فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی٤، بهار٩٤، صفحات ٤٧-٧٣

بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب و راهکارهای ارتقای آن (مطالعه‌ی موردی: شهروندان شهر گرگان)

غلامرضا خوش‌فر[1]، فاطمه باقری[2]، سمیه برزگر[3]، لیلا نورمحمدی[4]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۶/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۲۱

چکیده

این مطالعه به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب در میان شهروندان گرگان می‌پردازد. در این زمینه نویسندگان مقاله در پی یافتن پاسخ به این پرسش هستند که میزان گرایش به حجاب در میان شهروندان گرگان چقدر است و چه عواملی بر آن تأثیر دارد؟ با توجه به این پرسش چند فرضیه مهم در متن این پژوهش شکل گرفت که با استفاده از نظریاتی که در حوزه حجاب وجود دارد، سعی در تبیین آن داریم. از مهم‌ترین نظریاتی که در این بخش، مورد استفاده قرار گرفت، نظریاتی در قالب نظریات اقتصادی، اجتماعی و ... است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز، از تکنیک پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. نمونه آماری پژوهش شامل ۶۲۶ نفر از شهروندان هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای در حوزه های شهری گرگان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل فرهنگی، اجتماعی، خانوادگی، فردی و اقتصادی به ترتیب اهمیت، رابطه معنی‌دار مثبت و متغیّرهای زمینه‌ای، سن، درآمد، صداقت و مصرف رسانه‌ای به ترتیب اهمیت، رابطه‌ی معنی‌دار با گرایش به حجاب دارند؛ به‌طوری‌که صداقت و سن رابطه‌ی مثبت و مصرف رسانه‌ای و درآمد، رابطه‌ی منفی دارند و متغیّرهای زمینه‌ای اعتماد، طبقه‌ی اجتماعی و تحصیلات، ارتباط معنی‌داری با گرایش به حجاب ندارند. در انتهای گزارش، بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادهایی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: شناخت، احساس، رفتار، گرایش، حجاب، گرگان

[1] استادیار گروه علوم اجتماعی و سیاسی دانشگاه گلستان، (نویسنده مسؤول) khoshfar@gmail.com

[2] عضو هیأت علمی گروه آموزشی مهندسی کامپیوتر دانشکده‌ی فنی و مهندسی دانشگاه گلستان، ftmh.bagheri@gmail.com

[3] دانش‌آموخته‌ی مهندسی کامپیوتر گرایش نرم افزار دانشگاه گلستان، somibarzegar@yahoo.com

[4] دانش‌آموخته‌ی مهندسی کامپیوتر گرایش نرم افزار دانشگاه گلستان، lnurmohammadi@yahoo.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

مقدمه

در طول همه اعصار و در بسیاری از تمدن‌ها سطوح مختلفی از پوشش در شکل‌های گوناگون وجود داشته است. در منابعی مانند تاریخ ویل دورانت، تاریخ اسلام پطروشفکی، تاریخ اجتماعی ایران تألیف مرتضی راوندی و حتی منابع قدیمی‌تر مانند تاریخ یونان و دنیا اثر هرودوت که پیش از میلاد مسیح نوشته شده است، گزارش‌ها حاکی از این است که زنان و مردان هنگام حضور در جامعه دارای اندکی از پوشش بوده‌اند. حجاب در این معنا توسط اسلام تأسیس نشده است، اما درباره‌ی حدود آن همواره تفاوت‌هایی وجود داشته است. درباره‌ی خاستگاه پوشش‌سر اختلاف‌نظر وجود دارد. به عقیده برخی، در قرون گذشته، در جامعه عرب از روبنده (نقاب) و در جامعه ایرانی از چادر و چارقد استفاده می‌شده است. طبق یکی از نظرات، استفاده از چادر در میان ایرانیان به دوران پیش از اسلام و به زمان اشکانیان و پس از آن ساسانیان بازمی‌گردد.

در مقابل محققانی که پوشش سر را به اسلام یا سنت عربی نسبت می‌دهند، گروه دیگری از محققان معتقدند که حجاب مو جزء سنت‌های عربی و اسلامی نبود و پس از حمله اعراب به سرزمین‌های دیگر و آشنا شدن آنان با سنت استفاده از پوشش سر توسط اشراف بود که این سنت به اعراب نیز انتقال یافت.

«حجاب» از ارزنده‌ترین نمودهای فرهنگی، اجتماعی در تمدن ایرانی – اسلامی است که پیشینه آن به قبل از ورود اسلام می‌رسد، اما در فرهنگ اسلامی به اوج تعالی و منتهای ارزش و اعتبار خود می‌رسد. حجاب و عفاف پدیده‌ی مذهبی – ارزشی مهمی در تعالیم اسلامی است و توجه به زمینه‌های فرهنگی – اجتماعی به عنوان بستر آن بسیار شایسته و لازم است و اشاعه و تعمیق آن نیازمند آموزش‌های بنیادین و مداوم در خانواده، مدرسه، دانشگاه و اجتماع است.

بدیهی است که در کنار شرایط مساعد اجتماعی، ارزش تلقی کردن و الگوپذیری این فرهنگ، نیازمند درونی و نهادینه شدن آن در وجود افراد است بدون شک رسیدن به این هدف نیازمند مشارکت و توجه جدی همه نهادها و دستگاه‌ها به صورت مستمر و هدف‌مند است (حجت الاسلام عادلی نژاد، ۱۳۹۲).

برای ایجاد فرهنگ حجاب و پوشش مناسب در جامعه، باید ابتدا پایه‌های اعتقادی و بینش افراد نسبت به این موضوع را محکم کنیم و این، یعنی نهادینه‌سازی باورهای درست و فرهنگ سازی دقیق. بنابراین، تهدید و اجبار، هیچ گاه به عنوان اولین راهکار، اثر بخش نخواهد بود (حجت‌الاسلام مصطفی دشت‌آبادی، ۱۳۹۳).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

بیان مسأله

رعایت نکردن حجاب و عفاف بنیان خانواده را که مهم‌ترین هسته اجتماع در تربیت و جامعه پذیر کردن نسل بشری است، تهدید می‌کند. روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و باعث رکود فعالیت‌ها در عرصه‌های مختلف جامعه می‌شود. از همه مهم‌تر رعایت حجاب و عفت قانون اسلام است و در اسلام، یکی از اصول اساسی زندگی اجتماعی تعریف شده است و رعایت نکردن آن به اعتقادات و باورهای اجتماعی آسیب‌های جدی می‌زند (خادمی، ۱۳۷۹: ۵۷). عمق بخشیدن به آموزه‌های دینی در کودکان و نوجوانان، آنان را از آسیب‌های اخلاقی و اجتماعی مصون می‌دارد؛ چرا که بسیاری از شرارت‌های افراد، ناشی از نداشتن تربیت دینی و اخلاقی می‌باشد و درونی شدن ارزشهای دینی مانند حجاب، باعث می‌شود آنان در برابر این انحرافات مقاومت بیش‌تری داشته باشند. والدین و مربیان اگر بخواهند کودکان را با حجاب آشنا کنند و این امر را در آنان نهادینه سازند، باید از سنین کودکی و نوجوانی شروع کنند؛ چرا که فردا دیر است. در نظام تربیتی اسلامی آغاز تعلیم و تربیت با استفاده از روش‌شناسی و بررسی شیوه‌های صحیح تربیتی جایگاه ویژه‌ای دارد. درخت پرثمر تربیت، آن‌گاه به بار می‌نشیند که نظریه‌های تربیتی در قالب شیوه‌های صحیح و درست به اجرا درآید. روش‌های الگوآفرینی، محبت، تشویق و روش قصه‌گویی مؤثرترین روش‌هایی هستند که والدین و مربیان را در درونی کردن حجاب در کودکان و نوجوانان یاری می‌دهند (ایران‌نژاد، ۱۳۸۵: ۸۹). نظر به این‌که نهاد خانواده به عنوان اولین مدرسه، و پدر و مادر به عنوان اولین معلمان انسان تلقی می‌شوند، بنابراین در این نهاد اجتماعی بسیار مهم و حیاتی، معلمان می‌بایست آموزش لازم را در زمینه تربیت و تزکیه و القای اعتماد به نفس (که در برابر عقده حقارت قرار دارد) به فرزندان بیاموزند تا از همان آغاز ارتباط با کودکان و نوجوانان در جهت حفظ حرمت و مقام و منزلت فرزندان دختر تلاش نمایند (اسماعیلی، ۱۳۸۴: ۲۷). وضعیت پوشش زن ایرانی پس از دوره‌ی مشروطه یعنی هم‌زمان با دوران برخورد فرهنگ ایرانی با فرهنگ غربی- دوران تجددی دستخوش تغییر و در برخی موارد تحول شده‌است. با پیروزی انقلاب اسلامی و توجه به ارزش‌های اصیل اسلامی و ریشه‌های فرهنگ ایرانی، احیا و اشاعه فرهنگ حجاب و عفاف دگربار در دستورکار سیاست‌گزاران فرهنگی کشور قرارگرفت. به رغم تلاش‌های گوناگون، هم چنان نگرانی‌هایی دراین خصوص مطرح است و جریان‌های مختلف پیشنهادهای گوناگونی را برای گسترش حجاب و مقابله با مظاهر بدحجابی ارائه می‌کنند. متولیان فرهنگی در

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

مراکز آموزشی و دانشگاهی به گسترش فرهنگ حجاب همت گمارده‌اند و برنامه‌هایی نیز در این خصوص اجرا کرده‌اند (پایگاه اطلاع رسانی مرکز اسناد علمی ایران[1]).

