

## مطالعه جامعه‌شناختی پوشش دانشجویان دختر؛ عوامل عینی و ذهنی

عبدالحسین کلانتری<sup>۱</sup>      فرزانه همته‌راد<sup>۲</sup>      حسن مؤمنی<sup>۳</sup>

### چکیده

پوشش به‌عنوان پدیده‌ای فطری و جهان‌شمول، اگرچه در دوران پیشامدرن مسئله‌ای اجتماعی نبود، اما در عصر پسامدرن دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده و تبدیل به مسئله‌ای اجتماعی شده است. براین اساس، مطالعه جامعه‌شناختی پوشش دانشجویان، هدف اصلی تحقیق حاضر است. چارچوب نظری این تحقیق بر اساس آراء و نظریات گیدنز، گافمن و ویلن و نظریات آسیب‌شناسی اجتماعی استوار است. جامعه آماری این تحقیق شامل دانشجویان دانشگاه‌های مختلف شهرستان دهلران با جامعه آماری ۲۵۲۴ نفر است و حجم نمونه نیز ۳۲۰ نفر تعیین شده است. روش نمونه‌گیری تصادفی است و برای بررسی فرضیات از آزمون همبستگی، تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است. یافته‌ها نشان دادند که بین متغیرهای مستقل «ارزش‌های درونی شده»، «باورهای مذهبی»، «رسانه‌ها»، «گسیختگی روابط در خانواده»، «تعهد اجتماعی»، «گروه‌های مرجع» با پوشش دانشجویان (متغیر وابسته) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین متغیرهای پایگاه اجتماعی - اقتصادی و سطح تحصیلات با پوشش زنان رابطه معناداری ندارند. در تحلیل رگرسیون متغیرهای باورهای مذهبی (۰/۲۶)، کنترل اجتماعی (۰/۲۱) و رسانه‌ها (۰/۱۸) به ترتیب بیشترین ضریب تأثیر رگرسیونی استاندارد شده را بر متغیر وابسته داشتند. در تحلیل مسیر نیز متغیرهایی چون باورهای مذهبی و کنترل اجتماعی دارای تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم بودند و متغیر گسیختگی روابط در خانواده تنها دارای اثر غیرمستقیم می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** مسئله اجتماعی، حجاب، زنان، دانشجویان

<sup>۱</sup>. دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ایمیل: abkalantari@ut.ac.ir

<sup>۲</sup>. مربی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی: ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران. ایمیل: f\_hematy@pnu.ac.ir

<sup>۳</sup>. کارشناس ارشد علوم اجتماعی از دانشگاه تهران، نویسنده مسئول، ایمیل: hasan1841@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۷/۵/۲۹

تاریخ دریافت: ۹۷/۱/۲۷

## مقدمه و بیان مسأله

پوشش در هر دوره‌ای از تاریخ بشر اشکال و جلوه‌های متفاوتی به خود گرفته است. زمانی پوشش تنها ابزار انسان در مقابل سرما و گرما و محیط بود، اما با گذشت زمان غنای این ابزار تنوع یافته و دستخوش تغییرات زیادی مثل زیبایی، تمایز طبقاتی و هویتی، تاثیرگذاران بر دیگران و ... شده است (قنبری، ۱۳۸۵). در ایران، حجاب و پوشش کامل زنان نیز یکی از هنجارهای کهن و از سنت‌های ملی و دینی بوده است. این هنجار در منطق دین، طیف گسترده‌ای از رفتارهای مختلف از پوشش کامل اندام به استثنای مواضع خاص، شیوه گفتار، نوع نگاه، چگونگی راه رفتن، استفاده از زیورآلات، آرایش کردن و غیره را در بر گرفته است. در منطق جامعه‌شناسی نیز کنشی است که در بطن جامعه شکل گرفته و نقش‌های متنوعی به خود می‌گیرد. تمایز طبقاتی، ابراز نوعی منش و علاقه زیباشناختی از جمله این نقش‌ها بشمار می‌روند؛ بنابراین در منطق دینی و جامعه‌شناختی می‌توان شاهد نقش‌هایی متفاوت بود.

موضوع پوشش زنان در جامعه ما همواره از موضوعاتی بوده که توسط کنشگران مختلف نظیر متخصصان دینی، حکومت، جامعه‌شناسان و متولیان فرهنگی از مناظر مختلف به آن واکنش نشان داده‌اند. تلقی بی‌حجابی به‌عنوان امری نابهنجار و نامطلوب نشانگر این است که ذهنیت فرهنگی و دینی ما برای بی‌حجابی، آثار و تبعات نامطلوبی قائل است و به تعبیر دیگر، آن را علت برخی پدیده‌های نامطلوب دیگر در جامعه می‌انگارد (صفا دستگردی، ۱۳۸۹: ۲). این ضرورت از یک طرف و نیز هرگونه اختلال در حجاب و طرز پوشش، مغایر با ارزش‌های محوری جامعه مذهبی است و موجب جریحه‌دار شدن وجدان جمعی جامعه می‌گردد، لذا به‌عنوان یک مسئله اجتماعی، ضرورت دارد که مورد شناخت علمی قرار گیرد؛ زیرا توجه نکردن به آثار و کارکردهای فردی و اجتماعی حجاب و پیامدهای منفی آن، نقش بسیار مهمی در سرپیچی از آن دارد.

رعایت حجاب در کشور ما به‌عنوان امری ارزشی و اعتقادی همواره یکی از مسائل عرصه زنان بوده است. منتسکیو<sup>۱</sup> نیز معتقد است که «تمام ملل جهان در این عقیده مشترک‌اند که زن‌ها باید حجب و حیا داشته باشند تا بتوانند در مقابل هواهای نفسانی خودداری کنند». علتش این است

<sup>۱</sup>. Montesquieu



که قوانین طبیعت این طور حکم کرده است و لازم دانسته زن‌ها محجوب باشند و بر شهوات غلبه نمایند (منتسکیو، ۱۳۶۲: ۴۴۲).

از نگاه جامعه‌شناسی، مسئله اجتماعی<sup>۱</sup> وضعیت اظهارشده‌ای است که با ارزش‌های شمار زیادی از مردم مغایرت دارد و معتقدند باید برای تغییر آن وضعیت اقدام کرد (سروستانی، ۱۳۸۶: ۱۲). موضوع حجاب زنان و ناهنجاری در پوشش نیز «وضعیت اظهارشده‌ای» است؛ یعنی وضعیتی که وجود دارد و مردم در مورد آن صحبت می‌کنند، رسانه‌های جمعی درباره آن بحث می‌کنند و نخبگان سیاسی و اجتماعی نیز آن را مورد تحلیل و تأمل قرار می‌دهند (دانیلین، ۱۳۸۸). نتایج پاره‌ای تحقیقات و پیمایش‌ها حاکی از کم‌رنگ شدن پوشش مناسب و حجاب در جامعه است. بنا بر برخی تحقیقات (رضایی، ۱۳۸۲) حدود بیش از ۵۰ درصد زنانی تهران از پوششی نامطلوب و غیر اسلامی و ضد هنجارهای قانونی برخوردار بوده‌اند. مرکز افکارسنجی وابسته به جهاد دانشگاهی نیز از کاهش ۱۵ درصد افراد با برخورد با بی‌حجابان خبر داده است. طبق این تحقیق حدود ۵۰ درصد پاسخگویان معتقد بوده‌اند که حجاب امری در حوزه شخصی است (مرکز افکارسنجی، ۱۳۹۳). در نظرسنجی دیگری تنها ۳۴ درصد مردم تهران با الزام به حجاب موافق بوده‌اند (موج سوم ارزش‌ها و نگرش‌ها، ۱۳۹۴).

