

بدحجابی؛ واکنش سوژه به تأیید اجتماعی

حسن مؤمنی^۱ و دکتر عبدالحسین کلانتری^۲

تاریخ وصول: ۹۵/۳/۱۹

تاریخ پذیرش: ۹۵/۷/۱۱

چکیده:

مسئله‌ی بدحجابی را می‌توان از جهات مختلفی مانند واکاوی ریشه‌ها یا پیامدها، در حوزه‌های مختلف تاریخی، جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، علوم سیاسی و حتی علوم اقتصادی مورد بحث و بررسی قرار داد. در این نوشتار برآنیم در حوزه‌های علوم اجتماعی با بررسی بدحجابی به‌عنوان واکنش سوژه به تأیید اجتماعی به بررسی این موضوع بپردازیم. روش تحقیق حاضر پیمایشی و از طریق پرسشنامه انجام شده است. از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. نمونه‌ی منتخب متشکل از تعداد ۳۰۰ نفر خانم بالاتر از ۱۴ سال در شهر اهواز است. در مجموع ۹ فرضیه مطرح شده، ۸ فرضیه رابطه‌ی همبستگی معناداری با متغیر وابسته داشتند؛ همچنین نتایج رگرسیون نشان داد پنج متغیری که در نهایت در مدل ماندند به میزان ۷۵ درصد واریانس متغیر وابسته یعنی تأیید اجتماعی را تبیین نمودند. نتایج معادله‌ی ساختاری نیز مؤید نتایج رگرسیون بود. بدحجابی قصدمند به انحاء مختلف در پاسخ به تأیید اجتماعی از سوی دیگران مذکر می‌باشد و زوایای آن حاکی از تغییر ارزش حجاب می‌باشد و از عنصری حافظ شخصیت و معنویت به رسانه‌ای جهت مقبولیت و تأیید اجتماعی دیگران در حرکت است.

مفاهیم کلیدی: سوژه، تأیید اجتماعی، بدحجابی، دختران

^۱ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران (نویسنده‌ی مسؤل) hasan1841@gmail.com

^۲ دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران abkalanitari@ut.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

ارزش‌ها پدیده‌های اجتماعی هستند که معیارهای قضاوت اخلاقی ما درباره‌ی کنش‌های انسانی و نیز مهم‌ترین بخش فرهنگ جامعه را تشکیل می‌دهند. بخشی که هم به‌عنوان تعیین‌کننده‌ی هدف‌ها و هم به‌عنوان راهنمای رفتار اعضای جامعه عمل می‌کنند (آلن بیرو، ۱۳۷۰: ۲۴۵) و نقش اساسی در شکل‌گیری، کنترل و پیش‌بینی کنش‌ها^۱ و گرایش‌های^۲ افراد جامعه دارند و عنصری مرکزی در ساختار فرهنگی جوامع به‌شمار می‌روند (مرادی، ۱۳۹۱: ۴۳).

از طرفی در ساختار فرهنگی، تأیید دیگران برای هر فرد در روابط اجتماعی از ارزش بالایی برخوردار است. در تمام سطوح جامعه‌ی بشری، انسان‌ها یکدیگر را با توجه به توانایی‌ها و ظرفیت‌های شخصی خود، مورد تأیید قرار می‌دهند و انسان به‌گونه‌ای مطرح می‌شود که تأیید یا عدم تأیید دیگران را با خود به همراه می‌آورد (ویکی^۳ و همکاران، ۲۰۱۳: ۷۶).

در این میان شناسایی جایگاه سوژه و جایگاه واقعیت اهمیت پیدا می‌کند، دسته‌ای از جامعه‌شناسان معتقدند واقعیت اجتماعی در خارج از ذهن انسان‌ها قرار دارد، مانند دورکیم^۴ و مارکس^۵. در این حالت فرد کمتر سوژه است و بیشتر محصول و محصور در ساختارها و نهادهای اجتماعی می‌باشد و هیچ نقشی و دخالتی در چگونگی واقعیت‌ها ندارد. در نتیجه، این دسته طرفدار اصالت جامعه هستند. دسته‌ی دوم بر این باورند که واقعیت‌ها اموری ذهنی و برساخته‌ای اجتماعی است. وبر این اعتقاد را مطرح می‌کند. فیلسوف اطریشی ادموند هوسرل^۶ نیز با بنیان‌گذاری پدیدارشناسی^۷ این تفکر را تئوریزه کرد و در حوزه‌ی جامعه‌شناسی آلفرد شوپس پدیدارشناسی اجتماعی^۸ را مطرح کرد و امروزه پیتر برگر^۹ و توماس لوکمن^{۱۰} (۱۹۸۶)، از پیروان و صاحب‌نظران این ایده هستند. این دسته سوژه را به حد اعلای خود مختاری تصور می‌کنند. از این‌رو، آنان به اصالت فرد

¹ actions

² attitude

³ Vicky

⁴ durkheim

⁵ Karl Mark

⁶ Husserl

⁷ phénoménologie

⁸ phénoménologie social

⁹ Berger

¹⁰ Luckman

مشهور هستند. دسته‌ی سوم معتقدند که انسان نه اسیر ساختار آن‌طوری که دسته‌ی اول می‌اندیشند، است و نه سوژه‌ی مطلق، آن‌گونه که پدیدارشناسان معتقد هستند، بلکه انسان در نوسان بین این دو حالت سوژه‌بودگی و محصور بودگی در حال حرکت است. پیر بوردیو^۱ و آنتونی گیدنز به درجات مختلف «عاملیت» در این دسته قرار دارند. البته بسته به میزان آگاهی فرد و شناخت او بین سوژه‌بودگی و محصور بودگی در نوسان است. یعنی هر چقدر فرد آگاه‌تر باشد، بیشتر به عاملیت و سوژه‌بودگی نزدیک شده و هر چقدر کمتر از آگاهی برخوردار باشد، بیشتر مطیع ساختارهای جامعه خواهد بود (ریتزر، ۱۳۸۹: ۴۸۱).

با عنایت به جایگاه سوژه و واقعیت و ساختارهای ارزشی و فرهنگی در جامعه، یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که انسان جایگاه واقعی خود را به دیگران نمایش می‌دهد؛ وضعیت پوشش و لباس می‌باشد. گو اینکه لباس و حجاب به‌عنوان رسانه‌ی ارتباطی از یک‌سو تحت تأثیر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است و از سوی دیگر، متأثر از کنشگران زن و مرد اجتماعی (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۳-۴). این شکل ظاهری که نوع رفتارهای انسان‌ها را نمایش می‌دهد را بر اساس مطالعات دینی، تحقیقات مردم‌شناسانه و باورهای روانشناسی جنسی، می‌توان در چهار نیاز انسان خلاصه کرد؛ ۱- نیازهای طبیعی مانند (حفاظت در مقابل سرما و گرما؛ ۲- نیازهای درونی مانند (حفظ عفت و پوشاندن عورات و زشتی‌ها)؛ ۳- نیازهای روانی مانند (آراستگی و زیبایی) و نیازهای اجتماعی مانند (حفاظت از بلا و سختی‌ها) (رستگار خالد و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰-۸). اگر هر کدام از این نیازها را نیک بنگریم می‌توان رفتار انسان را نتیجه‌ی فرآیند پردازش شده‌ی درونی او دانست؛ خواه این فرآیند آگاهانه باشد یا ناخودآگاه، این فرآیند حاصل از ربط و تعاملی است که بین یک محرک یا سائق درونی یا بیرونی از یک‌سو و ساختار پردازش‌گر ذهن روان از سوی دیگر رخ می‌دهد.

کسب تأیید بیرونی و پذیرش اجتماعی نیز از این مقوله بوده و در همین فرایند قابل تفسیر است؛ و از آنجا که تمایل به مورد تأیید قرار گرفتن یک نیاز و اصل مشترک بین تمام انسان‌هاست و همه‌ی انسان‌ها ذاتاً به آن تمایل دارند، همه‌ی انسان‌ها تأیید و پذیرفته شدن توسط دیگران را دوست دارند و در جهت کسب آن تلاش می‌کنند (صالح‌پور و همکاران، ۱۳۸۸). به نظر راجرز^۲ از آنجا که انسان محبوب واقع شدن را بر حاجت‌های

^۱ Bourdieu

^۲ Rogers

واقعی خود مقدم می‌دارد. آهسته آهسته سانسور خود را شروع می‌کند. تمام خودسانسوری‌ها برای این است که محبوب واقع شود (همتی، ۱۳۸۶).

در واقع مقوله‌ی جذب و طرد در نوع انسان وجود دارد و افراد خواسته و یا ناخواسته از آن بهره می‌گیرند. وضع پوشش نیز نمایانگر چنین مقوله‌ای است و وضع پوشش هم می‌تواند با آراستگی و هم با ناآراستگی شکلی به خود گیرد، گاهی این ناآراستگی به شکل بدحجابی نمود پیدا می‌کند و برخی زنان، بدحجابی و خودنمایی جسمی بدن خود را در عرصه‌ی جلب توجه‌ی "دیگران مذکر" دنبال می‌نمایند و مورد توجه قرار گرفتن خود را از با نمایش ظاهری خود دنبال می‌نمایند. در این راستا، گلپز^۱ بر این باور است که نیاز زنان به تعقیب زیبایی و ارتقاء جذابیت خود، بیشتر از مردان است (شکرپیگی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۰-۹۲)؛ و همچنین گیدنز^۲ نیز معتقد است هنجارهای جذابیت جنسی بیشتر روی ظاهر فیزیکی زنان متمرکز است تا مردان (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۸۶-۱۸۴).

