



A Study on the Impact of Managerial and Governmental Factors on Students' Inclination Toward Hijab (Case Study: Students of Persian Gulf University and Farhangian University of Bushehr)

Seyed Sajjad Ja'fari¹ | Saifollah Andayesh² | Hosein Faghih³ | Zahra Kianrad⁴

1. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Faculty of Literature and Humanities, Persian Gulf University, Bushehr, Iran. Email: s.jafari@pgu.ac.ir
2. Assistant Professor, Department of Information Science and Knowledge Studies, Persian Gulf University, Bushehr, Iran. Email: andayesh.s@pgu.ac.ir
3. Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Faculty of Literature and Humanities, Persian Gulf University, Bushehr, Iran. Email: h.faghih@pgu.ac.ir
4. PhD Graduate, Department of Knowledge and Information Science, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: Kianrad.zahra@gmail.com

Article Info

Article type:

Review Article

Article history:

Received: 26

February 2025

Revised: 7 July
2024

Accepted: 15
October 2024

Available online
19 October 2024

Keywords:

Management,
Government,
Hijab, Students,
University.



ABSTRACT

The present study was conducted with the aim of examining managerial and governmental factors influencing students' adherence to Islamic dress code (*hijāb*) of students. The research method was mixed (qualitative and quantitative), utilizing interviews and numerical data. Instead of a theoretical framework for developing hypotheses, a conceptual framework was used to extract research questions. The findings indicate that students' attention to Islamic dress within the university environment is at a moderate level, with a mean score of (0.44). This result suggests a direct relationship between the enhancement of specialized knowledge and commitment to religious matters, including dress, in academic environment. The cognitive dimension of inclination towards *hijāb* was identified as the most important dimension with a value of (2.84). Subsequently, the behavioral dimension with an average of (2.77) and the emotional dimension with an average of (2.52) had the highest levels of inclination towards *hijāb*. The most important managerial and governmental factor affecting *hijāb* among students belonged to the item "Inappropriate dress is the result of investing in dressing behavior instead of investing in people's insight and attitude" with an average rank of (6.37). The lowest average rank was for the item "Promoting poor hijab is considered as a protest against the government's performance, stubbornness, and an expression of political conflict" with an average rank of (3.53). Based on the research findings, managerial and governmental factors play an important role in the acceptance and inclination towards *hijāb*. Investing in people's insight and attitude instead of focusing solely on outward behavior can have a positive impact on the acceptance of *hijāb*. Conversely, inconsistency in cultural policies and perceiving *hijāb* as a tool for expressing political conflict may lead to a decline in the willingness to observe it.

Cite this article: Ja'fari, S. S.; Andayesh, S.; Faghih, H. Kianrad, Z. (2025). A Study on the Impact of Managerial and Governmental Factors on Students' Inclination Toward Hijab (Case Study: Students of Persian Gulf University and Farhangian University of Bushehr). *Islamic Social Studies*, 31(131), 31-54. <https://doi.org/10.30513/iss.2025.6843.1393>





بررسی تأثیر عوامل مدیریتی و حکومتی بر گرایش دانشجویان به حجاب (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه خلیج فارس و فرهنگیان بوشهر)

سید سجاد جعفری^۱ | سیف اله اندایش^۲ | حسین فقیه^۳ | زهرا کیان راد^۴

۱. نویسنده مسئول، استادیار گروه معارف اسلامی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران. رایانامه: s.jafari@pgu.ac.ir
۲. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران. رایانامه: andayesh.s@pgu.ac.ir
۳. استادیار گروه معارف اسلامی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران. رایانامه: h.faghih@pgu.ac.ir
۴. دانش‌آموخته دکتری دانشگاه تهران، مدیریت اطلاعات و دانش، دانشگاه تهران، ایران. رایانامه: kianrad.zahra@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مدیریتی و حکومتی مؤثر بر پوشش و حجاب اسلامی دانشجویان انجام شد. روش پژوهش ترکیبی (کیفی و کمی) و از طریق مصاحبه و داده‌های عددی است و بجای چارچوب نظری برای تدوین آزمون فرضیه‌ها، از چارچوب مفهومی برای استخراج سؤال‌های پژوهش استفاده شد. نتایج نشان داد که میزان توجه دانشجویان به پوشش اسلامی در دانشگاه در سطح متوسط با میانگین (۴۴/۹) قرار دارد. این موضوع بیانگر رابطه مستقیم میان افزایش دانش تخصصی و پابندی به مسائل دینی، از جمله پوشش، در محیط دانشگاهی است. میزان گرایش به حجاب در بعد شناختی با مقدار ۲/۸۴ به عنوان مهم‌ترین بعد گرایش به حجاب شناخته شده است. پس از آن، به ترتیب ابعاد رفتار با میانگین ۲/۷۷ و احساس با میانگین ۲/۵۲ بیشترین میزان گرایش را به حجاب داشته‌اند. مهم‌ترین عوامل مدیریتی و حکومتی مؤثر بر حجاب در بین دانشجویان متعلق به گویه "پوشش نامناسب، نتیجه سرمایه‌گذاری روی رفتار پوشش به جای سرمایه‌گذاری بر روی بینش و نگرش افراد است" با رتبه میانگین ۶/۳۷ و پائین‌ترین رتبه میانگین به گویه "ترویج بدحجابی، به عنوان اعتراض بر عملکرد حاکمیت، لجبازی و بیان تعارض سیاسی تلقی می‌گردد" با رتبه میانگین ۳/۵۳ است. بر اساس یافته‌های تحقیق، عوامل مدیریتی و حکومتی نقش مهمی در پذیرش و گرایش به حجاب دارند. سرمایه‌گذاری بر روی بینش و نگرش افراد به جای تمرکز صرف بر رفتار ظاهری، می‌تواند تأثیر مثبتی بر پذیرش حجاب داشته باشد. در مقابل، ناهماهنگی در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و تلقی حجاب به عنوان ابزاری برای بیان تعارض سیاسی ممکن است موجب کاهش تمایل به رعایت آن شود.

نوع مقاله: ترویجی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۳

تاریخ انتشار برخط:

۱۴۰۴/۰۷/۲۷

کلیدواژه‌ها:

مدیریت، حکومت، حجاب، دانشجویان، دانشگاه.



استناد: جعفری، سید سجاد؛ اندایش، سیف اله؛ فقیه، حسین؛ کیان راد، زهرا. (۱۴۰۴). بررسی تأثیر عوامل مدیریتی و حکومتی بر گرایش دانشجویان به حجاب (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه خلیج فارس و فرهنگیان بوشهر). پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، ۳۱، (۱۳۱) ۳۱-۵۴.

<https://doi.org/10.30513/iss.2025.6843.1393>

ناشر: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.



© نویسندگان.

مقدمه

بیان مسئله: حجاب هویت و نمادی از وقار و حریم خصوصی است که توسط زنان مسلمان پوشیده می‌شود. این واژه عربی به معنای "پوشش" است (Haddad, 2006). زنان مسلمانی که سر و گردن خود را می‌پوشانند، از آن به عنوان حجاب یاد می‌شود (Latiff & Alam, 2013). حجاب نام‌های مختلفی دارد که رایج‌ترین آن‌ها روسری یا شال است. حجاب به طور معمول به پارچه‌ای (معمولاً مربع یا مستطیل) اشاره دارد که زنان مسلمان برای پوشاندن سر و گردن خود استفاده می‌کنند، در حالی که صورت نمایان باقی می‌ماند (Rita, 2017). زنان مسلمان حجاب را به شکل‌های مختلفی درک می‌کنند و آن را به معانی گوناگونی مرتبط می‌دانند که از پوشاندن سر تا رفتار متواضعانه متغیر است. اصطلاح حجاب در فرهنگ‌نامه‌ها و قرآن معانی مختلفی دارد (Ruby, 2006). معانی کلمه حجاب عبارتند از: چیزی که جلوگیری، مانع، یا حفاظت می‌کند؛ چیزی که می‌پوشاند، پنهان می‌کند، یا محافظت می‌کند، زیرا مانع دیدن می‌شود (Latiff & Alam, 2013). در قرآن، مفهوم حجاب دو معنای دارد: نه تنها چیزی که محافظت می‌کند، بلکه چیزی که می‌تواند مانع نیز باشد (Ruby, 2006). پوشیدن حجاب انتخاب شخصی هر زن است و دلایل مختلفی برای آن وجود دارد. برخی بر این باورند که خداوند از زنان خواسته است که حجاب بپوشند تا فرمان او را در خصوص وقار رعایت کنند. این عمل بازتابی از تعهد شخصی به خداوند است و همچنین وسیله‌ای برای نشان دادن آشکار هویت اسلامی محسوب می‌شود (Rita, 2017).