مؤمنی و کلاتتری (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «بدحجابی واکنش سوژه به تأیید اجتماعی»، با نگاه غیرایدئولوژیکی به حجاب به این نتیجه اشاره کرده‌اند که سیمای بدحجابی تابع تأیید و پذیرش دیگران مذکور است؛ یعنی امر «بدحجابی قصدمندی» در واقع در جهت تأیید اجتماعی و جذب دیگران مذکور صورت می‌گیرد. متانی (۱۳۹۶) در تحقیقی به بررسی نقش رسانه‌های جمعی در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف زنان پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که رسانه‌های جمعی می‌توانند به واسطه اطلاع‌رسانی و نیز آموزش‌های سازنده، ترویج مدل‌ها و الگوهای مناسب پوشش، ارزش نهادن به مسئله حجاب، همگن‌سازی و جریان‌سازی افکار عمومی و جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب مؤثر واقع شوند. سهراب‌زاده و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان جامعه‌شناسی پوشش تأثیر جهانی شدن بر پوشش زنان در کشورهای اسلامی بر اساس نظریات و تعاریف جهانی شدن، در

<sup>۱</sup>. Social problem

پایان مقاله خود نتیجه می‌گیرند که در عصر کنونی که فرهنگ‌ها تحت تأثیر فرایند جهانی شدن هستند حجاب نیز مانند بسیاری موارد دیگر دستخوش تغییر شده و دیگر معنا و اهمیت دیرینه و اصیل خود را ندارد. خوش‌خویی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی وسایل ارتباط جمعی و گرایش به حجاب پرداخته‌اند. نتیجه این تحقیق حاکی از این است که میزان گرایش به حجاب دانشجویان را می‌توان از روی میزان استفاده از اینترنت، موبایل و ماهواره پیش‌بینی کرد. به عبارتی بین این دو رابطه منفی وجود دارد. مولایی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب» به این نتیجه اشاره می‌کنند که بین استفاده از رسانه‌های خارجی و اعتقادهای دینی و گرایش به حجاب رابطه معناداری وجود دارد.

صالح‌آبادی (۱۳۹۲) در پژوهش خود به بررسی نقش اعتماد و حجاب پرداخته است. نتیجه نهایی تحقیق مذکور این است که بین میزان اعتماد به صداوسیما و مسئولین دولتی، میزان اعتماد عمومی و میزان اعتماد به خانواده از یک‌سو و میزان حجاب از سوی دیگر، رابطه معناداری وجود دارد. بیشتر افرادی که به مسئولین دولتی و صداوسیما اعتماد کم دارند، از اعتماد عمومی کمی برخوردارند و همچنین به خانواده خود، کمتر اعتماد دارند، بدحجاب هستند و کسانی که در این مؤلفه‌ها میزان بیشتری از اعتماد را دارند محجبه هستند. پاشا زایدی<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی تأثیرات حجاب<sup>۲</sup> و مذهب در درک و تصور جذابیت زنان مسلمان در دو کشور امارات متحده عربی و ایالات متحده آمریکا پرداخته است. نتایج این تحقیق حاکی از این است که در دو کشور مطالعه شده اگرچه مذهب به‌طور مستقل تأثیری بر درک از حجاب ندارد، اما عامل کنترل‌کننده وضعیت پوشش زنان است. فدیل<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) در تحقیقی در رابطه با پوشش زنان مسلمان، اشاره کرده است که پوشش به‌عنوان یک مناسک و رفتار مذهبی برای آنان است. این عمل در ارتباط با تعهد مذهبی است. ناوارو<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی که در مورد اسلام‌هراسی انجام داده است، به این یافته اشاره می‌کند که ساختار رسانه‌های غربی به‌سوی سست کردن و از بین بردن فرهنگ و ایمان زنان مسلمان جهت‌گیری شده است و در نتیجه پوشش آنان به‌سوی

1. Pasha-Zaidi

2. hijab

3. Fadil

4. Navarro



سبک غربی هدایت شده است. بلدز و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی در مورد حجاب زنان به این نتیجه اشاره می‌کنند که زنان برخوردار از حجاب، وقتی مصاحبه‌کنندگان حرمت آنان و نوع حجاب و پوشش خود را مراعات می‌کردند سطح ارزش‌های مذهبی بالاتری نشان می‌دادند. لذا رعایت حجاب برای آنان امری مهم بوده و این دست زنان، نسبت به زنان کمتر عقیف از کنش‌هایی محافظانه‌تر نسبت به پوشش برخوردار بوده‌اند. موساپ<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) در تحقیق خود نتیجه می‌گیرد که قدرت مذهب و ارزش‌های زنان می‌تواند به‌عنوان سپری در مقابل رسانه‌های غربی و نوع تصویر ایده آلی که از بدن تصور می‌کنند عمل نماید. در تحقیقی دیگر که به روش کیفی توسط محفوظ<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) در میشیگان و بحرین انجام شده است، محقق نتیجه می‌گیرد که تفاوت‌های زیادی در تفسیر حجاب بین زنان مسلمان و غیرمسلمان وجود دارد. در بحرین حجاب به‌عنوان بخشی ضروری از هنجارهاست که به دختران در کوچکی آموزش داده می‌شود تا در بزرگسالی ایفای نقش کنند.

دانشگاه‌ها به‌عنوان مرکز فرهنگ‌سازی و محل تبادل اندیشه‌ها در ایجاد و گسترش فرهنگ حجاب نقش بسیار مهمی را بر عهده دارند. موضوع پوشش نیز یکی از عناصر عینی فرهنگ محسوب می‌شود که دانشجویان در این راستا نقش مهمی دارند. جامعه نیز به‌درستی از دانشگاه به‌عنوان مکانی فرهنگ‌ساز و مروج فرهنگ ارزشی کشور، انتظار دارد تا نقش ویژه خود را در تدوین و تنظیم فرهنگ دینی و ملی، در حوزه‌های علمی، سیاسی، اقتصادی و غیره به‌درستی ایفا کند؛ تا با برنامه‌ریزی درست و اجرای به‌موقع این برنامه‌ها از سوی مسئولان فرهنگی کشور و بویژه مسئولان دانشگاه‌ها، در مسیر انتقال صحیح فرهنگ حجاب به جامعه، گام برداشته و به ارتقای علمی و عقلی وضعیت حجاب در جامعه سروسامانی دهد. با این اوصاف، هدف اصلی مقاله حاضر مطالعه جامعه‌شناختی پوشش دانشجویان و مطالعه برخی عوامل مؤثر در آن است.