مسئله‌ی اجتماعی به شرایطی اطلاق می‌شود که غلط، مشکل‌زا، شایع و قابل تغییر باشد، اعتقاد به تغییر از دید ادعاسازان^۳ آشکار است (معیدفر، ۱۳۸۸: ۲۵ و همچنین سروسستانی، ۱۳۸۶). نیزیت^۴ نیز مسئله‌ی اجتماعی را با استمداد از دو وجه ذهنی/عینی بودن در نظر می‌گیرد که به ترتیب متضمن خودآگاهی و شیوه‌های رفتاری است که از افراد انسانی سر می‌زنند (معیدفر، ۱۳۸۵: ۲۳۶). درباره‌ی مسئله‌ی بدحجابی نیز، امروزه شاهد این هستیم که گروه‌های مختلف نخبگی، صاحب‌نظران و عوام در باب آن کنکاش نموده و هر کدام از دیدگاه و جهان‌بینی خود در باب آن بحث نموده‌اند. در سال‌های پس از انقلاب، به دلیل آسیب‌پذیری درونی جامعه و تهدیدهای بیرونی، انتقال فرهنگی حجاب با اختلال مواجه شد و رعایت نکردن حجاب اسلامی، موجب جریحه‌دار ساختن وجدان جمعی و تبدیل آن به مسئله‌ای اجتماعی شد (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۱ به نقل از محجوبی‌منش، ۱۳۹۱: ۲).

پرواضح است که بدحجابی یک پدیده‌ی اجتماعی چندبعدی^۵ متکثر و پیچیده است که با نظام‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در سطح کلان مرتبط بوده و در سطح خرد نیز، در ذیل خرده نظام‌های کلان قرار دارد. مسئله‌ی مطروحه این نوشتار یعنی بدحجابی،

¹ Glaser

² Giddens

³ claims-makers

⁴ Nisbet

⁵ multidimensional

نیز از دو بعد خرد و کلان قابل تصور است؛ در سطح کلان وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ تحول عمده‌ایی در گفتمان فرهنگی و اعتقادی ایجاد نمود به طوری که یکی از دستاوردهای فرهنگی، گسترش حجاب و محو بی‌حجابی و مظاهر آن در سطح کشور بود. این گفتمان در دهه‌ی اول بعد از پیروزی انقلاب مشهود است اما در سال‌های اخیر، به عقیده‌ی صاحب‌نظران و دلسوزان انقلاب و شواهد موجود، این مسئله کمتر مورد توجه بوده و با گسترش فزاینده مواجهه بوده‌ایم (محمدی، ۱۳۸۴) و در سطح خرد نیز که مطمح نوشتار حاضر می‌باشد، می‌توان از بدحجابی و مظاهر آن به‌عنوان خودنمایی، جلب توجه، جابجایی و وارونگی در ارزش‌ها، تفاوت در نگرش‌ها و دیدگاه‌ها نسبت به مقوله‌ی بدحجابی، واکنش به سطح پایین جایگاه اجتماعی و به‌طور کلی فرصتی برای ورود به مقاصد از راه نامتعارف دانست.

در واقع وقوع جنگ تحمیلی که حکومت و دولت در صدد بازسازی خرابی‌های ناشی از جنگ می‌شوند و با پیروی از مدل اقتصاد آزاد مدرنیزاسیون پیگیری می‌شود به گونه‌ای که در این زمان شاهد تغییر و تحول نظام ارزشی هستیم و نظام ارزشی پیش‌تر رنگ مادی به خود می‌گیرد و کشور به سمت ارزش‌های مادی مرتبط با جامعه‌ی مصرفی^۱ قدم می‌نهد و در آن میل به خودنمایی و تجمل‌گرایی اهمیت وافر می‌یابد و در چنین وضعیتی، پوشش زنان دچار تغییر می‌شود و حجاب اشکال مختلفی به خود می‌گیرد و مصادیق حجاب از پوشش کامل به نیمه‌کامل و از مدل متعارف به مدل نامتعارف گرایش می‌یابد.

با استحال‌ه‌ی ارزشی حجاب، یکی از مهم‌ترین پیامدهای آن، که در بستر چنین فضایی نضج می‌گیرد؛ میل کنش‌گران به جلب توجه‌ی دیگران به‌ویژه جنس مخالف است. کنش‌گر مؤنث به جای آنکه پذیرش اجتماعی خود را با حجاب مناسب نمایش دهد؛ متناسب با تغییر فضای ارزشی به هر نحوی در صدد جلب توجه‌ی "دیگران مذکر" بر می‌آید و برای رسیدن به این امر "کنش‌گران مؤنث" با تجربه‌ی زیسته‌ی خود یعنی بدحجابی سعی در جذب "دیگران مذکر" می‌نمایند. به فرض تأیید عبارت گفته شده، بدحجابی صرفاً در حد هنجاری نامتعارف و معارض نمانده؛ بلکه به‌مثابه میل سوژه به جلب توجه‌ی "دیگران مذکر" حرکت نموده است. به‌عبارتی دیگر، می‌توان گفت بدحجابی منحصر به مسئله‌ای اجتماعی نمانده (صرفاً در حد مسئله‌ای اجتماعی) و به سمت مسئله‌ای فرهنگی حرکت نموده است؛ چرا که افراد بدحجاب از آن به‌عنوان رسانه‌ای جهت جلب و توجه‌ی "دیگران مذکر" به اهداف متنوع و خاصه در این نوشتار ازدواج و

^۱ the consumer society

دوست‌یابی استفاده می‌نمایند. پرواضح هست که این روند از طرفی با فرهنگ و رسوم ایرانیان چندان سازگار نیست و از سوی دیگر، موجبات اختلال در نظام اجتماعی خواهد شد و بستر هنجارشکنی‌های بیشتر را فراهم خواهد کرد و به دنبال آن رواج آسیب‌ها و مشکلات اخلاقی و اجتماعی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

لذا، این نوع بدحجابی قصد شده جهت رسیدن به چنین اهدافی مطلوب هنجارهای کشور نیست و می‌تواند راه را بر روی هنجارشکنی‌های بیشتر باز نماید. بی‌توجهی به امر "بدحجابی با قصدمندی" و جلب دیگران به‌ویژه "دیگران مذکر" علاوه بر آثار و نتایج زیانبار آن برای نظام اجتماعی، از قبیل گسترش فساد و فحشاء، اضمحلال کانون خانوادگی، عقده‌مند کردن و سقوط شخصیت، بدآموزی، تخریب فرهنگ و میراث ملی و اسلامی (محمدی، ۱۳۸۴: ۴۹)؛ و قوام گرفتن دیگر هنجارشکنی‌ها اختلال در روند و تعاملات میان جنسیتی و ... میل سوژه به تداوم هنجارشکنی‌ها را نام برد.

با عنایت به مطالب فوق و اهمیت مسأله‌ی بدحجابی و آثار مخرب آن از جنبه‌ی فردی، اجتماعی و فرهنگی تحقیق حاضر در پی بررسی رابطه‌ی بدحجابی و تأیید اجتماعی می‌باشد.

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهند، در رابطه با حجاب کارهای فراوانی صورت گرفته است. برخی پژوهش‌ها از آن به‌عنوان متغیر مستقل و برخی هم به‌عنوان متغیر وابسته مورد کنکاش قرار داده‌اند؛ لذا، در محدوده‌ی مطالعاتی محقق، تحقیقی با موضوع مقاله‌ی حاضر یافت نشد. غالب تحقیقات انجام گرفته در زمینه‌ی حجاب بر روی عوامل و یا فاکتورهایی تأکید داشته‌اند، که گمان رفته است بر روی بی‌حجابی تأثیرگذار بوده‌اند و به‌طور کلی، بیشتر مطالعات حاضر دیدی دو متغیری و یا چند متغیری به موضوع داشته‌اند و موضوع حجاب در رابطه با یکی از مهم‌ترین نیازهای انسان یعنی «تأیید اجتماعی» مورد غفلت بوده است. با این حال به مقالات مشابه در این زمینه اشاره مختصری می‌گردد:

حسن‌پور در تحقیقی با عنوان «نگرش دانش‌آموزان دختر دوره‌ی متوسطه‌ی استان مازندران در مورد حجاب در سال تحصیلی ۱۳۷۳-۱۳۷۲»؛ به بررسی نگرش به حجاب با استفاده از پرسشنامه‌ی محقق ساخته و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای پرداخته است نتایج تحقیق عبارتند از:

۱- دانش‌آموزان تعریف حجاب را به ترتیب مانتو، شلوار، مقنعه، لباس معمولی و چادر روی آن، مانند شلوار و روسری دانسته‌اند.

