

۱. مقدمه و بیان مسئله

پوشش به منزله نمادی فرهنگی و دینی، همراه با ارزش‌های خاص تاریخی، فقهی، فرهنگی و اجتماعی، در جامعه ما مطرح بوده است. انتخاب الگوی پوشش در جامعه ایران بر خلاف بعضی از جوامع معاصر که صرفاً جنبه ابزاری و مادی تلقی می‌شود، از دو جهت مادی و معنوی، نماد هویتی و فرهنگی است. وجود احکام پرشمار درباره نوع و چگونگی پوشش در دین اسلام بر مبنای آیات و روایات موجود در سنت اسلامی و همچنین پیشینه فرهنگی این موضوع در دوره پیش از اسلام، ساختارهای فرهنگی و ارزشی مستحکمی را در این زمینه ایجاد، و هنجارهای رفتاری ریشه‌داری را تولید کرده است. به گواهی تاریخ، سابقه پوشش در ایران به پیش از اسلام می‌رسد. کنت گوینیو می‌گوید حجاب شدید دوره ساسانی در دوره اسلام در ایران باقی ماند (مطهری، ۱۳۸۴، ص ۷۲). وجه نمادین الگوی پوشش، و ارتباط نزدیک امنیت اخلاقی و روانی فرد و جامعه با رعایت احکام پوشش، همواره مدنظر نظام دینی اسلام بوده که این امر، به وضع تکالیفی برای الگوی پوشش انجامیده، و بر هویت دینی فرد و جامعه تأثیر گذارده است. اهمیت و برد تأثیر این موضوع به قدری بوده که تغییر ذائقه و الگوی پوشش افراد، به مثابه یک ابزار جهت تحقق تغییرات فرهنگی و سیاسی، کانون توجه نظام‌های استعماری برای استیلا بر جوامع مسلمان قرار گرفته است. نقش پوشش در شکل‌گیری مشارکت اجتماعی افراد در جامعه و کیفیت برقراری تعامل و کنش اجتماعی، همواره مورد توجه اندیشمندان اجتماعی بوده است. از دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی، لباس نخستین و عینی‌ترین وسیله برقراری ارتباط اجتماعی است؛ به گونه‌ای که علاوه بر جنسیت فرد، وضعیت اجتماعی، سطح اقتصاد، اعتقادات مذهبی، سطح تحصیلات، ویژگی‌های اخلاقی و پیچیدگی شخصیتی افراد را انتقال می‌دهد (ذکایی و امن‌پور، ۱۳۹۲). بدون شک یکی از مهم‌ترین ابزارهای قضاوت‌های اجتماعی درباره افراد، نوع پوشش آنهاست. کارکردهای تمایزبخشی و وحدت‌آفرینی، بر مبنای بر ساخت عینی ارزش‌های مطلوب فرد، از دیگر مشخصه‌های الگوی پوشش است. با مطالعه تاریخ پوشش می‌توان به قطعیت اعلام کرد که احکام و دستورهای دینی بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری هنجارهای پوشش داشته‌اند. بدیهی است الگوی پوششی که نتواند انتظارات و هنجارهای اجتماعی و دینی را در یک جامعه برآورده سازد، علاوه بر جریحه‌دار کردن وجدان عمومی، به کم‌رنگ شدن نظام ارزشی و سرایت آسیب به بدنه آن و در نتیجه سست شدن ریشه باورهای اجتماعی این نظام منجر خواهد شد. هرچند الگوی پوشش زنان به علت ویژگی‌های جسمی، روانی و همچنین نقش مهمی که در شکل‌گیری سلامت اخلاقی خانواده و جامعه

بررسی الگوی پوشش جوانان شهر یاسوج

حمید دهقانیان / دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه h.dehghanian63@gmail.com