حجاب به روش‌های مختلفی تفسیر می‌شود. برخی گروه‌ها معتقدند که زنان یا دختران مسلمان باید همه چیز به جز صورت و دست‌های خود را بپوشانند، در حالی که گروهی دیگر می‌گویند باید همه چیز به جز چشم‌ها پوشیده شود (Latiff & Alam, 2013). در برخی جوامع که پوشیدن حجاب به صورت قانونی اجباری نیست، برخی گروه‌های اسلامی از حجاب برای نمایاندن هویت سنتی اسلامی استفاده کرده‌اند (Zwick & Chelariu, 2006). معنای واقعی حجاب، پوشاندن

قسمت‌های خصوصی و زینت‌ها برای حفظ وقار در تمامی جنبه‌های زندگی است (Rita, 2017). در اسلام، منبع قدرت خداوند است و تمام مخلوقات از قوانین او پیروی می‌کنند. نظام زندگی اسلامی «شریعت» نامیده می‌شود. دو منبع اصلی در شریعت برای اصول اخلاقی وجود دارد. اولین و مهم‌ترین منبع، قرآن است که مسلمانان آن را کلام مستقیم خداوند می‌دانند که به پیامبر محمد (ص) وحی شده است. منبع اصلی دوم، سنت یا حدیث است که به اقوال، اعمال و تأییدات پیامبر اسلام اشاره دارد. هر دو منبع اصول و راهنمایی‌های کلی برای زندگی اسلامی ارائه می‌دهند (Beekun & Badawi, 2005).

حجاب تنها قطعه‌ای پارچه‌ای نیست که سر را می‌پوشاند، بلکه بازتابی از ذهن و باورهای فردی است. حجاب به پوشش سر محدود نمی‌شود؛ بلکه ساده‌زیستی در زندگی نیز برای تحقق الزامات حجاب اهمیت دارد. رفتار متواضعانه یکی از جنبه‌های اساسی حجاب است. بسیاری معتقدند که حجاب مرزی میان مردان و زنان ایجاد می‌کند که به آن‌ها کمک می‌کند از روابط پیش از ازدواج یا روابط غیرقانونی که در اسلام مجاز نیست، پرهیز کنند. زنان نیاز به پوشیدن حجاب دارند، زیرا حجاب جامعه را از بسیاری جهات پاک نگه می‌دارد. حجاب به زنان احترام، وقار و محافظت می‌بخشد. فرهنگ دیرینه حجاب اسلامی برای ایجاد نگرشی متواضعانه و جلب کمترین توجه ممکن است.

اسلام دینی جهانی است که تمام جنبه‌های زندگی بشر را شامل می‌شود، از جمله ارزش‌های دینی، اجتماعی، سیاسی، اخلاقی و اقتصادی. از این رو، حجاب به عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم، به زندگی اجتماعی و هویت زنان مسلمان ارتباط دارد (Harkness, 2019). پوشیدن حجاب یک تکلیف اجتماعی و دینی برای هر زن مسلمان به شمار می‌آید که در قرآن کریم نیز بر آن تأکید شده است (Elmarsafy & Bentaïbi, 2015). حجاب نوعی پوشش با ابعاد اجتماعی و دینی است که در بسیاری از جوامع اسلامی به عنوان وسیله‌ای برای حفظ عفت و انجام یک وظیفه دینی در نظر گرفته می‌شود (Alim, 2017). این پوشش که ریشه در تعالیم دینی دارد، از سوی خداوند برای مسلمانان، به ویژه زنان، به عنوان نعمتی در راستای حفظ

پاکدامنی معرفی شده است (Elmarsafy & Bentaïbi, 2015). باین حال، در جوامع چند فرهنگی، به ویژه در غرب، واکنش‌ها به حجاب متفاوت بوده و برخی آن را نوعی محدودیت برای زنان تلقی می‌کنند. از این منظر، پوشش‌هایی مانند شیله، نقاب و عبایا اغلب به عنوان نشانه‌هایی از سرکوب زنان مطرح شده‌اند (Gonzalez & Martins, 2015). باین وجود، بسیاری از دیدگاه‌ها این برداشت را به چالش می‌کشند و حجاب را نه تنها بخشی از هویت زنان مسلمان، بلکه جلوه‌ای از انتخاب فردی و ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی می‌دانند. افزون بر این، در برخی بافت‌های اجتماعی، حجاب به عنوان نمادی از آراستگی و حتی مدرنیته معرفی شده است (Glapka, 2018).

حجاب در اسلام به عنوان پوششی ضروری برای زنان در تمام زمان‌ها و دوره‌ها مطرح شده و نقش مهمی در حفظ عفت و پاکدامنی دارد. این پوشش نه تنها به عنوان یک دستور دینی الزامی شناخته می‌شود، بلکه ابزاری برای حفاظت از زنان نیز محسوب می‌گردد. در چارچوب کد پوشش اسلامی، حجاب تنها به پوشاندن سر، گردن و سینه محدود نمی‌شود، بلکه لباس باید گشاد و بلند باشد تا معیارهای اسلامی را برآورده کند (Akhter & Munir, 2017). علاوه بر این، حجاب به زنان احساس مثبتی نسبت به ظاهرشان می‌دهد و در عین حال، از تأثیر مستقیم معیارهای زیبایی بر ادراک آنان از بدنشان جلوگیری می‌کند. برخی زنان مسلمان از طریق حجاب، امکان فاصله گرفتن از هنجارهای سنتی زیبایی را می‌یابند که این امر می‌تواند به عنوان عاملی برای افزایش قدرت فردی تلقی شود. افزون بر این، حجاب حس امنیت را برای زنان تقویت کرده و در کنار حفظ پاکی و خودسازی، شرایط حضور فعال‌تر آن‌ها در جامعه را از طریق افزایش امنیت اجتماعی فراهم می‌آورد (Rahaman & Rahaman, 2023). رعایت این پوشش نه تنها شخصیت فرد را ارتقا داده و ارزشمندی او را تقویت می‌کند، بلکه امنیت روحی و روانی، گرایش به کمال و در نهایت استحکام بنیان خانواده را نیز به دنبال دارد (Hasanvand, 2023). حجاب و عفاف در فرهنگ اسلامی نه تنها به عنوان یک تکلیف دینی، بلکه به عنوان یک ارزش اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار دارند. این دو مفهوم به عنوان

شاخص‌های اصلی از هویت فردی و جمعی در جامعه‌های اسلامی شناخته می‌شوند. حجاب، علاوه بر اینکه نمادی از پیروی از دستورات الهی است، به عنوان یک محافظ در برابر نگاه‌های تحقیرآمیز و نادرست عمل می‌کند. عفاف نیز به معنای حفظ و نگه‌داری کرامت و شرافت انسانی است که از طریق پوشش مناسب و رفتارهای اخلاقی ایجاد می‌شود. به طور کلی، حجاب و عفاف به عنوان دو رکن اساسی در ایجاد یک جامعه سالم، با نشاط و دور از فساد و بی‌اخلاقی، مورد تأکید قرار دارند. از این رو، ترویج و حفظ این دو مفهوم می‌تواند به سلامت روحی، روانی و اجتماعی افراد کمک کند.