**ملاحظات نظری پژوهش:** گیدنز<sup>۴</sup> معتقد است خودآرایی و تزئین خویشتن با پویایی شخصیت مرتبط است. پوشاک ابزار مهمی برای پنهان یا آشکارسازی وجوه مختلف زندگی شخصی فرد

1. Blaydes

2. Mussap

3. Mahfoodh

4. Giddens

است. همچنین نوعی وسیله خودنمایی نیز محسوب می‌شود؛ چراکه لباس و پوشش شخص، آداب و اصول رایج را به هویت شخصی پیوند می‌زند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۷۸). اروینگ گافمن<sup>۱</sup> نیز صاحب‌نظر دیگری است که بین «خود اجتماعی» و یا «هویت اجتماعی» با «خود واقعی» تفاوت قائل است. گافمن بیان می‌کند افراد در هنگام کنش متقابل می‌کوشند جنبه‌هایی از خود را به نمایش بگذارند که مورد تأیید و پذیرش دیگران قرار گیرد (ریتزر، ۱۳۸۴). گافمن در شرح نظریه نمایشی خود به بدن نیز اشاره می‌کند. از دید وی عاملان بدنی یا جسمی سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب نمایند. کنشگران با توسل به همه روش‌های علامت‌دهی اجتماعی تلاش دارند دیگران را به خود جذب نمایند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۵: ۱۵۶). گافمن معتقد است انسان‌ها در جهت نمایش گذاردن بدن خود برای تأثیرگذاری بر دیگران هستند. چراکه توجه به بدن در سطح جهانی و در جوامع گوناگون، به شکل ارزش و هنجاری مرتبط با آن در حال گسترش است. در واقع امر، مجموع آرای گافمن در خصوص بدن و پوشش و لباس که اصلی‌ترین نماد هویت‌دهنده به بدن است؛ قرابت نزدیکی با مفهوم متداول وی یعنی «مدیریت تأثیرگذاری» دارد. کنشگران و عاملان همواره خود را آن‌گونه که جمع می‌پذیرد، به نمایش می‌گذارند و از سوی دیگر، با توجه به همان ارزش‌های اجتماعی و ابزارهای موجود، سعی می‌کنند تا با تمرکز و مراقبت بر بدن خود، بر دیگران تأثیر بگذارند (خواججه‌نوری، ۱۳۹۱).

وبلن<sup>۲</sup> صاحب‌نظر دیگری است که به موضوع پرداخته است. وبلن معتقد است قاعده مصرف کالا به صورت تظاهری برای جلوه دادن لباس، خود را به طرز بارزی نشان می‌دهد. مزیت هزینه لباس این است که لباس کالایی در معرض دید همگان است. در مجموع، وبلن به این اشاره می‌کند که صرف هزینه گزاف برای نمایش خود، امری بسیار زیاد مقبول و پذیرفتنی است (وبلن، ۲۰۰۵). اگرچه تفاوت‌هایی میان آراء و نظریات گیدنز، گافمن و وبلن وجود دارد، اما می‌توان گفت هر سه صاحب‌نظر کوشیده‌اند لباس و پوشش را فراتر از صرف ظاهر لباس متوجه تمایز هویت افراد نمایند. گیدنز لباس را به شخصیت مرتبط می‌داند، گافمن آن را در راستای مدیریت تأثیرگذاری که همان جستجوی نوعی هویت است و در آخر وبلن با عمق بیشتری لباس و پوشش را از مظاهر نوعی سبک زندگی می‌داند. دورکیم<sup>۳</sup> نیز معتقد بود، انسان‌ها موجوداتی با آرزوهای

1. Gufman

2. Veblen

3. Emile Durkheim



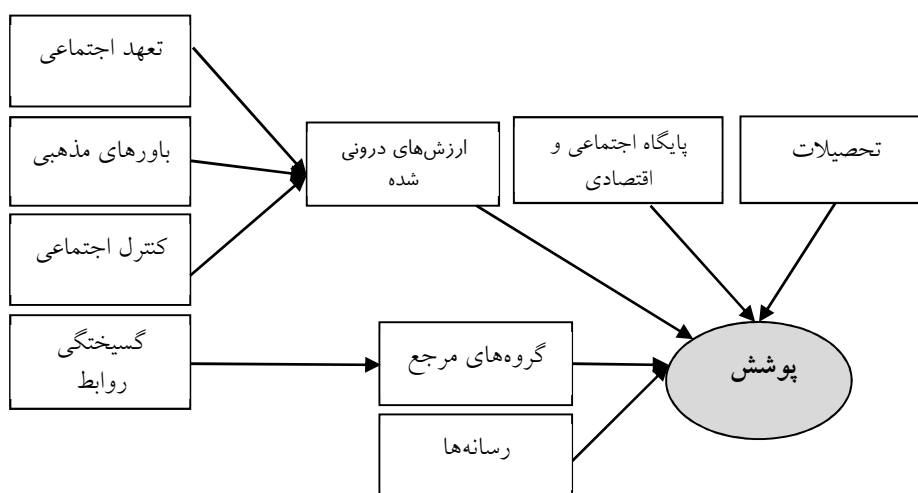
نامحدود و سیری‌ناپذیرند و این سیری‌ناپذیری طبیعی آن‌ها را تنها می‌توان با نظارت‌های خارجی؛ یعنی با نظارت‌های اجتماعی مهار کرد. چندان‌که هر فردی در محدوده خودش کم‌وبیش تشخیص می‌دهد که تا چه حدی می‌تواند به بلندپروازی‌هایش میدان دهد. به این‌سان، هدف و سرانجامی بر سودهای فرد نهاده می‌شود. ولی هرگاه شیرازه تنظیم‌های اجتماعی از هم گسیخته شوند، نفوذ نظارت‌کننده جامعه، بر گرایش‌های فردی، دیگر کارایی‌اش را از دست خواهد داد، افراد جامعه به حال خودشان واگذار خواهند شد و هرکس تنها هدف‌های شخصی خودش را دنبال می‌کند. دورکیم چنین وضعی را بی‌هنجاری می‌خواند. در واقع این اصطلاح به بی‌ضابطگی نسبی در کل جامعه یا در برخی از گروه‌های ترکیب‌کننده آن راجع است (کوزر، ۱۳۸۳: ۹۱-۱۹۲). همچنین بر اساس این تئوری بین فردگرایی و افزایش جرم یا کج‌رفتاری رابطه‌ای وجود دارد؛ یعنی اگر همبستگی اجتماعی در اثر از هم گسیختگی و انفکاک بین اعضاء خانواده ضعیف شود و اعضاء خانواده، خوب جامعه‌پذیر نشده باشند، در نتیجه نمی‌توانند قواعد و قوانین و آداب و رسوم و ارزش‌های اجتماعی جامعه را درونی نمایند؛ لذا نمی‌توانند خود را همراه و همساز با اعتقادات و اخلاقیات و عقاید و قواعد پذیرفته‌شده جامعه بنمایند و احتمال اینکه دچار کج‌رفتاری اجتماعی شوند بسیار است. رهیافت کنترل نیز ناظر بر این است که وقتی بر افراد کنترل نیست، بیش‌تر احتمال انحراف وجود دارد. تز اصلی این رهیافت این است که انحراف نتیجه کنترل‌های بی‌اثر است (نبوی، ۱۳۷۴: ۵۷). نظریه‌پردازان این رهیافت بیش‌تر به کنترل غیررسمی توجه دارند. از این‌رو، کنترل اجتماعی، سازوکارهایی است که جامعه به‌وسیله آن‌ها تسلط خود را بر افراد اعمال می‌کند و آن‌ها را وامی‌دارد که با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه هم‌نوا شوند (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۵: ۱۰۷). نظریه‌پردازان کنترل معتقدند که افراد بدین دلیل از قانون اطاعت می‌کنند که نیروهای درونی و بیرونی، رفتار و نفسانیات را کنترل می‌کنند (سیگل، ۱۹۸۷: ۲۰۷). بنا بر نظریه کنترل، می‌توان گفت نوع پوشش زنان تابع نیروهای درونی و یا بیرونی است. بر این اساس چنانچه زنان در عرصه بیرونی فشاری را احساس نکنند، در این شرایط هنجارهای جامعه چندان برای آن‌ها مهم شمرده نمی‌شوند. همان‌گونه که دورکیم نیز اشاره می‌کند اساس کنترل اجتماعی در لحاظ کردن تکالیف اخلاقی از سوی فرد است. بر این اساس اگر زنان

نسبت به تکالیف اخلاقی خود بی تفاوت باشند، انتظار تبعیت از هنجارهای پوشش، چندان موضوعیت نخواهد داشت.

