

« زن و مطالعات خانواده »
سال دهم - شماره چهارم - تابستان ۱۳۹۷
ص ص: ۷۷-۱۰۳
تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۹/۱۸
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۵/۲۹

بررسی رابطه میزان استفاده از لوازم آرایشی و مزاحمت های خیابانی برای زنان: مورد مطالعه استان کرمانشاه

دکتر علی مرادی *

چکیده

هدف اساسی این مقاله، بررسی رابطه بین میزان استفاده از لوازم آرایشی و مزاحمت های خیابانی برای زنان شهر کرمانشاه است. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش و از طریق ابزار پرسشنامه استاندارد شده انجام شد. جامعه آماری مورد مطالعه زنان بین سنین ۱۴ تا ۵۰ سال استان کرمانشاه می باشد که تعداد ۷۳۰ نفر از جامعه آماری به شیوه تصادفی طبقه ای برای مطالعه انتخاب شدند. از اعتبار صوری برای روایی و آلفا کرونباخ برای پایایی ابزار پژوهش استفاده به عمل آمد و از روش های آماری ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس برای آزمون فرضیات و تکنیک رگرسیون برای سنجش مدل پژوهش استفاده شد. براساس یافته های پژوهش، بین متغیرهایی چون میزان استفاده از لوازم آرایشی و ابعاد پنج گانه میزان مزاحمت های خیابانی رابطه معناداری وجود دارد. هم چنین نتایج نشان می دهد که نوع آرایش، سطح تحصیلات، وضعیت شغلی، سن و شهر محل سکونت بر میزان مزاحمت های خیابانی تأثیر معناداری دارد. نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نشان می دهد چهار متغیر میزان استفاده از لوازم آرایشی، نوع آرایش، سطح تحصیلات و شهر محل سکونت توانسته اند ۴۴ درصد از تغییرات درونی متغیر وابسته را تبیین نمایند.

واژه های کلیدی: مزاحمت های خیابانی، لوازم آرایشی، زنان

* دانشیار گروه جامعه شناسی، واحد اسلام آبادغرب، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام آبادغرب، کرمانشاه، ایران.

مقدمه

یکی از نمودهای آزار جنسی که بانوان ایرانی به ویژه در شهرهای بزرگ با آن روبرو هستند، مزاحمت یا آزار خیابانی است. پدیده ای که آسایش و امنیت شهروندان و به خصوص زنان را به مخاطره انداخته است و خیلی از شهروندان به طور علنی شاهد این مسأله اجتماعی هستند و کم و بیش اکثر خانواده ها را تهدید می کند. امروزه پدران و مادران نگران و دلواپس دختران شان هستند. این پدیده بیشتر به شکل لفظی، سد معبر کردن و گاه درگیری فیزیکی رخ می دهد. شاید حجم مزاحمت هایی که زنان در خیابان ها با آن روبرو هستند به قالب آمار درنیاید. اما فقدان آمار به معنای نبودن چنین مسأله ای نیست. تقریباً همه زنان در هر موقعیت سنی و با هر نوع حجاب و پوشش و با هر ترکیب ظاهر و چهره در تمام ساعات شبانه روز با این مزاحمت های خیابانی روبرو می شوند. میزان وقوع و مشاهده آن توسط مردم آن قدر زیاد می باشد که گویا بروز چنین پدیده ای در روابط میان زنان و مردان جامعه اجتناب ناپذیر به نظر می رسد. از دیدگاه روان شناختی و جامعه شناختی اهمیت طرح این موضوع بیشتر از آن رو است که زنان آسیب دیده از این آزارهای جنسی چنان سرخورده و منفعل می شوند که گاه برای مقابله با عواقب آن حضور اجتماعی خود را محدود می کنند.

مزاحمت خیابانی یکی از اشکال ممنوع تبعیض جنسی علیه زنان است که عرصه عمومی را به محیطی ناامن و نامطلوب برای فعالیت اجتماعی آنان تبدیل می کند. سکوت زنان در برابر این مزاحمت ها یکی از دلایل شیوع آن در جامعه قلمداد می شود، از این رو مطالعه تجربه زنان از مزاحمت های خیابانی و واکنش آنان در برابر این مزاحمت ها ضروری به نظر می رسد (ایمان و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۳).

مزاحمت های خیابانی از جمله معضلات مهم جامعه شهری در مقطع کنونی است. این پدیده نامطلوب بیش از همه زندگی و سلامت شهروندان را در معرض خطر قرار داده است و دستگاه قضایی و انتظامی را به چالش کشیده است (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۳۳). براساس تعریف گاردنر^۱ (۱۹۹۵) مزاحمت های خیابانی، رفتارهای کلامی و غیرکلامی دارای ماهیت جنسی (مانند توهین کردن، کنایه زدن، فریاد کشیدن، نوازش کردن، خیره شدن و ...) را شامل می شوند که معمولاً توسط مردهای غریبه در مکان های عمومی یا نیمه عمومی نسبت به زنان اعمال می شوند و نمی توان آن ها را براساس سن، قومیت یا طبقه ای اجتماعی پیش بینی کرد.

در بروز مزاحمت و آزار خیابانی می توان ردپای عوامل زیادی را جستجو کرد. وجود پدیده هایی مثل بالارفتن سن ازدواج، بیکاری، نبود تفریحات سالم، سست شدن پیوندهای خانوادگی، تضعیف اخلاق

عمومی، پوشش نامناسب، آرایش و خودنمایی زنان با استفاده از لوازم آرایشی، وجود خلاء قانونی، کاهش حساسیت عمومی و افزایش حضور زنان در جامعه موجب می توانند در ایجاد مزاحمت خیابانی مؤثر باشند. هم چنین، نداشتن اعتماد به نفس و به خود باوری نرسیدن زنان و نوع برخوردهای اجتماعی و مقصر اصلی جلوه دادن زنان به دلیل بافت فرهنگی و تربیتی خانواده ها، حاشیه امن را برای مردان مزاحمت آفرین بیشتر می کند.

کرل^۱ (۲۰۱۱) در مقاله خود، مزاحمت های خیابانی برای زنان را یکی از مهم ترین معضلات زنان در سراسر جهان می داند. مزاحمت هایی نظیر سوت زدن، متلک پرانی، دست درازی و حتی رفتارهای گستاخانه تری که زنان در مکان های عمومی همواره در معرض مواجهه با آن هستند. به گفته کرل، بیش از ۸۰ درصد از زنان مصاحبه شده در کشورهای کانادا و مصر و ۱۰۰ درصد از زنانی که در ایالات متحده مورد پرسش واقع شده اند، گفته اند که در خیابان مورد آزار و اذیت قرار گرفته اند. در کشور یمن این رقم بیش از ۹۰ درصد اعلام شده، حتی زنان متواضع و محجبه نیز از مزاحمت های خیابانی در امان نبوده اند.

یکی از مصادیق آرایش کردن و خودنمایی زنان و دختران در قالب و فرم پوشش ارائه می شود. پوشش در هر دوره ای از تاریخ بشر اشکالی متنوع به خود گرفته است. پوشش، زمانی تنها وسیله برای رهایی انسان از گرما و سرما بشمار می آمد، اما به مرور زمان و با گسترش فناوری، پوشش نیز دستخوش تغییرات بسیاری شد و دوره ای آغاز شد که پوشش و لباس تبدیل به وسیله ای برای زیباتر شدن، جلوه نمودن و مشخص نمودن جایگاه و پایگاه طبقاتی افراد و در بسیاری از مواقع مذهب افراد شده بود (Ghanbari, 2007: 2). کریک^۲ (۲۰۰۵) و مکوی^۳ (۲۰۰۰) عنوان می کنند که پوشاک می تواند ابزاری برای اجتماعی شدن^۴ و کنترل اجتماعی^۵ و از سوی دیگر، برای رهایی از محدودیت های فرهنگی به شمار آید. در این مورد می توان به ایجاد سبک های خرده فرهنگی^۶ پوشاک در نیم قرن گذشته اشاره کرد (Bovon, 2006).

از نظر گانتز^۷ (۱۹۹۵) زنان و دختران جوان با نیت جست و جوی هویت به ویژه هویت جنسی^۸ دست به آفرینش سبک^۹ می زنند و گاهی از زنانگی به مثابه تغییر قیافه^۱ بهره می گیرند. به نظر او بدن و سطوح

۱ . Kearnl

۲ . Craik

۳ . McVeigh

۴ . Socialization

۵ . Social Control

۶ . Subculture

۷ . Ganetz

۸ . Sexual Identity

۹ . Style

سطوح آن، فرصت‌هایی برای نوآوری عرضه می‌کند و لباس، امکانات تغییر شکل خود را به زنان می‌بخشد؛ به طوری که آنان می‌توانند خودشان و نقش زنانه‌ای که فرهنگ مردسالار به آنان نسبت داده است را تجربه کنند (Zokaei, 2008).

بومن^۲ (۱۹۹۳) در تعریف مزاحمت خیابانی می‌نویسد: رفتارهای زیادی هستند که در حیطه‌ی مزاحمت خیابانی قرار می‌گیرند. مزاحمت جنسی غریبه‌ها شامل رفتارهای کلامی و غیرکلامی مثل سوت زدن، چشمک زدن، چشم‌چرانی کردن، نیشگون گرفتن، لمس کردن بدن، هو کردن و اظهارات خیابانی می‌شوند. اظهارات خیابانی معمولاً ماهیت جنسی دارند و اظهارنظرهایی هستند درباره‌ی ظاهر فیزیکی زن و یا حضورش در اماکن عمومی.