۲- علیرغم ضروری دانستن حجاب از سوی اکثریت دانش‌آموزان، گروه قابل توجهی از آنان قادر به شناسایی محارم نبوده‌اند.

۳- عوامل مؤثر در نوع پوشش دانش‌آموزان به ترتیب: مادر، فرهنگ حاکم بر خانواده، انتظارات و اثرات مدرسه و در بدحجابی به ترتیب: عادت، ندانستن دلیل و میزان چگونگی حجاب مؤثر بوده است (حسن‌پور، ۱۳۷۳).

جهاد دانشگاهی تهران در پژوهشی با عنوان «نگرش زنان تهرانی نسبت به حجاب» با استفاده از ابزار پرسشنامه، ابعاد مختلف نگرش را از جمله بعد اعتقادی، رفتاری، احکام و ... را بر روی یک نمونه‌ی ۹۹۱ نفری سنجیده است. مهم‌ترین نتایج این پژوهش عبارتند از: ۷۳/۷ درصد از پاسخ‌گویان معتقد به حجاب، ۹/۹ درصد بی‌اعتقاد به حجاب و ۱۶/۳ درصد در حد متوسط به حجاب اعتقاد داشتند.

حجتی در سال ۱۳۸۶ در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان» به بررسی این موضوع پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که وضعیت دینی دانشجویان در بدحجابی آنان مؤثر است. وضعیت روانی دانشجویان در بدحجابی آنان مؤثر نیست. خصوصیات شخصی شامل رشته‌ی تحصیلی، تعداد واحد گذرانده، سن، معدل دیپلم و ... تأثیری در بدحجابی دانشجو ندارد. به جز متغیرهای علاقه‌مندی به رشته، اهمیت دادن به مدگرایی و میزان تضاد پوشش زن، با تلاش‌های اجتماعی، که این سه متغیر در بدحجابی تأثیر دارند. نگرش‌های سیاسی در بدحجابی تأثیرگذارند. وضعیت جسمانی در بدحجابی مؤثر نیست وضعیت اقتصادی و خانوادگی شامل متغیرهای متفاوتی بوده که بعضی از آنها از جمله تعداد کل افراد خانواده و وضعیت اقتصادی والدین بر بدحجابی دانشجویان تأثیر ندارند و متغیرهای اختلاف بین والدین، مدرک تحصیلی پدر و مادر، وضعیت اعتقادی والدین در بدحجابی دانشجویان مؤثر می‌باشد. خصوصیات دوستان در بدحجابی دانشجویان مؤثر نمی‌باشد (حجتی، ۱۳۸۶).

کرمانشاهیان در سال ۱۳۷۶ در تحقیقی با عنوان «گرایش به حجاب و برداشت از آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی شهر تهران و علل و عوامل جامعه‌شناختی آن» با استفاده از نظریه‌های دیویس، آبرکرامبی، مرتون، گیدنز، برگر ولوکمان، آلدفر به ارائه‌ی فرضیه‌ها و تنظیم پرسشنامه مبادرت کرده است. این تحقیق با استفاده از روش پیمایشی بر روی ۴۵۳ نفر از دانشجویان ۱۸ تا ۳۰ ساله دانشگاه‌های

دولتی و آزاد تهران به روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و اتفاقی به این نتیجه رسیده است: بین کسب پاداش و مجازات و رعایت حجاب، نیاز به روابط اجتماعی با افراد از گروه‌های مختلف، ارضای نیاز و احترام و تأیید از جانب گروه، وابستگی افراد گروه‌های مرجع و استفاده از رسانه‌ها، نظر دیگران مهم و گرایش به حجاب رابطه وجود دارد (کرمانشاهیان، ۱۳۷۶).

همچنین محققانی چون، رستگارخالد و همکارانش (۱۳۹۱)، محمدی (۱۳۸۴)، رجالی و همکاران (۱۳۹۱)، حبیبی (۱۳۸۹)، خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۱)، مؤمنی و همکاران (۱۳۸۹) در این زمینه به مطالعه پرداخته‌اند.

ب) تحقیقات خارجی

تحقیقات انجام شده پیرامون زیبایی و بدن در خارج از کشور در مقایسه با تحقیقات داخل کشور از حیث کیفیت و کمیت در مرتبه‌ی بالاتری قرار دارد. گروه تحقیقاتی داو^۱ در سال ۲۰۰۴ در پژوهشی با عنوان «زیبایی نقادانه»^۲ طی بررسی ۳۲۰۰ زن از ۱۰ کشور جهان در گروه سنی ۱۸ تا ۶۴ سال که به صورت پیمایش تلفنی انتخاب شده بودند، دریافتند که ۴۴ درصد از زنان بر این باور هستند که زیبایی مقوله‌ای فراتر از ویژگی‌های جسمانی است (تونی^۳، ۲۰۰۴: ۱۹).

در پژوهش دیگری با عنوان «زیبایی، نماد منزلت»^۴، نتایج به‌دست آمده نشان‌دهنده‌ی این نکته است که جذابیت صورت، تفاوت‌های قابل پیش‌بینی را در ارتباطات عام و خاص ایجاد می‌کند و نیز تأثیرات و جذابیت چهره می‌تواند در ترکیب با ویژگی‌های منزلتی دیگر دچار تغییر و تعدیل گردد (وبستر^۵، ۱۹۸۳: ۱۴۰).

در پژوهش دیگری، افرادی که به خاطر موانعی چون طبقه‌ی اجتماعی، فقر اقتصادی و ... قادر به تأمین چنین استانداردهایی نیستند، دچار بحران هویتی، عدم کفایت و ضعف اعتماد به نفس می‌شوند. فرهنگ مصرفی، انسان‌ها را تشویق می‌کند تا پوست، مخصوصاً پوست زنانه را به گونه‌ای تلقی کنند که لازم است همواره به منظور حفاظت در برابر گذر زمان روی آن کار مداوم صورت پذیرد تا بدین ترتیب، پوست بتواند ویژگی تفاوت جنسیتی

¹ Dove

² challenging beauty

³ Toni

⁴ beauty as status

⁵ Webster

خود را حفظ نماید. بدن نقش واسطی را بین مصرف و هویت فرد ایفاء می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل گردیده است. فرهنگ مصرفی، منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افراد قرار می‌دهد که بدن برای آن‌ها اهمیت دارد (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۲۳ به نقل از ترنز، ۱۹۹۶).

مبانی نظری پژوهش

با توجه به اینکه نظریه‌ی واحدی که بتواند بحث بدحجابی و تأیید اجتماعی را به‌طور مفصل تبیین نماید وجود ندارد؛ بنابراین از یک چارچوب نظری ترکیبی استفاده شده است. بر این اساس، چارچوب مقاله‌ی حاضر، ترکیبی از دیدگاه‌های جامعه‌شناسان متأخر یعنی گافمن، گیدنز، نظریه‌ی مبادله و کنش ابزاری وبری می‌باشد.

۱- نظریه گافمن

مکتب کنش متقابل نمادین از جمله مکاتبی است که موضوع بدن را مورد مذاقه قرار داده است. اروینگ گافمن^۱ بر این نکته تأکید می‌کند که بین خود اجتماعی و یا هویت اجتماعی با خود واقعی فاصله وجود دارد و افراد در هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌هایی از خود را به نمایش بگذارند که مورد تأیید و پذیرش دیگران قرار گیرد (ریتزر، ۱۳۸۰). وی با رویکرد نمایشی خود، نقش‌های اجتماعی و موقعیت‌های اجتماعی را تنها نمایش‌هایی می‌بیند که در زندگی روزمره اجرا می‌شوند. به باور گافمن افراد به وسیله‌ی نقش‌هایی که در این موقعیت‌ها اجرا می‌کنند شکل می‌گیرند و معنا می‌یابند. گافمن ضمن شرح خود به بدن نیز اشاره می‌کند، از دید وی عوامل بدنی یا جسمی نیز سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب نمایند کنشگران با توسل به همه‌ی روش‌های علامت‌دهی اجتماعی تلاش دارند دیگران را به خود جذب نمایند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۵۶).

از نظر گافمن صورت در تعامل چهره به چهره و نیز در عملکردهای اجتماعی از اهمیت زیادی برخوردار است. صورت اجتماعی یک صورت عمومی است و نیازمند تغییر نقاب موجود بر آن است. آرایش وسیله‌ای برای به‌دست آوردن این نقاب است تنها در شرایط احساس شدید تنهایی یا در حضور دوستان است که نقاب آرایش صورت کنار می‌رود و صورت خصوصی یا همان شخص واقعی ظاهر می‌شود (سینوت، ۱۹۹۰؛ به نقل از

^۱ Gufman

فاتحی، ۱۳۹۰). گافمن بیان می‌کند انسان‌ها میل به نمایش بدن خود برای تأثیرگذاری بر دیگران دارند. دلیل این امر آن است که توجه به بدن در سطح جهانی و در جوامع گوناگون، به شکل ارزش و هنجاری مرتبط با آن در حال گسترش است. از یک‌سو، انسان همواره خود را آن‌گونه که جمع می‌پذیرد، به نمایش می‌گذارد و از سوی دیگر، با توجه به همان ارزش‌های اجتماعی و ابزارهای موجود، سعی می‌کند تا با توجه و مراقبت بر بدن خود و به بیان دیگر، با مدیریت آن، بر دیگران تأثیر بگذارد. همان چیزی که وی آن را «مدیریت تأثیرگذاری» می‌نامد (خواجه‌نوری، ۱۳۹۰: ۱۲).