بدون شک، در عصر ما که بعضی نام آن را عصر برهنگی و آزادی جنسی گذارده‌اند، و افراد غرب زده، بی‌بند و باری زنان را جزئی از آزادی او می‌دانند، سخن از حجاب گفتن برای این دسته ناخوشایند و گاه افسانه‌ای است متعلق به زمان‌های گذشته !ست. ولی مفاسد بی حساب، مشکلات و گرفتاری‌های روزافزونی که از این آزادی‌های بی قید و شرط به وجود آمده است سبب شده که به تدریج گوش شنوایی برای این سخن پیدا شود (آیت الله مکارم شیرازی.۱۳۸۱: ۴۴۵).

شناخت علمی و دقیق گرایش نسبت به حجاب که خود شامل سه بعد شناختی، احساسی و رفتاری است به ما کمک می‌کند تا در جهت اصلاح وضعیت حجاب در جامعه بهتر عمل نماییم. به همین منظور در این مطالعه با طرح سؤالاتی میزان گرایش به حجاب پاسخ دهندگان سنجیده شده و مهم‌ترین عوامل گرایش به بدپوششی مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین بر اساس مطالب پیش گفته سؤال اصلی تحقیق این است که میزان شناخت، احساس و رفتار شهروندان نسبت به حجاب چقدر و چگونه است و این گرایش با چه عواملی مرتبط است؟ در نهایت آیا بین متغیّرهای زمینه ای با گرایش به حجاب ارتباطی وجود دارد؟

اهداف پژوهش

هدف کلی در این تحقیق شناخت میزان گرایش افراد به حجاب و عوامل تأثیرگذار در بد پوششی در سطح شهر گرگان است. اهداف جزیی تحقیق عبارتند از :

۱ - شناسایی بعد شناختی گرایش نسبت به حجاب

۲ - شناسایی بعد عاطفی گرایش نسبت به حجاب

۳ - شناسایی بعد رفتاری گرایش نسبت به حجاب

۴ - شناخت رابطه بین عوامل‌مختلف (فردی، اجتماعی، خانوادگی، فرهنگی، اقتصادی) با گرایش به حجاب

۵ - شناخت میزان گرایش به حجاب بر حسب جنسیت، سن، تحصیلات، تأهل و ....

۶ - شناسایی اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیّرهای مستقل بر گرایش به حجاب با استفاده از تحلیل مسیر.

[1] تاریخ مراجعه: ۱۰ مرداد ۱۳۹۳، قابل دسترس در www.irandoc.ac.ir

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

پیشینه‌ی تحقیق

۱- پیشینه‌ی داخلی تحقیق

شجاعی و بیگی‌زاده (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر عوامل مختلف بر فرهنگ حجاب و عفاف و ارزش‌های اخلاقی در دبیرستان‌های شهرستان گرگان» انجام دادند و برای بررسی عوامل، به چهار منبع یا ابزار کتب درسی، تعامل اولیای مدرسه با دانش‌آموزان، فعالیت پرورشی و محتوای ساعات پرورشی در انتقال فرهنگ دینی عفاف و حجاب، با عنوان اهداف جزئی پرداختند. روش پژوهش توصیفی، جامعه آماری مورد نظر در این پژوهش کلیه دانش‌آموزان دبیرستان‌های شهرستان گرگان به تعداد ۱۸۴۳۳ نفر هستند که در سال تحصیلی ۸۸-۸۹ به تحصیل اشتغال دارند. این نمونه آماری برگرفته از جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۳۷۷ نفر که به روش تصادفی طبقه‌ای برحسب جنسیت انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسش‌نامه محقق ساخته با ۴۲ سؤال بسته پاسخ با پایایی ۹۹ صدم در مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت با سطوح پاسخ خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد که به ترتیب از ۵-۱ نمره‌گذاری شده است. برای سؤالات آزمون، از آزمون کای اسکوئر استفاده شده است. پس از تجزیه و تحلیل، یافته‌های پژوهش نشان داد که هریک از ابزار انتخاب شده انتقال فرهنگ در آموزش و پرورش یعنی کتب درسی، تعامل اولیای مدرسه، ساعات پرورشی، فعالیت پرورشی در انتقال فرهنگ عفاف و حجاب مؤثر می‌باشند و دانش‌آموزان اطلاعات رفتار خود را از این منابع دریافت کرده‌اند.

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

چاوشی و همکاران (۱۳۸۶) درمطالعه‌ای دریافتندکه تفاوت معناداری بین دیدگاه کارکنان زن دانشگاه علوم پزشکی و مراجعه‌کنندگان زن به درمانگاه‌ها در رابطه با ضرورت رعایت حجاب توسط بانوان، ارزیابی تبلیغ ارزش‌های دینی مرتبط با چادر، میزان آشنایی با شرایط پوشش صحیح اسلامی، بهترین نوع پوشش برای بانوان و بهترین راه حل برای کسانی که از چادر استفاده نمی‌کنند، وجود داشته است.

حبیبی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی دیدگاه جوانان و میان‌سالان درباره‌ی حجاب برتر پرداخته است. یافته‌ها بیان کننده‌ی وجود تفاوت معنادار بین دیدگاه جوانان و میان‌سالان در

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

خصوص ضرورت رعایت حجاب از سوی بانوان، میزان آشنایی با شرایط پوشش صحیح اسلامی و بهترین نوع پوشش برای بانوان بوده است.

تحقیق دیگری که توسط فاضلیان (۱۳۸۹) با هدف گرایش به حجاب و برداشت از آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران انجام شد، نشان داد که با افزایش و تقویت ارزش های دینی در افراد، تمایل به رعایت حجاب نیز در بین آنها افزایش می‌یابد. هم چنین نتایج این تحقیق نشان داد دانشجویانی که اعتقادات مذهبی والدینشان زیاد بوده‌است، نسبت به رعایت پوشش اسلامی تمایل بیشتری داشتند. در این بررسی رابطه عواملی نظیر تجربه گذشته فرد از رعایت حجاب و نحوه‌ی فرزندپروری خانواده و نگرش افراد نسبت به حجاب بررسی شده است.

علوی و حجتی (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای در پی بررسی عوامل مؤثر در بدحجابی دانشجویان دختر دانشگاه باهنرکرمان بوده‌اند. نتایج نشان‌می‌دهند 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. درحالی که متغیّرهای وضعیت‌های روانی و جسمانی دانشجویان، تحصیلی، تعداد واحد گذرانده، سن، معدل دیپلم، تعداد کل افراد خانواده و وضعیت اقتصادی خانواده در بد حجابی دانشجویان تأثیر نگذاشته‌اند (علوی و حجتی ۱۳۸۶ : ۸۸-۶۳).

حسینی دوست در «بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به پوشش زنان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن» به این نتیجه رسیده است که بین پایگاه اجتماعی والدین، اعتقادات مذهبی والدین و حجاب همسالان با گرایش دانشجویان دختر به پوشش اسلامی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد (حسینی دوست،۱۳۷۹-۱۳۸۰).

رضایی در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی پوشش اسلامی» حجاب را حراست از یکی از ارزش‌های اجتماعی، یعنی عفت و هنجارها (آداب و رسوم، عرف و قوانین) برشمرده است که درصورت رعایت نکردن آن آسیب‌هایی به نوع تعاملات اجتماعی، خانواده، و ارزش واقعی زن وارد می‌شود. او عواملی هم‌چون شبیخون فرهنگی، ایجاد حقارت در هویت اسلامی زنان و غیره را در شمار فشارهای غربی بر زنان برشمرده و موارد انحراف اجتماعی را در این راستا یادآور شده‌است؛ هم چنین کارکردهای منفی حجاب را آسیب به تعاملات مثبت اجتماعی، نهاد خانواده، ارزش‌های واقعی زن، افزایش هزینه‌ی مصرفی (آرایش و غیره) دانسته است (رضایی، ۱۳۸۲).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

۲- پیشینه‌ی خارجی تحقیق

هلن واتسون (۱۳۸۲) در مقاله‌ی خود مسأله‌ی گرایش به حجاب را واکنش های فردی زنان نسبت به فرایندهای جهانی می داند. لذا در این نوشتار درصدد است، با توجه به اصول حاکم بر حجاب، مفاهیم مرتبط با پوشش در قرآن را بیان کند و در ادامه با استناد به نظرات دو طیف از زنان، انتخاب حجاب زنان را در ریشه‌ها و در دنیاهای مختلف، مسأله‌ای سیاسی و فردی شمارد و حتی گرایش آشکار زنان به حجاب را نوعی فمینیسم معکوس و اعتراض علیه مصرف‌گرائی و غرب‌گرایی محسوب کند.

