیاسی شبکه های ماهواره ای (۴,۱۵ درصد) در رتبه های بعدی قرار دارند.

وضعیت متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
مدرن	۲۷	۲,۳
نیمه مدرن	۴۸۴	۴۰,۳
سنتی	۶۸۹	۵۷,۴
کل	۱۲۰۰	۱۰۰

وضعیت متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
تعداد سؤال	۱۵	
میانگین (از ۶۰)	۱۹,۷۴	
واریانس	۸۴,۸۸	
کمترین نمره	۰	
بیشترین نمره	۵۸	

در مجموع ۵۷,۴ درصد بانوان باحجاب هنوز سبک زندگی سنتی دارند، ۴۰,۳ درصد نیمه مدرن و فقط ۲,۳ درصد کاملاً مدرن شده‌اند.

ه) دیدگاه درباره مسائل داخلی و خارجی کشور

گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
به بهبود وضعیت اقتصادی کشور در چهار سال آینده امیدوارم.	۱۴,۴	۲۷,۷	۱۲,۲	۲۱,۸	۲۴
ادامه مذاکره با امریکا فایده دارد.	۱۰,۱	۲۶,۳	۲۱,۸	۲۴,۵	۱۷,۳
باید به حمایت از غزه ادامه دهیم، حتی اگر باعث ورود ایران به جنگ با اسرائیل شود.	۹,۴	۲۲,۵	۲۷	۱۴,۲	۲۶,۹

طبق نتایج پژوهش، ۴۲,۱ درصد بانوان باحجاب به بهبود وضعیت اقتصادی کشور در چهار سال آینده امیدوارند. همچنین ۳۷,۴ درصد از آنان ادامه مذاکره با امریکا را مفید می‌دانند و ۳۱,۹ درصد معتقدند باید به حمایت از غزه ادامه دهیم، حتی اگر باعث ورود ایران به جنگ با اسرائیل شود.

۷) یافته‌های تبیینی (آزمون فرضیات)

الف) فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین دلایل انتخاب حجاب بانوان محجبه و نوع نگرش آنان به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.

متغیر مستقل: نگرش به حجاب			
متغیر وابسته: دلایل انتخاب حجاب	میزان آزمون کای دو	سطح معناداری	میزان آزمون وی کرامر
فضا و محیط خانوادگی	۱۰,۰۴	۰,۲۶۲	۰,۰۹۱
قانونی بودن حجاب	۱۵,۷۹	۰,۰۴۵	۰,۱۱۵
فضای دوستان	۲۶	۰,۰۰۱	۰,۱۴۷
شرعی بودن حجاب	۶۸,۳۲	۰,۰۰۰	۰,۲۳۹
محیط زندگی مانند محله و مجتمع مسکونی	۱۷,۰۷	۰,۰۲۹	۰,۱۱۹
احساس امنیت	۱۲۹,۵۴	۰,۰۰۰	۰,۳۲۹
برای متفاوت بودن و دیده شدن	۸,۳۴	۰,۴۰۰	۰,۰۸۳
احساس شخصیت	۶۵,۲۷	۰,۰۰۰	۰,۲۳۳

بر اساس سطح معناداری، نتایج ذیل قابل بیان است:

۱. بین دلیل قانونی بودن حجاب و نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.
۲. بین دلیل فضای دوستان برای انتخاب حجاب و نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.
۳. بین دلیل شرعی برای انتخاب حجاب و نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.
۴. بین دلیل محیط زندگی برای انتخاب حجاب و نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.
۵. بین دلیل احساس امنیت برای انتخاب حجاب و نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.
۶. بین دلیل احساس شخصیت برای انتخاب حجاب و نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.

ب) فرضیه دوم: به نظر می‌رسد بین دلایل انتخاب حجاب بانوان محجبه و نوع سبک زندگی تفاوت معنادار وجود دارد.