مزاحمت جنسی ممکن است در کشورهایی که رویکرد نقش جنسیتی سنتی‌تری دارند بیشتر باشد (سیگال و جکوبسن^۳، ۱۹۹۹: ۷۶۹). جامعه‌ی ایرانی نیز به عنوان جامعه‌ای که سنت و ایدئولوژی‌های جنسیتی ریشه‌های عمیقی در آن دارند از این قاعده مستثنی نیست.

مزاحمت‌های خیابانی پدیده‌ای است که امروزه آسایش و امنیت شهروندان و بخصوص زنان را به مخاطره انداخته و همه شهروندان به طور علنی شاهد این پدیده زشت و مذموم هستند و کم و بیش اکثر خانواده‌ها را تهدید می‌کند.

پژوهش و واکاوی مسئله‌ی مزاحمت خیابانی از دو جهت حائز اهمیت است. اول این که مزاحمت خیابانی می‌تواند به عنوان یک مسأله اجتماعی در زندگی افراد و گروه‌ها ناامنی ایجاد کند. دوم اینکه اثرات منفی مزاحمت خیابانی در سطح فردی و اجتماعی برای زنان می‌تواند بسیار گسترده‌تر از مردان باشد و در نتیجه یکی از پیامدهای نامطلوب مزاحمت خیابانی برای کل اجتماع رانده شدن نیمی از جمعیت بالقوه فعال جامعه از عرصه‌ی عمومی به حوزه‌ی خصوصی و درون خانه‌ها است. از طرفی هم از آن جا که در ایران باستان عفاف بسیار اهمیت داشته و به همین دلیل، جامعه ایرانی دارای فرهنگ بسیار پاک‌ی بوده و اینکه مردی برای زنی مزاحمت ایجاد کند بسیار زشت تلقی می‌شده است. اگر موردی هم وجود داشت، به بدترین شکل ممکن با او برخورد می‌شد.

پیشینه پژوهش

آدمیان و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ی تحت عنوان تحلیل جامعه‌شناختی سبک پوشش زنان، با تأکید بر زنان ۲۰ تا ۵۰ ساله شهر مشهد به این نتایج دست یافتند که سبک پوشش «سنتی شبه مدرن»

۱ . Maquarade

۲ . Bowman

۳ . Sigal & Jacobsen

در بین جامعه مورد مطالعه فراوانی بیشتری دارد. همچنین، بین سلیقه، سرمایه اقتصادی و فرهنگی، میزان مصرف و سبک پوشش زنان همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد (آدمیان و همکاران، ۱۳۹۱).

خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۰)، در مطالعه ای تحت عنوان سبک زندگی و مدیریت بدن، به بررسی رابطه ی این دو مفهوم پرداختند. نتایج پژوهش نشان دادند که در سطح تحلیل دو متغیره تمامی سبک های زندگی با مدیریت بر ظاهر و هم چنین تغییر شکل اندام رابطه داشته اند، اما در تحلیل چند متغیره مشاهده شد که سبک های مدرن ورزشی - موسیقی، فراغتی، مشارکت های جدید، مذهبی و در نهایت، موسیقی سنتی روی هم توانسته اند مدیریت زنان بر ظاهرشان را با ۴۵ درصد تبیین کنند و متغیرهای سبک مشارکتی جدید، ورزشی - موسیقی جدید، موسیقی قدیمی و در نهایت فراغتی روی هم ۳۰/۳ درصد تغییرات مدیریت تغییر شکل اندام زنان را تبیین کنند.

لهسایی زاده و یوسفی (۱۳۹۰) مطالعه ای تحت عنوان رابطه ی بین پذیرش هنجارهای جنسیتی و تجربه ی مزاحمت های خیابانی: مطالعه ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه شیراز انجام دادند. نتایج حاصل از تحلیل مسیر و رگرسیون گام به گام حاکی از این است که نوع پوشش، نوع آرایش به عنوان ۲ شاخص پذیرش هنجارهای جنسیتی بیشترین تأثیر را بر میزان تجربه مزاحمت خیابانی دارند.

قرایی مقدم (۱۳۹۰) در پژوهشی که در شهر کرج در رابطه با روسپیگری انجام داده به یافته های تأمل برانگیزی در رابطه با آسیب های جنسی برخورده است. ۳۳ درصد از زنان روسپی پاسخگو متأهل بودند و از رابطه خود شرمگین نبودند (قرایی مقدم، ۱۳۹۰).

موحد و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه ای تحت عنوان آرایش و زندگی اجتماعی دختران جوان، در پی مطالعه و کشف دلایل آرایش دختران و نقش آن در زندگی اجتماعی آن ها است. نتایج پژوهش بیان گر آن است که آرایش با برنامه زندگی افراد در هم تنیده است و توسط آن تنظیم و هماهنگ می شود. آن ها در طول مصاحبه به دامنه ای از دلایل اجتماعی، فردی و روان شناختی برای گرایش خود به آرایش اشاره می کنند. این اظهارات حاکی از آن است که با وجود فشارهای ساختاری موجود، دختران در انتخاب آرایش تا حدودی عاملیت خود را حفظ کرده اند. بنابراین به نظر می رسد که آرایش کردن، شیوه ای عقلانی برای کسب سرمایه نمادین و حتی تبدیل آن به انواع دیگر سرمایه است.

در مطالعه ای که سحابی و همکاران (۱۳۸۸) در شهر سنندج انجام دادند زنان، مزاحمت خیابانی را مهم ترین عامل تهدید خود می پنداشتند. متلک، حرف های رکیک و رفتارهای غیرعادی از جمله مزاحمت هایی است که زنان شهر سنندج تجربه کردند. تجربه مزاحمت های خیابانی به خصوص برای افرادی با خاستگاه روستایی و دارای تجربه احساس امنیت در روستا، بسیار سخت و دشوار بود به گونه ای که محدودیت های جدی در تحرک آنان در زمان ها و مکان های مختلف ایجاد می کرد.

نتایج مطالعه‌ی موحد و همکاران (۲۰۱۰) بیانگر آن است که آرایش با برنامه‌ی زندگی افراد درهم تنیده است و به وسیله‌ی آن تنظیم و هماهنگ می‌شود. دختران با وجود ساختارهای موجود در انتخاب آرایش تا حدودی عالمیت خود را حفظ کرده‌اند. آرایش کردن، شیوه‌ای عقلانی برای کسب سرمایه نمادین و حتی تبدیل آن به انواع دیگر سرمایه است (Movahed, GhafariNasab & Hosseini, 2010).

ماجما (۲۰۰۹) در مطالعه‌ی تحت عنوان الگوهای پوشش جوانان در بین دانشجویان دانشگاه تهران به این نتیجه رسید که سبک‌های زندگی و سرمایه اقتصادی و فرهنگی در شکل‌گیری انواع الگوهای پوشش مؤثرند (Majma, 2009).

ذکایی و فرزانه در مطالعه‌ی شان به این نتیجه رسیده‌اند که زنان پس از جراحی‌های زیبایی احساس رضایت بیش تری از خود داشته و اعتماد به نفس شان بالاتر رفته است. از سوی دیگر، گزینش جراحی زیبایی در چرخه‌ای میان انتخاب فردی و ساختارهای اجتماعی قرار گرفته است (Zokaei & Farzane, 2008).

پاریش و همکاران^۱ (۲۰۰۶) در مقاله‌ی مزاحمت جنسی زنان در محیط‌های شهری چین با استفاده از داده‌های پیمایشی زندگی خانوادگی و سلامت چینی‌ها به تجزیه و تحلیل شیوع و خطرات مزاحمت جنسی در چین در سال ۲۰۰۰ پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که ۱۲/۵ درصد از تمام زنان و ۱۵/۱ درصد از زنان شهری چین نوع از مزاحمت جنسی را در یک سال قبل از انجام این پژوهش تجربه کرده‌اند.

قلعه‌بندی و ابراهیمی در بررسی خود دریافتند که بین درخواست کنندگان جراحی زیبایی بینی الگوهای شخصیتی و سواسی - خودشیفته بیش تری نسبت به عامه وجود دارند. پژوهشگران درخواست جراحی پیاپی را به تعامل عامل‌های روانشناختی فردی و تأثیرهای فرهنگی در نظر گرفته‌اند (Ghalebandi & AfkhamEbrahi, 2004).

مبانی مفهومی و نظری پژوهش

منظور از مزاحمت چیست؟

در یک تعریف، به هر نوع فعالیتی که در فضای عمومی از سوی فردی در برخورد با فرد دیگر صورت بگیرد، به گونه‌ای که باعث آزار و اذیت آن فرد شود، مزاحمت خیابانی گفته شده است. تعریف من از مزاحمت، رفتار یا گفتاری است که روحاً (و گاه جسماً) باعث آزار جنس زن می‌شود و او را از ادامه این

۱. Parish et al.,

مزاحمت و یا عواقب احتمالی آن به وحشت می‌اندازد، یا باعث ایجاد تنش و اضطراب می‌شود. این رفتار یا گفتار می‌تواند شامل هر کلام توهین‌آمیز و منافعی عفت و پیشنهادهای خلاف اخلاق باشد.

از جمله این خشونت‌ها می‌توان به تهدید جسمی و تحقیر جنسی، عدم تأمین نفقه، تهدید به جداسازی وی از طفل، قطع ارتباط او با فامیل و سایر زنان و دوستان، تجاوز، قتل‌های ناموسی و خودکشی اشاره کرد.

تحصیلات پایین و وضعیت اقتصادی نامطلوب، زنان را بیشتر در معرض خشونت‌های جنسی و عاطفی و اقتصادی قرار می‌دهد، زیرا میزان آسیب‌پذیری آنان را بالا می‌برد. از این رو هرگونه برنامه ریزی بدون تمهید مکانیسم‌های رفع فقر و بیسوادی زنان، از رفع خشونت جنسی باز می‌ماند. هرچند همه در معرض خشونت‌های جنسی قرار دارند، اما دختران و زنان بیش از پسران و مردان در معرض این خشونت قرار دارند و آسیب‌پذیری دختران و زنان بیش از آسیب‌پذیری پسران و مردان به تخریب آرامش و نظم اجتماعی منجر می‌شود.