درکشورهای غربی بیش‌تر مطالعات انجام شده، به ظهور یا گسترش حجاب و انواع آن همچون نقاب، روسری و چادر معطوف بوده‌است و به نوع برخورد دولت‌ها و یا نهادهای مدنی و یا نگرش مردم آن کشورها به این پدیده نپرداخته‌اند (کیلیک و همکاران[1]، ۲۰۰۸: ۴۱۰-۳۹۷؛ تارلو[2]، ۲۰۰۷). تارلو در مطالعه‌ی خود در پی بررسی اهمیت لباس و پوشش به عنوان شاخصی آشکار از تمایز در چند شهر فرهنگی لندن بوده است. وی معتقد است که انتخاب حجاب از سوی زنان طبقه متوسط مسلمان اغلب به عنوان یک کالا نگریسته می شود، نه به عنوان پس زمینه فرهنگی آن. به طورکلی تارلو در تحقیق خود پتانسیل انتقالی حجاب را بررسی کرده و معتقد است که حجاب تأثیر معناداری روی دیگران دارد (تارلو، ۲۰۰۷).

تانگاراجاه[3] در مطالعه‌ی 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 می شود .زنان مهاجر هم چنین کالاهای وارد شده از کشورهای عربی را مصرف می کنند. در نتیجه اعمال مذهبی اسلامی نقش ترقی‌گرایانه و قدرت بخشی در زندگی زنان مهاجر ایفا می‌کند (تانگاراجاه، ۲۰۰۳).

خیابانی و ویلیامسون[4] در مطالعه‌ای نشان دادند که رسانه‌های بریتانیایی معمولاً انواع حجاب رایج در بین زنان مسلمان را به صورت یکسان بازنمایی و حجاب را به عنوان مانعی برای ارتباطات معنادار ارائه می‌کنند. از نظر آن‌ها زنان باحجاب به عنوان افرادی بی مقدار به شمارمی‌آیند که در

[1] Kilic & et al.
[2] Tarlo
[3] Thangarajah
[4] Khiabany & William son

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

همانند شدن با جامعه میزبان شکست خورده‌اند و خطری مضاعف برای سبک های زندگی انگلیسی به‌شمار می‌روند (خیابانی و ویلیامسون ، ۲۰۰۸).

مهتا[1] در مطالعه‌ای تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن در زنان مسلمان دهلی را در طول ۳۰ سال مؤثر بررسی کرده است. هر چند مصرف رسانه‌های تصویری اوایل به صورت تابو و ممنوع بوده است، اما به‌نظر می‌رسد امروزه مصرف‌کنندگان محصولات رسانه‌ای به صورت معناداری تحت تأثیر کالایی شدن فرهنگ رسانه ای قرارگرفته اند. یافته‌های تحقیق نیز نشان دهنده‌ی 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 (مهتا، ۲۰۱۰).

شیرازی ومشیرا [2](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 تفسیرآن‌ها از دنیوی شدن و شهروندی را بررسی کرد. درحالی که بازنمایی رسانه‌ای و ادبیات دانشگاهی معنای نقاب در اروپا را به عنوان عملی شور برانگیز یا شکلی از هویت شخصی، سیاسی و مذهبی معرفی می‌کند، اما یافته‌های تحقیق آن‌ها ازمصاحبه‌های عمیق با زنان مسلمان در غرب، معنای دیگری را متبادر می‌کند. نیمی از شرکت‌کنندگان در مطالعه، در عین استفاده از روسری هیچ تمایلی برای استفاده از نقاب نداشتند، بلکه برعکس در محیط آمریکا آن را غیرضروری و نامناسب می‌دانستند. البته اکثر مشارکت‌کنندگان این حق را برای کسانی که مایل به استفاده از نقاب بودند، محترم می‌شمردند(شیرازی و مشیرا، ۲۰۱۰).

مبانی نظری

۱- تعریف حجاب

در این بخش از تحقیق ابتدا توضیحاتی درمورد حجاب، سپس نظریاتی مرتبط با موضوع گزینش و ارائه می‌گردد.

حجاب، در لغت به معنای مانع و پرده و پوشش آمده است. حجاب، به معنای پوشش اسلامی بانوان، دارای دو بعد ایجابی و سلبی است. بعد ایجابی آن، وجوب پوشش بدن و بعد سلبی آن،

[1] Mehta
[2] Shirazi & Mishra

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

حرام بودن خودنمایی به نامحرم است و این دو بعد باید در کنار یک‌دیگر باشند؛ تا حجاب اسلامی محقق شود. گاهی، ممکن است یک بعد باشد ولی دیگری نباشد که در این صورت، نمی‌توان گفت که حجاب اسلامی محقق‌شده است. اگر به معنای عام، هر نوع پوشش و مانع از وصول به گناه را حجاب بنامیم، حجاب می‌تواند اقسام متفاوتی داشته باشد، از جمله حجاب ذهنی، فکری و روحی، علاوه براین، در قرآن از انواع دیگر حجاب که در رفتار خارجی انسان تجلی می‌کند، نام برده شده‌است، مثل حجاب و پوشش در نگاه که به مردان و زنان، در مواجهه با نامحرم توصیه شده‌است.

حجاب از دیدگاه فقها یکی از احکام اسلامی است که برای پوشش زنان و مردان وضع شده‌است و اصطلاحاً عبارت است از: پوشاندن ضروری مو و سایر اعضای بدن به جز صورت و دو دست (و گاهی دو پا) توسط زنان مسلمان (تنها در صورتی که کنیز نباشند (مطهری))، در برابر مردانی که طبق شریعت اسلامی نامحرم شمرده می‌شوند. درباره‌ی پوشش مردان نیز حداقل مقدار پوشش واجب حفظ عورتین است (پژوهشکده‌ی تحقیقات اسلام، ۲۰۱۳).

در قرآن مجید نیز این کلمه، همه جا به معنی پرده یا حائل به کار رفته است، مانند آیه‌ی ۴۵ سوره ی اسراء: جَعَلنا بَینَکَ وَ بَینَ الَّذینَ لا یُؤمِنونَ بِالآخِرَةِ حِجاباً مَستوراً: «ما در میان تو و کسانی که ایمان به آخرت نمی‌آورند پرده ی پوشیده ای قرار داده‌ایم.»

در انتها، این نوشتار را با بیان سخنانی از استاد شهید «مرتضی مطهری» که در تبیین فلسفه‌ی حجاب در اسلام، تلاش علمی فراوانی داشت، به پایان می‌رسانیم: «عده‌ای می گویند: چون حجاب، به معنی پرده است، اسلام خواسته است زن باحجاب باشد، یعنی همواره پشت پرده و در عزلت و گوشه‌نشینی باشد، اما باید بدانیم آن چه درباره‌ی پوشش زن است کلمه «ستر» به کار می‌رود. پوشش زن، در اسلام آن است که در معاشرت با مردان، بدن خود را پوشانده و از جلوه گری، پرهیز کند» .

۲- انواع حجاب در قرآن

الف- حجاب‌چشم«قل للمؤمنین یغضّوا من ابصارهم؛ ای رسول، به مردان مؤمن بگو تا چشم‌ها را از نگاه ناروابپوشند».(سوره‌ی نور،آیه ی۳۰)

«قل للمؤمنات یغضضن من ابصارهنّ؛ ای رسول، به زنان مومن بگو تا چشم‌ها را از نگاه ناروا بپوشند». (سوره‌ی نور، آیه‌ی ۳۱)

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

ب- حجاب در گفتار نوع دیگر حجاب و پوشش قرآنی، حجاب گفتاری زنان در مقابل نامحرم است.

«فلا تخضعن بالقول فیطمع الذی فی قلبه مرض؛ زنها که نازک و نرم با مردان سخن نگویید، مبادا آن که دلش بیمار (هوا و هوس) است، به طمع افتد». (سوره‌ی احزاب، آیه‌ی ۳۲)

پ- حجاب رفتاری نوع دیگر حجاب و پوشش قرآنی، حجاب رفتاری زنان در مقابل نامحرم است.