حسن خیری / استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق

دریافت: ۱۳۹۳/۰۵/۲۹ - دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۰۳

چکیده

مسئله تغییرات صورت‌پذیرفته در الگوی پوشش جوانان و گرایش سلیقه جوانان در استفاده از الگوهای پوشش مدرن که اغلب سنخیتی با ارزش‌ها و هنجارهای دینی و بومی ندارند، بیش از یک دهه است که برای جامعه ایرانی به منزله یک آسیب مطرح شده است. مطالعه پیش‌رو با هدف سنجش وضعیت الگوی پوشش، در میان ۳۳۰ نفر از جوانان شهر یاسوج، با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و با ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته انجام گرفته است. داده‌های تحقیق با نرم‌افزار spss و با انجام آزمون‌های هم‌بستگی تحلیل شد. با استخراج و کدگذاری دوباره گویه‌های مربوط به سنجش الگوی پوشش با اختصاص نمره‌های مشخص به گویه‌ها و ترکیب آنها مقیاس الگوی پوشش به دست آمد، که در این میان، الگوی پوشش سنتی شبه‌مدرن بیشترین تعداد فراوانی را به خود اختصاص داد. در این پژوهش متغیرهای التزام دینی، سرمایه فرهنگی و مصرف به ترتیب بیشترین هم‌بستگی را با الگوی پوشش نشان دادند.

کلیدواژه‌ها: الگوی پوشش، التزام دینی، سرمایه فرهنگی، مصرف.

دارند، بیشتر در کانون توجه قرار گرفته (به‌گونه‌ای که بیشتر احکام و هنجارها در جامعه متوجه الگو و نوع پوشش زنان است)، نباید از این واقعیت غفلت ورزید که انتظارات، ارزش‌ها و سلیقه مردان جامعه نیز در حفظ و یا تغییر الگوی پوشش زنان جامعه مؤثر است. به دیگر سخن، الگوی پوشش فرد در جامعه به علت دارا بودن ویژگی‌های نمادین و ارتباطی، در تعاملی طرفینی شکل می‌گیرد. با توجه به این نکته مهم که پوشش انسان نشانه اجتماعی بودن اوست، باید دانست که این امر مانند دیگر جنبه‌های اجتماعی انسان براساس ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و انتظارات جمعی شکل می‌گیرد (شرف‌الدین، ۱۳۸۷، ص ۲۰۱). نشانه و نمادین بودن پوشش، صرفاً در ارتباط لباس با گروه‌ها و صنوف خلاصه نمی‌شود. ارزش‌ها، باورهای ریشه‌داری هستند که گروه اجتماعی هنگام پرسش درباره خوبی‌ها و بدی‌ها و کمال مطلوب به آن رجوع می‌کنند (کوئن، ۱۳۷۷، ص ۷۳). مسئله تغییرات صورت‌پذیرفته در الگوی پوشش و گرایش سلیقه جوانان در استفاده از الگوهای پوشش مدرن که اغلب سنخیتی با ارزش‌ها و هنجارهای دینی و بومی جامعه ایرانی ندارند، بیش از یک دهه است که به‌منزله یک آسیب اجتماعی مطرح شده است. شدت این آسیب گاه به حدی است که امنیت اخلاقی و عفت عمومی برخی از اماکن در فضاهای عمومی را مخدوش می‌سازد؛ به‌گونه‌ای که مجلس و نظام اجرایی و نظارتی را به واکنش وادار کرده است. هرچند مطالعات و پژوهش‌های پرشماری در این زمینه صورت گرفته، نکته درخور توجه در بیشتر پژوهش‌هایی که به منظور آسیب‌شناسی این موضوع انجام شده‌اند، نبود نگاه کلی در موضوع تغییر الگوی پوشش و نهایتاً فروکاستن مسئله به عوامل فردی و اجتماعی، بدون توجه به سازوکار و چگونگی شکل‌گیری این تغییر است. تحلیل روان‌شناختی صرف در این مسئله و یا مقصر دانستن دستگاه‌های مختلف اجرایی و نظارتی و... هرچند برخی از ابعاد این مسئله را روشن می‌سازند، با توجه به تأثیر نفوذ و برد کنش انتخابی و میدان و عرصه انتخاب الگوی پوشش از یک‌سو، و نقش سلیقه و ذائقه شکل‌گرفته در این انتخاب، آنچه در این باب ضروری به نظر می‌رسد تحلیل این مسئله در ذیل تغییرات صورت‌پذیرفته در کلیت سبک زندگی چند دهه اخیر جامعه ایرانی است؛ سبکی که می‌توان آن را زمینه‌ساز مسائل پرشماری دانست که جامعه معاصر ایرانی با آنها روبه‌روست. این سبک که اغلب بر مدار ارزش‌ها و شاخص‌های فرهنگی برنامه‌های توسعه‌ای جهت نوسازی در کشور در طول سالیان متمادی در حال شکل‌گیری است، متضمن مبانی هستی‌شناختی و انسان‌شناختی‌ای است که با مبانی دینی و فرهنگی جامعه ما، نوعی تضاد ارزشی دارند و منجر به نوعی تقابل سنت و مدرنیته شده است. ذائقه و سلیقه متأثر از نظام معنایی و ارزشی جامعه، به سبک زندگی و