۲- گیدنز

آنتونی گیدنز معتقد است در جوامع مدرن و جوامعی که مدرنیته بدان‌ها راه یافته، در فرایند هویت‌یابی، دشواری‌ها و آشفتگی‌هایی به وجود می‌آید. رواج فردگرایی، مادی‌گرایی و لذت‌جویی در این‌گونه جوامع، جریان‌اتی بیمارگونه را گسترش می‌دهد که یکی از مظاهر آن، رواج خودشیفتگی و بروز شخصیت‌های خودشیفته است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۶: ۱۷۱). خودآرایی و تزئین خویشتن با پویایی شخصیت مرتبط است. در این معنا پوشاک از نظر گیدنز علاوه بر آن که وسیله‌ی مهمی برای پنهان‌سازی یا آشکارسازی وجوه مختلف زندگی شخصی است، نوعی وسیله‌ی خودنمایی نیز محسوب می‌شود؛ چرا که لباس آداب و اصول رایج را به هویت شخصی پیوند می‌زند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۷۸).

۳- مکتب مبادله

نقاط مرکزی و مهم نظریه‌ی مبادله بر اصل پاداش و تنبیه استوار است. بنابراین نظریه، پاسخ‌های فرد بر اصل پاداش و مجازات صورت می‌گیرد؛ یعنی فرد به آن جنبه‌هایی که پاداش به همراه دارد پاسخ نیک و از جنبه‌هایی که به تنبیه می‌انجامد اجتناب می‌ورزد (ادیبی و انصاری، ۱۳۸۳: ۲۵۴-۲۵۳). در نظریه‌ی مبادله، تأیید اجتماعی می‌تواند شامل همه‌ی پاداش‌هایی باشد که از یک «کنش» ناشی می‌شوند. به عبارتی؛ تأیید اجتماعی می‌تواند صورت‌های ملموس زیادی به خود گیرد. در نظریه‌ی مبادله به‌عنوان یک اصل کلی، موجودات در هر وضعیتی رفتارهایی را از خود ساطع می‌کنند که با بیشترین پاداش و کمترین مجازات تناسب داشته باشد (همان: ۲۶۳)؛ لذا می‌توان از اصل پاداش و تنبیه مکتب مبادله این‌طور بهره‌مند شد که هر چه کنشگر با بدحجابی در جذب دیگران مذكر

موفق بوده و یا تنبیهی که انتظار داشته بابت هنجارشکنی خود دریابد؛ مواجه نشده باشد، زمینه برای تکرار و هنجار شدن آن قوام می‌گیرد.

۴- ماکس وبر

از دیدگاه ماکس وبر، کنش ابزاری (معطوف به هدف) کنشی است که بر حسب جهت‌گیری عقلانی نسبت به یک سیستم از غایات و اهداف جداگانه‌ی فردی تعیین و طبقه‌بندی می‌شود که از چنین انتظاراتی به‌عنوان شرایط و وسایل برای دستیابی موفقیت‌آمیز و عقلانی کنشگر به اهداف انتخابی خویش استفاده می‌شود (آرون، ۱۳۸۴: ۵۸۶-۵۸۱) یا گونه‌ای عقلانیت عملی است که از هر شیوه‌ای از زندگی که فرد در آن اعمال دنیوی و تأثیرهای آنها را در خود ارزیابی کرده و مناسب‌ترین راه را برآورد می‌کند (دیلینی، ۱۳۹۰: ۲۰۸). به باور ترنر، فرض رویکرد گزینش عقلانی این است که انسان‌ها موجوداتی با قصد و نیت هستند. وی معتقد است که گزینش عقلانی، بهترین روشی است که منجر به حداکثر سود می‌شود (ترنر، ۱۳۷۲). نکته‌ی مهم این نظرات را می‌توان این‌طور در نظر داشت که کنشگر و سوژه جهت رسیدن به خواست و مقصد خویش که در اینجا جلب توجه جنس مذکر می‌باشد آگاهانه و گزینش‌گرانه دست به عمل می‌زند. بنابراین می‌توان از کنش ابزاری در این فرضیه بهره جست که کنشگر تعمداً با بکارگیری بدحجابی به مقصد خویش که می‌تواند از جلب توجه‌ی دیگران تا عرضه‌ی بدن خویش به دیگران در تنوع باشد، استفاده نمود.

اگر ذات مدرنیته را همان‌گونه که «وبر^۱» معلوم می‌کند عقلانیت ابزاری بدانیم، مدرنیته می‌تواند موجب معناداری از لباس گردد. عقلانیت ابزاری حکم می‌کند که لباس تن‌پوشی بیشتر نباشد. در این معنا، وجه کارکردی لباس بر وجه معنایی آن غلبه پیدا کرده و لباس وسیله‌ای برای حفظ تن می‌شود. با گسترش مدرنیته، معنای لباس به شدت دستخوش تغییر شد، لیکن از آنجا که به بیان «گیرتز»، ذات انسان معناساز است، هیچ‌گاه لباس بی‌معنی نشد (فکوهی، ۱۳۸۲؛ موریس، ۱۳۸۳؛ اشنايدر و بارسو، ۱۳۸۴).

۵- ویلن

از دیدگاه ویلن، تحت فرایندهای تولید صنعتی و البته به خاطر دلایل کارکردی در جهان مدرن، لباس‌ها به شدت تغییر کردند، اما خصلت تمایزساز جوامع، مانع از آن شد که

^۱ Weber

لباس‌ها صرفاً حالتی کارکردی داشته باشند، از این جهت، همواره میان زنان و مردان، ثروت‌مندان، میانه‌حالان و فقرا تفاوتی در سبک لباس بود. مرقه‌پان سعی کردند برای خود نشانه‌هایی در سبک پوشش ایجاد کنند. «وبلن»^۱ با رویکرد نظری خاص خود فرایند تولید این نشانه‌ها را به خوبی نشان می‌دهد. از نظر او، یگانه منطق حاکم بر حیات طبقه‌ی مرفه، «تظاهر» است. تظاهر موجب می‌شود که طبقه‌ی مرفه دست به مصرفی بزند که بیشتر نوعی «رخ‌نمایی» ثروت و توان خرید است تا نیاز. از نظر او، قاعده‌ی ضایع کردن تظاهری کالا، با نمایش دادن لباس، خود را به‌طور بارزی نشان می‌دهد، گر چه همه‌ی مصرف‌های دیگری که در ارتباط با اصل اعتبار مالی هستند، می‌توانند نمونه‌ی روشن‌گری باشند ... اما صرف هزینه در راه لباس، این مزیت را بر دیگر روش‌ها دارد که لباس، همیشه در معرض دید دیگران است و با یک نگاه، وضعیت مالی شخص را به بیننده معرفی می‌کند (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۹۱). او بصیرت‌های جذاب دیگری را هم درباره‌ی لباس زنان، خدمت‌کاران، کشیشان، تغییر مد و ارتباط آن‌ها با اصولی نظیر اعتبار مالی، اصل اشتها، بردگی و اربابی و مردسالاری ارائه می‌دهد؛ گر چه گاهی به نظر غلوآمیز می‌آیند (همان: ۲۰۷-۱۹۱).

دیاگرام متغیرهای پژوهش

جدول ۱: متغیرهای پژوهش

متغیرها تحلیل	نظریه‌ی استنتاجی	مقیاس	
		متغیر وابسته	تأیید اجتماعی
ابعاد			
تک عاملی	پرسشنامه‌ی پذیرش اجتماعی (کراون و مارلو)		
فردی	گافمن		
اجتماعی	وبر نظریه مبادله گیدنز وبلن	بدحجابی	متغیر مستقل

^۱ Thorstein Bunde Veblen

متغیر مستقل: بدحجابی

تعریف مفهومی: با توجه به تعریف حجاب به‌عنوان یکی از اصول و ارزش‌های اسلامی و انسانی و تعیین حدود و چارچوب آن در منابع قرآنی و اسلامی مفهوم بدحجابی نیز به روشنی مشخص خواهد شد. منظور از حجاب، همان پوشش اسلامی به معنای پوشانیدن تمامی بدن و برجستگی‌های آن به جز گردی صورت و دست‌ها از مچ به پایین، توأم با رفتار و گفتاری است که منجر به خودنمایی و جلب نظر نامحرم نگردد؛ بنابراین پوشش اسلامی می‌بایست دو مشخصه‌ی بارز داشته باشد:

۱- حدود شرعی مذکور (در رساله‌های علمیه) لحاظ شود.

۲- با خودنمایی و جلب نظر و نگاه نامحرم همراه نباشد.