یکی از انواع این نوع خشونت، مزاحمت یا آزارهای جنسی است که شامل موارد زیر است: پیشنهادات مکرر و یک طرفه لفظی یا جنسی، متلک پراندن‌ها، اظهار نظرهای موهن و تلویحات جنسی یا اشارات تبعیض‌آمیز جنسی که توسط شخصی (در محل کار) صورت گیرد و برای شخص مخاطب آزار دهنده باشد و باعث احساس خطر، حقارت، مرعوب شدن یا رنج در مخاطب شود یا در انجام کار او اختلال ایجاد کند، امنیت شغلی او را به خطر اندازد یا در محیط کار فضای تهدید کننده یا مرعوب کننده ایجاد کند (مگی و گمبل، ۱۳۸۲: ۳۰۳).

در میان جوامع مختلف نوع لباس افراد، از اولین ابزارهای جنسی است که موجب شناخته شدن و تشخیص هویت آنان می‌شود. معمولاً افرادی که به گروهی خاص تعلق دارند، از لباس‌های مشابهی استفاده می‌کنند. گاهی به مناسبت مناسکی خاص، جامعه در انتخاب لباس با نوعی الزام مواجه است، مانند برخی مراسم مذهبی مثل مناسک حج. لباس هر فرد نشانه‌ای است که به سادگی توسط افراد دیگر رمزگشایی می‌شود و گاهی این رمزگشایی، احترام بیشتر، طرد برخی گروه‌های اجتماعی، تداعی مناسک خاص و معانی متفاوتی در پی دارد.

بنابراین، لباس فرد، به صورت یکی از ابزارهای معرفی سبک زندگی است. در جامعه ما، به سبب وجود باورهای دینی و دستور حجاب که به صورت الزامی در پوشش زنانه است، دو مفهوم پوشش و حجاب برای زنان، با هم ادغام شده‌اند. بنابراین برای پرداختن به موضوع پوشش زنان، باید مفهوم دینی حجاب را هم بررسی نمود.

پایگاه اجتماعی زنان و برخوردی که در محیط‌های اجتماعی با این جنس می‌شود، به قضاوت‌های فرهنگی دیگران راجع به آن‌ها بستگی دارد. تلاش برای کسب پایگاه یا ارتقای این پایگاه از سوی زنان، می‌تواند آگاهانه و انتخابی باشد. اما در اکثر موارد تحت اجبار نیروهای فرهنگی و شرایط اجتماعی رخ می‌دهد. مانند انتساب رفتار جنسی به زنان که گاهی محور هویت و پایگاه آنان بوده و از سوی دیگران به چنین نقشی فراخوانده می‌شوند. در برخی فرهنگ‌ها مانند فرهنگ جوامع اسلامی، این قضاوت‌ها در مباحث ظاهری مانند پوشش، رنگ و بوی جدی‌تری به خود می‌گیرند. مانند این قضاوت که: «زنانی که از پوشش و حجاب کمتری برخوردار هستند، آمادگی بیشتری برای قرار گرفتن در وضعیت‌های جنسی را دارند، می‌گنای یعنی پوشش نامناسب زنان تحریکات جنسی را برای مردان به دنبال دارد.» به زعم برخی از جرم‌شناسان، خودنمایی و تحریک طرف مقابل که به طور مستقیم با شخصیت بزه دیده و فرهنگ جامعه یا گروه‌های کجرو ارتباط می‌یابد، خود عامل دیگری در بروز یا تشدید خشونت است.

انواع مزاحمت‌های خیابانی

مزاحمت‌های خیابانی چند نوع است. یک نوع آن مزاحمت‌هایی است که اوباش برای مردم (فرقی نمی‌کند زن یا مرد) به وجود می‌آورند که عموماً این نوع مزاحمت‌ها توسط مأموران نیروی انتظامی به عنوان مزاحمت‌های خیابانی تلقی می‌شود و با آن برخورد می‌کنند. اما مزاحمت‌های دیگر نوعی است که در انتها به مسائل جنسی ختم می‌شود. برای مثال متلک‌گویی‌ها، بوق‌زدن برای زنان و زنانی که کنار خیابان ایستاده‌اند و... همه آنها ریشه در این معضل جنسی دارد. البته این مساله خود می‌تواند جزئی از یک بحث به مراتب بزرگتر تحت عنوان روابط نامشروع باشد که در تحقیق و پژوهش‌ها به آن مزاحمت خیابانی نمی‌گوییم. وقتی زنان و زنان بدون خواست خودشان مورد تعرض و مزاحمت قرار گیرند، به این وضعیت مزاحمت خیابانی گفته می‌شود.

مزاحمت‌های خیابانی به هر نوع عمل و لفظی که به نوعی آرامش و احساس امنیت عابران را از بین ببرد و نوعی احساس نگرانی و ناراحتی برای فرد عابر ایجاد کند، اطلاق می‌گردد؛ مزاحمت‌هایی که براساس قوانین و مقررات مصوب قانون مجازات اسلامی، از جمله رفتارهایی هستند که جزء مفاسد اجتماعی تلقی شده و مشمول مجازات می‌شوند. مستفاد از ماده‌ی ۶۱۹ قانون مجازات اسلامی "هر کس در اماکن عمومی یا معابر، متعرض یا مزاحم اطفال یا زنان شود، یا با الفاظ و حرکات مخالف شئون و حیثیت، به آنان توهین نماید، به حبس از ۲ تا ۶ ماه و تا ۷۴ ضربه شلاق محکوم خواهد شد". علی‌رغم وجود ماده‌ای در قانون در این خصوص، باز هم روزانه شاهد مزاحمت‌های زیادی برای زنان و زنان هستیم که حضور در جامعه را برای آنان مشکل می‌سازد. مزاحمت خیابانی بخشی از تجربه‌ی اجتماعی بسیاری از زنان و زنان است. این مزاحمت‌ها معضلات اجتماعی زمان ما نیست، بلکه قدمتی بس طولانی دارد و در جوامع شهری بیش‌تر به چشم می‌خورد. پرواضح است که ما ابزار قانونی برای مبارزه با این

معضل اجتماعی و فرهنگی را داریم؛ اما ابزاری در دسترس تر از قانون نیاز است و آن فرهنگ درستی است که از کودکی آموخته شود. هر انسانی، جدا از جنسیت اش، حق آزادی و احساس امنیت و آرامش را دارد و هیچ فردی حق تجاوز به این حریم شخصی را ندارد.

مزاحمت خیابانی از عمده رفتارهای نابه‌هنجار اجتماعی است که در ایجاد ناامنی اجتماعی و سلب آرامش افراد، نقش مهمی را ایفا می‌کند. متلک‌پرانی، ول‌گردی، تنه‌زنی و اعمال غیراخلاقی در مجامع عمومی و هتک حرمت به نوامیس مردم از مصادیق مزاحمت‌های خیابانی است.

مزاحمین خیابانی، معمولاً در رده‌های سنی متفاوتی ظاهر می‌شوند. از مردی پنجاه ساله با ظاهری متشخص و متمول، تا کارگری ۱۷ ساله که در ساختمان نیمه‌کاره‌ای مشغول کار است. ایجاد مزاحمت‌های خیابانی از سوی مردان، آن قدر زیاد است که بعضی وقت‌ها نمی‌شود تشخیص داد که این مرد با این سر و وضع، یک مزاحم است یا عابری معمولی. لذا گاهی می‌توان ریشه‌ی این نوع رفتارها را در نوعی سادیسم اجتماعی دانست.

بعضاً می‌توان گفت تمام این مزاحمت‌ها از تفکر مردسالارانه‌ی نشأت می‌گیرد که زن را حقیر می‌داند و حریمی شخصی برای وی قائل نیست. به همین دلیل مردان به خود اجازه می‌دهند که نسبت به زن هتک حرمت و بی‌احترامی کنند. این مزاحمت‌ها بیش‌تر به روح و روان زنان و زنان آسیب می‌رساند؛ زیرا در این حالت، زن تحقیر شده و اعتمادبه‌نفس خود را از دست می‌دهد و همواره در حالت ترس و نگرانی به‌سر خواهد برد. در این‌جاست که دیگر آسایش ندارد و همیشه به دنبال سایه‌ای در پشت سر خود است. البته نباید از نظر دور داشت که نوع پوشش و ظاهری که زنان و زنان با آن در جامعه ظاهر می‌شوند، تا حد زیادی در تصمیم‌گیری مزاحمین نسبت به پیش‌قدم شدن جهت مزاحمت و یا عدم آن، دخالت مستقیم دارد.

مزاحمت برای نوامیس مردم، از جمله معضلات اجتماعی است که زنان و زنان جوان از آن رنج می‌برند. شاید به جرات بتوان گفت که اغلب زنان یا زنانی که به کرات در اجتماع رفت و آمد دارند، در کوچه و برزن با چنین مزاحمانی روبه‌رو نشده‌اند. براین اساس، شکل‌گیری رفتارهایی از این دست در میان مردان وابسته به سنین خاصی نیست اگر چه به دلایل اجتماعی این رفتار اغلب در سنین خاصی مشاهده می‌شود.