الگوی پوشش به‌منزله یکی از مؤلفه‌های آن شکل می‌دهد، که این امر مهم خود به سرمایه‌های فردی و اجتماعی و همچنین چگونگی فضاهای ممکن و موجود برای انتخاب و عمل فرد وابسته است. بدیهی است در میدانی که نقش‌ها، نهادهای سنتی و ارزش‌های دینی (مانند نقش زن و نهاد خانواده) در پرتو الزامات ساختاری برنامه‌های توسعه آن هم بر مبنای تقابل سنت و توسعه به‌مثابه سازوکار مدرن شدن قرار گرفته، و همین الزامات نیز به سبب معیار و مبنای قرار گرفتن شاخص‌های توسعه در برنامه‌های کلان کشور بعضاً دگرگون می‌شوند، رقابت برای حفظ ارزش‌های سنتی مانند ارزش‌ها و هنجارهای دینی پوشش بسیار دشوار است. تغییر در الگوی مصرف پوشاک را می‌توان متقارن تغییر دانست که در دیگر شئون عینی و رفتاری مصرف در سبک زندگی جامعه ایرانی (در قالب گرایش به مصرف کالاهای شیک و جدید و پدیده مصرف‌زدگی، مسائل حاشیه‌نشینی در شهرها، نرخ ازدواج و طلاق، نرخ باروری، تمایل به مدرک‌گرایی، سبک تغذیه و...)، روی داده است. آنچه در موضوع الگوی پوشش و متناسب با مشخصه‌های خاص آن بیشتر درخور توجه است وجود پدیده‌ای به نام مصرف‌زدگی است. مصرف‌زدگی را می‌توان هویت تمدن جدید نامید که حیات آن به رفتار مصرفی مردمان جوامع، به‌ویژه کشورهای به‌اصطلاح توسعه‌نیافته وابسته است. ماحصل منش مصرفی، در کثرت تنوع انتخابی میدان شکل‌گرفته برای پوشش، شکل‌گیری سلیقه متمایل به مد بوده است. این سلیقه خواهان تغییر مکرر جهت ایجاد تمایز بین فردی و بین گروهی است که لازمه آن، رشد و تنوع مصرفی در پوشش است. وابستگی انسان مدرن به مصرف مد در کالا و کالایی شدن عرصه‌های مختلف زندگی، اصل ارزشی است که توسط گفتمان مدرن و در قالب فرایند نوسازی روی داده است. هرچند الگوی پوشش به‌منزله یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی در تاریخ جامعه ایرانی ثابت نبوده و همواره در مسیر تغییر قرار داشته، در هیچ دوره‌ای مانند چند دهه اخیر آن هم از دو جهت، یکی سرعت این تغییر و دیگری جهت تغییر (محور قرار گرفتن زنان به‌منزله جامعه هدف) پیشینه مشابهی نداشته است.