در دنیای مدرن امروز که تحت تأثیر فرهنگ‌ها و رسانه‌های مختلف قرار دارد، حفظ حجاب و عفاف به عنوان یک وظیفه اجتماعی و دینی بیشتر از پیش اهمیت یافته است. افزایش نفوذ رسانه‌های غربی و تهاجم فرهنگی، موجب شده تا بسیاری از جوامع اسلامی تحت فشار قرار گیرند تا از هویت فرهنگی و دینی خود فاصله بگیرند. در چنین شرایطی، حجاب نه تنها یک عمل فردی است، بلکه به عنوان ابزاری برای تقویت هویت اسلامی و مقابله با تغییرات فرهنگی و اجتماعی ناخواسته شناخته می‌شود. در این میان، تأکید بر حجاب و عفاف می‌تواند منجر به تقویت سلامت اخلاقی جامعه و حفظ دستاوردهای فرهنگی و دینی در برابر چالش‌های جهانی شود. مدیریت صحیح و حکومتی در زمینه حجاب می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در ترویج و حفظ این ارزش‌های دینی و اجتماعی داشته باشد. دولت‌ها و نهادهای حکومتی با ایجاد سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی مناسب، می‌توانند به حفظ و تقویت فرهنگ حجاب در جامعه کمک کنند. در این راستا، تدوین قوانین و مقررات مربوط به پوشش اسلامی، آموزش و آگاهی بخشی به عموم جامعه، و نظارت بر اجرای این سیاست‌ها از جمله اقداماتی است که می‌تواند موجب تثبیت فرهنگ حجاب در جامعه شود. علاوه بر این، حکومت می‌تواند با حمایت از برنامه‌های فرهنگی و رسانه‌ای که به طور مستقیم به ترویج حجاب می‌پردازند، ارزش‌های دینی و ملی را در سطح گسترده‌تری در جامعه نهادینه کند. در این میان، مسئولیت حکومت‌ها در مدیریت صحیح این فرآیند بسیار حیاتی

است. با اتخاذ رویکردهای دلسوزانه و برنامه‌ریزی شده، می‌توانند در کنار تقویت هویت دینی و فرهنگی، نگرش‌های مثبت به حجاب را در نسل‌های آینده ترویج کنند. این مدیریت باید به گونه‌ای باشد که نه تنها به جنبه‌های قانونی و اجرایی توجه کند، بلکه به تأثیرات فرهنگی و اجتماعی نیز اهمیت دهد. حمایت از نهادهای آموزشی و رسانه‌ای که به ارتقای آگاهی و دانش در زمینه حجاب و عفاف پرداخته و الگوهای مناسب را معرفی می‌کنند، می‌تواند به طور مؤثر در تحقق هدف حفظ حجاب و عفاف در جامعه اسلامی تأثیرگذار باشد.

حجاب، به عنوان یکی از عناصر مهم هویت دینی و فرهنگی زنان مسلمان، همواره جایگاهی محوری در جوامع اسلامی داشته است. در کنار جنبه‌های فردی و اعتقادی، حجاب واجد ابعاد اجتماعی و سیاسی نیز هست که آن را به موضوعی حساس و چندلایه در جامعه معاصر تبدیل کرده است. در سال‌های اخیر، با گسترش تعاملات فرهنگی، نفوذ رسانه‌های جهانی و تحول در سبک زندگی جوانان، به ویژه دانشجویان، نگرش‌ها و گرایش‌ها نسبت به حجاب دستخوش تغییراتی شده است. یکی از عوامل مهم و اثرگذار در این زمینه، سیاست‌ها و اقدامات مدیریتی و حکومتی در حوزه پوشش اسلامی است که می‌تواند نقش دوگانه‌ای در ترویج، تحکیم یا حتی کاهش گرایش به حجاب ایفا کند. در جمهوری اسلامی ایران، حجاب نه تنها یک انتخاب فردی، بلکه یک الزام قانونی و بخشی از سیاست‌های فرهنگی نظام است. با این حال، در سال‌های اخیر نشانه‌هایی از کاهش گرایش داوطلبانه به حجاب در میان قشر دانشجو دیده می‌شود که ضرورت مطالعه عوامل مؤثر بر این تغییر نگرش را دوچندان می‌سازد. اگرچه مطالعات متعددی به بررسی نگرش به حجاب از منظرهای دینی، فرهنگی یا روان‌شناختی پرداخته‌اند، اما کمتر پژوهشی به صورت نظام‌مند نقش مدیریت‌های کلان حکومتی، نهادهای سیاست‌گذار و راهبردهای فرهنگی دولت در این زمینه را بررسی کرده است. از این رو، مسئله اصلی این پژوهش آن است که گرایش دانشجویان به حجاب تا چه اندازه تحت تأثیر سیاست‌ها، رویکردها و عملکردهای مدیریتی و حکومتی قرار دارد؟ و این که چه نوع سیاست‌گذاری‌هایی می‌توانند در ترویج آگاهانه، پایدار و

مقبول حجاب در جامعه دانشگاهی نقش آفرین باشند؟ این مطالعه با هدف بررسی این شکاف پژوهشی و پاسخ به پرسش فوق، در تلاش است تا با تکیه بر منابع معتبر، تحلیل علمی تری از وضعیت موجود و راهبردهای بهینه برای مدیریت فرهنگی حجاب ارائه دهد. درک این عوامل می‌تواند به اصلاح سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، ارتقای هویت اسلامی در فضای دانشگاهی و تقویت رویکردهای اقناعی و مشارکتی در حوزه حجاب کمک کند.

پیشینه پژوهش: مطالعه پدیده‌ی گرایش به حجاب در میان دانشجویان، به‌ویژه در بستر دانشگاهی، نیازمند بررسی ابعاد مختلف روان‌شناختی، فرهنگی، دینی و اجتماعی آن است. پژوهش‌های انجام‌شده در سال‌های اخیر تلاش کرده‌اند تا با تحلیل انگیزه‌ها، ادراک‌ها و تجارب زنان محجبه، به درکی عمیق‌تر از عوامل تأثیرگذار بر این انتخاب برسند. این مطالعات در زمینه‌های مختلفی چون باورهای دینی، احساس امنیت، فشارهای اجتماعی، تصویر بدنی، و تأثیر رسانه‌ها تمرکز داشته‌اند. در ادامه، به برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های مرتبط در این حوزه اشاره می‌شود که مبنای نظری و تجربی مناسبی برای بررسی نقش عوامل مدیریتی و حکومتی در گرایش به حجاب فراهم می‌کنند. نتایج تحقیق (Januri & Ismail, 2021) نشان داد که انگیزه‌های اصلی دانشجویان دختر برای پوشیدن حجاب به سه عامل اساسی برمی‌گردد: الف) عوامل مذهبی که به انجام فرایض دینی و تعهدات اسلامی اشاره دارد، ب) عوامل روانشناختی که احساس آرامش و راحتی را هنگام پوشیدن حجاب ایجاد می‌کند، و ج) عوامل اخلاقی که به حفظ ارزش‌ها و اخلاق فردی کمک می‌کند. همچنین، نتایج تحقیق (Kertechian & Swami, 2016) نشان داد که حجاب حس امنیت شخصی را تقویت کرده و تأثیر مثبتی بر تصویر بدنی زنان دارد. تحقیقات دیگر (Najib, Fauziah, Djatnika, Saefulloh, & Purnamasari, 2022) حاکی از آن است که حجاب موجب تقویت حس احترام به خود، کرامت و ابراز باورهای دینی در زنان می‌شود. طبق تحقیق (Williams & Vashi, 2007) زنان مسلمان بیشتر حجاب را به‌عنوان ابزاری برای ایجاد فضایی فرهنگی و مذاکره میان ارزش‌های اسلامی و ارزش‌های لیبرال در دنیای غرب می‌بینند. همچنین، نتایج