متغیر مستقل: نوع سبک زندگی			
متغیر وابسته: دلایل انتخاب حجاب	میزان آزمون کای دو	سطح معناداری	میزان آزمون وی کرامر
فضا و محیط خانوادگی	۴,۷۶	۰,۷۸۲	۰,۰۶۳
قانونی بودن حجاب	۱۱,۳۹	۰,۱۸۰	۰,۰۹۷
فضای دوستان	۱۱,۳۵	۰,۱۸۲	۰,۰۹۷
شرعی بودن حجاب	۶,۵۵	۰,۵۸۵	۰,۰۷۴
محیط زندگی مانند محله و مجتمع مسکونی	۲۳,۸۵	۰,۰۰۲	۰,۱۴۱
احساس امنیت	۱۵,۴۳	۰,۰۰۵	۰,۱۱۳
برای متفاوت بودن و دیده شدن	۷,۷۲	۰,۴۶۱	۰,۰۸۰
احساس شخصیت	۸,۳۰	۰,۴۰۴	۰,۰۸۳

بر اساس سطح معناداری، نتایج ذیل قابل بیان است:

۱. بین دلیل محیط زندگی برای انتخاب حجاب و نوع سبک زندگی زنان باحجاب تفاوت معنادار وجود دارد.

۲. بین دلیل احساس امنیت برای انتخاب حجاب و نوع سبک زندگی تفاوت معنادار وجود دارد.

ج) فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین نوع نگرش زنان باحجاب به حجاب و دیدگاه آنان درباره مسائل داخلی و خارجی کشور تفاوت معنادار وجود دارد.

متغیر مستقل: نگرش به حجاب			
میزان آزمون وی کرامر	سطح معناداری	میزان آزمون کای دو	متغیر وابسته: دیدگاه درباره مسائل داخلی و خارجی کشور
۰,۳۶۴	۰,۰۰۰	۱۵۹,۲	به بهبود وضعیت اقتصادی کشور در چهار سال آینده امیدوارم.
۰,۱۷۴	۰,۰۰۰	۳۶,۴۹	ادامه مذاکره با امریکا فایده دارد.
۰,۳۱۰	۰,۰۰۰	۱۱۵	باید به حمایت از غزه ادامه دهیم، حتی اگر باعث ورود ایران به جنگ با اسرائیل شود.

بر اساس سطح معناداری، نتایج ذیل قابل بیان است:

۱. بین نوع نگرش زنان با حجاب به حجاب و امید داشتن آنان به بهبود اقتصادی کشور تفاوت معنادار وجود دارد.
 ۲. بین نوع نگرش زنان با حجاب به حجاب و دیدگاه آنان درباره مفید بودن مذاکره با امریکا تفاوت معنادار وجود دارد.
 ۳. بین نوع نگرش زنان با حجاب به حجاب و دیدگاه آنان درباره نوع حمایت ایران از مردم غزه تفاوت معنادار وجود دارد.
- ج) فرضیه چهارم: به نظر می رسد بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و دیدگاه آنان درباره مسائل داخلی و خارجی کشور تفاوت معنادار وجود دارد.

متغیر مستقل: نوع سبک زندگی			
میزان آزمون وی کرامر	سطح معناداری	میزان آزمون کای دو	متغیر وابسته: دیدگاه درباره مسائل داخلی و خارجی کشور
۰,۱۰۳	۰,۱۲۶	۱۲,۶۱	به بهبود وضعیت اقتصادی کشور در چهار سال آینده امیدوارم.
۰,۱۹۱	۰,۰۰۰	۴۳,۹۰	ادامه مذاکره با امریکا فایده دارد.
۰,۱۰۵	۰,۱۰۷	۱۳,۱۰	باید به حمایت از غزه ادامه دهیم، حتی اگر باعث ورود ایران به جنگ با اسرائیل شود.

بر اساس سطح معناداری می‌توان گفت بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و دیدگاه آنان درباره مفید بودن مذاکره با امریکا تفاوت معنادار وجود دارد.

ج) فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و نگرش آنان درباره حجاب تفاوت معنادار وجود دارد.

میزان آزمون کای دو	سطح معناداری	میزان آزمون وی کرامر
۲,۲۲	۰,۶۹۴	۰,۰۳۰

نتیجه آنکه بین نوع سبک زندگی بانوان محجبه و نگرش آنان درباره حجاب تفاوت معنادار وجود ندارد.