### فرضیات پژوهش تحقیق حاضر نیز عبارت‌اند از:

- (۱) بین ارزش‌های درونی شده و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۲) بین تحصیلات والدین و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۳) بین گروه‌های مرجع و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۴) بین تعهد اجتماعی و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۵) بین رسانه‌ها و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۶) بین گسیختگی روابط در خانواده و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۷) بین کنترل اجتماعی و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۸) بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.
- (۹) بین باورهای مذهبی و پوشش دانشجویان رابطه وجود دارد.

### نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق







## روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق، کمی است و چون داده‌های مورد نیاز در یک مقطع زمانی خاص و مشخص گردآوری می‌شوند از نوع پیمایش مقطعی می‌باشد و با در نظر گرفتن متغیرهای پژوهش، پرسشنامه مناسب‌ترین ابزار است. پیمایش شیوه‌ای از بررسی است که گردآوری مجموعه‌ای ساختمان یا منظم از داده‌ها است، که عمدتاً بر اساس پرسشنامه است (دواس، ۱۳۸۶: ۱۳۰). در این پژوهش، برای سنجش متغیرها و گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شده و گویه‌های آن بر اساس مبانی نظری و تعاریف مفهومی تدوین شده است. در این تحقیق با عنایت به موضوع و سؤالات مطرح شده، واحد تحلیل «فرد» است و نتایج آن نیز به جامعه آماری تعمیم خواهد یافت. جامعه آماری این تحقیق، تعداد ۲۵۲۴ نفر دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور، دانشگاه آزاد و علمی-کاربردی شهرستان دهلران است و حجم نمونه نیز با محاسبه فرمول کوکران ۳۲۰ نفر تعیین شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است و در بخش استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل چند متغیره (رگرسیون‌های چندگانه) و تحلیل مسیر استفاده و سعی شده است با انجام تحلیل مسیر مشخص شود که کدام یک از متغیرهای مستقل، مستقیماً و کدام یک به‌طور غیرمستقیم در متغیر وابسته یعنی؛ پوشش زنان مؤثر است. میانگین آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق نیز ۰/۸۹ است. تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق نیز در قالب جدول (۱) آمده است.

جدول ۱: تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق

گویه‌ها	
میزان آرایش غلیظ و محرک نما وضعیت نازک بودن لباس وضعیت و نمای موی سر پوشیدن دامن بسیار کوتاه نمایاندن برجستگی‌های بدن لباس‌های زننده و پوشش زننده وضعیت جسمانی متشکل از لباس‌های چسبان/تنگ/کوتاه / آرایش غلیظ.	متغیر وابسته (پوشش)

	متغیرهای مستقل
<p>میزان ارزش حجاب در نزد والدین و فرد میزان به‌کارگیری حجاب از روی اختیار میزان اهمیت و اولویت حجاب برای فرد میزان رضایت درونی از وضعیت پوشش خود</p>	ارزش‌های درونی شده
<p>تقلید و الگو از پوشش مادر الگو از پوشش خواهر الگو از پوشش دوستان صمیمی مانند همکلاسی‌ها الگو از پوشش هنرمندان محبوب الگو از پوشش ائمه معصومین</p>	گروه‌های مرجع
<p>میزان توجه به سنت‌های دینی میزان دوست داشتن فرهنگ کشور میزان وفاداری به سنت‌های خانواده میزان تعهد خود به سرنوشت کشور میزان رعایت مسئولیت اجتماعی خود در شهر</p>	تعهد اجتماعی
<p>میزان تأثیرپذیری از مدل پوشش در تلویزیون و ماهواره میزان میل به استقبال از پوشش اسلامی توسط رسانه‌ها میزان توجه به برنامه‌های رسانه‌ای مرتبط با پوشش اسلامی میزان زیر ذره‌بین قرار دادن نوع پوشش ارائه‌شده در رسانه ملی توسط مخاطب</p>	رسانه‌ها
<p>میزان صمیمیت بین والدین میزان صمیمیت فرزندان با اولیاء حالت برخورد با مشاجرات بین اولیاء در درون خانواده میزان به‌کارگیری خشونت در خانواده میزان توجه عاطفی و درک مشکلات همدیگر در درون خانواده میزان از خودگذشتگی در اعضای خانواده</p>	گسیختگی در خانواده
<p>میزان واکنش خانواده به پوشش فرزندان میزان امر و نهی «دیگران مهم» در پوشش شخص میزان سرزنش پوشش نامطلوب در دانشگاه توسط اساتید میزان تبعیت از پوشش مطلوب ناشی از فرار از تنبیه میزان ترس فرد از پوشش نامطلوب</p>	کنترل اجتماعی
<p>میزان اعتقاد به خداوند یگانه میزان اعتقاد به پیامبر و امامان معصوم میزان اعتقاد به معاد و نبوت میزان اعتقاد به حلال و حرام میزان اولویت و ارجحیت دستورات دینی و هنجارهای دینی</p>	باورهای مذهبی



### یافته‌های توصیفی

در بین نمونه انتخابی ۲۴ نفر معادل (۷/۵) زیر ۲۰ سال، ۲۱۶ نفر بین ۲۰ تا ۲۵ سال، معادل (۶۷/۵) و ۸۰ نفر بین ۲۵-۳۰ سال، معادل (۰/۲۵) هستند. همچنین در بین نمونه انتخابی ۱۱۲ نفر دانشجوی کاردانی، معادل (۰/۳۵)، ۱۵۷ نفر دانشجوی لیسانس معادل (۰/۵۰) و ۴۹ نفر دانشجوی فوق‌لیسانس معادل (۰/۱۵) می‌باشند.

### یافته‌های استنباطی

بر اساس جدول (۲) همبستگی بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و پوشش دانشجویان با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۱/۷۷۸) که بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، معنادار نیست؛ بنابراین رابطه معناداری بین دو متغیر مشاهده نمی‌شود و فرضیه اول تأیید نمی‌شود. بین سطح تحصیلات والدین و پوشش دانشجویان با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۱۱۵) رابطه معناداری بین دو متغیر مشاهده نشد. در نتیجه فرض دوم نیز تأیید نمی‌شود. بین ارزش‌های درونی شده و پوشش زنان با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی ۰/۵۳ حداقل در سطح ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر رابطه همبستگی مستقیم و مثبتی وجود دارد. بین تعهد اجتماعی و پوشش دانشجویان با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی ۰/۵۱ حداقل در سطح ۹۵ درصد اطمینان نیز همبستگی مستقیم و مثبت وجود دارد. یعنی مستحکم‌تر شدن تعهد اجتماعی در بین زنان باعث می‌شود پوشش و حجاب خود را بیشتر رعایت نمایند. در بین متغیرهای مستقل، باورهای مذهبی بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته نشان می‌دهد. با توجه به این رابطه با در نظر گرفتن سطح معناداری (۰/۰۰۳) و ضریب همبستگی ۰/۶۳ قابل مشاهده است. کنترل اجتماعی و پوشش نیز فرضیه دیگری بود که در سطح معناداری (۰/۰۰۱) و ضریب همبستگی ۰/۵۹ تأیید شد. بین گسیختگی روابط در خانواده و پوشش دانشجویان با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۳) و ضریب همبستگی ۰/۳۳- رابطه معناداری بین دو متغیر حاصل شد و همبستگی معکوس و منفی بین آن‌ها برقرار است؛ به عبارتی هرچه گسیختگی در روابط خانواده بیشتر وجود داشته باشد، پوشش دانشجویان کم‌تر خواهد بود. بین گروه‌های مرجع و پوشش دانشجویان با توجه به سطح معناداری

به دست آمده (۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی ۰/۲۲ رابطه معناداری بین دو متغیر حاصل شد و همبستگی مستقیم و مثبتی بین آن‌ها برقرار است. بین اثرگذاری رسانه‌ها و پوشش دانشجویان همبستگی مستقیم و مثبتی وجود دارد. این همبستگی با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۰) و ضریب ۰/۵۵ مستقیم و مثبت است.