تحقیق (Omair, 2009) نشان داد که زنان مسلمان حجاب را راهی "امن" برای ارتباط و تعامل با همکاران مرد در محیط‌های کاری در نظر می‌گیرند که احتمال شایعات و سوء تفاهم‌ها را کاهش می‌دهد. نتایج تحقیق (Çaksen, 2024) تأکید می‌کند که حجاب، هرچند در تمدن‌های مختلف تاریخاً مورد استفاده قرار گرفته، در اسلام نقش کلیدی در حفظ عفت و پاکدامنی زنان دارد. حجاب به عنوان یک سپر عمل کرده و زنان را از آزار جنسی و شیء‌انگاری محافظت می‌کند. این پوشش همچنین به عنوان یک عمل ضروری برای حفظ امنیت فردی و اجتماعی شناخته می‌شود که با آموزه‌های اسلامی در زمینه عفت و رفتار مناسب در فضاهای عمومی هم‌راستا است. تحقیق (Simorangkir, 2024) نشان داد که دانشجویان حجاب‌دار دانشگاهی با اعتقاد به رفتار اسلامی صحیح تصمیم به پوشیدن حجاب گرفته‌اند، اما خانواده، دوستان و سلبریتی‌ها نیز تأثیرگذار بوده‌اند. رسانه‌ها نیز به طور مثبت زنان حجاب‌دار را نمایش داده و همه پاسخ‌دهندگان اذعان داشتند که رسانه‌ها به ویژه در الهام بخشی به استایل آن‌ها مفید بوده‌اند. نتایج تحقیق (Abuzar & Mansoor, 2024) نشان داد که حجاب به عنوان عاملی برای افزایش زیبایی، وقار و راحتی در نظر گرفته شده و آن را ابزاری برای به چالش کشیدن کلیشه‌ها و توانمندسازی زنان معرفی کرده‌اند. تحقیق (Haroon et al., 2022) نیز نشان داد که دلایل پوشیدن حجاب در میان دانشجویان دختر مقطع کارشناسی پزشکی شامل دلایل مذهبی، حفاظت، بخشی از لباس فرم، و فشارهای خانوادگی بوده است. مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که اغلب پژوهش‌ها به بررسی انگیزه‌ها و نگرش‌های فردی، دینی، روان‌شناختی و فرهنگی دانشجویان دختر نسبت به حجاب پرداخته‌اند. این مطالعات عمدتاً از منظر درونی و تجربیات زیسته زنان محجبه به موضوع نگریسته‌اند و بر عواملی چون باورهای دینی، احساس امنیت، فشار اجتماعی، تصویر بدنی و نقش رسانه‌ها تمرکز داشته‌اند. اگرچه این یافته‌ها در تبیین بخشی از رفتارهای مرتبط با حجاب مفیدند، اما نقش ساختارهای کلان‌تر از جمله سیاست‌های مدیریتی، تصمیم‌سازی‌های نهادی و جهت‌گیری‌های حکمرانی در این زمینه کمتر مورد توجه قرار گرفته است. وجه تمایز پژوهش حاضر در تمرکز بر

تأثیر عوامل مدیریتی و حکومتی بر گرایش دانشجویان به حجاب است؛ امری که در ادبیات موجود یا مغفول مانده یا به شکل پراکنده بررسی شده است. پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی ساختاری-تحلیلی تلاش دارد تا از سطح تبیین‌های صرفاً فردی فراتر رفته و نقش سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و فضای حاکمیتی در شکل‌گیری نگرش و رفتار دانشجویان نسبت به حجاب را تحلیل کند. این رویکرد، افق‌های تازه‌ای برای درک تعامل بین ساختار و عاملیت در زمینه‌ی حجاب دانشجویی فراهم می‌سازد.

روش پژوهش: این تحقیق با هدفی کاربردی و با روش توصیفی-پیمایشی به انجام رسیده است. رویکرد پژوهش ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی بوده و شامل مصاحبه و تحلیل داده‌های عددی می‌باشد. روش ترکیبی به دلیل قابلیت تلفیق داده‌های غنی و عمیق کیفی با داده‌های کمی قابل تعمیم و سنجش‌پذیر، برای این پژوهش انتخاب شده است. از طریق مصاحبه‌های کیفی، امکان کشف و استخراج شاخص‌ها و مفاهیم بنیادین مرتبط با عوامل مدیریتی و حکومتی فراهم شد و سپس با استفاده از پرسشنامه کمی، میزان تأثیر و پراکندگی این عوامل در جامعه آماری بزرگ‌تر به طور دقیق‌تر بررسی گردید. این رویکرد باعث افزایش اعتبار و غنای داده‌ها و پاسخگویی به سوالات پژوهش با رویکردی جامع‌تر شد. در این مطالعه، به جای استفاده از چارچوب نظری، چارچوب مفهومی به کار گرفته شده تا سوالات پژوهش استخراج شوند. در این پژوهش به جای بهره‌گیری از یک چارچوب نظری مشخص و محدود، از چارچوب مفهومی استفاده شده است. چارچوب نظری معمولاً بر پایه نظریه‌ها و مدل‌های موجود در ادبیات پژوهش شکل می‌گیرد و به صورت ساختاریافته مفاهیم و روابط بین آن‌ها را تبیین می‌کند. اما در این مطالعه به دلیل نوآوری موضوع و کمبود نظریه‌های جامع و مستقیم در زمینه عوامل مدیریتی و حکومتی موثر بر گرایش دانشجویان به حجاب، چارچوب مفهومی به عنوان ابزاری منعطف‌تر و بازتر انتخاب شد. چارچوب مفهومی این امکان را فراهم می‌کند که مفاهیم و عوامل مرتبط به طور مستقیم از داده‌های کیفی و مصاحبه‌ها استخراج شده و سپس سوالات پژوهش به صورت دقیق‌تر و متناسب با واقعیت‌های میدانی

جامعه هدف شکل بگیرند. به عبارت دیگر، چارچوب مفهومی یک نقشه کلی از موضوع و روابط بین متغیرها ارائه می دهد که به کمک آن می توان پرسش های پژوهش را طراحی و تحلیل نمود، بدون اینکه محدود به نظریه های پیشین باشد. این رویکرد به ویژه برای پژوهش های ترکیبی و کاربردی که قصد دارند با داده های میدانی پیوند قوی داشته باشند، مناسب تر است. جامعه آماری پژوهش شامل ۶۵۹۸ دانشجوی دختر و پسر دانشگاه های دولتی بوشهر و ۲۴۷ نفر از استادان و کارشناسان فرهنگی این دانشگاه ها در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۳ بوده است. نمونه گیری در بخش کیفی به صورت هدفمند انجام شده و در بخش کمی از روش های خوشه ای و تصادفی طبقه ای نسبی استفاده گردیده است. در بخش کیفی، افراد نمونه شامل استادان، صاحب نظران فرهنگی و دانشجویان عضو تشکلهای فرهنگی انتخاب شدند تا نمونه ای جامع و متنوع حاصل شود. در بخش کمی، دانشگاه های خلیج فارس و فرهنگیان به عنوان خوشه انتخاب شده و سپس دانشجویان دختر و پسر از طریق روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای نسبی انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه و تعداد ۳۴۰ نفر تعیین گردید، اما برای پیشگیری از ریزش احتمالی، ۳۸۰ پرسش نامه توزیع شد. پس از جمع آوری داده ها و کدگذاری آن ها، اطلاعات به نرم افزار SPSS-26 منتقل و تحلیل شدند. در بخش توصیفی، از شاخص هایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، ماتریس، کجی و کشیدگی استفاده شد. در تحلیل استنباطی نیز آزمون هایی مانند کای اسکور، فریدمن، تحلیل واریانس چندمتغیره (مانوآ)، آزمون های پیش فرض مانوآ و پی گیری بونفرونی به کار گرفته شدند.