بر اساس این تعریف از حجاب، مفهوم بدحجابی و مصادیق آن روشن‌تر می‌شود. به‌عبارتی دقیق‌تر استفاده از لباس‌ها و تن‌پوش‌های تنگ و کوتاه، با رنگ‌ها، نوشته‌ها و نقش‌های محرک و آرایش‌های غلیظ و افراطی که اغلب با گفتار و رفتار تحریک‌آمیز همراه می‌باشد و نیز بعضاً استفاده از چادرهای نازک و بدن‌نما در برابر نامحرم از مصادیق بدحجابی به شمار می‌آیند (نامور، ۱۳۹۳: ۱۲۱).

تعریف عملیاتی: با توجه به مطالعات نظری و تعاریف ارائه شده، مؤلفه‌های ذیل برای سنجش این متغیر بکار برده می‌شود.

۱- آرایش غلیظ و پوشش بد

۲- پوشش بسیار نازک

۳- نمایاندن موی سر

۴- پوشیدن دامن بسیار کوتاه

۵- نمایاندن برجستگی‌های بدن

۶- لباس‌های زننده و پوشش زننده

۷- سازه‌ی جسمانی متشکل از لباس‌های چسبان/تنگ/کوتاه / آرایش غلیظ

متغیر وابسته: تأیید اجتماعی^۱

تعریف مفهومی: تأیید اجتماعی یک مفهوم روان‌شناختی است که به نفوذ اطرافیان یک فرد در تصمیم‌گیری‌ها و نحوه‌ی انجام کار او گفته می‌شود. زمانی که در شرایط

^۱ social acceptance

تصمیم‌گیری برای انتخاب قرار دارید و نمی‌دانید که کدام انتخاب درست است، به اطرافیان‌تان نگاه می‌کنید که در شرایط یکسان با شما چه تصمیمی گرفته‌اند. زمانی که اکثریت اطرافیان‌تان یک انتخاب را داشته‌اند، شما هم فکر می‌کنید که آن بهترین تصمیم ممکن است (یانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۱۳).

تعریف عملیاتی: با استفاده از پرسشنامه، پرسشنامه‌ی مقبولیت اجتماعی کراون و مارلو (۱۹۶۰)، اندازه‌گیری می‌شود. این پرسشنامه شامل ۳۳ سؤال است که بصورت صحیح یا غلط پاسخ داده می‌شود و پس از تصحیح پرسشنامه با توجه به نمره‌ی دریافتی میزان پذیرش اجتماعی او مورد تفسیر قرار می‌گیرد.

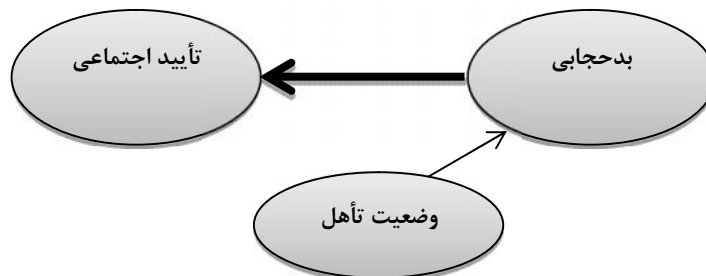
در تعیین پایایی پرسشنامه‌ی یاد شده نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده (در تحقیق شرفالدین، ۱۳۸۹) و بیانگر ضرایب قابل قبول می‌باشد (۰/۸۹). در تحقیق حاضر برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ی پذیرش اجتماعی از روش آلفای کرونباخ استفاده و مقدار آن (۰/۷۷) حاصل شد که بیانگر ضرایب پایایی قابل قبول پرسشنامه‌ی مذکور است.

مدل مفهومی پژوهش

برای پاسخ به سؤال اصلی تحقیق، با مرور ادبیات مختلف پیرامون روابط میان بدحجابی و تأیید اجتماعی، مدل زیر در این زمینه طراحی و ارائه شد. این مدل از دو دسته متغیر اصلی تشکیل شده که عبارتند از:

۱- متغیر وابسته: تأیید اجتماعی

۲- متغیر مستقل: بدحجابی



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق بر اساس مطالعات محقق

^۱ Yang

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر، روش توصیفی و پیمایشی می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر شامل، کلیه‌ی خانم‌های بالای ۱۴ سال در شهر اهواز می‌باشد. از آنجایی که جمعیت دقیق افرادی که در این تحقیق بدحجاب محسوب می‌گردند غیر ممکن و به عبارتی قابل برآورد نیست؛ لذا، به روش نمونه‌گیری هدفمند ۳۰۰ نفر از دخترانی که مصداق بدحجابی بوده‌اند، انتخاب گردیدند. ابزار گردآوری پرسشنامه در این مطالعه پرسشنامه می‌باشد که پس از احتساب پایایی (آلفای کرونباخ) و روایی (صوری و محتوایی) مورد استفاده قرار گرفت. برای عملیاتی کردن متغیر وابسته از پرسشنامه‌ی مقبولیت اجتماعی کراون و مارلو (*SDS*) که دارای ۳۳ گویه است، و برای سنجش متغیر مستقل (بدحجابی) از پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده گردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه، داده‌ها توسط نرم‌افزار *SPSS* و لیزرل تجزیه و تحلیل شد. برای بررسی فرضیات نیز از آزمون‌های آماری همبستگی، *t* مستقل و رگرسیون چندگانه و همچنین معادلات ساختاری استفاده شده است.

فرضیات پژوهش

الف) فرضیات اصلی

- ۱- به نظر می‌رسد بین بدحجابی دختران شهر اهواز و تأیید اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد بین بدحجابی دختران شهر اهواز و وضعیت تأهل آنها رابطه وجود دارد.

ب) فرضیات فرعی

- ۱- بین «آرایش غلیظ و پوشش بد» و تأیید اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۲- بین «پوشش بسیار نازک» و تأیید اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۳- «نمایاندن موی سر» در تأیید اجتماعی مؤثر است.
- ۴- بین «پوشیدن دامن بسیار کوتاه» و تأیید اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۵- بین «نمایاندن برجستگی‌های بدن» و تأیید اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۶- بین لباس‌های زننده، پوشش زننده و تأیید اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۷- بین سازه‌ی جسمانی متشکل از لباس‌های چسبان / تنگ / کوتاه / آرایش غلیظ و تأیید اجتماعی رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش

۱- یافته‌های توصیفی

سیمای نمونه‌ی مورد بررسی از نظر سواد؛ متشکل از ۳۷ درصد پایین‌تر از دیپلم، ۲۵ درصد دیپلم و حدود ۲۶ درصد پایین‌تر از لیسانس و حدود ۱۱ درصد بالاتر از لیسانس و بالاتر می‌باشد. از حیث وضعیت ازدواج ۶۸/۷ مجرد و مابقی نیز متأهل می‌باشد. میانگین سنی نمونه ۲۴ سال است و اینکه مطابق جدول ۲ حدود ۴۰ درصد معتقد بوده‌اند که با بدحجابی می‌توانند به ازدواج برسند، ۲۵ درصد نیز خیلی موافق بوده‌اند و تنها حدود ۷ درصد افراد چنین اعتقادی نداشته‌اند؛ و با در نظر گرفتن فراوانی تجمعی حدود ۶۴ درصد این نگرش داشته‌اند که با بدحجابی می‌توانند مورد تأیید اجتماعی (ازدواج و دوست‌یابی) قرار گیرند.

جدول ۲: وضعیت نمونه از نظر میزان اعتقاد به بدحجابی و تأیید اجتماعی (ازدواج و دوست‌یابی)

	وضعیت	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی
متغیر	کاملاً مخالف	۲۱	۰/۷	۰/۷
	مخالف	۳۳	۰/۱۱	۰/۱۸
	تا حدودی	۵۰	۱۶/۶۶	۰/۳۵
	موافق	۱۱۹	۳۹/۶۶	۰/۷۴
	کاملاً موافق	۷۷	۲۵/۶۶	۰/۱۰۰
	جمع	۳۰۰	۱۰۰	

حدود ۶۴ درصد افراد نمونه (با جمع کردن میزان موافق و خیلی موافق) بر این اعتقاد بوده‌اند که با چنین پوششی می‌توانند به اهداف خود که دوست‌یابی و یا ازدواج کردن باشد می‌رسند؛ و همچنین با جمع سه وضعیت (تا حدودی موافق، موافق و خیلی موافق) می‌توان گفت حدود ۸۲ درصد نمونه اعتقاد خود را نسبت به بدحجابی در راستای تأیید اجتماعی را بیان نموده‌اند و در مقابل نیز تنها حدود ۱۸ مخالفت خود را نشان داده‌اند. و با جمع مقوله مخالف و خیلی مخالف تنها ۲۵ درصد نظر منفی نسبت به دو متغیر نشان داده‌اند. همچنین یافته‌های شاخص‌های مرکزی مؤید این است که اگر میزان بدحجابی را بین نمره‌ی ۱۰ تا ۳۳ در نظر داشته باشیم افراد نمونه از میانگینی در حدود ۲۶ برخوردار بوده‌اند.