اما نکته جالب این است که این تنها خود این ترس نیست که زنان را تهدید می‌کند. در جوامع مختلف میزان‌های متفاوتی از ننگ بدنامی و مقصر دانستن و سرزنش نسبت به زنانی که مورد تهدید و تجاوز قرار می‌گیرند، نیز بر خود مسأله ترس از تجاوز افزوده شده و آن را دو چندان می‌کند. گروه‌های اجتماعی مختلفی از زنان در نقاط مختلف دنیا هستند که در چنین موقعیتی زن مورد تهدید را مقصرتر از مرد تهدید کننده می‌دانند.

نظریه‌ی بی‌اعتنایی مدنی گافمن: براساس این قاعده افراد ناآشنا در مکان‌های عمومی به یکدیگر خیره نمی‌شوند، بلکه ممکن است از دور نگاهی کوتاه به یکدیگر بیاندازند و از کنار هم بگذرند. خیره شدن به یک فرد غریبه یکی از تابوهای فرهنگی کاملاً شناخته شده است (بومن، ۱۹۹۳). اما در برخی شرایط این قاعده نقض می‌شود. به عنوان مثال افرادی که «خارج از نقش»^۱ خود عمل می‌کنند به احتمال بیشتر مورد خطاب دیگران قرار می‌گیرند. (لنتون و همکاران، ۱۹۹۹: ۵۱۸). آنچه که مردان را به سوی ایجاد مزاحمت جنسی سوق می‌دهد نیز همین مطلب است که مردان یاد گرفته‌اند که نیازی به رعایت قاعده‌ی بی‌اعتنایی مدنی در مقابل زنان نیست، بنابراین به راحتی آن را نقض می‌کنند و این یکی از آثار قدرتی است که جامعه به مردان می‌دهد. براین اساس زنی که در خیابان قدم می‌زند و مورد آزار و اذیت کلامی چند نفر قرار می‌گیرد، این نوعی نامطلوب از کنش متقابل است که زنان غالباً آن را به صورت نوعی سوء استفاده تجربه می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

نظریه‌ی کلیشه‌ها: براساس تبیین‌های این نظریه مزاحمت جنسی در عرصه‌ی عمومی زمانی رخ می‌دهد که زنان از مرزهای تعیین شده توسط کلیشه‌های جنسیتی پا را فراتر بگذارند و خارج از نقش‌های تعیین شده توسط کلیشه‌های توصیفی رفتار کنند و از حوزه‌ی خصوصی که قلمرو توصیفی آنها است خارج شده و وارد عرصه‌ی عمومی که مردان آن را قلمرو بلامنازع خود می‌شمارند، شوند. در این صورت مردان براساس کلیشه‌های تجویزی که در ذهن دارند دست به ایجاد مزاحمت جنسی برای زنان می‌زنند تا «باید و نبایدهای» فراموش شده توسط زنان را به آنها یادآوری کنند و آنان را به حوزه‌ی خصوصی و خانگی بازگردانند و به این طریق مزاحمت جنسی تفوق مردان و انفعال زنان را تقویت و تثبیت می‌کند (لهسائی زاده و یوسفی، ۱۳۹۰). گاردنر (۱۹۹۵) آزار و اذیت زنان توسط مردان را به نظام بزرگتر نابرابری جنسیتی ربط می‌دهد که امتیاز مرد و مذکر بودن در اماکن عمومی، آسیب پذیری فیزیکی زن و تهدید همیشگی تجاوز از بارزترین نمودهای آن است.

نظریه وبلن: از دیدگاه وبلن (۲۰۰۵)، صرف هزینه برای نمایش دادن وضعیت خویش، بیش‌تر پذیرفتنی است و شاید این امر بیش از دیگر مصرف‌ها، عملی باشد. قاعده اتلاف کالا به صورت تظاهری^۲ یا نمایش دادن لباس، خود را به طرز بارزی نشان می‌دهد. صرف هزینه در راه لباس، این مزیت را بر دیگر روش‌ها داد که لباس همیشه در معرض دید دیگران است و با یک نگاه، وضعیت مالی شخص را به بیننده معرفی می‌کند (Veblen, 2005). ارزش تجاری پارچه‌ای که برای لباس انسان در جامعه‌های امروز به کار می‌رود، بستگی به مُد روز بودن و اعتبارآوری آن دارد و کمتر به کاربرد مکانیکی آن برای پوشنده لباس مربوط می‌شود؛ از این رو، بسیار عادی است که شخص در یک محیط رسمی و

۱ . Out of Role

۲ . Conspicuous

غیرعادی لباس ناراحت بپوشد تا خوش پوش جلوه کند. لباس خوب شاهد آشکاری بر موفقیت مالی است و در نتیجه شاهد بر ارزش اجتماعی پوشنده آن است. لباس تشریفاتی و عالی، نه تنها گویای آن هستند که پوشنده می تواند برای مصرف کردن به نسبت زیاد هزینه کند، نشان دهنده آن نیز هست که می تواند بدون هیچ گونه تلاش تولیدی، مصرف کند. در مقایسه با لباس مردان، لباس زنان برای نمایش دادن و پرهیز پوشنده از کارهای تولیدی پیشرفته تر و تکامل یافته تر است (آدمیان و همکاران، ۱۳۹۱).

اتلاف کالاها به صورت تظاهری و تن آسایی تظاهری^۱، اعتبارآور و احترام آمیز است و در نهایت، بیانگر پیروزی و نیروی برتر است (Veblen, 2005: 202). هر ثروتی برای آنکه بیشترین شأن و منزلت را برای صاحبش به ارمغان آورد، باید به صورت خودنمایانه یا متظاهرانه به نمایش گذارده شود. طبقه مرفه بدین وسیله به اقتدار هنجار دست می یابد و خود را به الگوی جامعه تبدیل می کند. رفتار رقابت آمیز در جامعه نیز ناشی از همین مسئله است. گروه های اجتماعی زیردستی می کوشند تا خود را با الگوی هنجاری طبقه مرفه تنظیم کنند و بدین ترتیب رقابت اجتماعی مبنای اجتماعی پیدا می کند (Fazeli, 2004).

دیدگاه مردم شناسان

به اعتقاد بسیاری از مردم شناسان، برای عده ای از افراد متلک گفتن در حکم مناسک گذر است. مناسک گذر به آداب و تشریفاتی گفته می شود که یک فرد با طی کردن آن به عضویت گروه پذیرفته می شود. همان طور که اسکیموی جوانی که به تنهایی به شکار خرس می رود و موفقیتش در این کار به مثابه مهر قبول عضویتش در گروه بزرگسالان اجتماع اسکیموها قلمداد می شود، گاهی هم نوجوان یا جوانی برای ابراز نشانه های مرد شدن و پذیرفته شدن در جرگه برویچز ناگزیر از اجرای این مناسک است. اما گروه دیگری هم هستند که متلک را به گونه کنشی از سر عادت به اجرا می گذارند و اساساً به دنبال نتیجه یا فایده معینی نیستند. اما متلک برای عده ای دیگر ابزار آشنایی است و کلید گشاینده یک ارتباط. این ارتباط گاهی با ناز و ناراحتی و قهر و دعوا شروع می شود اما در ادامه می تواند شکل های دیگری بگیرد. برای گروهی دیگر، متلک حکم انتقام دارد که گاهی به صورت انتقام از فردی معین بروز می کند تا طرف در مقابل جمع ضایع شود، گاهی هم حکم انتقامی کلی از گروه مقابل پیدا می کند، مثل متلک هایی که مردان نثار رانندگان زن می کنند. در برخی موارد هم که متلک معمولاً با کلمات مستهجن همراه می شود. اما این دسته از مردم شناسان بیش از هر چیز متلک پرانی را ناشی از یک بیماری می دانند که ممکن است ریشه های روانی، اجتماعی یا زیست شناختی داشته باشد. افرادی که دچار ضایعه مغزی، به ویژه در قسمت پیشانی شده اند یا مثلاً ضربه یی به سرشان خورده است، بیش از

سایرین مستعد بروز چنین رفتاری هستند چرا که در این افراد اغلب، کنترل مغز روی رفتارهای غریزی بسیار کم می شود و در نتیجه فرد خواسته های غریزی خود را بدون مهار بیان می کند و در بیان و بروز خشم و انگیزه های جنسی کنترلی به خرج نمی دهد. بنابراین حتی بیماری های مغزی یا زیست شناختی هم در بررسی علل متلک گویی افراد قابل بررسی و درخور تأمل است.

روش مطالعه پژوهش

روش مورد استفاده در این مقاله پیمایش می باشد. جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه انجام گرفته است. جامعه آماری مورد مطالعه زنان بین سنین ۱۴ تا ۵۰ سال استان کرمانشاه می باشد که براساس سرشماری سال ۱۳۹۰ کشور، کل جمعیت این گروه سنی ۲۵۲۳۵۰ نفر می باشند. تعدادی از جامعه آماری به عنوان نمونه معرف به شیوه تصادفی طبقه ای برای مطالعه انتخاب شدند. این حجم نمونه با استفاده از جدول لین بدست آمد (Lin, 1974).

در پژوهش حاضر از اعتبار صوری برای روایی و برای سنجش پایایی ابزار سنجش (پرسشنامه)، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است. گویه ها از مطالعات انجام شده در کشورهای دیگر و همچنین مطالعاتی که در داخل کشور انجام شده، اقتباس شده اند و پس از تغییرات و سازگار نمودن آنها با وضعیت ایران، گویه های مناسب انتخاب شدند. آلفای کرونباخ برای نوع آرایش با تعداد ۱۴ گویه برابر ۰/۸۳، میزان مزاحمت های خیابانی با ۲۲ گویه برابر ۰/۸۶، نگرش به آرایش با ۱۸ گویه برابر ۰/۷۳ و میزان آرایش با ۵ گویه برابر ۰/۸۵ می باشد.