یافته ها

جامعه آماری پژوهش حاضر را دانشجویان دختر و پسر دانشگاه های دولتی ۶۵۹۸ نفر شهر بوشهر و نیز استادان و کارشناسان حوزه های فرهنگی دانشگاه ۲۴۷ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۳/۱۴۰۲ تشکیل می دهند.

جدول ۱. جامعه آماری

متغیرهای زمینه ای	پاسخ ها	تعداد	درصد
-------------------	---------	-------	------

جنسیت	زن	۱۷۵	۵۱
	مرد	۱۶۵	۴۹
سطح تحصیلات	کارشناسی	۲۸۶	۸۴
	کارشناسی ارشد	۲۷	۸
	دکتری	۲۷	۸
دانشگاه	خلیج فارس	۲۸۶	۸۴
	فرهنگیان	۵۴	۱۶
گروه تحصیلی	ادبیات و علوم انسانی	۱۰۳	۳۰
	علوم پایه	۵۰	۱۵
	فنی - مهندسی	۱۳۱	۳۸
	کسب و کار و فناوری	۵۶	۱۷
نوع اقامت	بومی	۱۰۶	۳۱
	بومی خوابگاهی	۱۱۳	۳۳
	غیر بومی	۱۲۱	۳۶
شغل	دانشجو	۳۴۰	۸۳
	استاد	۳۴	۸
	کارشناس	۳۷	۹

در این مطالعه، پاسخ‌دهندگان از میان دانشجویان با رشته‌ها و مقاطع تحصیلی متنوع انتخاب شده‌اند. ۵۱ درصد از آن‌ها زن و ۴۹ درصد مرد بودند. در مورد مقطع تحصیلی، ۸۴ درصد در مقطع کارشناسی و ۱۶ درصد در مقاطع بالاتر مانند کارشناسی ارشد و دکتری مشغول به تحصیل بودند. در خصوص محل تحصیل، ۸۴ درصد در دانشگاه خلیج فارس و ۱۶ درصد در دانشگاه فرهنگیان تحصیل می‌کردند. از نظر رشته‌های تحصیلی، توزیع دانشجویان به صورت زیر بوده است: ۳۰ درصد در دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ۱۵ درصد در دانشکده علوم پایه، ۳۸ درصد در دانشکده‌های فنی-مهندسی و ۱۷ درصد در دانشکده‌های کسب و کار و

فناوری تحصیل می‌کردند. از نظر وضعیت اقامتی، ۳۱ درصد دانشجویان بومی، ۳۳ درصد بومی ساکن خوابگاه و ۳۶ درصد غیر بومی بودند. همچنین، در این پژوهش، ۸۳ درصد از مشارکت‌کنندگان دانشجو و ۱۷ درصد استاد و کارشناس امور فرهنگی بودند.

جدول ۲. میزان آشنایی با حدود پوشش اسلامی

درصد	فراوانی	
۰/۰۲	۱۰	خیلی کم
۰/۰۵	۲۰	کم
۰/۶۸	۲۶۱	متوسط
۰/۱۹	۷۴	زیاد
۰/۰۳	۱۵	خیلی زیاد

طبق داده‌های جدول ۲، میزان آشنایی اعضای دانشگاه با اصول و ضوابط حجاب اسلامی در سطح متوسط با میانگین ۰/۶۸ اندازه‌گیری شده است. یکی از گام‌های مهم در دستیابی به کمال معنوی، شناخت صحیح آموزه‌های دینی اسلام است. آگاهی و معرفت، به عنوان اساس اعمال، شرایط لازم برای عمل به این آموزه‌ها را فراهم می‌آورد. با داشتن این آگاهی، فرد به باورها و احساسات جدیدی دست می‌یابد که زمینه‌ساز رفتارها و تصمیمات صحیح می‌شود. در این مسیر، شناخت منجر به محبت می‌شود و محبت در نهایت به عمل تبدیل می‌شود (پورسیدآقای، ۱۳۷۶). همچنین، تأکید بر اهمیت آشنایی با ضوابط و پوشش اسلامی نشان می‌دهد که برای بهبود آگاهی و رفع کاستی‌ها، نیاز به اقدامات مستمر و مؤثر است. این اقدامات می‌توانند تأثیرات ماندگاری بر رفتار دانشجویان در طول دوران تحصیل و حتی پس از آن داشته باشند.

جدول ۳. اهمیت به پوشش اسلامی

درصد	فراوانی	
۰/۰۵	۲۰	خیلی کم

کم	۱۰۰	۰/۲۶
متوسط	۱۷۰	۰/۴۴
زیاد	۶۳	۰/۱۶
خیلی زیاد	۲۷	۰/۰۷

مطالعات نشان می‌دهند که میزان توجه اعضای دانشگاه، که عمدتاً از دانشجویان تشکیل می‌شود، به موضوع پوشش اسلامی در دانشگاه در سطح متوسط قرار دارد و میانگین آن ۰/۴۴ است. این نتایج بیانگر رابطه مستقیم میان ارتقای دانش تخصصی و افزایش پایبندی به مسائل دینی، از جمله پوشش، در محیط دانشگاهی است. به‌ویژه، با بهبود جایگاه علمی و تخصصی، میزان تعهدات اخلاقی و دینی دانشجویان در سطح متوسط افزایش می‌یابد. همچنین، آگاهی دانشجویان از مقررات فرهنگی در زمان ورود به دانشگاه و رفتارهای پیش از آن‌ها تأثیر چشم‌گیری بر نگرش‌شان به پوشش اسلامی دارد. با وجود آگاهی بالا نسبت به پوشش، تأثیرات محیط دانشگاهی، ارتباطات جدید و مواجهه با جنس مخالف اثرات منفی کمتری بر توجه به حجاب در دانشگاه داشته است. بنابراین، لازم است که مسئولان دانشگاه با فراهم کردن بسترهای مناسب برای تقویت باورهای دینی، زمینه‌ای را فراهم کنند که دانشجویان به‌طور بیشتری به مسائل دینی و پوشش اسلامی پایبند باشند. همچنین، با استفاده از روش‌های مؤثر و غیرتحکمی، می‌توان محیط آموزشی سالمی ایجاد کرد که از انحرافات و مشکلات اجتماعی جلوگیری کند (رضایی، ۱۳۸۲).

جدول ۳. وضعیت پوشش در محل زندگی

فراوانی	درصد	
پوشیده بسیار کم	۲۱	۰/۰۵
پوشیده کم	۴۳	۰/۱۱
پوشیده متوسط	۱۲۸	۰/۳۳
پوشیده زیاد	۱۵۲	۰/۴۰

پوشیده خیلی زیاد	۳۶	۰/۰۹
------------------	----	------

نتایج نشان داد که وضعیت پوشش در محل زندگی با میانگین ۴۰٪ در سطح مطلوبی قرار دارد. این به ویژه به این دلیل است که رفتار فرد در محیط زندگی تحت تأثیر نظارت و کنترل خانواده، اقوام و آشنایان قرار دارد. در این زمینه، مشاهده شده است که میزان پوشش نامناسب در این محیط ها کاهش یافته و در عوض سطح پوشیدگی به طور چشمگیری افزایش یافته است. این روند نشان دهنده تأثیر مثبت محیط خانوادگی و اجتماعی در شکل گیری رفتارهای مرتبط با پوشش است. با توجه به این نتایج، تقویت عوامل بیرونی مانند محیط خانواده، اجتماع و نظارت اجتماعی باید به عنوان اولویت در دستور کار مدیران دانشگاهی قرار گیرد. این اقدامات نه تنها می توانند به ارتقاء پایبندی دانشجویان به مسائل دینی و فرهنگی کمک کنند، بلکه تأثیرات مثبتی بر رفتار آنان در محیط دانشگاهی خواهند داشت. علاوه بر این، طراحی و اجرای برنامه های آموزشی و مشاوره ای برای خانواده ها و آشنایان با هدف ارتقای آگاهی و تقویت فرهنگ صحیح پوشش می تواند در بلندمدت به ایجاد محیطی سالم تر و منطبق با ارزش های دینی در دانشگاه ها کمک کند. این رویکردها نه تنها در ارتقاء سطح آگاهی خانواده ها مؤثر خواهند بود، بلکه می توانند زمینه ساز تحولی فرهنگی در دانشجویان و جامعه دانشگاهی شوند و در نهایت تأثیرات مثبتی در شکل گیری یک فضای دانشگاهی منطبق با ارزش های اجتماعی و دینی خواهند داشت.