جدول ۲: همبستگی متغیرهای مورد مطالعه با پوشش دانشجویان

ردیف	متغیر	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری (Sig)
۱	پایگاه اقتصادی اجتماعی	۰/۱۱	۰/۷۷۸
۲	سطح تحصیلات والدین	۰/۱۸	۰/۱۱۵
۳	ارزش‌های درونی شده	۰/۵۳	۰/۰۰۱
۴	تعهد اجتماعی	۰/۵۱	۰/۰۰۰
۵	باورهای مذهبی	۰/۶۳	۰/۰۰۳
۶	کنترل اجتماعی	۰/۵۹	۰/۰۰۱
۷	گسیختگی روابط خانوادگی	-۰/۳۳	۰/۰۰۳
۸	گروه‌های مرجع	۰/۲۲	۰/۰۰۰
۹	رسانه‌ها	۰/۵۵	۰/۰۰۰

### نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیره

بر اساس نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون جدول (۴) متغیرهای باورهای مذهبی با ضریب تأثیر (بتا) (۰/۲۶)، کنترل اجتماعی با (۰/۲۱) رسانه‌ها با ضریب تأثیر (۰/۱۸) و ارزش‌های درونی شده با ضریب تأثیر (۰/۱۶) به ترتیب بیشترین ضریب تأثیر رگرسیون استاندارد شده را بر متغیر وابسته یعنی پوشش دانشجویان داشتند.

بر اساس جدول (۳)، همبستگی نسبتاً بالایی بین مجموعه متغیرهای مستقل و وابسته ( $r = ۰/۶۴$ ) وجود دارد. ضریب تعیین نیز ( $R^2 = ۰/۴۱$ ) به دست آمده است که بدین معنا است که مجموعه متغیرهای مستقل توانسته‌اند به میزان (۰/۴۱) از متغیر وابسته را تبیین نمایند. ضمن آنکه مقدار آزمون  $F = (۶/۰۸)$  است که گویای مناسب بودن مدل و تبیین متغیر وابسته توسط مجموعه متغیرهای مستقل است.



جدول ۳: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر پوشش زنان

P	T	Beta	SEB	B		
-	-	-	-	-	پوشش = Y	۱
۰/۰۱	۳/۱۳	-	۰/۴۰۱	۱/۲۶	عدد ثابت=Constant	۲
۰/۰۵	۴/۹۵	۰/۲۶	۰/۰۴	۰/۰۴	باورهای مذهبی	۳
۰/۰۵	۰/۳۲	۰/۲۱	۰/۰۲	۰/۱۲	کنترل اجتماعی	۴
۰/۰۵	۳/۹	۰/۱۸	۰/۱۳	۰/۱۴	رسانه‌ها	۵
۰/۰۵	۳/۱۲	۰/۱۶	۰/۰۱	۰/۰۱۶	ارزش‌های درونی شده	۶
۰/۰۵	۳/۰۲	۰/۱۲	۰/۰۱	۰/۱۰	تعهد اجتماعی	۷
۰/۰۵	۳/۰۱	۰/۹	۰/۰۲	۰/۱۱	گروه‌های مرجع	۸
۰/۰۵	۳/۰۳	۰/۰۳	۰/۰۱	۰/۰۳	سطح تحصیلات والدین	۹
۰/۰۵	۳/۰۳	۰/۱۵	۰/۱۱	۰/۱۳	گسیختگی روابط در خانواده	۱۰
<b>R= ۰/۶۴</b>		<b>R<sup>۲</sup>= ۰/۴۱</b>		<b>F= ۶/۸</b>		<b>P ≤ ۰/۰۱</b>

Y = متغیر وابسته

B = ضریب تأثیر رگرسیونی استاندارد نشده

Beta = ضریب تأثیر رگرسیونی استاندارد شده

SEB = ضریب اشتباه برآورد

t = تأثیر بین حضور هر متغیر مستقل در مدل

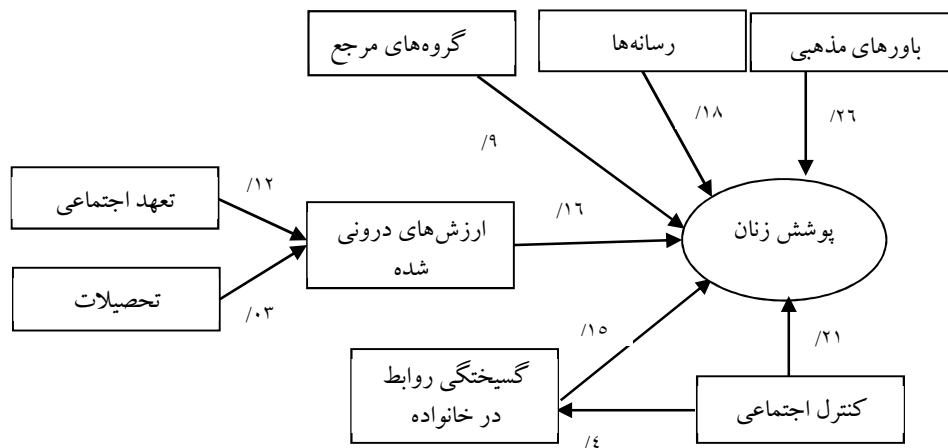
p = سطح معنی‌دار تأثیر نسبی حضور هر متغیر مستقل در مدل

### تحلیل مسیر

یکی از کاربردهای سودمند روش تحلیل مسیر آزمودن مدل تحلیلی تحقیق است. تکنیک تحلیل مسیر، روشی است که برای تعیین اثر مستقیم و غیرمستقیم و بی‌اثری، بین متغیرهای موجود در نظام علیّ مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به جدول شماره (۴) متغیرهای کنترل اجتماعی و گسیختگی روابط در خانواده دارای هم اثر مستقیم و هم غیرمستقیم بر متغیر وابسته هستند. متغیرهای ارزش‌های درونی شده، رسانه‌ها، گروه‌های مرجع و باورهای مذهبی تنها دارای اثر مستقیم و متغیرهای سطح تحصیلات والدین و تعهد اجتماعی تنها دارای اثر غیرمستقیم بر متغیر وابسته هستند.