نتیجه

علی‌رغم حجمه‌های فراوان به حجاب در سال‌های اخیر، بانوان تهرانی آگاهانه حجاب خود را با اراده‌ای متمایز برگزیده‌اند. «احساس امنیت»، «فضا و محیط خانوادگی»، «شرعی بودن حجاب» و «احساس شخصیت» از دلایل مهم بانوان تهرانی برای انتخاب حجاب بوده است. دلایل انتخاب حجاب در پژوهش حاضر همسنگ با پژوهش‌های پیشین صورت گرفته است. الیاسی (۱۳۹۱) «امنیت اجتماعی و برحذر بودن از آسیب‌ها» را از کارکردهای مهم پوشش از منظر بانوان می‌داند. همچنین در پژوهش حمیدی و فرجی (۱۳۸۷) تیپ «حجاب به مثابه تکلیف» با دلیل «شرعی و قانونی بودن حجاب»، تیپ «حجاب سنتی» با دلیل «فضا و محیط خانوادگی»، تیپ «حجاب زیباشناختی» با دلیل «برای متفاوت بودن و دیده شدن» همسان است. با وجود آنکه به‌طور کلی نگرش اکثر بانوان باحجاب به اصل حجاب مثبت ارزیابی می‌شود، در سطح کنشگری و مشارکت فعال در مقابله با وضعیت بدحجابی در جامعه، شکاف و ضعف‌های قابل توجهی دیده می‌شود.

اینکه اعتقاد صرف به مفید بودن حجاب و بی‌اعتنایی به وضعیت عمومی جامعه و فضای اجتماعی به دلیل احساس ناتوانی در اثرگذاری فردی، به‌طور ضمنی به مسئولیت‌پذیری حاکمیت نسبت داده می‌شود، نمی‌تواند رویکرد درستی به شمار آید. در واقع، فروکاستن مسئولیت فردی به اقدامات قانونی و حکومتی، بدون توجه به نقش کنشگران اجتماعی در تغییرات فرهنگی و اجتماعی، می‌تواند مانع از بروز تحولات بنیادین در جامعه شود. در چنین شرایطی، کنشگری

اجتماعی و فردی در قالب مقاومت های مدنی و تلاش برای تغییرات فرهنگی می تواند عاملی مؤثر در مقابله با بحران های اجتماعی و فرهنگی، از جمله بدحجابی، در نظر گرفته شود. این نتیجه در تحقیق اورعی (۱۳۹۷) نیز وجود دارد که بانوان کم حجاب نیز معتقدند که جامعه به سمت کم حجابی حرکت می کند و برای همزیستی با جامعه باید این امر را پذیرفت. باید توجه داشت که علی رغم پوشش ظاهری مناسب بانوان باحجاب، هجمه های سبک زندگی غربی در بخش های مختلف فراغت، مصرف رسانه ای، مدیریت بدن و تغییر نوع پوشش به آنان نیز رسیده است که در طول زمان می تواند تغییری محسوس در نوع گرایش ها و تمایلات آنان ایجاد کند.

تحقیق شارع پور (۱۳۹۳) سبک زندگی را از عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب می داند. در پژوهش خوش فر (۱۳۹۴) مصرف رسانه ای ارتباط منفی با گرایش به حجاب دارد. پژوهش خواجه نوری (۱۳۹۱) به تمام بخش های سبک زندگی، از جمله مدیریت بدن، فعالیت های ورزشی - موسیقایی مدرن، سبک های فراغت جدید و استفاده از فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی، اشاره دارد که رابطه منفی با گرایش به حجاب دارند. بنابراین نتایج تأثیر سبک زندگی در گرایش به حجاب که در پژوهش های پیشین وجود داشته با نتایج پژوهش حاضر همسان است. اگر در این زمینه برنامه ریزی صحیح فرهنگی و آگاهی بخشی صورت نگیرد، آسیب های جدی آن، حتی در تغییر پوشش، گریبان این قشر را نیز خواهد گرفت.