۲. علل و زمینه‌های تغییرات الگوی پوشش در دوران معاصر

با مطالعه تاریخچه پوشش ایرانی از آغاز تاکنون متوجه می‌شویم که بیشترین تغییر لباس زنان از پایان قرن نوزدهم و با تثبیت سلسله قاجاریه آغاز شد. در زمان قاجار، ساختار سیاسی نقشی بسزا در تغییر الگوی پوشش داشته است. تغییر الگوی پوشش برای لباس رسمی حکومت و دربار، نوع پوشش محصلان اعزامی به غرب، واردات پوشاک غربی و تبدیل این الگوهای پوشش به‌منزله نماد ترقی و

پیشرفت در جامعه آن روز، از علل اصلی تغییر در الگوی پوشش بوده است. پس از مشروطه و تا سال ۱۳۱۴، تحولاتی مهم از نظر سیاسی و اجتماعی، مانند وضعیت زنان و اهمیت نقش آنها در خارج از خانه، موجب شد که وضعیت پوشش زنان تأثیر بپذیرد. از سوی دیگر، اهمیت لباس و کالاهای خارجی به‌ویژه با آمدن خیاطان فرانسوی به تهران سبب شد که در ایران، با توجه به آنچه در اروپا می‌گذرد، قشر جدیدی شکل بگیرد. بدین ترتیب تحول سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، به دگرگونی رفتار یک طبقه مرفه متمایل به غرب و ارزش‌های غربی کمک می‌کند، که همین نکته سبب ایجاد پراکندگی در پوشش آنها نیز شد (مالمیر، ۱۳۸۷، ص ۸۷). سرآغاز مبارزه با الگوی پوشش سنتی زنان، در قالب تأسیس مدارس دخترانه صورت پذیرفت. غریبان از ضعف و عقب‌ماندگی تاریخی ناشی از حاکمیت پادشاهان مستبد استفاده کردند و در قالب شعارهای آزادی‌خواهانه و ترقی‌طلبانه، در نفی ارزش‌های دینی کوشیدند. از این‌رو به فعالیت‌های آموزشی جهت اجرای برنامه‌های تبلیغی خود روی آوردند. لرد کرزن سیاست‌مدار معروف انگلیسی، در این زمینه می‌گوید: «روند فعالیت مبلغان مسیحی را کم‌نتیجه و ناقص می‌داند. او به جای تبلیغات آشکار، آموزش از طریق مدارس را پیشنهاد می‌کند» (کرزن، ۱۳۶۷، ص ۶۷۴). از جمله اقدامات دیگر انجام‌گرفته در تغییر الگوی پوشش زنان، چاپ نشریات با محوریت زنان بود که در آنها ارزش‌های فمینیستی تبلیغ می‌شد (از جمله نشریه دانش، ۱۲۹۲؛ نشریه شکوفه، ۱۲۹۸؛ نشریه زنان، ۱۲۹۹؛ زنان ایران و نامه بانوان، ۱۳۰۱). این نشریات علاوه بر مطالب عادی، آموزش آشپزی، خیاطی، رعایت بهداشت و... در بخش مطالب اصلی، ترویج فرهنگ غرب، مقابله با اسلام و معرفی حجاب به‌منزله سد معرفت و پیشرفت برای جامعه را در دستور کار خود قرار دادند (توانا، ۱۳۸۷، ص ۱۹). این شرایط فرهنگی در پی به قدرت رسیدن رضاخان توسط انگلیسی‌ها تثبیت شد و این بار رضاخان طی سفری به ترکیه و مشاهده اقدامات آتاتورک در زمینه کشف حجاب، تصمیم به صدور حکم کشف حجاب گرفت و برای نوع پوشش خاص مدنظر خود به تصویب قانون در سال ۱۳۱۴ به زور سرنیزه اقدام کرد. در جامعه‌پذیری این تغییر ارزشی، اولویت کار با مدارس و خود سازمان‌های دولتی بود. استفاده از کلاه پهلوی، منع رفت‌وآمد زنان با چادر در معابر عمومی، برگزاری مجالس و جشن‌های دولتی به صورت مختلط و با پوشش غربی، و استفاده از رسانه‌های جمعی از جمله سینما با محوریت مسائل جنسی برای پیشبرد اهداف، از جمله تدابیر اتخاذشده بود. البته ناگفته نماند که مقاومت مردم به پشتوانه حمایت روحانیان و در رأس آنها مراجع دینی که نمونه بارز آن واقعه مسجد گوهرشاد بود، خود نشان‌دهنده عدم تمایل قاطبه ملت به تغییر الگوی پوشش و محکم بودن