به زنان دستور داده شده‌است به گونه ای راه نروند که با نشان‌دادن زینت‌های خود باعث جلب توجه نامحرم شوند.

«و لا یضربن بارجلهنّ لیعلم ما یخفین من زینتهنّ؛ و آن طور پای به زمین نزنند که خلخال و زیور پنهان پاهایشان معلوم شود». (سوره‌ی نور، آیه‌ی ۳۱)

از مجموع این مباحث، به روشنی استفاده می‌شود که مراد از حجاب اسلامی، پوشش و حریم قائل شدن در معاشرت زنان با مردان نامحرم، در خلال رفتارهای مختلف آنها، مثل نحوه‌ی پوشش، نگاه، حرف زدن و راه رفتن است. بنابراین، حجاب و پوشش زن، به منزله‌ی یک حجاب و مانع در مقابل افراد نامحرمی است که قصد نفوذ و تصرف در حریم ناموس دیگران را دارند.

۳- دیدگاه‌ها درباره‌ی حجاب

اسلام آن اندازه که درباره‌ی حجاب زن مورد انتقادهای پوچ واقع شده است، در هیچ مسأله دیگری به این شدت مورد هجوم قرار نگرفته است. این حملات و تهاجم را سازمان‌های تبشیری و استعماری به عنوان جزئی از مجموعه نقشه ها، دسیسه‌ها و توطئه‌ها به منظور متلاشی کردن تعلیمات و مبانی اسلامی انجام می‌دهند. لیکن اگر انسان خود را مکلف به پژوهش در تاریخ حجاب نماید، به زودی این طوفان و گرد باد متلاشی می‌گردد. کسانی را که به این مسأله می‌پردازند، چه از نظر منتقدان و چه از نظر پاسخ دهندگان به آن‌ها می‌توان به صورت زیر تقسیم کرد :

۱. گروهی که به نفی حجاب و دریدن آن دعوت می‌کنند و زیان‌هایی برای آنان پنداشته‌اند؛
۲. گروهی که میانه‌رو هستند و می‌کوشند بین نصوص دینی و مسائل روز سازشی به وجود آورند؛
۳. گروهی که این موضوع را با منطق و دیدگاه اسلام و واقعیت مشهود مطرح می‌کنند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

بنابراین، با توجه به دسته بندی‌های موجود می‌توان گفت: بی‌حجابی زن مسلمان و ترک حشمت و حیای آن یکی از عوامل ضعف و انحطاط مسلمانان و ضعف شخصیت آنان شده است؛ زیرا هر اندازه زن از ابتذال و بی حیایی و اماکن شک و گمان و فساد دور باشد بر قوت و صلابت مرد افزوده می‌شود و از خسران و شکست مصون می‌ماند و به عکس. این که گروه سوم حجاب را یک برنامه اسلامی می‌داند و آن را برای زنان پیامبر صلی الله علیه و آله و زنان مسلمان عام می‌داند، مقصود آن نیست که زن در خانه زندانی گردد و بیرون نرود، آن گونه که قاسم امین و امثال او چنین تعبیر غلطی از حجاب دارند (فقی رسول، ۱۳۸۳، ص۲۵۶) ایشان بر امت اسلامی که به مصیبت افکار آنان مبتلا شده‌اند، این تفضل را کرده‌اند که اعلام نمایند باید حجاب را به دور انداخت؛ چون سبب عقب ماندگی مسلمانان است! هدف نهایی این تفکر شوم انهدام و تخریب دین است که در زیر پرده تظاهر به آیات و احادیث و عقاید و نظریات متفکران اسلامی، آن را پنهان‌کرده‌اند. آنان با دعوت به بی‌حجابی می‌خواهند زن مسلمان را به ابتذال، پوچ‌گرایی، بی‌عفتی و بی‌کرامتی بکشانند (علی مرتضی، ۱۳۸۶: ۲۴۴) .

٤- چارچوب نظری تحقیق

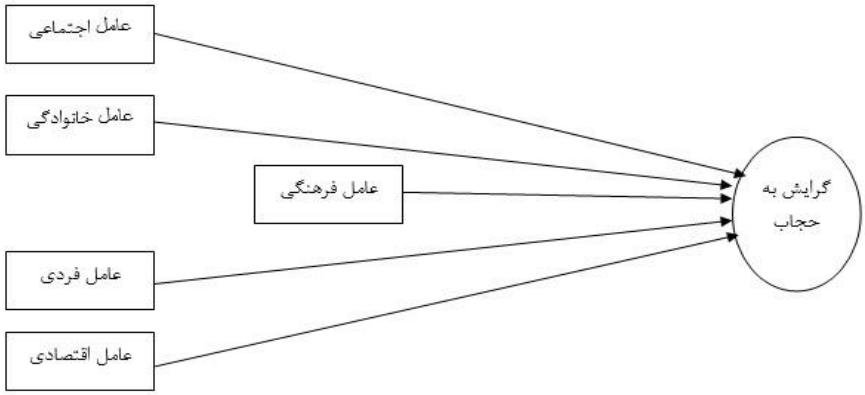
نظریه‌های متفاوتی در زمینه‌ی سنجش نگرش ارائه شده است. مبنای کار این پژوهش نظریه فیش باین-آیزن است. تئوری فیش باین-آیزن معتقد است؛ زنجیره‌ای از عوامل مختلف رفتار را به وجود می‌آورد که اساساً قصد و نیت واسطه‌ی اصلی بین آن دو به حساب می‌آید. در این تئوری، قصد و نیت را تابعی از متغیّر اول (گرایش به سوی آن رفتار یک متغیّر). گرایش به سوی آن رفتار و هنجار ذهنی می‌دانند که فردی و شخصی است و طی آن فرد انجام یک رفتار (یا یک پدیده) را از نظر خودش ارزیابی می‌کند که آیا خوب است یا بد. متغیّر دوم نوع (هنجار ذهنی) منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام یک کار (رفتار) احساس و ادراک می‌کند (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۴۵).

مدل تحلیلی

با عنایت به مرور و مباحث نظری و هم‌چنین مشاهدات تجربی درباره‌ی موضوع گرایش به حجاب و عوامل مختلف مؤثر بر آن می‌توان با ترکیب عوامل مختلف مدل تحلیلی زیر را ارائه

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

نمود. در این مدل پنج عامل فردی، اجتماعی، خانوادگی، فرهنگی و اقتصادی مورد توجه قرار گرفته‌اند. جهت فلش‌ها در مدل بیان کننده‌ی رابطه‌ی مستقیم بین عوامل با گرایش به حجاب است.



شکل شماره‌ی یک- مدل تحلیلی تحقیق

فرضیات تحقیق

فرضیات این تحقیق عبارتند از:

۱ - عامل فردی با گرایش به حجاب رابطه دارد.

۲ - عامل اجتماعی با گرایش به حجاب رابطه دارد.

۳ - عامل اقتصادی با گرایش به حجاب رابطه دارد.

۴ - عامل خانوادگی با گرایش به حجاب رابطه دارد.

۵ - عامل فرهنگی با گرایش به حجاب رابطه دارد.

۶ - بین گرایش به حجاب افراد با سن آنها رابطه وجود دارد.

۷ - بین گرایش به حجاب افراد با وضعیت تأهل آن‌ها تفاوت وجود دارد.

۸ - بین گرایش به حجاب افراد با سطح تحصیلات آن‌ها رابطه وجود دارد.

۹ - بین گرایش به حجاب افراد با محل تولد آن‌ها تفاوت وجود دارد.

۱۰ - بین گرایش به حجاب افراد با میزان درآمد آن‌ها رابطه وجود دارد.

۱۱ - بین گرایش به حجاب افراد با طبقه اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

۱۲ - بین گرایش به حجاب افراد با میزان مصرف رسانه‌ای آن‌ها رابطه وجود دارد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

روش تحقیق

نوع روش تحقیق در این مطالعه توصیفی و از نوع پیمایشی است. محدوده‌ی مکانی این مقاله در بین ساکنین شهر گرگان، محدوده زمانی آن نیز سال ۱۳۹۳ و جامعه آماری شامل ساکنین شهر گرگان است که تعداد آن‌ها بنابر سرشماری ۱۳۹۰، ۳۲۹۵۳۶ نفر است. حجم نمونه در این تحقیق با استفاده از فرمول منطقی کوکران ۳۲۸ نفر برای گروه مردان و ۳۲۸ نفر برای گروه زنان و در مجموع ۶۵۶ نفر تعیین شد. برای دسترسی و انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب استفاده‌گردید. برای گردآوری اطلاعات از روش میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها در این مطالعه پرسش‌نامه محقق ساخته بوده است.