برای تعریف مفاهیم و متغیرها به صورت زیر عمل می شود:

۱- مزاحمت خیابانی: متغیر وابسته در این پژوهش مزاحمت خیابانی است. مزاحمت های خیابانی به هر نوع عمل و لفظی که به نوعی آرامش و احساس امنیت عابران را از بین ببرد و نوعی احساس نگرانی و ناراحتی برای فرد عابر ایجاد کند، اطلاق می گردد؛ مزاحمت هایی که براساس قوانین و مقررات مصوب قانون مجازات اسلامی، از جمله رفتارهایی هستند که جزء مفاسد اجتماعی تلقی شده و مشمول مجازات می شوند. هر نوع فعالیتی که در فضای عمومی از سوی فردی در برخورد با فرد دیگر صورت بگیرد، به گونه ای که باعث آزار و اذیت آن فرد شود مزاحمت خیابانی نامیده می شود. مزاحمان خیابانی گروهی ناهمگون و متفاوتی هستند متشکل از جوان، نوجوان، پیر و معمولاً در هر شغل و مرتبه اجتماعی، اما در یک ویژگی مشترکند. همه آنها مردند، مردانی که خود مادر، همسر، خواهر و دختر دارند و شوهر، پدر و برادر هستند اما گویا وقتی در موقعیت آزار رسانی و ایجاد مزاحمت به یک زن قرار می گیرند همه اینها را فراموش می کنند.

مزاحمت خیابانی در این پژوهش با استفاده از ۲۲ گویه در قالب طیف پنج درجه ای لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است. این متغیر در پنج بعد مزاحمت لمسی با استفاده از ۴ گویه، مزاحمت کلامی با استفاده از ۶ گویه، مزاحمت بصری با استفاده از ۳ گویه، مزاحمت تعقیبی با استفاده از ۴ گویه و مزاحمت رسانه ای با استفاده از ۵ گویه مورد سنجش قرار گرفت.

۲- میزان آرایش: در این پژوهش، متغیر مستقل میزان استفاده از لوازم آرایشی است که معنای گوناگونی دارد مانند زیبا، زینت، زیور، پیرایش تعبیه، تجهیز، رسم آیین، نهاد، ادب، تصنع، ظاهرسازی چهره و صورت است یا فنی که برای خوش منظره کردن چهره مخصوصاً چهره هنرپیشگان به کار برده شده است (دهخدا، ۱۳۵۷: ۲). این متغیر در سه حالت نوع آرایش، نگرش به آرایش و میزان آرایش مورد سنجش قرار گرفت.

الف- نوع آرایش شامل لوازم آرایش متفاوتی مانند شامپوی کریستند پومپر، رژ لب ویو، رژ لب لنولایت، کرم ملکه زنبور عسل که دختران استفاده می کنند، این بعد از متغیر مستقل در چهار بعد جراحی ها با استفاده از ۳ گویه، استفاده از کرم ها با ۳ گویه، اسپری ها با استفاده از ۲ گویه و گریم با استفاده از ۶ گویه که زنان و دختران به صورت متفاوت از آن ها استفاده می کنند، مورد سنجش قرار گرفت. مجموع ابعاد این متغیر در چهار بعد مذکور با استفاده از ۱۴ گویه مورد سنجش قرار گرفت.

ب- بعد دیگر متغیر آرایش، نگرش زنان و دختران به آرایش است. این متغیر میزان تمایل و گرایش زنان و دختران به استفاده از لوازم آرایشی را مورد سنجش قرار می دهد که در این پژوهش با استفاده از ۱۸ گویه در قالب طیف پنج درجه ای لیکرت مورد سنجش قرار گرفت.

ج- بعد سوم متغیر مستقل، میزان آرایش است. به میزان استفاده زنان و دختران از وسایل و لوازم آرایشی گفته می شود که در طول زندگی روزمره از آن استفاده می کنند. این متغیر نیز با استفاده از ۵ گویه در قالب طیف پنج درجه ای لیکرت مورد سنجش قرار گرفت.

لازم به ذکر است که در کنار دو متغیر اصلی فوق در این مقاله از چند متغیر جمعیت شناختی و زمینه ای هم استفاده به عمل آمد.

یافته های پژوهش

داده های جمع آوری شده وارد نرم افزار آماری SPSS شدند و با استفاده از روش های آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفتند. به این معنا که ابتدا ویژگی متغیرهای مورد مطالعه با استفاده از آمارهای توصیفی مورد بررسی قرار گرفتند و سپس برای بررسی فرضیه های پژوهش، متناسب با سطح سنجش آن ها، از آزمون های آماری استفاده شد.

نتایج به دست آمده نشان می دهد که میانگین سنی پاسخگویان برابر ۲۵/۲۲ سال و میانگین سطح تحصیلات آن ها برابر ۱۰/۱۱ و میانگین میزان استفاده از رسانه های داخلی برابر ۲۱/۴۳ ساعت و میانگین میزان استفاده از رسانه های خارجی برابر ۲۸/۵۲ ساعت در هفته است. براساس این نتایج میزان استفاده از رسانه های خارجی بیشتر از سایر رسانه ها می باشد.

از طرفی نتایج فراوانی نشان می دهد که ۵۰۶ نفر (۶۹/۳ درصد) از پاسخگویان غیرشاغل و ۲۰۲ نفر (۲۷/۷ درصد) آن ها شاغل می باشند. هم چنین نتایج نشان می دهد که ۵۳۵ نفر (۷۳/۳ درصد) از پاسخگویان متأهل و ۱۸۵ نفر (۲۵/۳ درصد) آن ها مجرد می باشند. از طرفی ۱۷۵ نفر (۲۴/۰۰ درصد) درصد پاسخگویان در شهر کرمانشاه و بقیه در شهرستان ها زندگی می کردند. هم چنین نتایج نشان می دهد که ۹ نفر (۱/۲ درصد) بیسواد، ۱۹۲ نفر (۲۶/۳ درصد) از آن ها زیر دیپلم، ۱۲۰ نفر (۱۶/۴ درصد) از آن ها دیپلم، ۲۹۴ نفر (۴۰/۳ درصد) از آن ها فوق دیپلم، ۱۰۵ نفر (۱۴/۴ درصد) از آن ها لیسانس و بالاتر و ۱۰ نفر هم بدون پاسخ می باشند.

یکی دیگر از متغیرهای مورد مطالعه نوع آرایش است. براساس نتایج مندرج در جدول ۱ این متغیر از ۱۴ گویه تشکیل شده است که در قالب چهار بعد طبقه بندی شده است. نتایج حاصل نشان می دهد که میانگین واقعی میزان استفاده پاسخگویان از کرم ها برابر ۱۴/۳۲ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار^۱ (۹) در حد بالایی قرار دارد. هم چنین میانگین واقعی میزان استفاده پاسخگویان از جراحی ها برابر ۸/۱۵ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۹) در حد متوسطی قرار دارد. میانگین واقعی میزان استفاده پاسخگویان از اسپری ها برابر ۹/۶۴ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۶) در حد بالاتری قرار دارد. میانگین واقعی میزان استفاده پاسخگویان از گریم ها برابر ۲۵/۴۷ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۸) در حد بالایی قرار دارد. به طور کلی میانگین واقعی میزان استفاده پاسخگویان از انواع مختلف وسایل آرایشی برابر ۵۷/۵۸ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۴۲) در حد بالاتری قرار دارد.

۱ . برای محاسبه میانگین مورد انتظار تعداد گویه های هر متغیر را در عدد ۳ (متوسط) ضرب کرده و میانگین مورد انتظار به دست می آید.

جدول ۱: ویژگی های آماری متغیر نوع آرایش

انحراف معیار	میانگین		تعداد گویه	ابعاد متغیر
	مورد انتظار	واقعی		
۷/۳۱	۹	۱۴/۳۲	۳	کرم ها
۲/۲۸	۹	۸/۱۵	۳	جراحی ها
۶/۳۳	۴	۲۵/۴۷	۲	گریم ها
۲/۵۶	۱۸	۹/۶۴	۶	اسپری ها
۱۸/۳۸	۴۲	۵۷/۵۸	۱۴	کل انواع آرایش

یکی دیگر از متغیرهای مورد مطالعه مزاحمت خیابانی است. براساس نتایج مندرج در جدول ۲ این متغیر از ۲۲ گویه تشکیل شده است که در قالب پنج بعد طبقه بندی شده است. نتایج حاصل نشان می دهد که میانگین واقعی میزان مزاحمت لمسی برابر ۹/۰۶ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۲) در حد نسبتاً پایینی قرار دارد. هم چنین میانگین واقعی میزان مزاحمت کلامی برابر ۱۸/۰۸ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۸) در حد بالاتری قرار دارد. میانگین واقعی میزان مزاحمت بصری برابر ۹/۳۵ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۹) در حد بالاتری قرار دارد. میانگین واقعی میزان مزاحمت تعقیبی برابر ۱۰/۸۴ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۲) در حد متوسطی قرار دارد. هم چنین میانگین واقعی میزان مزاحمت رسانه ای برابر ۱۳/۱۰ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۵) در حد متوسطی قرار دارد. به طور کلی میانگین واقعی میزان مزاحمت خیابانی برابر ۶۰/۴۶ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۶۶) در حد متوسطی قرار دارد.

متغیر دیگر میزان آرایش است که به استفاده از ۵ گویه مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج حاصل نشان می دهد که میانگین واقعی آن برابر ۱۵/۰۸ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۱۵) در حد بالاتری قرار دارد. میزان آلفای کرونباخ برای این متغیر برابر ۰/۷۵ است که نشان می دهد گویه های این متغیر از هماهنگی درونی خوبی با هم برخوردار هستند.