جدول ۴. وضعیت پوشش در محیط دانشگاه

درصد	فراوانی	
۰/۰۳	۱۲	پوشیده بسیار کم
۰/۳۵	۱۳۶	پوشیده کم
۰/۴۴	۱۷۰	پوشیده متوسط
۰/۰۹	۳۵	پوشیده زیاد
۰/۰۷	۲۷	پوشیده خیلی زیاد

نتایج نشان داد که وضعیت پوشش در محیط دانشگاهی با میانگین ۴۴٪ در سطح متوسط قرار دارد. در فضای دانشگاهی، رفتار و نوع پوشش دانشجویان تحت تأثیر عوامل متعددی است که از جمله می‌توان به فرهنگ دانشگاهی، ارتباطات میان فردی و تعامل با محیط‌های جدید اشاره کرد. برخلاف محیط زندگی، که خانواده و اجتماع نقش مستقیمی در کنترل رفتار دارند، در دانشگاه استقلال فردی دانشجویان افزایش می‌یابد و این تغییر در میزان آزادی بر انتخاب پوشش آن‌ها تأثیرگذار است. بر اساس بررسی‌ها، تغییرات در پوشش دانشجویان در دانشگاه عمدتاً ناشی از تعاملات اجتماعی، تأثیر همسالان و مواجهه با محیط‌های جدید است که هنجارهایی متفاوت از محیط‌های خانوادگی دارند. با این حال، علی‌رغم تأثیر مثبت قوانین و مقررات دانشگاهی به عنوان عوامل بازدارنده، این قوانین به تنهایی قادر به شکل‌دهی کامل به الگوی پوشش دانشجویان نیستند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که دانشگاه‌ها علاوه بر وضع قوانین، برنامه‌های فرهنگی و آگاهی‌بخش را برای تقویت باورها و ارزش‌های دینی و اجتماعی در دستور کار خود قرار دهند. برگزاری کارگاه‌ها، نشست‌های فرهنگی و فعالیت‌های گروهی با مشارکت دانشجویان می‌تواند در تغییر نگرش‌ها و رفتارهای آنان تأثیر مثبتی داشته باشد. همچنین، ایجاد محیطی سالم، الهام‌بخش و حمایتی در دانشگاه می‌تواند به پذیرش بیشتر هنجارهای اجتماعی مطلوب کمک کرده و از تأثیرات منفی محیط‌های جدید و غیررسمی که گاهی با هنجارهای متفاوت همراهند، جلوگیری کند.

جدول ۵. توزیع نسبی گرایش نسبت به حجاب و ابعاد آن

ردیف	گرایش به حجاب و ابعاد آن	شناخت	احساس	رفتار	گرایش
۱	خیلی کم	۱۷/۴۳	۱۰/۸۳	۱۶/۶۵	۱۲/۹۷
۲	کم	۲۰/۱۹	۳۹/۴۴	۱۹/۸۱	۲۶/۴۸
۳	متوسط	۴۱/۳۲	۳۵/۴۳	۳۲/۷۷	۳۶/۵۰
۴	زیاد	۲۷/۰۷	۱۴/۳	۳۰/۶۹	۲۷/۹۴
	مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

۲/۷۷	۲/۵۲	۲/۸۴	میانگین	
-				

با توجه به جدول شماره ۵، میزان گرایش به ابعاد مختلف گرایش به حجاب نشان داده شده است. تحلیل داده‌های جدول حاکی از آن است که بعد شناختی با میانگین ۲/۸۴ به عنوان مهم‌ترین بعد گرایش به حجاب شناخته شده است. این امر بیانگر آن است که نگرش‌های فکری و باورهای فردی دانشجویان نسبت به حجاب از اهمیت بیشتری برخوردار است و تأثیر قابل توجهی بر رفتار و احساسات آنان می‌گذارد. پس از بعد شناختی، به ترتیب بعد رفتار با میانگین ۲/۷۷ و بعد احساس با میانگین ۲/۵۲، بیشترین تأثیر را در گرایش به حجاب دارند. این نتایج نشان می‌دهند که تغییرات در گرایش به حجاب ابتدا از سطح شناختی آغاز می‌شود و به طور غیرمستقیم بر رفتار و احساسات افراد تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، تغییر در باورهای دینی و فرهنگی افراد نسبت به حجاب می‌تواند منجر به تغییرات مثبت در رفتار و احساسات آنان شود. بنابراین، برای تقویت گرایش به حجاب باید بر ارتقاء سطح آگاهی و باورهای دینی دانشجویان تمرکز کرد و از این طریق، رفتار و احساسات آنان را به سمت پذیرش بیشتر ارزش‌های دینی هدایت نمود. همچنین، لازم است که برنامه‌های آموزشی و فرهنگی، علاوه بر تقویت ابعاد شناختی، به تقویت ابعاد رفتاری و احساسی نیز پرداخته و با استفاده از روش‌های جذاب و اثرگذار، دانشجویان را در پذیرش این ارزش‌ها یاری کنند. در این راستا، می‌توان از کارگاه‌ها، نشست‌ها و فعالیت‌های گروهی برای ارتقاء هر سه بعد گرایش به حجاب بهره گرفت.

جدول ۶. عوامل مدیریتی - حکومتی مؤثر بر حجاب و عفاف

دیدگاه‌ها	میانگین	رتبه میانگین	کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
پوشش نامناسب، نشان از ضعف مسئولین در انتخاب و	۳/۲۸۳	۵/۶۳	۱۰۵/۱۱۳	۹	۰/۰۰۰

					معرفی الگوهای جذاب و با نشاط برای جوانان است.
			۳/۵۳	۳/۲۳۰	ترویج بدحجابی، به عنوان اعتراض بر عملکرد حاکمیت، لجبازی و بیان تعارض سیاسی تلقی می‌گردد.
			۵/۹۷	۳/۳۷۵	نبود یک برنامه جامع‌نگر در زمینه مسایل اجتماعی، مسأله حجاب را در جامعه چالشی کرده است.
			۵/۳۳	۳/۱۷۸	پوشش نامناسب، نشانگر غفلت از نگاه فرهنگی و تربیتی به مسأله حجاب، از سوی مدیران است.
			۵/۲۹	۳/۱۵۸	ترویج نادرست حجاب، متأثر تعدد و تنوع سازمان‌های مسئول با فعالیت‌های متعارض است.
			۵/۹۲	۳/۳۳۶	ترویج پوشش نامناسب، نشان از ناهماهنگی بین مجموعه مدیریتی و عملکرد ضعیف دستگاه‌های فرهنگی

					است.
			۶/۳۷	۳/۴۷۷	پوشش نامناسب، نتیجه سرمایه گذاری روی رفتار پوشش به جای سرمایه گذاری بر روی بینش و نگرش افراد است.
			۴/۵۳	۲/۸۲۲	پوشش نامناسب، انعکاسی از تفکرات سیاسی دشمنان انقلاب اسلامی است.
			۵/۳۴	۳/۱۵۵	نبود سیستم هدایتی برای بروز نشاط و تخلیه انرژی در نسل جوان، موجب پیدایش بد پوششی در جامعه است.
			۵/۰۶	۳/۰۵۶	پوشش نامناسب، بیانگر کم توجهی مدیران و برنامه ریزان فرهنگی و سطحی نگری به مساله حجاب و عفاف است.