۱- اعتبار درونی پرسش‌نامه

اعتبار ابزار سنجش با استفاده از اعتبار صوری (مراجعه به متخصصان) مورد تأیید قرار گرفت. برای آگاهی از پایایی ابزار سنجش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج ارزیابی آن به شرح جدول زیر است.

جدول شماره‌ی یک-تحلیل پایایی پرسش‌نامه تحقیق

مقیاس‌ها	تعداد آیتم‌ها	آلفای کرونباخ
بعد شناختی گرایش به حجاب	۱۰	۰/۷۳
بعد عاطفی گرایش به حجاب	۱۰	۰/۸۷
بعد رفتاری گرایش به حجاب	۱۰	۰/۷۵
عوامل فردی	۱۶	۰/۹۵
عوامل اجتماعی	۹	۰/۸۹
عوامل خانوادگی	۴	۰/۸۶
عوامل اقتصادی	۳	۰/۷۴
عوامل فرهنگی	۸	۰/۹۰

میزان آلفای کرونباخ ارائه شده نشان می‌دهد که پرسش‌ها دارای هم‌بستگی متقابل مناسبی می‌باشند و می‌توان اظهار داشت که پرسش‌های مورد نظر همگی یک متغیّر (یک صفت) را اندازه‌گیری می‌کنند.

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه و استخراج داده‌ها، ابتدا اطلاعات کدگذاری شد سپس به کامپیوتر انتقال داده شد. داده‌ها به کمک نرم افزار آماری SPSS آنالیز شد و با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرارگرفت. در بخش آمار توصیفی به صورت نمودار،

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

درصد، درصد فراوانی، میانگین و غیره ارائه شد و در بخش آمار استنباطی از طریق آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون، متغیّر های پژوهش مورد ارزیابی قرارگرفت و بر اساس نتایج تجزیه و تحلیل و تفسیر شد.

مفهوم اصلی این پژوهش گرایش نسبت به حجاب است که در سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری مورد سنجش قرارگرفته‌است، به‌طوری‌که در هر بعد تعداد ۱۰ سؤال طراحی شده و در قالب طیف دکارت مورد ارزیابی و سنجش قرارگرفت (خیلی کم = ۱، کم = ۲، زیاد = ۳، خیلی زیاد = ۴).

هم چنین گرایش نسبت به حجاب با توجه به پنج عامل فردی، خانوادگی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مورد سنجش قرارگرفته است، به طوری‌که در بعد فردی تعداد ۱۶ سؤال، در بعد خانوادگی تعداد ۴ سؤال، در بعد فرهنگی تعداد ۸ سؤال، در بعد اجتماعی تعداد ۹ سؤال و در بعد اقتصادی تعداد ۳ سؤال طراحی شد و در قالب طیف دکارت مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفت (اصلا = ۰، خیلی کم = ۱، کم = ۲، تاحدی = ۳، زیاد = ۴، خیلی زیاد = ۵).

۲- نحوه‌ی سنجش عوامل مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

سنجش عوامل فردی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب با استفاده از گویه‌های زیر مورد سنجش قرار گرفت:

جدول شماره‌ی دو- سنجش عوامل فردی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

ردیف	گویه‌ها
۱	پیروی از هوی و هوس های نفسانی
۲	جلب توجه و کسب جایگاه
۳	خودنمایی
۴	بی حیایی
۵	دور شدن از فطرت
۶	بلوغ و بحران هویت
۷	اختلال در عوامل مؤثر بر شخصیت
۸	جهل به مساله حجاب
۹	زیبا جلوه دادن خود نزد دیگران
۱۰	بر طرف کردن ضعف های درونی با ظاهری زیبا
۱۱	عدم اگاهی و ناآشنایی با احکام پوشش و لباس
۱۲	ضعف باورهای دینی
۱۳	حس حقارت
۱۴	استهزا و مورد تمسخر واقع شدن
۱۵	ناکامی ها
۱۶	عدم ارضای نیازهای جنسی و عاطفی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

سنجش عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب با استفاده از گویه‌های زیر مورد سنجش قرارگرفت:

جدول شماره‌ی سه- سنجش عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

ردیف	گویه‌ها
۱	نبودن قانون صریح و شفاف
۲	دوستی های نامطمئن
۳	استفاده نامطاوب از ماهواره و مخاطب شدن عده‌ی زیادی از مردم ما
۴	فقدان هویت دینی
۵	ترویج افکار باطل فمنیست در کشور
۶	بالا رفتن سن ازدواج و خواستگاران کم
۷	معاشرت با دوستان ناباب
۸	مد گرایی
۹	فشار های سیاسی و قدرت حاکم

سنجش عوامل فرهنگی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب با استفاده از گویه‌های زیر مورد سنجش قرار گرفت:

جدول شماره‌ی چهار- سنجش عوامل فرهنگی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

ردیف	گویه‌ها
۱	تهاجم فرهنگی
۲	عدم اجرای عوامل بازدارنده بد حجابی
۳	عملکرد دستگاه‌های ذیربط
۴	وجود تناقضات در ترویج بحث پوشش و درک آنها توسط قشر جوان
۵	بدآموزی های برنامه های تلویزیونی و فیلم های سینمایی و مطبوعات
۶	محیط مدرسه و دانشگاه‌ها
۷	شبهات مختلف در مورد حجاب
۸	کارکردهای ناقص سازمان‌های فرهنگی

سنجش عوامل خانوادگی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب با استفاده از گویه‌های زیر مورد سنجش قرار گرفت:

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

جدول شماره‌ی پنج- سنجش عوامل خانوادگی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

ردیف	گویه‌ها
۱	عدم مدیریت قاطع مرد در مسائل اخلاقی یا همان خواب ماندن غیرت
۲	بی توجهی خانواده‌ها
۳	تعلیم و تربیت نادرست
۴	خانواده‌ها ی فاسد

سنجش عوامل اقتصادی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب با استفاده از گویه‌های زیر مورد سنجش قرار گرفت:

جدول شماره‌ی شش- سنجش عوامل اقتصادی مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

ردیف	گویه‌ها
۱	عوامل اقتصادی و اجتماعی
۲	نگاه سودگرایانه به عریان بودن زن و فروش کالاهای تجاری و اقتصادی و تبلیغ آنها بااستفاده از زنان عریان و نیمه عریان
۳	از خود بیگانگی

یافته‌های تحقیق

۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌گویان

این ویژگی‌ها شامل جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل و شغل است که به شرح جدول زیر خلاصه شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

جدول شماره‌ی هفت-توزیع فراوانی پاسخ گویان به تفکیک جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل و شغل آن‌ها

متغیّر	گزینه‌ها	توزیع فراوانی		میانگین
		تعداد	درصد	
جنسیت	مرد	۳۲۸	۵۰	-
	زن	۳۲۸	۵۰	
	جمع	۶۵۶	۱۰۰	
سن	۱۴-۲۹	۴۸۹	۷۴/۵	۲۶
	۳۰-۴۵	۱۴۶	۲۲/۴	
	۴۶- ۵۰	۱۰	۱/۶	
	۵۱+	۱۱	۱/۹	
	جمع	۶۵۶	۱۰۰	
تحصیلات	زیردیپلم	۱۷	۲/۷	-
	دیپلم	۹۰	۱۴/۱	
	تا لیسانس	۴۵۲	۷۰/۹	
	فوق لیسانس و بالاتر	۷۸	۱۲/۲	
	جمع	۶۳۷	۱۰۰	
تاهل	مجرد	۴۴۰	۶۷/۶	-
	متاهل	۲۱۱	۳۲/۴	
	جمع	۶۵۱	۱۰۰	
شغل	دانشجو، طلبه، بی‌کار، خانه دار، محصل	۴۰۲	۶۴/۲	-
	خدماتی و کارگری	۲۷	۴/۳	
	کارمندی	۸۱	۱۲/۹	
	آزاد	۹۶	۱۵/۳	
	عالی رتبه	۲۰	۳/۲	
	جمع	۶۲۶	۱۰۰	

جدول شماره‌ی هفت توزیع فراوانی پاسخ‌گویان با توجه به متغیّرهای جنسیت، سن، تحصیلات، تأهل و شغل را بر حسب درصد نشان می‌دهد. بر حسب داده های یافته، تعداد پاسخ‌گویان زن و مرد در تحقیق برابر بوده و بیش‌ترین توزیع فراوانی داده ها یر حسب متغیّر سن، در بازه ۲۹-۱۴با درصد ۷۴/۵ قرار دارد و بیش‌ترین توزیع فراوانی در متغیّر تحصیلات، مربوط به

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

تا لیسانس با درصد ۷۰/۹، در متغیّر تأهل مربوط به وضعیت مجرد ۶۷/۶ و در متغیّر شغل مربوط به گروه دانشجو، طلبه، بی‌کار، خانه دار، محصل با درصد ۶۴/۲ است.