متغیر دیگر نگرش به آرایش است که به استفاده از ۱۸ گویه مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج حاصل نشان می دهد که میانگین واقعی آن برابر ۴۹/۵۸ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (۴۵) در حد بالایی قرار دارد. میزان آلفای کرونباخ برای این متغیر برابر ۰/۷۳ است که نشان می دهد گویه های این متغیر از هماهنگی درونی خوبی با هم برخوردار هستند.

جدول ۲: ویژگی های آماری متغیر نوع آرایش

ابعاد متغیر	تعداد گویه	میانگین		انحراف معیار	آلفای کرونباخ
		مورد انتظار	واقعی		
مزاحمت لمسی	۴	۱۲	۹/۰۶	۲/۹۷	۰/۵۴
مزاحمت کلامی	۶	۱۸	۱۸/۰۸	۶/۲۶	۰/۸۳
مزاحمت بصری	۳	۹	۹/۳۵	۳/۱۱	۰/۴۴
مزاحمت تعقیبی	۴	۱۲	۱۰/۸۴	۳/۸۱	۰/۶۱
مزاحمت رسانه ای	۵	۱۵	۱۳/۱۰	۴/۵۸	۰/۷۴
کل مزاحمت	۲۲	۶۶	۶۰/۴۶	۱۵/۲۰۶	۰/۸۶
نگرش به آرایش	۱۸	۵۴	۴۹/۵۸	۷/۲۵	۰/۷۳
میزان آرایش	۵	۱۵	۱۵/۰۸	۴/۶۳	۰/۷۵

جدول ۳ واکنش پاسخگویان به مزاحمت های خیابانی را نشان می دهد. نتایج حاصل از این متغیر نشان می دهد که پاسخگویان سه نوع واکنش به مزاحمت های خیابانی می دهند. کمک خواستن از دیگران، سکوت و درگیر شدن به صورت لفظی و یا فیزیکی می باشد. نتایج حاصل نشان می دهد که ۱۴۹ نفر (۲۰/۴ درصد) از آن ها از راهکار درگیری لفظی و یا فیزیکی، ۳۷۴ نفر (۵۱/۲ درصد) راهبرد سکوت و ۱۹۶ نفر (۲۶/۸ درصد) از آن ها از راهبرد کمک خواستن از دیگران برای مقابله با مزاحمان خیابانی استفاده می کنند.

جدول ۳: واکنش پاسخگویان به مزاحمت های خیابانی

ابعاد متغیر	تعداد	درصد
کمک خواستن از دیگران	۱۴۹	۲۰/۴
سکوت	۳۷۴	۵۱/۲
درگیر شدن فیزیکی و لفظی	۱۹۶	۲۶/۸

جدول ۴ آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل فاصله ای و متغیر وابسته و ابعاد آن نشان می دهد. در این جدول ۱۰ فرضیه مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج حاصل نشان می دهد که این ضریب برای متغیرهایی چون میزان آرایش و میزان استفاده از رسانه های جمعی با تمام ابعاد مزاحمت های خیابانی معنادار ولی برای متغیرهایی مانند نگرش به آرایش، سن پاسخ گویان در برخی ابعاد و میزان استفاده از رسانه های داخلی در برخی ابعاد معنادار و در برخی ابعاد هم غیر معنادار می باشد.

جدول ۴: آزمون همبستگی متغیرهای مستقل فاصله ای و متغیر وابسته و ابعاد آن

مزاحمت خیابانی	میزان و نوع مزاحمت خیابانی					ماتریس همبستگی بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل
	لمسی	کلامی	بصری	تعقیبی	رسانه ای	
نگرش به آرایش	($r=0/031$) (Sig=0/517)	($r=0/044$) (Sig=0/49)	($r=0/020$) (Sig=0/68)	($r=0/032$) (Sig=0/502)	($r=0/020$) (Sig=0/68)	($r=0/014$) (Sig=0/77)
میزان آرایش	($r=0/127$) (Sig=0/000)	($r=0/134$) (Sig=0/000)	($r=0/151$) (Sig=0/000)	($r=0/105$) (Sig=0/006)	($r=0/116$) (Sig=0/004)	($r=0/204$) (Sig=0/000)
سن پاسخگویان	($r=-0/064$) (Sig=0/000)	($r=-0/069$) (Sig=0/000)	($r=-0/099$) (Sig=0/000)	($r=-0/046$) (Sig=0/000)	($r=-0/078$) (Sig=0/000)	($r=-0/096$) (Sig=0/000)
میزان استفاده داخلی از رسانه های جمعی	($r=-0/043$) (Sig=0/285)	($r=-0/065$) (Sig=0/104)	($r=-0/100$) (Sig=0/700)	($r=-0/215$) (Sig=0/000)	($r=-0/22$) (Sig=0/000)	($r=-0/29$) (Sig=0/...)
خارجی	($r=0/359$) (Sig=0/000)	($r=0/345$) (Sig=0/000)	($r=0/290$) (Sig=0/000)	($r=0/865$) (Sig=0/000)	($r=0/359$) (Sig=0/000)	($r=0/410$) (Sig=0/...)

جدول ۵ آزمون مقایسه میانگین مزاحمت های خیابانی برای وضعیت اشتغال و وضعیت تأهل نشان می دهد. از آن جا که دو متغیر مذکور در سطح سنجش اسمی دو بعدی قرار دارند، بنابراین از آزمون تی دو گروه مستقل استفاده شده است. نتایج حاصل نشان می دهد میانگین میزان مزاحمت های خیابانی برای افراد شاغل و غیرشاغل با هم تفاوت دارد و این تفاوت مشاهده شده براساس آزمون تی ($t= ۳/۳۲$) در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان ($Sig= ۰/۰۰۰$) قابل قبول می باشد. هم چنین نتایج حاصل نشان می دهد میانگین میزان مزاحمت های خیابانی برای افراد مجرد و متأهل با هم تفاوت دارد و این تفاوت مشاهده شده براساس آزمون تی ($t= ۲/۱۴$) در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان ($Sig= ۰/۰۳۲$) قابل قبول می باشد.

جدول ۵: میانگین مزاحمت های خیابانی برای وضعیت اشتغال و وضعیت تأهل

نام و ابعاد متغیر گروه بندی شده		میانگین نمره	انحراف معیار	آزمون لیونز		آزمون تی	
				مقدار	معناداری	مقدار	معناداری
وضعیت اشتغال	شاغل	۶۱/۶۷	۱۴/۴۳	۱۵/۹۳	۰/۰۰۰	۳/۳۲	۰/۰۰۰
	غیر شاغل	۵۷/۱۵	۱۷/۰۲				
وضعیت تأهل	مجرد	۶۱/۰۵	۱۵/۱۰	۰/۴۴	۰/۵۰	۲/۱۴	۰/۰۳۲
	متأهل	۵۸/۲۹	۱۵/۵۹				

جدول ۶ مقایسه میانگین نمره مزاحمت های خیابانی بین گروه های مختلف سکونت را نشان می دهد. از آن جا که این متغیر در سطح سنجش اسمی چند بعدی قرار دارد، برای بررسی آن ها از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه استفاده می شود. نتایج حاصل نشان می دهد که میانگین میزان مزاحمت های خیابانی برای افراد با محیط های مختلف سکونت با هم متفاوت است و این تفاوت معنادار براساس آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ($F= ۷/۳۲۳$) در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان ($Sig= ۰/۰۰۰$) مورد تأیید می باشد.

جدول ۶: مقایسه میانگین مزاحمت های خیابانی برحسب گروه های مختلف سکونتی

میانگین ها	جمع	درجه	میانگین	نام و ابعاد متغیر	میانگین	تحلیل واریانس F
میانگین ها	میانگین ها	آزادی	مجذورات	گروه بندی شده	نمره	مقدار معناداری
میانگین بین گروه ها	۱۹۵۳۴/۸۱۴	۱۳	۱۵۰۲/۶۷۸	کرمانشاه	۷۰/۲۶	۰/۰۰۰
				اسلام آبادغرب	۶۹/۲۵	
				قصرشیرین	۵۷/۰۳	
میانگین درون گروه ها	۱۴۸۳۳۹/۸۱۷	۷۱۳	۲۰۸/۰۵	کنگاور	۶۵/۸۴	۷/۳۲۳
				صحنه	۵۷/۴۸	
				روانسر	۵۵/۶۶	
میانگین بین گروه ها	۱۶۷۸۷۴/۶۳۲	۷۲۶	---	چوانرود	۶۲/۷۶	۰/۰۰۰
				دالاهو	۵۳/۱۳	
				ثلاث باباجانی	۵۵/۸۷	
				هرسین	۵۶/۸۳	
				گیلانغرب	۶۰/۶۴	
میانگین بین گروه ها	---	---	---	پاوه	۶۷/۴۲	---
				سنقر کلیایی	۶۵/۸۴	
				سرپلذهاب	۶۷/۱۷	

جدول ۷ مقایسه میانگین نمره مزاحمت های خیابانی برحسب مقطع تحصیلی را نشان می دهد. از آن جا که این متغیر در سطح سنجش اسمی چند بعدی قرار دارند، برای بررسی آن ها از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه استفاده می شود. نتایج حاصل نشان می دهد که میانگین میزان مزاحمت های خیابانی برای افراد با مقاطع مختلف تحصیلی با هم متفاوت است و این تفاوت معنادار براساس آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ($F= ۳/۴۸$) در سطح حداقل ۹۵ درصد اطمینان ($Sig= ۰/۰۰۰$) مورد تأیید می باشد.