در ساحت ارتباط نظام اس می با بانوان باحجاب، که از دید بیشتر مردم همواره مدافعان اصلی نظام اسلامی هستند، مشکلات جدی تر است. ناامیدی نزدیک به ۵۸ درصد آنان از بهبود وضعیت اقتصادی کشور، اعتقاد ۳۷ درصد آنان به مفید بودن مذاکره با آمریکا و عدم حمایت جدی از غزه به گمان ورود ایران به جنگ با اسرائیل معادلات ذهنی درباره این قشر از بانوان را به هم می ریزد. به نظر می رسد باید فعالیت فرهنگی و معرفت افزایی جدی تری در تبیین مواضع نظام اسلامی برای بانوان باحجاب صورت بگیرد.

برای دستیابی به نتایجی عمیق تر پیشنهاد می شود از مطالعات کیفی (انجام مصاحبه های عمیق)، مطالعات مقایسه ای (مقایسه نگرش و رفتارهای بانوان محجبه در مناطق مختلف کشور و با گروه های اجتماعی متفاوت) و تحلیل روندهای زمانی (بررسی تغییرات در نگرش ها و رفتارهای بانوان محجبه در طول زمان) استفاده شود.

دسترسی نداشتن به جامعه آماری بانوان محجبه در تهران از محدودیت های پژوهش است. آماری وجود ندارد که تعداد بانوان محجبه را مشخص کند؛ همچنین امکان دسترسی

به این بانوان محدود است. این تحقیق متناسب با امکان دسترسی به آنان و با توجه به اینکه شناسایی فقط بر اساس پوشش ظاهری امکان پذیر است، در میدان ها و مراکز پررفت و آمد شهر انجام گرفت، اما باید اذعان کرد که دسترسی به همه تیپ های بانوان محجبه از این طریق امکان پذیر نیست؛ زیرا برخی از آنان جز به ضرورت از خانه خارج نمی شوند و دسترسی به آنان کاری دشوار است.



کتابنامه

۱. آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۲)، روانشناسی اجتماعی، تهران: سمت، چاپ اول.
۲. اسداللهی، حبیب الله (۱۴۰۲)، «پیمایش انگیزه‌ها و زمینه‌های کشف حجاب شهر تهران»، سایت مرکز مطالعات فرهنگی تیام <http://tiyaam.ir>.
۳. الیاسی، فاضل (۱۳۹۱)، «تحلیل معانی و دلالت‌های پوشش نزد زنان طبقه متوسط (مطالعه زنان ۱۵ تا ۳۰ ساله شهر کرمانشاه)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کردستان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۴. امینی، محمدرضا (۱۴۰۲)، آن صخره مرجانی، تهران: انتشارات ایران.
۵. بارون، رابرت (۱۳۸۳)، روانشناسی اجتماعی، ترجمه یوسف کریمی، تهران: نشر روان.
۶. حمیدی، نفیسه؛ فرجی، مهدی (۱۳۸۷)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱، شماره ۱، ص ۶۵-۹۲.
۷. خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۱)، «پیام به کنگره هفت هزار زن شهید کشور»، تاریخ ۱۳۹۱/۱۲/۱۶، بیانات، سایت KHAMENEI.IR.
۸. خواجه‌نوری، بیژن و همکاران (۱۳۹۱)، «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی (مطالعه موردی: زنان شهر شیراز)»، نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۳، شماره ۳، ص ۱۴۱-۱۶۶.
۹. دواس، دی. ای. (۱۴۰۲)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
۱۰. سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۹۰)، پوشش و حجاب زنان ایران؛ یافته‌های پیمایش ملی فرهنگ پوشش و حجاب در زندگی روزمره زنان ایرانی، موج اول، تهران: دفتر برنامه‌ریزی و پژوهش‌های کاربردی.
۱۱. شارع‌پور، محمود و همکاران (۱۳۹۲)، «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب (مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه مازندران)»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۵، شماره ۳، ص ۱-۲۹.
۱۲. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبیح صادق.
۱۳. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵)، تجدد و تشخص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
۱۴. نیک‌بخش، بهرام و همکاران (۱۳۹۸)، «تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب (مطالعه موردی: لالی)»، فصلنامه زن و جامعه، سال دهم، شماره ۱، ص ۳۶۲-۳۸۸.