۲- یافته‌های استنباطی

۲-۱- تحلیل دو متغیره: شامل آزمون‌های رابطه‌ای و همبستگی (آزمون فرضیه در گام اول)

برای بررسی کلیه فرضیات از آزمون همبستگی پیرسون و در مورد فرضیه‌ی وضعیت تأهل و بدحجابی از آزمون T استفاده شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون T جهت بررسی رابطه‌ی دو متغیر وضعیت تأهل و بدحجابی

	متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین انحراف استاندارد
بدحجابی	مجرد	۲۰۶	۵۰۴۹/۲۵	۵/۲۳۹۳۹	۰/۳۶۵۰۵
	متأهل	۹۴	۲۴۴۷/۱۹	۴/۵۷۳۶۲	۰/۴۷۱۷۳

جدول ۳ تصدیق می‌نماید که افرادی که مجرد بوده‌اند در وضعیت بدحجابی بیشتری نسبت به افراد هم‌تای بدحجاب متأهل خود بوده‌اند. به عبارتی افراد مجرد در نمونه نسبت به افراد متأهل از میزان بدحجابی بیشتری برخوردار بوده‌اند.

جدول ۴: نتایج آزمون همبستگی پیرسون جهت بررسی روابط متغیرهای تحقیق

وضعیت	سطح معناداری	میزان همبستگی	فرضیه
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۵۹	رابطه‌ی آرایش غلیظ و پوشش بد با تأیید اجتماعی
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۵۴	پوشش بسیار نازک و با تأیید اجتماعی
تأیید	۰/۰۱۰	۰/۱۴	نمایاندن موی سر با تأیید اجتماعی
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۳۰	پوشیدن دامن بسیار کوتاه با تأیید اجتماعی
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۷۰	نمایاندن برجستگی‌های بدن با تأیید اجتماعی
رد	۰/۶۲۱	-/۴۸	لباس و پوشش زننده با تأیید اجتماعی
تأیید	۰/۰۰۰	/۵۱	سازه‌ی جسمانی (لباس تنگ، چسبان و آرایش غلیظ) با تأیید اجتماعی

طبق یافته‌های جدول ۴ شش فرضیه مورد تأیید قرار گرفتند. فرضیه‌های پنجم، اول و هفتم به ترتیب ۷۰ درصد، ۵۹ درصد و ۵۱ درصد، بیشترین میزان ضریب همبستگی را با متغیر وابسته یعنی تأیید اجتماعی (ازدواج و دوست‌یابی) دارند و تنها متغیر لباس زننده با توجه به سطح معناداری بالاتر از پنج درصد تأیید نمی‌شود.

۲-۲- تحلیل چند متغیره: شامل رگرسیون (آزمون فرضیه در گام دوم)

در روش گام به گام اولین متغیر پیش‌بین بر اساس بالاترین ضریب همبستگی صفر مرتبه با متغیر وابسته وارد تحلیل می‌شود. از آن پس سایر متغیرهای پیش‌بین بر حسب ضریب همبستگی تفکیکی (جزیی) و نیمه تفکیکی (نیمه جزیی) در تحلیل وارد می‌شوند. به‌طور کلی در روش رگرسیون گام به گام ترتیب ورود متغیرها در دست محقق نیست (منصوف‌فر، ۱۳۸۸: ۱۵۳).

جدول ۵: خلاصه مدل رگرسیون

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	برآورد خطای استاندارد
۱	۰/۷۰۷	۰/۵۰۰	۰/۴۹۸	۴/۵۳۶۵۶
۲	۰/۷۹۰	۰/۶۲۴	۰/۶۲۱	۳/۹۴۱۵۷
۳	۰/۸۲۴	۰/۶۷۸	۰/۶۷۵	۳/۶۴۹۶۵
۴	۰/۸۶۰	۰/۷۳۹	۰/۷۳۵	۳/۲۹۵۲۴
۵	۰/۸۶۵	۰/۷۴۸	۰/۷۴۴	۳/۲۴۲۹۰

خلاصه جدول رگرسیون حاکی از این است که متغیرهای پایانی که در مدل باقی مانده‌اند از میزان همبستگی چندگانه به میزان ۸۶ درصد در مدل پنجم برخوردار بوده‌اند که در نهایت R^2 ضریب تعیین مساوی ۷۴ درصد می‌گردد. یعنی مجموع متغیرهای مستقل ما به میزان ۷۴ درصد توانسته‌اند واریانس متغیر وابسته را تبیین نمایند. در جدول ۶ نیز از آنجایی که سطح معناداری هر پنج مدل بکار رفته کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد F معنادار می‌باشد و گویای این است که مدل‌ها مورد تأیید هستند.

جدول ۶: تحلیل واریانس تأیید مدل‌ها

مدل	مجدور مربعات	درجه‌ی آزادی	مجدور میانگین	F	سطح معناداری	
۱	رگرسیون	۶۱۲۹/۱۲۲	۱	۶۱۲۹/۱۲۲	۲۹۷/۸۱۴	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۶۱۳۲/۹۵۸	۲۹۸	۲۰/۵۸۰		
	جمع	۱۲۲۶۲/۰۸۰	۲۹۹			
۲	رگرسیون	۷۶۴۷/۸۹۰	۲	۳۸۲۳/۹۴۵	۲۴۶/۱۳۵	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۴۶۱۴/۱۹۰	۲۹۷	۱۵/۵۳۶		
	جمع	۱۲۲۶۲/۰۸۰	۲۹۹			
۳	رگرسیون	۸۳۱۹/۳۷۷	۳	۲۷۷۳/۱۲۶	۲۰۸/۱۹۳	۰/۰۰۰

سطح معناداری	F	مجنور میانگین	درجه‌ی آزادی	مجنور مربعات	مدل
		۱۳/۳۲۰	۲۹۶	۳۹۴۲/۷۰۳	باقیمانده
			۲۹۹	۱۲۲۶۲/۰۸۰	جمع
۰/۰۰۰	۲۰۸/۵۶۳	۲۲۶۴/۷۰۰	۴	۹۰۵۸/۸۰۰	رگرسیون
		۱۰/۸۵۹	۲۹۵	۳۲۰۳/۲۸۰	باقیمانده
			۲۹۹	۱۲۲۶۲/۰۸۰	جمع
۰/۰۰۰	۱۷۴/۳۹۹	۱۸۳۴/۰۵۲	۵	۹۱۷۰/۲۶۱	رگرسیون
		۱۰/۵۱۶	۲۹۴	۳۰۹۱/۸۱۹	باقیمانده
			۲۹۹	۱۲۲۶۲/۰۸۰	جمع

جدول ۷: ضرایب رگرسیونی برای متغیرهای باقیمانده در مدل به تفکیک سهم هر کدام

سطح معناداری	t	همبستگی استاندارد شده		همبستگی استاندارد نشده	
		Beta	Std. Error	B	مدل
۰/۰۰۰	۱۴/۲۴۷		۰/۸۷۶	۱۲/۴۸۷	(Constant)
۰/۰۰۰	۱۷/۲۵۷	۰/۷۰۷	۰/۱۲۵	۲/۱۵۵	برجستگی
۰/۰۰۰	۷/۶۳۰		۰/۹۳۵	۷/۱۳۰	(Constant)
۰/۰۰۰	۱۶/۱۱۷	۰/۶۰۰	۰/۱۱۳	۱/۸۲۸	برجستگی
۰/۰۰۰	۹/۸۸۷	۰/۳۶۸	۰/۱۲۵	۱/۲۳۳	پوشش توری
۰/۰۰۳	۲/۹۸۸		۱/۰۳۵	۳/۰۹۴	(Constant)
۰/۰۰۰	۱۴/۲۵۲	۰/۵۱۸	۰/۱۱۱	۱/۵۷۹	برجستگی
۰/۰۰۰	۷/۵۰۵	۰/۲۷۶	۰/۱۲۳	۰/۹۲۶	پوشش توری
۰/۰۰۰	۷/۱۰۰	۰/۲۷۳	۰/۱۱۱	۰/۷۹۰	آرایش
۰/۶۷۸	۴/۱۶		۰/۹۹۰	۰/۴۱۲	(Constant)
۰/۰۰۰	۱۲/۱۵۱	۰/۴۲۳	۰/۱۰۶	۱/۲۸۸	برجستگی
۰/۰۰۰	۵/۹۸۴	۰/۲۰۵	۰/۱۱۵	۱/۶۸۸	پوشش توری
۰/۰۰۰	۸/۳۱۴	۰/۲۸۹	۰/۱۰۱	۰/۸۳۷	آرایش
۰/۰۰۰	۸/۲۵۲	۰/۲۷۶	۰/۱۰۸	۰/۸۹۰	دامن کوتاه
۰/۷۹۲	-۲/۲۵۶		۰/۹۹۶	-۲/۲۶۳	(Constant)
۰/۰۰۰	۱۲/۰۶۲	۰/۴۱۴	۰/۱۰۵	۱/۲۶۲	برجستگی
۰/۰۰۰	۴/۳۴۷	۰/۱۵۹	۰/۱۲۳	۰/۵۳۴	پوشش توری
۰/۰۰۰	۶/۴۷۵	۰/۲۴۱	۰/۱۰۸	۰/۶۹۸	آرایش
۰/۰۰۰	۸/۶۱۵	۰/۲۸۵	۰/۱۰۶	۰/۹۱۷	دامن کوتاه
۰/۰۰۱	۳/۲۵۶	۰/۱۲۵	۰/۱۳۶	۰/۴۴۴	سازه‌ی بدنی

ضرایب رگرسیون جدول ۷ نشان می‌دهند که در گام اول متغیر برجستگی از بیشترین میزان تبیین متغیر وابسته برخوردار بوده است. در گام دوم، میزان این ضرایب به ترتیب برای دو متغیر برجستگی و پوشش به ترتیب ۶۰ و ۳۶ درصد بوده است. در نهایت پنج متغیری که توانسته‌اند در معادله‌ی رگرسیونی باقی بمانند عبارتند از: برجستگی، پوشش، آرایش، دامن کوتاه و سازه‌ی بدنی که به ترتیب از میزان ضریب بتای ۴۱، ۱۵، ۲۴، ۲۸ و ۱۲ برخوردار هستند.