جدول ۷: مقایسه میانگین مزاحمت های خیابانی بر حسب مقطع تحصیلی

نام و ابعاد متغیر گروه بندی شده	میانگین نمره	تحلیل واریانس F		آزمون تعقیبی شفه		
		مقدار	معناداری	۱	۲	۳
بیسواد	۶۹/۲۲			---	---	۶۹/۲۲
مقطع تحصیلی		۳۵/۴۸	۰/۰۰۰	---	۶۷/۵۴	---
زیردیپلم	۶۷/۵۴			---	۶۰/۷۶	---
دیپلم	۵۸/۸۷			---	۵۸/۸۷	---
فوق دیپلم	۶۰/۷۶			---	---	---
لیسانس و بالاتر				۴۷/۸۰	---	---
معناداری				۱/۰۰۰	۰/۱۳۴	۰/۱۵۴

جدول ۸ نتایج حاصل از آزمون میانگین رتبه ای فریدمن را برای ابعاد مختلف متغیر مزاحمت های خیابانی نشان می دهد. نتایج نشان می دهد که میانگین رتبه ها در ابعاد مختلف با هم تفاوت دارند و لذا فرضیه H_0 یا فرضیه یکسانی رتبه ها رد می شود. با توجه به این که معناداری آزمون رتبه ای فریدمن از جمله آزمون های مبتنی بر کای اسکوئر می باشد لذا نتایج حاصل از آن براساس مقدار کای اسکوئر تفسیر می شود. مقدار کی دو در این آزمون برابر $۱۳۷۱/۸۱۱$ و درجه آزادی آن برابر ۴ می باشد. این نتیجه در سطح حداقل ۹۵ درصد این معناداری را تأیید می کند.

رتبه اول: میانگین رتبه بعد کلامی = میانگین رتبه ۴/۶۲

رتبه دوم: میانگین رتبه بعد رسانه ای = میانگین رتبه ۳/۴۷

رتبه سوم: میانگین رتبه تعقیبی = میانگین رتبه ۲/۶۹

رتبه چهارم: میانگین رتبه بصری = میانگین رتبه ۲/۱۸

رتبه پنجم: میانگین رتبه لمسی = میانگین رتبه ۲/۰۳

جدول ۸: آزمون مقایسه میانگین رتبه ابعاد مختلف متغیر مزاحمت های خیابانی

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کی دو	میانگین رتبه	مزاحمت های خیابانی
			۴/۶۲	بعد کلامی
			۳/۴۷	بعد رسانه ای
۰/۰۰۰	۴	۱۳۷۱/۸۱۱	۲/۶۹	رتبه تعقیبی
			۲/۱۸	رتبه بصری
			۲/۰۳	رتبه لمسی

رگرسیون چندمتغیره

در پژوهش حاضر از آماره رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده به عمل آمد. در این روش متغیرهای مختلف به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته وارد معادله می شوند و متغیرهایی که تأثیری در توضیح متغیر وابسته نداشته باشند، خارج از معادله قرار می گیرند. البته خروج متغیرها در این روش به معنای کم اهمیت بودن آن ها نیست بلکه در این روش هدف انتخاب متغیرهایی است که قابلیت پیش بینی و تبیین بیشتری برای متغیر وابسته داشته باشند. هم چنین برای استفاده از این روش متغیرهای اسمی به صورت ساختگی وارد تحلیل شدند. در اینجا متغیر ساختگی برداری است که در آن به اعضای طبقه معینی یک عدد دلخواه و به بقیه (آزمودنی هایی که عضو آن طبقه نباشند) عدد دلخواه دیگری داده می شود. با این روش این متغیرها در جوار متغیرهای پیوسته به کار می روند و از آن ها می توان به عنوان متغیرهای پیوسته استفاده کرد. نتایج مندرج در جدول ۹ نشان می دهند که در این معادله ۴ متغیر میزان آرایش، سطح تحصیلات، نوع آرایش و شهر محل سکونت وارد شدند. آزمون T نشان می دهد که ضریب بتا برای این چهار متغیر در سطح معناداری قرار دارد. اولین متغیری که در این معادله رگرسیونی وارد شد، میزان آرایش می باشد. نتایج حاصله نشان می دهد که بین این متغیر و مزاحمت های خیابانی همبستگی بالایی وجود دارد، به طوری که مقدار T برای این متغیر برابر $(T= 5/206)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T= 0/000)$ می باشد. میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = 0/32$ به دست آمد. در مرحله دوم سطح تحصیلات وارد معادله گردید، مقدار T برای این متغیر برابر $(T= 4/197)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T= 0/000)$ می باشد. در اینجا با وارد شدن دومین متغیر میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = 0/39$ به دست آمد. در گام سوم با وارد شدن سومین متغیر یعنی نوع آرایش مقدار T برابر $(3/125)$

($T=$) و ضریب معنی داری ($\text{Sig.}T=0/002$) می باشد. در مرحله چهارم نام شهر محل سکونت وارد معادله گردید، مقدار T برای این متغیر برابر ($T=2/411$) و ضریب معنی داری ($\text{Sig.}T=0/016$) می باشد. در اینجا با وارد شدن چهارمین متغیر میزان ضریب تعیین برابر با $R^2=0/44$ به دست آمد. این چهار متغیر روی هم رفته توانستند مقدار $0/44$ از تغییرات درونی متغیر میزان مزاحمت های خیابانی را تبیین کنند.

جدول ۹: تحلیل چندگانه متغیرهای مستقل جهت پیش بینی میزان متغیر مزاحمت های خیابانی

مرحله	نام متغیر	B	Beta	مقدار t	معناداری	مقدار R	R ²	آزمون فیشر	معناداری
۱	میزان آرایش	۰/۵۹	۰/۲۷۵	۵/۲۰۶	۰/۰۰۰	۰/۳۲	۰/۱۰۳		
۲	سطح تحصیلات	۰/۵۵	۰/۲۰۹	۴/۱۹۷	۰/۰۰۰	۰/۳۹	۰/۱۵۶		
۳	نوع آرایش	۰/۴۰۳	۰/۱۶۶	۳/۱۲۵	۰/۰۰۲	۰/۴۳	۰/۱۸۲	۲۱/۳۶۹	۰/۰۰۰
۴	شهر محل سکونت	۰/۲۴	۰/۱۱۷	۲/۴۱۱	۰/۰۱۶	۰/۴۴	۰/۱۹۶		

Constant=۸۶/۹۹۴

Durbin-Watson =۱/۶۱۸

بر این اساس معادله رگرسیون چند متغیره در پژوهش حاضر به این صورت می باشد:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + \dots + bx_n$$

میزان مزاحمت های خیابانی = $0/59$ (میزان آرایش) + $0/55$ (سطح تحصیلات) + $0/403$ (نوع آرایش) + $0/24$ (شهر محل سکونت) + e_i

بحث و نتیجه گیری

روانشناسان در خصوص علل و ریشه مزاحمت های خیابانی معتقدند که هر گونه روابط با جنس مخالف از غیرطریق طبیعی و پذیرفته اجتماعی به عنوان امری غیرعادی محسوب می شود. لذا مزاحمت های خیابانی نیز که نوعی ارتباط (ارتباط غیرصحیح) با جنس مخالف است به عنوان امری مرضی و غیرعادی محسوب می گردد. این مسئله نوعی رفتار ناهنجار و شاید نوعی ارتباط غیرصحیح و غیرطبیعی با جنس مخالف است و می توان از انواع انحرافات جنسی دانست.

مزاحمت برای نوامیس مردم، از جمله معضلات اجتماعی است که می تواند اثر نامطلوبی بر سلامت کل جامعه و ارتباطات اجتماعی هم داشته باشد و شاید به همین دلیل است که سازمان ملل متحد ۲۵ نوامبر هر سال را روز جهانی رفع خشونت علیه زنان اعلام کرده است و دولتها هم می کوشند با تصویب قوانین حمایتی و ضمانت اجرای مناسب و تضمین قابلیت اجرا برای این قوانین و البته با فرهنگ سازی در جوامع شهری، راهی به سوی به حداقل رساندن تمام انواع خشونت علیه زنان از جمله خشونت های کلامی بگشایند و امکان بروز آزارهای جنسی در سطوح مختلف را کاهش دهند.

امروزه این رفتار نابهنجار اجتماعی تنها بین جوانان نیست، بلکه مزاحمت های خیابانی در بین دیگر گروه های سنی و افراد متأهل نیز وجود دارد. زیرا مزاحمین برای هر نوع تیپ اجتماعی از نظر پوشش و سن ایجاد مزاحمت می کنند و بدتر از آن این است که در مواردی حتی افرادی از قبیل کارگر یا کسبه محل نیز با وجود مشخص بودن محل حضورشان به این رفتار ناپسند اجتماعی دست می زنند.