جدول ۴: نتایج حاصل از تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر پوشش زنان

متغیرها	مستقیم	غیرمستقیم	کل
۱ ارزش‌های درونی شده	۰/۱۶		۰/۱۶
۲ تعهد اجتماعی		۰/۱۲	۰/۱۲
۳ رسانه‌ها	۰/۱۸	-	۰/۱۸
۴ کنترل اجتماعی	۰/۲۱	۰/۰۴	۰/۲۵
۵ سطح تحصیلات والدین	-	۰/۰۳	۰/۰۳
۶ گروه‌های مرجع	۰/۹		۰/۹
۷ باورهای مذهبی	۰/۲۶	-	۰/۲۶
۸ گسیختگی روابط در خانواده	۰/۱۵	۰/۰۴	۰/۱۹



نمودار ۲. مدل نهایی تحقیق

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق مطالعه جامعه‌شناختی عواملی بود که می‌تواند در پوشش دانشجویان تأثیرگذار باشند. از میان فرضیات تدوین‌شده، باورهای مذهبی بیشترین ضریب همبستگی (۰/۶۳) را با متغیر وابسته دارد. دلیل آن این است که اصولاً در یک جامعه مذهبی مانند ایران، زنان از دیرباز با مناسک مذهبی ارتباط تنگاتنگ داشته و الگوی خود را مستقیم از مذهب گرفته و نوعی هویت



مذهبی در آن‌ها عجین شده است. در تاریخ گذشته ایران نیز، تلاش‌های رضاخان برای کشف حجاب و توسل به زور نیز نتوانست ایمان و اعتقاد زنان مسلمان ایران را خدشه‌دار سازد؛ بنابراین باورها و اعتقادات نهادین مذهبی علی‌رغم فشارهای بیرونی نمی‌تواند بر پوشش زنان تأثیر چندانی داشته باشد. تحقیقات قوم‌نگاری در رابطه با پوشش و حجاب نیز بر این امر صحنه می‌گذارد که پوشش نوعی اظهار هویت زن مسلمان است (هاپکینز و گرین وود<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳).

کنترل اجتماعی نیز در پوشش دانشجویان همبستگی (۰/۵۹) مستقیم و زیادی را نشان داد. یعنی هرچه دانشجویان کنترل اجتماعی بیشتری بر خود احساس کنند، بیشتر مراقب پوشش خود هستند و بدین ترتیب این فرضیه نیز تأیید شد. هیرشی معتقد بود که جامعه یا گروهی که در میان اعضای آن وابستگی‌های متقابل و قوی وجود داشته باشد، بیش از جامعه یا گروهی قادر به اعمال کنترل بر اعضای خود خواهد بود که اعضای آن وابستگی محکمی باهم نداشته باشند. این یافته با پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۸۹) که نتیجه گرفتند میزان کنترل والدین در حجاب دختران مؤثر است همسو است.

سومین متغیر، رسانه‌هاست که همبستگی زیادی با پوشش دانشجویان دارد و به این دلیل است که امروزه رسانه‌ها تا حد زیادی بر نحوه زندگی و انتخاب پوشش مردم مؤثر هستند که با تبلیغ مدهای متنوع در بیشتر موارد نگرش زنان خاصه دانشجویان در انتخاب نوع پوشش را به خود جلب می‌کنند. می‌توان گفت با توجه به قدرت اثرگذاری رسانه‌ها در ذائقه افراد، رسانه سهم بالایی در نوع انتخاب پوشش افراد دارد و در مواردی حتی مدل و نوع لباس زنان را به آن‌ها تحمیل می‌کند. این یافته با نتایج پژوهش خوشخویی و همکاران (۱۳۹۲)، شارع‌پور و همکاران (۱۳۹۲)، مولایی (۱۳۹۳)، خوشخویی و همکاران (۱۳۹۳) و خراسانی (۱۳۸۶) همسو است.

متغیر بعدی، رابطه مستقیم ارزش‌های درونی شده با متغیر وابسته می‌باشد. بلومر معتقد است که انسان در کنش پیوسته با جامعه یکی شده و در جامعه ذوب می‌شود. بنابراین وقتی ارزش‌ها در افراد به صورت کامل درونی شوند؛ می‌توان از آن به عنوان عنصری مؤثر در راستای جامعه‌پذیری افراد استفاده کرد. بنابراین می‌توان گفت هرچقدر ارزش‌ها در افراد درونی‌تر شوند میزان رعایت هنجارها زیادتر است.

<sup>1</sup>. Hopkins & Greenwood

گسیختگی روابط در خانواده نیز متغیر دیگری بود که به میزان (۰/۳۳-) همبستگی منفی و معکوسی را با متغیر وابسته نشان داد. به عبارتی هر چه روابط در خانواده به سوی گسیختگی و نابسامانی پیش رود، میزان رعایت حجاب و پوشش کمتر می شود. این یافته با پژوهش علوی و حجتی (۱۳۸۶) با عنوان عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان که یکی از عوامل تبیین کننده بدحجابی را اختلاف بین والدین و آشفته‌گی روابط در خانواده ذکر کرده‌اند همسو است. از آنجایی که خانواده در ایران از قداست و جایگاه والایی در نزد افراد برخوردار است، هرگونه روابط سرد و ناعاطفی بر اعضا تأثیرگذار است و افراد را به سوی بدحجابی و پوشش نامناسب سوق می دهد و در نهایت عدم مرجعیت والدین برای نوع انتخاب پوشش و چگونگی رفتار و معاشرت‌های فرزندان، بر پوشش نامناسب آنان مؤثر است. این منجر به این می شود که فرزندان با پناه آوردن به تکیه‌گاهی به جز والدین الگوپذیری کنند.

متغیر بعدی یعنی گروه‌های مرجع نیز رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته دارد. به نظر می آید که گروه‌های مرجع مانند گروه دوستان، چهره‌های مهم برای فرد مانند اساتید و ... نیز می تواند الگویی در پوشش و حجاب افراد به شمار آید. در این میان همسالان و دوستان نقش به مراتب مهم‌تری دارند. در تحقیق حسینی دوست (۱۳۸۰) نیز این فرضیه تأیید شده است.

سطح تحصیلات والدین به تنهایی بر حجاب و پوشش دانشجویان تأثیر معناداری ندارد. این متغیر در تحقیقات مختلف به نتایج یکسانی منتج نشده است. به نظر می آید این متغیر در کنار عوامل دیگری می تواند بر حجاب و پوشش دانشجویان اثرگذار باشد.

پایگاه اقتصادی- اجتماعی نیز در این تحقیق رابطه معناداری با پوشش نشان نداد. در این مورد باید گفت اولاً نتایج این متغیر در تحقیقات مختلف یکسان نیست. در برخی دارای رابطه و در برخی عدم رابطه مشاهده شده است. برای مثال به ترتیب در تحقیق مؤمنی و همکاران (۱۳۹۰) و شارع‌پور و همکاران (۱۳۹۲) عدم رابطه و دارای رابطه بوده است. برای قضاوت بهتر این یافته نیاز به تحقیقات گسترده‌تری است.

#### پیشنهادها:

- در حوزه راهکارهای نظری باید تحقیقات مشابه دیگری در زمینه عوامل مؤثر بر پوشش و حجاب زنان خاصه دانشجویان انجام و به صورت مجزا نیز پژوهشی در مورد سنجش اثرگذاری رسانه‌ها در نوع پوشش و حجاب دانشجویان انجام شود.