به منظور پاسخ دهی پرسش که عوامل حکومتی و مدیریتی موثر بر حجاب و عفاف بیشترین تاثیر را داشته، آزمون آماری فریدمن اجرا گردید که نتایج آن در

جدول بالا آمده است. براساس نتایج جدول (۶)، بالاترین رتبه میانگین متعلق به گویه "پوشش نامناسب، نتیجه سرمایه‌گذاری روی رفتار پوشش به جای سرمایه‌گذاری بر روی بینش و نگرش افراد است". با رتبه میانگین ۶/۳۷ و سپس گویه "نبود یک برنامه جامع‌نگر در زمینه مسائل اجتماعی، مسأله حجاب را در جامعه چالشی کرده است". با رتبه میانگین ۵/۹۷ می‌باشد و پائین‌ترین رتبه میانگین به گویه "ترویج بدحجابی، به عنوان اعتراض بر عملکرد حاکمیت، لجبازی و بیان تعارض سیاسی تلقی می‌گردد" با رتبه میانگین ۳/۵۳ و سپس گویه "پوشش نامناسب، انعکاسی از تفکرات سیاسی دشمنان انقلاب اسلامی است" با رتبه میانگین ۴/۵۳ است. براساس مقادیر به دست آمده از آزمون کای اسکوئر یا خی دو (۰/۰۰۱، $\text{Kai-Squair} = 113/105$ Sig =) و درجه آزادی ۹، تفاوت معناداری در سطح ۰/۰۰۱ بین دانشجویان در مورد عوامل مؤثر بر حجاب و عفاف وجود دارد. به عبارتی نظر دانشجویان این است که با برنامه جامع می‌توان بینش و نگرش افراد را به پوشش مناسب سوق داد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که عوامل مدیریتی و حکومتی نقش بسزایی در ترویج و حفظ حجاب و عفاف دارند. این عوامل شامل معرفی الگوهای جذاب و با نشاط پوششی، عملکرد مسئولین و حاکمیت، برنامه‌های جامع‌نگر در زمینه مسائل اجتماعی، نگاه فرهنگی و تربیتی مسئولان به حجاب، تنوع سازمان‌های متولی حجاب، هماهنگی یا ناهماهنگی در مجموعه مدیریتی متولی امر حجاب، و سرمایه‌گذاری بر رفتار به جای بینش و نگرش است. در این میان، دو گویه «پوشش نامناسب نتیجه سرمایه‌گذاری روی رفتار پوششی به جای سرمایه‌گذاری بر روی بینش و نگرش افراد است» و «نبود یک برنامه جامع‌نگر در زمینه مسائل اجتماعی، مسأله حجاب را در جامعه چالشی کرده است» به عنوان مهم‌ترین و برترین گویه‌های پژوهش شناسایی شده‌اند. نتایج این پژوهش با مطالعات افشانی و زارعان (۱۳۹۳)، و محمدی (۱۳۸۴) همسو و همخوان است. در این میان، افشانی و زارعان (۱۳۹۳)

نشان دادند که طرح‌ها و برنامه‌های اجرایی برخی نهادها در زمینه حجاب، به‌ویژه نهادهای نظامی و انتظامی، اغلب بیشتر به‌صورت تحمیلی و بدون تأثیرگذاری اقناعی بوده است. در واقع، وقتی قدرت‌های اجرایی به عرصه فرهنگ وارد می‌شوند، این اقدام به جای ایجاد فضایی فرهنگی، به نوعی به کارزار عملیاتی و سیاسی تبدیل می‌شود که نتیجه آن محدود کردن آزادی‌های فردی و اجتماعی است.

در تبیین این نتایج می‌توان گفت که نهاد دولت یکی از نهادهای مؤثر در آشناسازی فرد با مفهوم و معنای حجاب است. تصمیمات، سیاست‌ها و برنامه‌هایی که دولت و مسئولین دولتی اتخاذ می‌کنند، تأثیر بسیار زیادی بر سایر نهادهای جامعه دارند. در جوامع مختلف، نهادهای مختلف اجتماعی با یکدیگر ارتباط نزدیک و پیچیده‌ای دارند و نهاد دولت به عنوان نهاد حاکم، نحوه تعامل و رفتار این نهادها را تعیین می‌کند. از این‌رو، جهت‌گیری‌ها و تصمیم‌گیری‌های دولت در رابطه با مسائل اجتماعی و فرهنگی می‌تواند نقشی حیاتی در جهت‌دهی به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه ایفا کند. بسیاری از پیام‌ها و اطلاعات فرهنگی، مذهبی و اجتماعی که از طریق رسانه‌های جمعی منتقل می‌شود، ریشه در برنامه‌ریزی‌ها و استراتژی‌های دولت دارند. بنابراین، اگر دولت نتواند به‌طور مؤثر در ترویج فرهنگ حجاب و عفاف و سیاست‌گذاری در این زمینه عمل کند، پیامدهای منفی آن می‌تواند به سرعت در جامعه گسترش یابد.

تبیین بدحجابی به عنوان یک پدیده فرهنگی تنها زمانی امکان‌پذیر است که علت‌ها و فرآیندهای این پدیده در قالب فرهنگ و معانی نمادین بررسی شوند. این علل می‌تواند شامل باورها، ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، نگرش‌ها و ایدئولوژی‌ها باشد که در ساختار فرهنگی جامعه به وجود می‌آیند. این فرآیند فرهنگی باید به گونه‌ای باشد که نه تنها رفتارها و اعمال افراد را تحت تأثیر قرار دهد، بلکه به تغییر نگرش‌ها و درک افراد از حجاب نیز پرداخته و این تغییرات را به‌طور بنیادین در سطح جامعه ایجاد کند. از این‌رو، برای مقابله با بدحجابی و ترویج فرهنگ حجاب در جامعه، باید توجه ویژه‌ای به عواملی همچون باورهای اجتماعی، نمادها و نشانه‌های فرهنگی مرتبط با حجاب داشت و با استفاده از رویکردهای فرهنگی و آموزشی،

افراد را به سمت پذیرش و درک عمیق‌تری از اهمیت حجاب هدایت کرد.

پیشنهادهای

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادات زیر به منظور بهبود وضعیت حجاب و عفاف در جامعه و تقویت مدیریت حکومتی در این زمینه ارائه می‌شود:

اولاً، یکی از مهم‌ترین پیشنهادات این است که نهادهای مسئول در زمینه حجاب، به‌ویژه دولت و وزارتخانه‌های مرتبط، باید رویکردهای جامع‌نگر و فرهنگی را در کنار سیاست‌های قانونی دنبال کنند. تنها تمرکز بر قوانین و مجازات‌های قانونی کافی نیست و برای تغییر نگرش‌ها و رفتارها باید سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت فرهنگی و تربیتی انجام گیرد. در این راستا، پیشنهاد می‌شود که دولت برنامه‌هایی برای آموزش و آگاهی‌بخشی در حوزه حجاب و عفاف طراحی کند که علاوه بر ارائه اطلاعات، به تقویت نگرش‌ها و باورهای فرهنگی در جامعه بپردازد. این آموزش‌ها باید از سنین پایین‌تر آغاز شده و در تمامی سطوح تحصیلی و اجتماعی گسترش یابد.