ساختار اجتماعی فعلی در روابط اجتماعی ما نه تنها ساختار تعریف شده ای نیست، بلکه در حال فروپاشی یا ساختارریزی است. زیرا ساخت سنتی متراکم چند صد ساله در فضای جدید دوام نخواهد داشت و با ترک خوردن و شکستن می خواهد دوباره شکل بگیرد. پس اگر این معضل را برطرف نکنیم، در درازمدت شاهد تبلور این قبیل از رفتارهای ناهنجاری می شویم که حتی می تواند به شخصیت اجتماعی افراد تبدیل شود. از سوی دیگر برخورد سلیقه ای با فرهنگ جامعه جوان را با کثرت تصمیم گیری در حوزه فرهنگی مواجه می کند، به طوری که هر سازمانی با ادعای کلمه داغ فرهنگ سازی خودش را متولی فرهنگ می داند و راهکارهای مبتنی بر اصول و اهداف سازمانیش را ارائه می دهد، در حالی که نباید فراموش کرد حل معضل فرهنگی همیشه زمان بر است.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که بین میزان و نوع آرایش با مزاحمت های خیابانی رابطه وجود دارد. آرایش های غلیظ و خارج از چارچوب عرف و هنجارهای جامعه که بعضی اوقات جهت متمایز کردن خود از دیگران استفاده می شود، می تواند زمینه آزار و اذیت های خیابانی برای خانم ها فراهم سازد. در این راستا شاید به دور از واقعیت نباشد که بگوییم در کشورهای پیش رفته، آرایش برای خانم هایی است که طراوت پوست شان با گذشت سال های جوانی از دست رفته و گاهی هم راهی متداول بین زنان معلوم الحال می باشد اما در ایران همه ی مرزهای آرایش از بین رفته است، دیگر نه به سن خاصی تعلق دارد و نه به قشر، مکان و زمان خاصی. در سال های اخیر استفاده از لوازم آرایشی و مواد محافظت کننده ی پوست و ساعت ها نشستن پای آینه برای تغییر چهره، به بخشی از امور روزانه ی خانم ها و حتی برخی آقایان بدل شده است. زنان، روزانه از عطر، مرطوب کننده ها، پاک کننده های پوستی، ضدآفتاب ها، ضدتعریق ها، رنگ های آرایشی و... استفاده می کنند و این امر برای شان بیش تر به شکل تفریح و سرگرمی درآمده است. بنا بر آمارها، بیش از دو - سوم زنان ایرانی، آرایش می کنند و

یک - سوم از این قشر، آرایش را جزء جدانشدنی زندگی روزمره ی خود می دانند. شاید این قضیه به دلایلی مانند بالا رفتن سن ازدواج، ناآگاهی افراد و جلب توجه بیش از حد باشد.

از طرفی می توان گفت جلب توجه یکی از نیازهای روانی انسان است. کسانی که در ارضای این نیاز می مانند، سعی دارند از طریق استفاده از لوازم آرایشی خود را ارائه دهند. مصرف زیاد لوازم آرایشی در ایران، به ویژه بین دختران جوان و نوجوان، یک موضوع فرهنگی بوده که چندان هم بومی نیست. استفاده ی زیاد از لوازم آرایش می تواند، عوامل زیادی داشته باشد که ریشه ی آن جامعه شناختی است. متأسفانه در بازار رقابتی سکس، که زاده ی جامعه ی سرمایه داری است، زنان به طور معمول در حال رقابت با هم هستند، گاه برای کاریبایی، گاه شوهریابی. در هر حال، فشار اجتماعی ناشی از این رقابت است که باعث به کار بردن لوازم آرایشی از سوی زنان می شود. از طرفی، آرایش های تند، نشانه ی اعتماد به نفس پایین است. افراد خجالتی و کسانی که هنوز به خودباوری اجتماعی و شخصی نرسیده اند، از آرایشی استفاده می کنند که به تصور خودشان برای شان شخصیت می آورد. در ایران، لوازم آرایشی، یکی از اقلام پرمصرف روزمره ی بسیاری از خانوارهاست؛ طوری که برخی زنان بدون استفاده از آن حاضر نیستند وارد جمع شوند و آرایش نکردن را نقص و عیبی در خود می دانند.

یکی از عوامل مرتبط با مزاحمت های خیابانی، زندگی در محیط های پرجمعیت شهری است که در آن ناآشنایی ها، بی اعتنائی مدنی و عدم نظارت غیررسمی می باشد. اوضاع نامطلوب و نابسامانی های محیط های بزرگ شهری به خصوص بی ثباتی نسبی در هنجارهای فرهنگی که زندگی ماشینی و کارگری و اقتصاد صنعتی به دنبال آورده است.

براین اساس پیشنهاد می شود که: الف- در خانواده ها نسبت به رعایت اصول اخلاقی و پوشش اسلامی اهتمام لازم صورت گیرد. ب- از همراهی با دوستانی که از لباس و آرایش های نامناسب و جلب کننده مزاحمین، استفاده می نمایند، پرهیز شود. ج- مکان هایی که احتمال تردد و وجود مزاحمان خیابانی در آن وجود دارد، به تنهایی اجتناب گردد. د- تا حد امکان خانم ها باید از سوار شدن در ماشین های مسافرکش شخصی اجتناب کرده و با استفاده از وسایل نقلیه عمومی و تاکسی تلفنی بانوان تردد داشته باشند. ه- از رطف دیگر هم ضروری است برای تغییر نگرش ها در مسأله آزار خیابانی با استفاده از رسانه های جمعی باید ماهیت زشت عمل و پیامدهای مختلف خانوادگی، هویتی و دینی مزاحمت های خیابانی در قالب هنر ارائه شود. تغییر نگرش مردم باید درباره قباحات این رفتار، وظیفه عمومی جامعه در حراست محیط از آلودگیهای اخلاقی و ضرورت فریضه امر به معروف و نهی از منکر باشد.

تقویت نقش بازدارندگی از وقوع جرم و ایجاد مزاحمت توسط دستگاه های ذیربط مثل قوه قضائیه و نیروی انتظامی و قوه مقننه با تصویب قوانین و مقرراتی که در عین مجازات های باز دارنده تر، زمینه های مقابله با بدحجابی و رعایت پوشش های اسلامی را فراهم سازد.

-بحث روشنگری و اشاعه فرهنگ اسلامی از طریق رسانه های جمعی و رادیو و تلویزیون و بیان مطالبی که با افزایش سطح آگاهی مردم، از فراهم ساختن زمینه های ایجاد کننده و تحریک کننده مردان در مزاحمت های خیابانی جلوگیری کند.

Reference

Adamian, M., Azimi, H. and Sanaati Sharghi, N. (2012). Sociological Analysis of Women's Dress Styles, **Journal of Women and Society**, Vol. 3, No. 4, pp 23-41.

Bovone, L. (2006), "**Urban style cultures and urban cultural production in Milan**": Postmodern identity and the transformation of fashion.

Bowman, C. G. (1993). "Street harassment and the informal ghettoization of women", *Harvard Law Review*, Vol. 106, No. 3, pp: 517-580.

Craik, J., (2005), **Uniforms Exposed: From Conformity to Transgression**. Berg, Oxford.

Dehkhoda, A. A. (1978), Dictionary, Tehran, University Press, Tehran.

Fazeli, M. (2004), "**Consumption and lifestyles**", Tehran: Pub the True dawn. [Persian]

Ganetz, H. (1995) "**The sociology of Youth**", Ormskirk: Causeway press

Gardner, C. B. (1995), **passing by: Gender and public harassment**. Berkley, CA: University of California Press.

Gardner, C. B. (1995). **Passing by: Gender and public harassment** (Berkeley: University of California Press).

Ghanbari, S. (2007), "**reviews the evolution of the discourse of the veil in the Iranian press 70**", Thesis in M.A Sciences and Economics College. Alzahra University. [Persian]

Giddens, A. (2006). **Sociology**, Translation by Hassan Chavashian, Tehran, Publishing.

Iman, M. T.; Elham Y. and Hosseinzadeh, M (2011), Women, Harassment and Reaction: Student Girls' Experiences of Street Interference and Response to It, **Journal of Sociology**, Vol. 12, No. 3, pp. 63-93.

Kalantari M.; Ghizelbash, S. and Haji Malaieri, P. (2009), Spatial Analysis and Zoning of Zanjan's Crime Scenes Using the GIS System (Case Study: Victim of Street Intrusion), **Zagros Landscape Quarterly**, Vol. 1, No. 2, pp. 133-147.

Kearl, Holly (2011), **Street harassment of women: It's a bigger problem than you think.**

Khajeh Noori, B., Rohani, A. and Hashemi, S. (2011), Lifestyle and Body Management, **Journal of Journal of Women's Sociologists**, Vol. 2, No. 4, pp. 21-47.

Lahsaei Zadeh, A. and Yousefy, E. (2011). **The Relationship Between Adoption of Gender Norms and Street-Interference Experiences: A Case Study of Shiraz University Girl Students.**

Lenton, R., M. D. Smith, J. Fox & N. Morra (1999), "**Sexual harassment in public: Experiences of Canadian women**". CRSA/RCSA, 36/4pp: 517-540.

Lenton, R., M. D. Smith, J. Fox & N. Morra (1999)."**Sexual harassment in public places: Experiences of Canadian women**", CRSA/RCSA, 36.4.

Lin, N. (1974). "**Foundation of Social Research**", New York: MC Graw. Hill.

Maggie, H. and Gamble, S. (2003), **The Culture of Feminist Theories**, Translating Firoozeh Mohajerf, Noushin Ahmadi and Khorasani, Farrokh Karadeh, Tehran: Publishing Development.

Movahed, M.; Ghaffari Nasab, E. Hosseini, M. (2010). Make-up and Life of Young Girls, **Women in Development and Politics** (Women's Research), Vol. 8, No. 1, pp. 105-79.

Parish, W. L., A. Das & E. O. Laumann (2006). "Sexual harassment of women in urban China", **Arch Sex Behave**, 35, pp: 411- 425.

Sahabi, J.; Feizi, E. and Samadi Baig Jon, J. (2009), "The Impact of Social Elements on Social Security in Sanandaj City", **Social Sciences Research**, Vol. 3, No. 3, pp.155-182.

Sigal, J. & H. Jacobsen (1999)."**A cross-cultural exploration of factors affecting reactions to sexual harassment: Attitudes and policies**". Psychology, **Public Policy and Law**, Vol. 5, No. 3, pp: 760-785.

بررسی رابطه میزان استفاده از لوازم آرایشی و مزاحمت های خیابانی ...

۱۰۳

Veblen, T. (2005). **The theory of business enterprise**, New York, Kosimo Classice.

Voget, D., T. A. Bruce, A. E. Street & J. Staford (2007), "Attitudes toward women and tolerance for sexual harassment among reservists". **Violence against women**, 13,879.