ریشه هنجارهای اسلامی در این مورد بود (همان). بدین ترتیب ارزش‌های مدرنیزاسیون و نوسازی در بدو ورود به کشور با الگوی سبک زندگی بومی و به‌ویژه پوشش، تضاد پیدا می‌کند. در این رویارویی نوع پوشش ایرانیان نماد سنت و کهنگی و عقب‌افتادگی به خود می‌گیرد که با ارزش‌های مدرن همخوانی ندارد. در فاصله سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۷ از بلندی دامن‌ها کاسته شد و پیراهن‌های دوکولته و بدون آستین وارد بازار مصرف مد در ایران شد. کم‌کم لباس‌های مردان و زنان کوتاه‌تر، تنگ‌تر و چسبان‌تر می‌شد (ذکایی و امن‌پور، ۱۳۹۲).

وقوع انقلاب اسلامی بر مبنای تبلور ارزش‌های دینی، به‌شدت بر الگوی پوشش جامعه تأثیر گذارد؛ به‌گونه‌ای که پوشش زنان به‌ویژه در کلان‌شهرها از الگوهای غربی مانند کت و دامن و... به الگوی پوشش مطابق با ارزش‌های دینی مانند پوشش چادری و یا مانتوهای بلند و استفاده از روسری تغییر یافت (نیلچی‌زاده، ۱۳۸۷). در آغاز انقلاب و در دوران جنگ، پوشش اسلامی به‌منزله نمادی دینی و فرهنگی مورد توجه و اعتنای اکثریت مردم قرار گرفت و جزو ارزش‌های اجتماعی در این دوران بود. مدارس، دانشگاه‌ها، ادارات، سازمان‌ها و مؤسسات در کشور نیز که تا پیش از انقلاب ملزم به پوشش غربی بودند، با وقوع انقلاب و چرخش هنجاری جامعه، الگوی پوشش مطابق با موازین شرعی را در دستور کار قرار دادند (رمضان‌نرگسی، ۱۳۸۷، ص ۶۸-۷۶). با مشاهده اسناد و مدارک مربوط به آن زمان، چه در راهپیمایی‌های سال‌های منتهی به انقلاب و چه در دهه اول پس از انقلاب، شاهد رعایت موازین و ارزش‌های اسلامی در نوع پوشش زنان و مردان جامعه بودیم؛ به‌گونه‌ای که حتی برای مردان داشتن کراوات و یا حتی مدل‌های غربی مو و ریش، جزو ارزش‌های منفی و نماد غرب‌زدگی فرد به‌شمار می‌آمد که این امر تا امروز نیز در جامعه قابل مشاهده است. در سال‌های جنگ تحمیلی، شور و اشتیاق دینی و احساس نیاز به وحدت در برابر دشمن حتی پیش از تصمیم قانون‌گذاران، زنان ایران را واداشت که مشتاقانه و یک‌پارچه پوشش اسلامی را برگزینند؛ آن هم نه فقط برای انجام تکلیفی الهی، بلکه به‌منزله پرچم دفاع از ارزش‌های اسلامی (دلال، ۱۳۸۴).