- پیشنهاد می‌شود سازمان یا نهادی، این موضوع که مواردی از تحقیقاتی که در رابطه با پوشش زنان در کشور انجام شده است را مورد بازبینی قرار داده و نتایج این پژوهش‌ها را به صورت جامع انتشار دهد. به عبارتی فراتحلیل موضوع پوشش برای درک جامع‌تر و قضاوت بهتر نیاز است.
- در رابطه با فرضیه اثرگذاری ارزش‌های درونی شده در پوشش دانشجویان می‌توان پیشنهاد کرد که از آنجایی که ارزش‌ها در بطن زندگی در افراد نهادینه می‌شوند در محیط خانواده به گونه‌ایی با فرزندان رفتار شود که الگوهای مناسب پوشش از والدین به فرزندان منتقل شود و مدرسه نیز نقش تکمیلی خود را ایفا نماید.
- در رابطه با فرضیه تعهد مذهبی و پوشش دانشجویان می‌توان گفت پشتوانه رعایت قوانین، میزان تعهد افراد به قوانین است بنابراین پیشنهاد می‌شود درسی به‌عنوان مبانی اخلاق و تعهد اسلامی در دانشگاه‌ها دایر شود.
- در رابطه با فرضیه باورهای مذهبی و پوشش دانشجویان می‌توان گفت این متغیر به شکل مستقیم بر روی پوشش زنان اثرگذار است. بنابراین پیشنهاد می‌شود کرسی‌هایی با عنوان مذهب و پوشش در دانشگاه‌ها شکل گیرد و دانشجویان با اهمیت و نقش پوشش اسلامی در پیشرفت زنان آشنا شوند.
- در رابطه با فرضیه رسانه‌ها و پوشش زنان توصیه می‌شود که متولیان فرهنگی کشور، نقش اجتناب‌ناپذیر بودن رسانه‌ها را در ذائقه پوشش زنان نادیده نگیرند و متقابلاً مبانی پوشش اسلامی را به‌عنوان اصل کامل حجاب زنان را ترویج دهند به عبارتی (رسانه‌های کشور به تبلیغ پوشش اسلامی به‌عنوان کامل‌ترین پوشش بپردازند و در این زمینه غرور و افتخار زنان ایرانی را بیدار سازند).

## فهرست منابع:

۱. احمدی، خدابخش؛ بیگدلی، زهرا، مرادی، آزاده و سید اسماعیلی، فتح‌اله (۱۳۸۹). رابطه اعتقاد به حجاب و آسیب‌پذیری فردی، اجتماعی، خانوادگی، نشریه علوم رفتاری، ۴(۲)، ۶۴-۸۱.
۲. حسینی دوست، سید مرتضی (۱۳۸۰). بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی نسبت به پوشش زنان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، مقطع کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۳. خراسانی، احمد (۱۳۸۶). سنجش نگرش جوانان بیننده ماهواره شهر تهران درباره نقش ماهواره در مدرن‌سازی و تغییر رفتار اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، تهران: دانشکده صداوسیما.
۴. خواجه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی (۱۳۹۱). گرایش به حجاب و سبک‌های مختلف زندگی: مطالعه موردی زنان شهر شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳(۴۷)، ۱۶۶-۱۴۱.
۵. خوش‌خویی، منصور؛ یوسف زاده، محمدرضا، آذریون، پریسا (۱۳۹۲). بررسی رابطه میزان استفاده از رسانه‌های ارتباطی و گرایش دانشجویان دختر دانشگاه بوعلی سینا همدان به حجاب، دوفصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۰(۱)، ۶۵-۴۳.
۶. دواس، د. ا. (۱۳۷۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران، انتشارات نی.
۷. رایبگتن، ارل و مارتین واینبرگ (۱۳۸۶). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی، ترجمه رحمت‌اله صدیق سروسستانی، تهران، دانشگاه تهران.
۸. ریتزر، جورج (۱۳۸۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران.
۹. رضایی، محمدحسین (۱۳۸۲). تحلیل جامعه‌شناختی پوشش اسلامی، فصلنامه مصباح، ۱۲(۴۶)، ۶۲-۴۳.
۱۰. سهراب زاده، مهران؛ منوچهری‌فر، صبا، فرد اصفهانی احسان (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی پوشش تأثیر جهانی‌شدن بر پوشش زنان در کشورهای اسلامی، دومین کنفرانس سراسری دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران، تهران، موسسه برگزارکننده همایش‌های توسعه محور دانش و فناوری سام ایرانیان،  
-[https://www.civilica.com/Paper-ESPCONF02-ESPCONF02\\_166.html](https://www.civilica.com/Paper-ESPCONF02-ESPCONF02_166.html)
۱۱. شارع‌پور، محمود؛ تقوی، سیده زینب، محمدی، مهدی (۱۳۹۲). تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب مطالعه موردی: گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۵(۳)، ۱۹-۱.
۱۲. صفار دستگردی، مهدی (۱۳۸۹). بدحجابی در نگرش جامعه‌شناسی، فصلنامه کتاب زنان، شماره ۲۲.
۱۳. صالح‌آبادی، ابراهیم (۱۳۹۲). بررسی جامعه‌شناختی حجاب زنان در شهر اسفراین اعتماد و حجاب، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، ۴(۱۲)، ۱۳۶-۱۱۳.
۱۴. علوی، سیدرضا؛ حجتی، رضیه (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر بدحجابی دختران دانشگاه شهید باهنر کرمان، تربیت اسلامی، ۲(۴)، ۸۸-۶۴.



۱۵. قنبری، سمیه (۱۳۸۵). بررسی تحول گفتمان حجاب در مطبوعات دهه ۷۰ ایران، پایان‌نامه ارشد
۱۶. رشته مطالعات زنان، دانشگاه الزهراء، استاد راهنما، دکتر سوسن باستانی.
۱۷. کوزر، لیونیس (۱۳۸۵). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، چاپ دهم.
۱۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، نشر مرکز، چاپ چهارم.
۱۹. لوزیک، دانیلین (۱۳۸۸). نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی، ترجمه، سعید معیدفر، انتشارات امیرکبیر، چاپ دوم.
۲۰. متانی، مهرداد (۱۳۹۶). نقش رسانه‌های جمعی در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف زنان، فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ، ۸(۳۲)، ۴۶-۳۷.
۲۱. مؤمنی، حسن؛ کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۶). فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق) ۱۱(۱) ۲۱۵-۱۸۹.
۲۲. منتسکیو (۱۳۶۲). روح‌القوانین، ترجمه علی‌اکبر مهتدی، تهران، امیرکبیر.
۲۳. نبوی، سید عبدالحسین (۱۳۸۵). مقایسه‌ی نظریه‌های کوهن و میلر در زمینه بزهکاری نوجوانان و کاربرد آن در جامعه ایران، فصلنامه توسعه انسانی، ۱(۱)، ۲۳-۶.
۲۴. ویلن، تورستین (۱۳۹۲). نظریه طبقه تن‌آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی.

## منابع انگلیسی

25. Ahmadi, Kh., Bigdeli, Z., Moradi, A., and Seyyed Esmaeili, F., (2010). Relation Between Veil Belief and Individual, Social, and Family Vulnerability, Journal of Behavioral Sciences, V. 4, No. 2, pp. 64-81 (text in Persian).
26. Alavi, R., Hojati, R., (2007). Factors Affecting the Bad veil of Girls in Shahid Bahonar Kerman University, Islamic Education, Second Year, No. 4, pp. 22-21 (text in Persian).
27. Blydes, L., Rachel., G., (2010). "Interviewer effects in the Islamic world: Evidence from a randomized survey experiment in Egypt." In American Political Science Association Annual Meeting.
28. Coser, L., (2006). The Life and Thoughts of Sociologist's grandee, translated by Mohsen Salasi, Elmi Publishing, Ten Edition (text in Persian).
29. Dicristina, B., (2016). Durkheim's theory of anomie and crime: A clarification and elaboration. Australian & New Zealand Journal of Criminology, 49(3), 311-331.
30. Dovas, D.A., (1997). Surveying in Social Research, translated by Houshang Nayebi, Tehran: Ney Publishing (text in Persian).
31. Fadil, N., (2011). Not-/unveiling as an ethical practice. Feminist Review 98(1):83-109.
32. Farrell., F (2008). Voices on Emiratization: The impact of Emirati culture on the workforce participation of national women in the UAE private banking sector. Journal of Islamic Law and Culture 10: 107-165.
33. Robington, E., and Weinberg, M., (2007). Seventh Theoretical Approaches in the Study of Social Problems, Translated by Rahmatollah Sedigheh Sarvestani, Tehran, University of Tehran (text in Persian).