بنابراین با توجه به ضرایب رگرسیون استاندارد شده در جدول ۷ می‌توان معادله‌ی کلی خط رگرسیون را به شکل زیر نشان داد:

$$\text{تأیید اجتماعی (ازدواج و دوست‌یابی)} = \text{برجستگی (۱۵)} + \text{پوشش توری نازک (۴۱)} + \text{آرایش غلیظ (۲۴)} + \text{دامن کوتاه (۲۸)} + \text{سازه‌ی بدنی (۱۲)}$$

۲-۳- مدل معادلات ساختاری^۱ (گام سوم)

مدل معادلات ساختاری یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل چند متغیره می‌باشد. از آنجایی که در این تحقیق، چند متغیر مستقل وجود دارد که می‌خواهیم اثر هر یک را بر روی متغیر وابسته‌ی تأیید اجتماعی (ازدواج و دوست‌یابی) مورد بررسی قرار دهیم، استفاده از این مدل لازم و ضروری است؛ لذا از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. نتایج و بررسی مجدد فرضیات در قالب جدول ۹ آمده است. جهت شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مکنون و مشاهده‌ای، جدول زیر ارائه شده است.

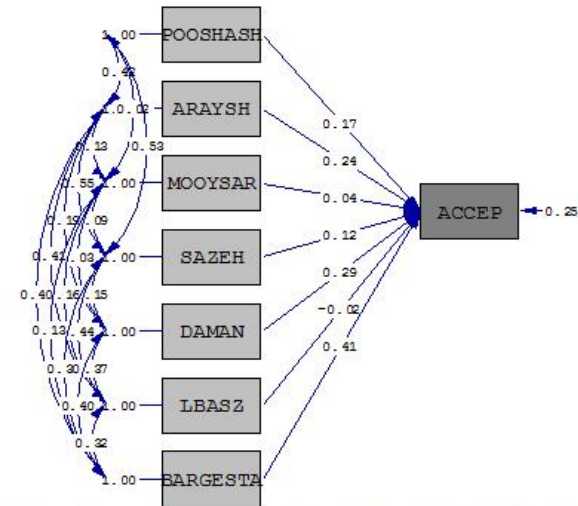
جدول ۸: راهنمای شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مدل

شاخص
پوشش توری و نازک
آرایش غلیظ
موی سر
سازه‌ی جسمانی
دامن کوتاه
لباس زننده
برجستگی بدن
تأیید اجتماعی

^۱ structural equation model

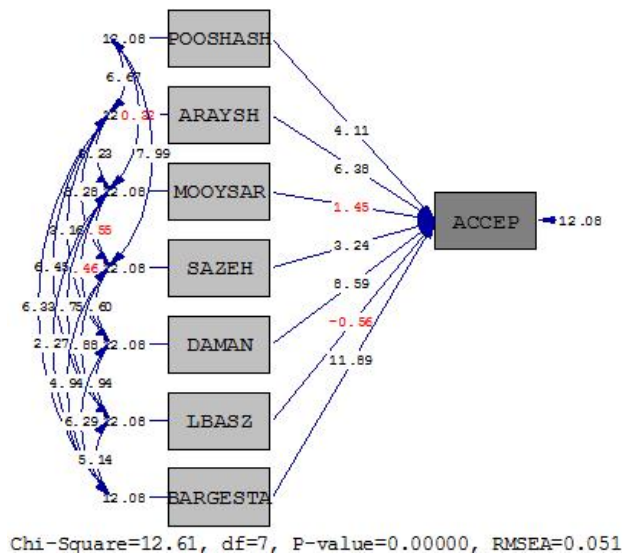
۲-۴-آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روابط ساختاریافته خطی

پس از تعیین مدل‌های اندازه‌گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه‌ی علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده‌های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، فرضیه‌های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شدند. نتایج آزمون فرضیه‌ها در نمودار منعکس شده‌اند.



Chi-Square=12.61, df=7, P-value=0.00000, RMSEA=0.051

نمودار ۱: اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت استاندارد



نمودار ۲: اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت معنی‌دار

جدول ۹: شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی تحقیق

X^2/df	RMSEA	RMR	GFI	CFI	NNFI	IFI
۱/۸۰	۰/۰۵۱	۰/۰۲۳	۰/۹۷	۰/۹۴	۰/۹۲	۰/۹۳

بحث و نتیجه‌گیری

هدف مقاله‌ی حاضر، بررسی رابطه‌ی بین بدحجابی و تأیید اجتماعی در بین دختران ۱۴ سال به بالای شهر اهواز می‌باشد. نتایج حاکی از این است که کلیه‌ی فرضیات به جزء یکی، با متغیر وابسته دارای رابطه‌ی معناداری هستند و همه‌ی مؤلفه‌های بدحجابی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر روی تأیید اجتماعی دارند؛ همچنین، نتایج رگرسیون گام به گام نیز مؤید این است متغیرهای مستقل توانستند به میزان ۷۵ درصد متغیر وابسته، یعنی تأیید اجتماعی را تبیین نمایند.

برابر نهادن دو گروه افراد بدحجاب مجرد و متأهل نیز حاکی از این است که افراد مجرد بیشتر رفتار بدحجابانه را از خود نشان داده‌اند. نتایج آزمون T نشان داد افرادی که مجرد بوده‌اند میانگین بدحجابی بیشتری نسبت به هم‌تایان متأهل خود دارند؛ همچنین

میزان نگرش و اعتقاد افراد بدحجاب مؤید این بود که حدود سه چهارم آنها بدحجابی را مقصود به اهداف خود دانسته‌اند؛ یعنی بر این باور بوده‌اند که با رفتار و ظاهری بدحجابانه توانسته‌اند و یا می‌توانند به اهداف خود که ازدواج و دوست‌یابی از جنس مذکر باشد دست یابند. از سوی دیگر نتایج معادله‌ی ساختاری که توسط نرم‌افزار لیزرل حاصل شده است نیز حاکی از معناداری مدل و مؤید نتایج قبلی است. نتایج بدست آمده از فرضیات خرد با نتایج تحقیقات؛ محمدی (۱۳۸۴)، جعفر حسن‌پور (۱۳۷۳)، حجتی (۱۳۸۶)، کرمانشاهیان (۱۳۷۶)، همسو می‌باشد.

در تبیین فرضیات خرد، باید اذعان داشت؛ طبق نظریه‌ی مبادله نیز این نتیجه مؤید "بدحجابی قصدمند" است؛ زیرا چنانچه افراد بدحجاب بتوانند در یک‌بار بدحجابی، مورد توجهی دیگران مذکر قرار گیرند؛ احتمال ارتکاب آن نیز در آینده وجود خواهد داشت. تأیید اجتماعی می‌تواند شامل همه‌ی پاداش‌هایی باشد که از یک «کنش» ناشی می‌شوند. افراد با بدحجابی توانسته‌اند، پاداش بگیرد (ازدواج نماید یا دوست یابد).

همچنین، بر اساس رویکرد گزینش عقلانی این است که انسان‌ها موجوداتی با قصد و نیت هستند. وی معتقد است که گزینش عقلانی، بهترین روشی است که منجر به حداکثر سود می‌شود (ترنر، ۱۳۷۲). با این وصف، کنشگر و سوژه جهت رسیدن به خواست و مقصد خویش که در اینجا جلب توجهی جنس مذکر می‌باشد آگاهانه و گزینش‌گرانه دست به عمل می‌زند. بنابراین می‌توان گفت که کنشگر تعمداً با به‌کارگیری بدحجابی به مقصد خویش که می‌تواند از جلب توجهی دیگران تا عرضه‌ی بدن خویش به دیگران در تنوع باشد، استفاده نماید. در تحقیق رستگارخالد و همکارانش (۱۳۹۱)، نیز کنش ابزاری با بی‌حجابی در ارتباط بوده است.

در طرف مقابل، این‌گونه به‌نظر می‌آید که کنشگر با پوشش متعارف نمی‌تواند دیگران را به خود جلب نماید. همان‌طور که گافمن نیز بیان کرده است، عاملان بدنی یا جسمی سعی دارند تا نظر دیگران را به خود جلب نمایند کنشگران با توسل به همه‌ی روش‌های علامت‌دهی اجتماعی تلاش دارند دیگران را به خود جذب نمایند.