۲- گرایش نسبت به حجاب

توزیع نسبی گرایش نسبت به حجاب و ابعاد آن به شرح جدول زیر خلاصه شده‌است.

جدول شماره‌ی هشت- توزیع نسبی گرایش نسبت به حجاب و ابعاد آن

ردیف	گرایش به حجاب و ابعاد آن	شناخت	احساس	رفتار	گرایش
۱	خیلی کم	۷/۶۱	۱۱/۲۷	۱۵/۱۰	۱۱/۳۲۷
۲	کم	۲۳/۰۴	۲۳/۷۵	۳۲/۰۲	۲۶/۲۷
۳	زیاد	۴۲/۲۹	۳۷/۳۴	۳۶/۴۵	۳۸/۶۹۳
۴	خیلی زیاد	۲۷/۰۷	۲۷/۶۲	۱۷/۳۱	۲۴
	مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	میانگین	۲/۸۸۵	۲/۸۱۳	۲/۴۶۸	۲/۷۲۲

جدول شماره‌ی هشت نشان دهنده‌ی میزان گرایش به ابعاد مختلف گرایش به حجاب است. با توجه به داده های جدول فوق و بر اساس استناد به میانگین ابعاد، بعد شناختی ۲/۸۸۵ قوی‌ترین و مهم‌ترین بعد گرایش به حجاب است. بعد از بعد شناختی به ترتیب ابعاد احساس ۲/۸۱۳ و رفتار ۲/۴۶۸ بیش‌ترین میانگین را در گرایش به حجاب داشته‌اند.

۳- عوامل مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

عوامل مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب به شرح جدول زیر خلاصه شده‌است.

جدول شماره‌ی نه-عوامل مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

ردیف	عوامل	فردی	اجتماعی	فرهنگی	خانوادگی	اقتصادی
۱	اصلا	۱۲/۴۳	۱۲/۵۱	۱۲/۲۰	۱۱/۳۰	۱۲/۸۳
۲	خیلی کم	۸/۳۷	۸/۶۲	۸/۷۷	۷/۳۷	۷/۸۰
۳	کم	۱۲/۱۲	۱۱/۰۶	۱۲/۹۷	۹/۱۷	۱۱/۵۶
۴	تا حدی	۲۴/۲۳	۲۳/۲۴	۲۶/۹۵	۲۲/۸۲	۲۶/۵۰
۵	زیاد	۲۴/۴۴	۲۴/۶۰	۲۲/۷۲	۲۵/۱۲	۲۲/۵۶
۶	خیلی زیاد	۱۸/۳۶	۱۹/۹۳	۱۶/۳۸	۲۴/۲۲	۱۸/۷۰
۷	مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۸	میانگین	۲/۹۵	۲/۹۸	۲/۸۸	۳/۱۶	۲/۹۴

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

جدول شماره‌ی نه نشان‌دهنده‌ی میزان تأثیر عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی و اقتصادی بر گرایش به حجاب است. با توجه به داده‌های جدول فوق و بر اساس استناد به میانگین عوامل، عامل خانوادگی ۳/۱۶ قوی‌ترین و مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر گرایش به حجاب از نظر پاسخ‌گویان است. بعد از عامل خانوادگی به ترتیب عوامل اجتماعی ۲/۹۸، فردی ۲/۹۵، اقتصادی ۲/۹۴ و فرهنگی ۲/۸۸ بیش‌ترین تأثیر را در گرایش به حجاب داشته‌اند.

عوامل مؤثر بر حجاب در پنج مقوله مورد مطالعه قرار گرفت به‌طوری‌که در هر مقوله تأثیر گویه‌های مرتبط با آن مقوله بر حجاب مورد سنجش و ارزیابی از دیدگاه پاسخ‌گویان قرارگرفت. آزمون فرضیه‌ها و سنجش رابطه بین عوامل مختلف با گرایش نسبت به حجاب در جدول زیر خلاصه گردیده‌است.

جدول شماره‌ی ده-گرایش نسبت به حجاب و عوامل مختلف مؤثر بر آن

متغیّر مستقل	نام آزمون	مقدار آزمون	سطح معنی داری.Sig
عامل فرهنگی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۵۷۵**	۰/۰۰۰
عامل اجتماعی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۵۴۲**	۰/۰۰۰
عامل خانوادگی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۵۳۱**	۰/۰۰۰
عامل فردی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۵۲۹**	۰/۰۰۰
عامل اقتصادی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۴۴۴**	۰/۰۰۰

** در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

هم چنان که مقدار آزمون و سطح معنی‌داری آن نشان می‌دهد از پنج عامل مؤثر بر حجاب، هر پنج عامل رابطه‌ی معنی‌دار با گرایش به حجاب دارند و همه‌ی آن‌ها دارای رابطه‌ی مثبت با گرایش به حجاب هستند. بررسی نشان داد که عوامل فرهنگی، اجتماعی، خانوادگی، فردی و اقتصادی به ترتیب اهمیت، دارای رابطه‌ی معنی‌دار مثبت با گرایش به حجاب هستند.

٤ - عوامل زمینه‌ای مؤثر بر گرایش نسبت به حجاب

عوامل زمینه‌ای مؤثر بر حجاب در هفت مقوله مورد مطالعه قرارگرفت، به طوری‌که در هر مقوله تأثیر گویه‌های مرتبط با آن مقوله بر حجاب مورد سنجش و ارزیابی از دیدگاه پاسخ گویان

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

قرار گرفت. آزمون فرضیه‌ها و سنجش رابطه بین عوامل زمینه ای مختلف با گرایش نسبت به حجاب در جدول زیر خلاصه گردیده‌است.

جدول شماره‌ی یازده-رابطه بین متغیّرهای زمینه‌ای با گرایش نسبت به حجاب

متغیّر های مستقل	ازمون	مقدار	سطح معنی داری
سن	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۱۳۸**	۰/۰۰۲
صداقت	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۱۲۳**	۰/۰۰۶
درآمد	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۱۸۰**	۰/۰۰۰
مصرف رسانه ای	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۱۱۱*	۰/۰۱۲
اعتماد	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۰۴۶	۰/۳۰۴
تحصیلات	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۰۴۲	۰/۳۵۲
طبقه‌ی اجتماعی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۰۲۸	۰/۵۳۷

* در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

هم چنان که مقدار آزمون وسطح معنی‌داری آن نشان می‌دهد از هفت متغیّر زمینه‌ای، تعداد چهار متغیّر دارای رابطه معنی‌دار با گرایش به حجاب هستند که از میان آن‌ها صداقت و سن دارای رابطه مثبت و مصرف رسانه‌ای و درآمد، دارای رابطه‌ی منفی با گرایش به حجاب می‌باشند. بررسی نشان داد که متغیّرهای زمینه ای اعتماد، طبقه اجتماعی و تحصیلات، ارتباط معنی‌داری با گرایش به حجاب ندارند درحالی که متغیّرهای زمینه ای سن، درآمد، صداقت و مصرف رسانه ای به ترتیب اهمیت، دارای رابطه‌ی مثبت یا منفی معنی‌دار با گرایش به حجاب هستند.

٤-١- انواع مصرف رسانه‌ای و گرایش به حجاب

رابطه بین انواع مصرف رسانه‌ای با گرایش به حجاب با استفاده از آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون مورد سنجش قرار گرفت که نتایج حاصل در جدول زیر خلاصه شده است.

جدول شماره‌ی دوازده-رابطه بین انواع مصرف رسانه‌ای و گرایش به حجاب

متغیّر مستقل	نام ازمون	مقدار ازمون	سطح معنی داری.Sig
تلویزیون داخلی	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۲۶۴**	۰/۰۰۰
اینترنت	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۲۰۱**	۰/۰۰۰
ماهواره	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۱۵۹**	۰/۰۰۰
رادیو	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۱۳۸**	۰/۰۰۲
موبایل	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۰۹۹*	۰/۰۲۶
کتاب	ضریب هم‌بستگی پیرسون	-۰/۰۷۳	۰/۱۰۱
روزنامه و مجله	ضریب هم‌بستگی پیرسون	۰/۰۳۸	۰/۳۹۰

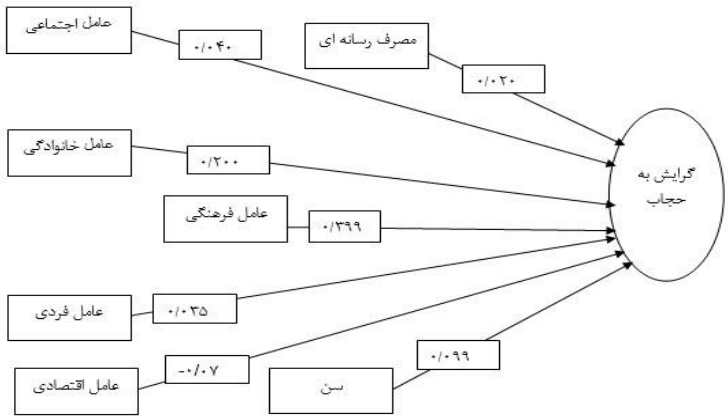
* در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