34. Salimi, A., and Delavari, M., (2001). Deviance Sociology, Qom: Institute of Hawasa and University (text in Persian).
35. Giddens, A., (2006). The consequences of modernity, Translated by Mohsen Sabouri, Tehran: Nashre Markaz Publishing, Fourth Edition (text in Persian).
36. Ghanbari, S., (2006). A Study of the Eviltion of Veil Discourse in Iran's 70s Press, M.Sc. thesis in Women's Studies feild, Al-Zahra University, Supervisor, Dr. Sousan Bastani (text in Persian).
37. Hopkins, N., Ronni., M., Greenwood.,(2013). Hijab, visibility and the performance of identity. *European Journal of Social Psychology* 43(5):438-47.
38. Hosseini Doost, M., (2001). Study the attitude of Allameh Tabatabaee University students towards women's coverage and its social factors, MS.c. student in Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabaei University (text in Persian).
39. Khoshkhoei, M., Yousefzadeh, M.R., Azarion, P., (2013). Investigating the relationship between the use of communication media and the tendency of the students of Bu-Ali Sina University of Hamedan to veil, *Journal of Religion and Communication*, V. 20, No. 1, pp. 65-43 (text in Persian).
40. Khajeh Noori, B., Rouhani, A.,(2012). The tendency towards veil and different styles of life: Case study of women in Shiraz, *Applied sociology*, V. 23, No. 47 , pp. 141-166 (text in Persian).
41. Khorasani, A., (2007). Measurement of Young People's View of Tehran Satellite on the Role of Satellite in Moderation and Social Behavior Change, M.Sc. thesis in Communication, Tehran, Iran Broadcasting University (text in Persian).
42. Lusic, D., (2009). New Attitude in Analyzing Social Problems, Translated by Saeed Moayedfar, Amir Kabir Publishing, Second Edition (text in Persian).
43. Momeni, H., Kalantari, A., (2017). Quarterly journal of social development (Previous human development) V. 11, No. 1, pp. 215-189 (text in Persian).
44. Montesquieu (1983). The Spirit of the Laws, Translated by Ali Akbar Mohtadi, Tehran, Amir Kabir (text in Persian).
45. Nabavi, A., (2006). Comparison of Cohen and Miller's Theories on Juvenile Delinquency and Its Application in Iran, *Human Development Quarterly*, V. 1, No. 1, pp. 6-23 (text in Persian).
46. Metani, M., (2017). The Role of Mass Media in Expanding Veil Culture and Women's Chastity, *Journal of Women and Culture*, V. 8, No. 32, pp. 36-47 (text in Persian).
47. Mahfoodh., H., (2008). Hijab in the eyes of little Muslim women. Unpublished thesis. Graduate College of Bowling Green, Ohio.
48. Mussap, A., J.,(2009). "Strength of faith and body image in Muslim and non-Muslim women." *Mental Health, Religion and Culture* 12, no. 2 (2009): 121-127.
49. Navarro, L. (2010). Islamophobia and Sexism: Muslim Women in The Western Mass Media, University Paris Human Architecture: *Journal of the Sociology of Self-Knowledge*, Vol. 9, No. 2.
50. Pasha-Zaidi., N.,(2015). "The Hijab Effect: An exploratory study of the influence of hijab and religiosity on perceived attractiveness of Muslim women in the United States and the United Arab Emirates." *Ethnicities* 15, no: 742-758.
51. Rezaei, M.H., (2003). Sociological Analysis of Islamic Coverage, *Mesbah Quarterly*, V. 12, No. 46 (text in Persian).
52. Ritzer, G., (2005). Theory of Sociology in Contemporary Period, translated by Mohsen Salasi, Tehran (text in Persian).
53. Sohrabzadeh, M., Manouchehrifar, S., Fard Esfahani, F., (2016). Sociology of the Impact of Globalization on the Coverage of Women in Islamic Countries, Second National Conference on Knowledge and Technology of Educational Sciences, Social Studies and Psychology of Iran, Tehran, Institute for the Development of Knowledge



- and Sam Iranian Technology, [https://www.civilica.com/Paper-ESPCONF02-ESPCONF02\\_166.html](https://www.civilica.com/Paper-ESPCONF02-ESPCONF02_166.html) (text in Persian).
54. Safar Dastgerdi, M., (2010). Bad veil in Sociology, Journal of Women's Books, No. 22 (text in Persian).
  55. Saleh Abadi, E., (2013). Sociological Study of Women's Veil in Esfarayen, Journal of Youth Sociology, V. 4, No. 12, pp. 113-136 (text in Persian).
  56. Sharipour, M., Taghavi, Z., Mohammadi, M., (2013). Sociological Analysis of Factors Affecting Veil's Tendency. Case Study: Veil Tendency among Female Students of Mazandaran University, Quarterly Journal of Cultural Studies, V. 5, No. 3, pp. 1-19 (text in Persian).
  57. Veblen, T., (2013). Tonza's class theory, translated by culture of guidance, the Ney Publishing (text in Persian).
  58. Witkowski., TH, (1999). Religiosity and social meaning in wearing Islamic dress. Presented at the 7th Cross Cultural Research Conference, Cancun, Mexico, December 12-19.



## A sociological study of university student dress: objective and subjective factors

Abdolhosein Kalantari<sup>1</sup>, Farzaneh Hemati Rad<sup>2</sup>, Hassan Momeni<sup>3</sup>

### Abstract

Dress as a natural and universal phenomenon, although in the pre-modern period was not a social concern, has undergone many changes in the post-modern period and has become a social problem. Accordingly, the sociological study of university student dress is the main purpose of this research. The theoretical framework of this research is based on the theories of Giddens, Goffman and Veblen, and the theories of social pathology. The statistical population of this research consists of students from different universities of Dehloran city with a population of 2524. The sample size is 320. The method of random sampling was used and the correlation test, regression analysis and path analysis were used to test the hypothesis. Findings show that there is a significant relationship between the independent variables including internal values, religious beliefs, media, relationship disruption in family, social commitment, reference groups and girls' dress (dependent variable). Also, there was no significant relationship between socio-economic variables and education level with girls' dress. In regression analysis, variables of religious beliefs (0.26%), social control (0.21%) and media (0.18%) had the highest effect coefficient of standardized regression on dependent variables, respectively. In the path analysis, variables such as religious beliefs and social control had direct and indirect effects, and the variance of relationship disruption in the family had only indirect effects.

**Keywords:** social problem, veil, women, university students

---

<sup>1</sup>. Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran, Email: abkalantari@ut.ac.ir

<sup>2</sup>. Teacher of Social Sciences Department, Payame Noor University, Postal code: 19395-3697, Tehran, Iran, E-mail: f\_hemati@pnu.ac.ir

<sup>3</sup>. Master of Sociology from Social Sciences Faculty of Tehran University, Tehran, Iran, E-mail: hasan1841gmail.com

Submit Date: 2018/4/16

Accept Date: 2018/8/20

DOI: 10.22051/jwfs.2019.19970.1727