ثانیاً، باید تلاش‌هایی برای ایجاد هماهنگی بین نهادهای مختلف مسئول در امر حجاب صورت گیرد. عدم هماهنگی میان سازمان‌ها و نهادهایی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در حوزه حجاب فعالیت می‌کنند، می‌تواند باعث تداخل و ایجاد سردرگمی در اجرای سیاست‌ها و برنامه‌ها شود. پیشنهاد می‌شود که یک مرجع واحد مسئول پیگیری و اجرای سیاست‌های حجاب و عفاف در سطح کشور ایجاد گردد و هماهنگی میان نهادهای مختلف تحت این مرجع قرار گیرد. این اقدام به ایجاد یک رویکرد یکپارچه در سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌ها کمک خواهد کرد.

ثالثاً، پیشنهاد مربوط به ترویج الگوهای جذاب و متنوع از پوشش اسلامی است. الگوهای حجاب باید نه تنها با اصول اسلامی سازگار باشند، بلکه جذابیت و نشاط را در خود داشته باشند تا بتوانند توجه جوانان را جلب کنند. در این راستا، پیشنهاد می‌شود که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری طراحان مد، صنعت پوشاک و مراکز آموزشی، برنامه‌هایی را برای ارائه پوشش‌های مدرن و شیک بر اساس

معیارهای اسلامی برگزار کند. چنین رویکردهایی می‌تواند باعث افزایش تمایل جوانان به پذیرش حجاب به عنوان یک انتخاب مثبت و معتبر شود. رابعاً، تقویت نقش رسانه‌ها و فضای مجازی در ترویج فرهنگ حجاب است. رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های اجتماعی، ابزار قدرتمندی برای تغییر نگرش‌ها و رفتارها هستند. دولت و نهادهای فرهنگی باید از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی و تلویزیونی برای تبلیغ الگوهای مثبت حجاب استفاده کنند. تولید محتوای جذاب و تأثیرگذار که هم‌زمان با جوانان همسو باشد و مفاهیم حجاب را به طور غیرمستقیم و با رویکرد اقناعی بیان کند، می‌تواند به طور مؤثری در ترویج حجاب و عفاف در جامعه نقش ایفا کند. در نهایت، برای مقابله با تهاجم فرهنگی و تأثیر رسانه‌های بیگانه بر نگرش جوانان نسبت به حجاب، لازم است که در سطح ملی، رویکردهایی در جهت تقویت هویت فرهنگی و دینی جامعه اتخاذ شود. این رویکردها باید به طور هماهنگ و در تعامل با نهادهای مختلف اجتماعی و فرهنگی پیگیری شوند. آموزش صحیح و آگاهی‌بخشی در زمینه فرهنگ حجاب، تقویت سیاست‌های رسانه‌ای داخلی و مقابله با تهاجم فرهنگی از طریق تولید محتوای بومی و مطابق با ذائقه جامعه، می‌تواند به عنوان راهکارهای مؤثر در این زمینه مطرح گردد.

فهرست منابع

۱. افشانی، سیدعلیرضا؛ زارعان، احمد. (۱۳۹۳). نقش رسانه‌ها در گسترش و تعمیق فرهنگ عفاف و حجاب و تأثیر آن بر امنیت فردی و اجتماعی. <https://civilica.com/doc/1850825>
۲. پورسیدآقای، مسعود. (۱۳۷۶). حجاب میوه شناخت. قم: حضور.
۳. رضایی، محمدحسین. (۱۳۸۲). تحلیل جامعه‌شناختی پوشش اسلامی، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی وزارت علوم تحقیقات و فناوری، ۱۲ (۴۶)، ص ۴۳-۶۲.
۴. محمدی، اصغر. (۱۳۸۴). عوامل مؤثر بر گرایش به بدحجابی در بین دختران و زنان شهر اصفهان. جامعه‌شناسی. ۱ (۴)، ص ۷۱-۴۷.
5. Abuzar, M., & Mansoor, H. S. (2024). EXPLORING THE ROLE OF HIJAB IN FOSTERING PERSONAL SECURITY AND POSITIVE BODY IMAGE.
6. Akhter, N., & Munir, D. (2017). Hijab (Veil): Protection for Woman (Islamic Perspective) International Conference on Arabic Studies & Islamic Civilization., 4, 2017-2026.
7. Alim, S. (2017). THE MEANING OF RELIGIOSITY FOR WOMEN USERS OF SLANG HIJAB: A PHENOMENOLOGICAL STUDY IN UGM YOGYAKARTA.
8. Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing ethical responsibility among

- multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. *Journal of business ethics*, 60, 131-145.
9. Çaksen, H. (2024). Hijab is Women's Shield and Fortress. *MAQOLAT: Journal of Islamic Studies*, 2(3), 205-211.
 10. Elmarsafy, Z., & Bentaïbi, M. (2015). Translation and the world of the text: on the translation of the word h ijab in the Qur'an. *The Translator*, 21(2), 210-222.
 11. Glapka, E. (2018). Veiled or veiling?—Turning back the gaze on the Western feminist. Understanding hijab from the socio-culturally located positions of knowing. Paper presented at the Women's Studies International Forum.
 12. Gonzalez, R. V. D., & Martins, M. F. (2015). Gestão do conhecimento: uma análise baseada em fatores contextuais da organização. *Production*, 25(4), 834-850. doi
 13. Haddad, Y. Y., Smith, J. I., & Moore, K. M. (2006). *Muslim women in America: The challenge of Islamic identity today*: Oxford University Press.
 14. Harkness, G. (2019). Hijab micropractices: The strategic and situational use of clothing by Qatari women. Paper presented at the Sociological Forum.
 15. Haroon, J., Hussain, A., Malik, F. R., Iqbal, M., Fatima, I., & Ullah, I. (2022). Perceptions Reasons and Barriers in Observing Purdah (Hijab) Among Female Undergraduate Medical Students. *Journal of Computing & Biomedical Informatics*, 3(02), 136-143.
 16. Hasanvand, A. (2023). Hijab and Chastity and their Role in Psychological Security. *Islam And Health Journal*, 8(1), 13-19.
 17. Januri, J., & Ismail, M. S. (2021). STUDENTS'MOTIVATION TO WEAR THE VEIL IN YASNI BUNGO JAMBI ISLAMIC INSTITUTE. *Islamuna: Jurnal Studi Islam*, 8(2), 179-196.
 18. Kertechian, S. K., & Swami, V. (2016). The hijab as a protective factor for body image and disordered eating: A replication in French Muslim women. *Mental Health, Religion & Culture*, 19(10), 1056-1068.
 19. Latiff, Z. A., & Alam, F. (2013). The roles of media in influencing women wearing hijab: An analysis. *Journal of Image and Graphics*, 1(1), 50-54.
 20. Najib, M. F., Fauziah, T., Djatnika, T., Saefulloh, D., & Purnamasari, D. (2022). The Impact of Utilitarian and Hedonic Values on Hijab Buying Intentions: Evidence from Indonesia. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 2(2).
 21. Omair, K. (2009). Arab women managers and identity formation through clothing. *Gender in Management: An International Journal*, 24(6), 412-431.
 22. Rahaman, M., & Rahaman, M. Z. (2023). Muslim Women and Hijab: A Study into the Subjects of Female Identities, Empowerment, and Body Image.
 23. Rita, A. A. (2017). Assertion of wearing hijab in the community: An analysis. *American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences*, 29(1), 340-347.
 24. Ruby, T. F. (2006). Listening to the voices of hijab. Paper presented at the Women's Studies International Forum.
 25. Simorangkir, D. (2024). the Influence of Popular Media on Young Indonesian Woman Wearing Hijab. *Journal of Business And Entrepreneurship*, 12(1), 23-34.
 26. Williams, R. H., & Vashi, G. (2007). Hijab and American Muslim women: Creating the space for autonomous selves. *Sociology of religion*, 68(3), 269-287.
 27. Zwick, D., & Chelariu, C. (2006). Mobilizing the hijab: Islamic identity negotiation in the context of a matchmaking website. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(4), 380-395.