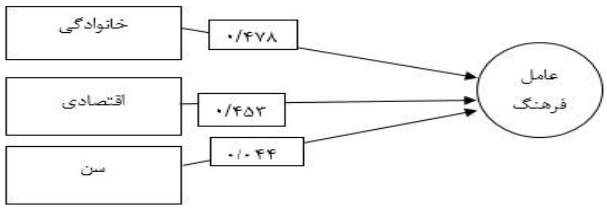
هم چنان‌که مقدار آزمون وسطح معنی‌داری آن نشان می‌دهد از هفت وسیله‌ی ارتباطی، تعداد پنج وسیله دارای رابطه‌ی معنی‌دار با گرایش به حجاب هستند که از میان آن‌ها تلویزین داخلی و رادیو دارای رابطه‌ی مثبت و اینترنت، ماهواره و موبایل دارای رابطه‌ی منفی با گرایش به حجاب هستند. بررسی نشان داد که وسایل ارتباطی یعنی کتاب، مجله و روزنامه ارتباط معنی‌داری با گرایش به حجاب ندارند، درحالی که وسایل ارتباط جمعی الکترونیکی تلویزیون، اینترنت، ماهواره، رادیو و موبایل به ترتیب اهمیت دارای رابطه مثبت یا منفی معنی‌دار با گرایش به حجاب هستند.

۵- تحلیل مسیر

۵-۱- نمودار مسیر

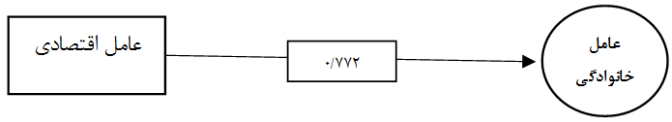


شکل شماره‌ی دو-مرحله اول نمودار مسیر

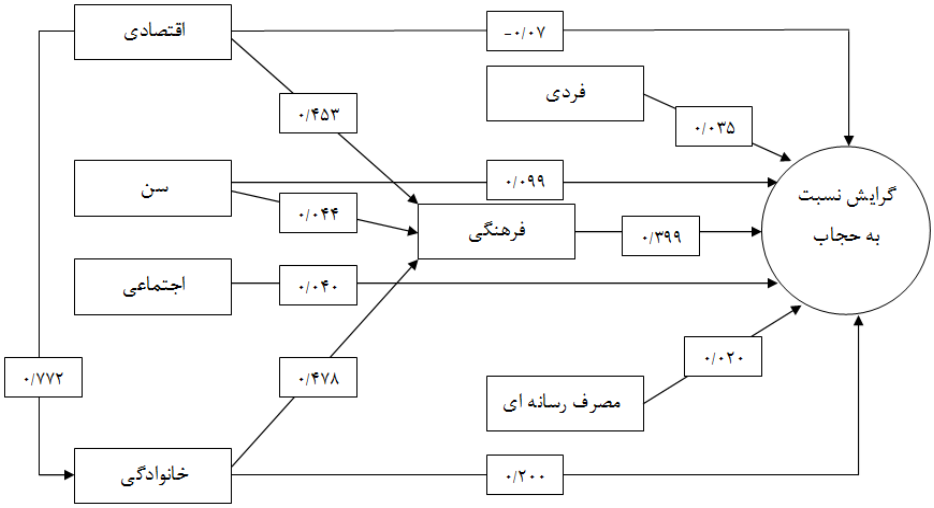


شکل شماره‌ی سه- مرحله‌ی دوم نمودار مسیر

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]



شکل شماره‌ی چهار- مرحله‌ی سوم نمودار مسیر



شکل شماره‌ی پنج- نمودار نهایی تحلیل مسیر

جدول شماره‌ی سیزده-اثرات مستقیم و غیر مستقیم

متغیّرهای مستقل	اثرات مستقیم	اثرات غیر مستقیم	مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم
فرهنگی	۰/۳۹۹	–	۰/۳۹۹
خانوادگی	۰/۲۰۰	۰/۱۹۰	۰/۳۹۰
سن	۰/۰۹۹	۰/۰۱۷	۰/۱۱۶
اقتصادی	-۰/۰۷۰	۰/۴۸۱	۰/۴۱۱
اجتماعی	۰/۰۴۰	–	۰/۰۴۰
فردی	۰/۰۳۵	–	۰/۰۳۵
مصرف رسانه‌ای	۰/۰۲۰	–	۰/۰۲۰

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

جدول شماره‌ی سیزده نشان دهنده‌ی تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل متغیّرهای الگوی تحلیلی تحقیق است. با توجه به داده‌های جدول فوق و بر اساس استناد به آثار مستقیم متغیّرها، متغیّر فرهنگی ۰/۳۹۹ قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌ی گرایش به حجاب است. بعد از متغیّر فرهنگی به ترتیب متغیّرهای خانوادگی ۰/۲۰۰، سن ۰/۰۹۹، اقتصادی ۰/۰۷۰-، اجتماعی ۰/۰۴۰، فردی ۰/۰۳۵ و مصرف رسانه ای ۰/۰۲۰ بیش‌ترین تأثیر مستقیم را در گرایش به حجاب داشته‌اند. با توجه به داده‌های جدول فوق و بر اساس استناد به آثار غیر مستقیم متغیّرها، متغیّر اقتصادی ۰/۴۱۱ قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی کننده گرایش به حجاب است. بعد از متغیّر اقتصادی به ترتیب متغیّرهای خانوادگی ۰/۱۹۰ و سن ۰/۰۱۷ بیش‌ترین تأثیر غیرمستقیم را در گرایش به حجاب داشته‌اند.

با توجه به داده‌های جدول فوق و بر اساس استناد به آثار متغیّرها در کل، متغیّر اقتصادی ۰/۴۱۱ قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی کننده گرایش به حجاب است. بعد از متغیّر اقتصادی به ترتیب متغیّرهای فرهنگی ۰/۳۹۹، خانوادگی ۰/۳۹۰، سن ۰/۱۱۶، اجتماعی ۰/۰۴۰، فردی ۰/۰۳۵ و مصرف رسانه‌ای ۰/۰۲۰ بیش‌ترین تأثیر را در گرایش به حجاب داشته‌اند.

نتیجه گیری

این مطالعه به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب در میان شهروندان شهر گرگان پرداخته است. هدف اصلی این تحقیق این است که میزان گرایش به حجاب در میان شهروندان شهر گرگان شناسایی شود و هم‌چنین عواملی که بر گرایش نسبت به حجاب تأثیرگذارند تعیین‌گردد. برای تحقق این هدف عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، خانوادگی و فرهنگی و متغیّرهای زمینه ای مانند سن، جنسیت، تحصیلات، مصرف رسانه ای، وضعیت تأهل و ... مورد مطالعه قرارگرفتند.

با توجه به یافته‌های پژوهش از میان ابعاد مختلف گرایش به حجاب، بعد شناختی قوی‌ترین و مهم‌ترین بعد گرایش به حجاب است. بعد از بعد شناختی به ترتیب ابعاد احساس و رفتار بیش‌ترین میانگین را در گرایش به حجاب داشته‌اند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی، اجتماعی، خانوادگی، فردی و اقتصادی به ترتیب اهمیت، دارای رابطه معنی‌دار مثبت با گرایش به حجاب هستند. که این یافته‌ها با نتایج تحقیق رضایی (۱۳۸۲) نیز سازگار است. طبق یافته‌های تحقیق از میان متغیّرهای زمینه‌ای، متغیّرهای صداقت و سن دارای رابطه مثبت و مصرف رسانه‌ای و درآمد دارای رابطه‌ی منفی با

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

گرایش به حجاب هستند و ترتیب اهمیت آن‌ها به صورت سن، درآمد، صداقت و مصرف رسانه‌ای است.

یافته‌ها هم‌چنین نشان داد که متغیّرهای زمینه‌ای اعتماد، طبقه‌ی اجتماعی و تحصیلات، ارتباط معنی‌داری با گرایش به حجاب ندارند. در این پژوهش معنادار بودن رابطه‌ی سن با گرایش به حجاب با نتایج تحقیق احمدی و همکاران (۱۳۸۹) مطابقت دارد در حالی‌که در مورد متغیّر تحصیلات، این مطابقت وجود ندارد.