در تبیین چنین رابطه‌ای می‌توان گفت؛ خانواده و والدین چندان تأثیری در ازدواج فرزندان خود به مانند گذشته ندارند، از این‌رو، فرد برای اینکه خود را به دیگران معرفی نماید در عرصه‌ی عمومی مبادرت می‌نماید و از بیم آنکه نتواند مورد جلب نظر قرار گیرد، به هر شکل ممکن تلاش می‌کند که نظرات دیگران را به خود جلب نماید و خود را شایسته و لایق نشان دهد. چنین آغازی وقتی با استقبال جنس مخالف (از ازدواج تا

دوست‌یابی و ارضاء جنسی) روبه‌رو گردد، در واقع موفقیت بدحجابی در رسیدن به اهداف؛ محقق می‌گردد.

همچنین، لباس و پوشاک از نظر گیدنز علاوه بر آن که وسیله‌ی مهمی برای پنهان‌سازی یا آشکارسازی وجوه مختلف زندگی شخصی است. لباس و آرایش کنشگر رو به خونمایی و عرضه‌ی هویت شخصی خویش است، تا بدین طریق خود را به طرق دیگری معرفی نماید. کنشگر با بروز ظاهر بدحجابانه خود در پی چیزی می‌گردد که با هنجار متعارف به‌دست نیاورده است؛ بنابراین با کنشی بدحجابانه در تلاش است تا هویت پنهانی خود را معرفی نماید و از این طریق ناکامی‌ها و ناملایمات شخصی خویش را تخفیف دهد. لذا با چنین پوششی سعی می‌کند نظر دیگران نسبت به خود معطوف نماید.

از آنجایی که به زعم گافمن، صورت اجتماعی یک صورت عمومی است و نیازمند تغییر نقاب موجود بر آن است. آرایش وسیله‌ای برای به‌دست آوردن این نقاب است تنها در شرایط احساس شدید تنهایی یا در حضور دوستان است که نقاب آرایش صورت کنار می‌رود و صورت خصوصی یا همان شخص واقعی ظاهر می‌شود؛ بنابراین کنشگران با استفاده از مدیریت تأثیرگذاری با توسل به همه‌ی روش‌های علامت‌دهی اجتماعی تلاش دارند نظر دیگران را به خود جذب نمایند.

فهرست منابع:

- آرون، ریمون (۱۳۸۰). مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی باقر پرهام، تهران انتشارات علمی و فرهنگی.
- ادیبی، حسین و انصاری، عبدالمعبود (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، نشر دانه.
- بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه‌ی باقر ساروخانی، تهران: مؤسسه‌ی کیهان.
- ترنر، اچ. جاناتان (۱۳۷۲). ساخت نظریه‌ی جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی عبدالعلی لهسایی‌زاده، نوید اندیشه.
- حبیبی، مهدی (۱۳۸۹). "بررسی دیدگاه جوانان و میان‌سالان راجع به حجاب برتر"، نشریه‌ی علوم رفتاری، سال چهارم، شماره‌ی ۱.
- حجتی، سید حمیدرضا (۱۳۸۹). "عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان"، نشریه‌ی تربیت اسلامی، سال دوم، شماره‌ی ۴.
- حسن‌پور، فاطمه (۱۳۷۳). بررسی نگرش دانش‌آموزان دختر دوره‌ی متوسطه استان مازندران در مورد حجاب، ۱۳۷۳-۱۳۷۲، شورای تحقیقات آموزش و پرورش استان مازندران.
- خواججه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۱). "گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی"، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره‌ی ۲۳.
- دیلینی، تیم (۱۳۹۰). نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، نشر نی.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۶). فرهنگ مطالعات جوانان، تهران، انتشارات آگه.
- رابینگتن، ارل و واینبرگ، مارتین (۱۳۸۶). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی، ترجمه‌ی رحمت‌اله صدیق سروسستانی، تهران، دانشگاه تهران.
- رجالی، مه‌ری؛ مستأجران، مهناز و لطفی، مهران (۱۳۹۱). "نگرش دانشجویان دختر دانشکده‌ی بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نسبت به حجاب و پوشش زنان و برخی عوامل مؤثر بر آن"، مجله‌ی تحقیقات نظام سلامت، سال هشتم، شماره‌ی ۳.
- رستگارخالد، امیر؛ محمدی، میثم و تقی‌پور ایوکی، سحر (۱۳۹۱). "کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه‌ی آن با مصرف اینترنت و ماهواره"، مطالعات راهبردی زنان، سال چهارم، شماره‌ی ۵۶.

- ریتزر، جورج (۱۳۸۹). نظریه‌ی جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۲). نظریه‌های جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، ترجمه‌ی خلیل میرزایی، علی بقایی‌سرابی، انتشارات جامعه‌شناسان.
- زاهد، سید سعیده و کاوه، محمدی (۱۳۹۱). "گفتمان‌های پوشش ملی در ایران"، فصلنامه‌ی مطالعات و تحقیقات اجتماعی، دوره‌ی اول، شماره‌ی چهارم.
- شارع‌پور، محود؛ تقوی، سیده زینب و محمدی، مهدی (۱۳۹۱). "تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب"، فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی، شماره‌ی ۳.
- شکرپیگی، عالیه و امیری، امیر (۱۳۹۰). "مدیریت بدن و مقبولیت اجتماعی"، فصلنامه‌ی مطالعات جوانان، سال دوم، شماره‌ی ۳.
- صالح‌پور، بهرام؛ محمودیان، مجید و سلمانیان، حمیدرضا (۱۳۸۸). "بررسی تأثیر آموزش آموزه‌های قرآنی بر بهبود پذیرش اجتماعی"، فصلنامه‌ی تخصصی پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآنی، سال اول، شماره‌ی ۲.
- فتاحی‌زاده، فتحیه (۱۳۷۶). حجاب از دیدگاه قرآن و سنت، چاپ دوم؛ قمف دفتر تبلیغات اسلامی.
- قائم مقامی، فرهنگ (۱۳۵۶). آزادی یا اسارت زن، چاپ پنجم، انتشارات جاویدان.
- کرمانشاهیان، ام‌البنین (۱۳۷۶). گرایش به حجاب و برداشت از آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی شهر تهران و علل و عوامل جامعه‌شناختی آن، دانشگاه الزهراء، مقطع کارشناسی ارشد، رشته‌ی پژوهشگری علوم اجتماعی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، نشر نی، تهران.
- لوپز، خوزه و اسکات، جان (۱۳۸۵). ساخت نظریه‌ی اجتماعی، ترجمه‌ی حسین قاضیان، نشر نی، تهران.
- محبوبی‌منش، حسین (۱۳۸۶). تحلیل اجتماعی مسئله‌ی حجاب، کتاب زنان، سال دهم، شماره‌ی ۳۸.
- محمدی آشتیانی، علی (۱۳۷۳). حجاب در ادیان الهی، انتشارات اشراق.
- محمدی، اصغر (۱۳۸۴). "عوامل مؤثر بر گرایش به بدحجابی در بین دختران و زنان شهر اصفهان"، فصلنامه‌ی جامعه‌شناختی، سال اول، شماره‌ی ۴.

مرادی، پیمان (۱۳۹۱). اخلاق و روابط اجتماعی، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی.

مرادی، گلرمد (۱۳۹۱). "استفاده‌ی دانشجویان دختر از لوازم آرایشی و عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر آن"، زن در توسعه و سیاست، دوره‌ی اول، شماره‌ی ۲.

منصورفر، کریم (۱۳۸۸). روش‌های آماری پیشرفته، انتشارات دانشگاه تهران.

مؤمنی، حسن؛ نوراله‌زاده، عسکر و بهمنی، سجاد (۱۳۹۰). "تحلیل جامعه‌شناختی حجاب بر آرامش روانی دختران دبیرستانی"، فصلنامه‌ی توسعه‌ی اجتماعی (توسعه‌ی انسانی سابق)، دوره‌ی ششم، شماره‌ی ۲.

نامور، سجاد (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه‌ی بین توسعه‌ی امنیت فرهنگی و مسئله‌ی اجتماعی بدحجابی"، فصلنامه‌ی دانش انتظامی خراسان شمالی.

همتی، فاطمه و طالقانی، نرگس (۱۳۸۶). کارل رانسوم راجرز، نشر دانژه، تهران.

Juan Yang, Yu Yang, Haijiang Li ,Yan Hou, Mingming Qi, Lili Guan, Xianwei Che (2014). "Correlation between self-esteem and stress response in Chinese college students: The mediating role of the need for social approval", Contents lists available at Science Direct, Personality and Individual Differences 70 (2014) 212–217.

Toni, C. Antonucci (2004). The Dove Report: Challenging Beauty, New York, Edelman publication.

Vicky M. Story, John W. Cadogan (2013). "Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy, The Business School", Journal of Business Venturing 28 (2013) 708–727.

Webster, M. & Driskell, J (1983). "Beauty as Status", American Journal of Sociology, Vol.89, No. 1.