نتایج حاصل از بررسی بیش‌تر در رابطه بین متغیّر زمینه‌ای مصرف رسانه‌ای و گرایش به حجاب نشان می‌دهد که از میان هفت وسیله‌ی ارتباطی، وسایل ارتباط جمعی الکترونیک تلویزیون داخلی و رادیو دارای رابطه‌ی مثبت و اینترنت، ماهواره و موبایل دارای رابطه‌ی منفی با گرایش به حجاب هستند و ترتیب اهمیت آن‌ها به صورت تلویزیون، اینترنت، ماهواره، رادیو و موبایل است. وسایل ارتباطی مکتوب یعنی کتاب، مجله و روزنامه ارتباط معنی‌داری با گرایش به حجاب ندارند.

بر اساس استناد به آثار مستقیم متغیّرها در پژوهش، متغیّر فرهنگی قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی کننده‌ی گرایش به حجاب است. بعد از متغیّر فرهنگی به ترتیب متغیّرهای خانوادگی، سن، اقتصادی، اجتماعی، فردی و مصرف رسانه‌ای بیش‌ترین تأثیر مستقیم را در گرایش به حجاب داشته‌اند و بر اساس استناد به آثار غیر مستقیم متغیّرها، متغیّر اقتصادی قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی کننده گرایش به حجاب است. بعد از متغیّر اقتصادی به ترتیب متغیّرهای خانوادگی و سن بیش‌ترین تأثیر غیرمستقیم را در گرایش به حجاب داشته‌اند و بر اساس استناد به آثار متغیّرها در کل، متغیّر اقتصادی قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی کننده گرایش به حجاب است. بعد از متغیّر اقتصادی به ترتیب متغیّرهای فرهنگی، خانوادگی، سن، اجتماعی، فردی و مصرف رسانه‌ای بیش‌ترین تأثیر را در گرایش به حجاب داشته‌اند.

پیشنهادها:

بر اساس نتایج و یافته‌های این تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱ - حمایت مادی و معنوی از نرم فزارهای موبایل که راهکارهای تازه و جذاب برای توسعه‌ی فرهنگ حجاب ارائه می‌کنند و تشویق تولیدکنندگان آن‌ها.

۲ - تهیه‌ی فیلم با هدف آگاهی از فواید حجاب و پخش آن از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای.

۳ - ایجاد وبلاگ‌ها و تالارهای گفتمان در اینترنت با موضوع حجاب.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

۴ – تهیه‌ی فیلم وگزارش از زندگی زنان فعال و موفق درعرصه‌های خانوادگی، مدیریتی، علمی، فرهنگی و هنری با محوریت موضوع "حجاب" و پخش آن در تلویزیون و رادیو، به منظور افزایش بعد احساسی و رفتاری گرایش نسبت به حجاب در مردم.

۵ – برگزاری نمایشگاه‌های فصلی در زمینه‌ی لباس و پوشش‌های مذهبی و ملی با قیمت مناسب.

۶ – حمایت از طراحان پوشش مذهبی و ملی و معرفی آن‌ها در عرصه‌های بین‌المللی از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و رسانه‌ی داخلی.

۷ – استفاده از اینترنت به عنوان ابزاری مثبت در جهت ترویج و ارائه الگوهای مختلف پوشش اسلامی.

۸ – به تصویر کشیدن معضلات عدم توجه به حجاب و اثرات ناشی از آن از طریق ساخت فیلم‌های تلویزیونی.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

منابع

۱. آقایانی چاوشی، اکبر، طالبیان، داوود، حبیبی، مهدی، احسانیان مفرد، اکرم، کاتب، زهرا، دهاقین، وحیده (۱۳۸۹) «حجاب برتر: مقایسه‌ی دیدگاه کارکنان و مراجعه کنندگان زن به مراکز درمانی»، **مجله‌ی تحلیلی دانشگاه علوم پزشکی**، سال اول، شماره‌ی ۲، صفحه‌ی ۲۳-۳۸.

۲. احمدی، خدابخش، بیگدلی، زهرا، مرادی، آزاده و فتحا... سیداسماعیلی (۱۳۸۹) «رابطه اعتقاد به حجاب و آسیب پذیری فردی، خانوادگی و اجتماعی»، **نشریه‌ی علوم رفتاری**، سال چهارم، شماره‌ی۲. صفحه ۶۴-۸۱.

۳. اسماعیلی، غلامرضا (۱۳۸۴) «جهانی شدن یا جهانی سازی»، **ماهنامه‌ی تدبیر**، سال پانزدهم، شماره‌ی ۱۵۵، فروردین، صفحه‌ی ۸۲-۱۰۳.

۴. ایران‌نژاد، علیرضا (۱۳۸۵) پژوهش «تدوین مبانی مفروضات اساسی فرهنگ کشور»، تهران، وزارت خارجه.

۵. رکنی لموکی، محمدتقی (۱۳۸۵) **احکام آراستگی ظاهری**، پژوهشکده‌ی تحقیقات اسلامی، قم، زمزم هدایت.

۶. حبیبی، مهدی (۱۳۸۹)« بررسی دیدگاه جوانان و میان‌سالان راجع به حجاب برتر»، **نشریه‌ی علوم رفتاری**، سال چهارم، شماره‌ی ۱. ص ۱۲۳-۱۴۷.

۷. دشت‌آبادی، مصطفی (۱۳۹۳) خطبه نماز جمعه عنبرآباد، ۲۰ تیر، آدرس اینترنتی: http://tnews.ir/news/E78227647759.html.

۸. حسینی دوست، سید مرتضی (۱۳۸۰) **« بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به پوشش زنان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»**، مقطع کارشناسی ارشد رشتهٔ جامعه شناسی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.

۹. خادمی، عین-الله (۱۳۷۹) «**بررسی عوامل مؤثر درونی کردن ارزش‌های اسلامی در دانش-آموزان، از دیدگاه مربیان تربیتی ناحیه‌ی ۲ آموزش و پرورش قم»**، تهران، انتشارات اداره کل آموزش و پرورش.

۱۰. رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۲) «**سنجش نگرش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی»**، تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی.

۱۱. رضایی، محمد حسین (۱۳۸۲) **«تحلیل جامعه شناختی پوشش اسلام»** ، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی ومطالعات فرهنگی وزارت علوم تحقیقات و فناوری.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

۱۲. شجاعی، عبدالعارف و بیگی‌زاده، فاطمه (۱۳۹۱) «**بررسی تأثیر عوامل مختلف بر فرهنگ حجاب و عفاف و ارزش‌های اخلاقی در دبیرستان‌های شهرستان گرگان**»، فصلنامه ی علمی تخصصی **حبل‌المتین** ، دوره‌ی اول، شماره‌ی ۰,۴ (پیش شماره‌ی سوم)، پاییز ، صفحه ۱۰۷-۱۲۵.

۱۳. علوی، حمیدرضا و رضیه حجتی (۱۳۸۶) «عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان» ، **تربیت اسلامی**، سال ۲، شماره‌ی ۴. صفحه ۵۸-۷۶.

۱۴. علی مرتضی، مطهره (۱۳۸۶) «عفت حجاب و دیدگاه‌ها»، نشریه‌ی **مباحث بانوان شیعه**، شماره ۱۱، صفحه‌ی ۲۲۹-۲۵۰ .

۱۵. فقی رسول، جمال محمد (۱۳۸۳) **«زن در اندیشه اسلامی»**، ترجمه‌ی محمود ابراهیمی، تهران، احسان.

۱۶. حجت الاسلام عادلی نژاد سرپرست دفتر نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه علوم پزشکی اهواز، سومین جلسه کمیته هماهنگی فعالیت های فرهنگی معاونت غذا و داروی دانشگاه اهواز (۱۳۹۲)، ۸ دی، آدرس اینترنتی: http://www.iqna.ir/fa/News/1348229.

۱۷. مکارم شیرازی،ناصر (۱۳۸۱) **تفسیر نمونه**، ج ۱۴، ص ۴۳۶- ۴۴۵. دارالکتب الاسلامیه. چاپ ۲۳.

۱۸. مودودی، ابوالاعلی، **الحجاب**، بیروت، مؤسسه الرساله، بی تا.

۱۹. واتسون، هلن (۱۳۸۲) «زنان و حجاب»، ترجمه مرتضی بحرانی، **فصلنامه‌ی کتاب زنان**، سال پنجم، ش ۲۰.

20. Kilic, S., S. Saharso & B. Sauer (2008), «Introduction.The Veil: Debating citizenship, gender and religious diversity» Special issue Social Politics. International Studies in Gender, State and Society 16(4), pp. 397-410.

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

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

23. Tarlo, E. (2007), «Hijab in London: Metamorphosis, Resonance and Effects», Journal .of Material Culture, Vol. 12, No. 2, pp. 131–156

24. 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.

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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]