پس از جنگ و در دوره سازندگی ارزش‌هایی که در جامعه در حال نهادینه شدن بود، خواسته و یا ناخواسته بیشترین سهم را در کم‌رنگ کردن منظومه ارزش‌های دینی از جمله هنجار اسلامی پوشش داشت. نبود مطالعه کافی درباره آثار فرهنگی الزامات برنامه توسعه بر کشور و عدم سنخیت برنامه‌های توسعه با فرهنگ بومی و اسلامی، به علت تفاوت‌های بنیادی در هستی‌شناسی و انسان‌شناسی توسعه، خسارات فرهنگی فراوانی به بار آورد و فاصله را با ارزش‌های اوایل انقلاب و دوران جنگ روزبه‌روز

افزایش داد. اقداماتی که دولت پس از جنگ در جهت توسعه با الگوی اقتصادی باز انجام داد، موجب تغییر و تحول در نظام ارزشی جامعه شد؛ به گونه‌ای که نظام ارزشی بیشتر رنگ مادی به خود گرفت. از این رو کشور در این دوره به سمت ارزش‌های مادی و مرتبط با جامعه مصرفی رفت و در آن میل به خودنمایی و تجمل‌گرایی اهمیت یافت (رفیع‌پور، ۱۳۷۷، ص ۱۶۰). همه محققان علوم اجتماعی و سیاسی، جدا از مخالفت یا موافقت با ایده توسعه، غرب‌گرایی اندیشه توسعه را می‌پذیرند. زمینه شکل‌گیری این حوزه فکری موجب شده است که «توسعه غربی و امریکایی، الگویی مطمئن و مناسب برای سایر ملل جهان» تصور گردد (عنبری، ۱۳۹۰، ص ۵). نادیده گرفتن بار ارزشی در برنامه‌های توسعه و تأکید بر بعد صرفاً اقتصادی، اشتباهی بود که مسئولان در این دوران مرتکب شدند. این جهت‌گیری نقشی بسزا در تمایل سبک‌های زندگی مردم به سوی الگوهای غربی و شکل‌گیری جامعه مصرفی به اقتضای اقتصاد سرمایه‌داری و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی متعاقب آن داشت. تغییر در انتخاب سبک و الگوی پوشش، با توجه به سهم این مقوله در ابراز هویت فرهنگی جوامع، مستلزم تغییرات بنیادی در ارزش‌های جامعه است. پس از جنگ، سازندگی کشور بر اساس الگوی توسعه که اصولاً مادی و برای دستیابی به رفاه و لذت دنیوی بود، با اصلاحات جزئی و موردی پیگیری شد. مجموعه این عوامل، آثار مخربی را بر فرد، خانواده و جامعه گذارد؛ چنان‌که رقابت و دستیابی به عناوین اجتماعی، مدرک‌گرایی، فردگرایی و غفلت از سرنوشت جامعه، کم شدن گرایش به امر به معروف و نهی از منکر، کم‌رنگ شدن پیوندهای خانوادگی و نظارت والدین، بالا رفتن سطح انتظارات و در نتیجه نارضایتی از وضع موجود، میل به تجمل در زندگی خانوادگی و گرایش به خودنمایی و تبرج و ابتذال در وضع پوشش بانوان، نتایج چیرگی فرهنگی است که دستگاه‌های نظام در سال‌های اخیر ترویج کردند (سیدی‌تبار، ۱۳۸۷، ص ۳۰۵). نگاهی به وضعیت پوشش در جوامع غربی نیز نشان می‌دهد که تغییر پوشش در آنجا با تغییر ارزش‌های این جوامع هم‌زمان بوده است. همراه با رشد سرمایه‌داری در این جوامع، ارزش‌های مادی و مصرف‌گرایی به شدت گسترش یافتند و در این وضعیت، نوع لباس به سمت پوشش‌های تنگ و چسبیده به بدن گرایید (حداد عادل، ۱۳۷۲، ص ۳۳-۳۴). رشد رسانه‌های ارتباطی را نیز می‌توان از جمله عوامل شتاب‌افزا در این عرصه عنوان کرد که در تهاجم فرهنگی غرب جهت تخریب و تغییر ارزش‌های فرهنگی و دینی جوامع هدف نقشی بسزا داشته است. در چند دهه اخیر، فناوری‌های ارتباطی مانند ماهواره و اینترنت، در شکل‌دهی سبک زندگی مدرن و تغییر ذائقه مردم جوامع به سوی الگوی‌های زندگی غربی و بروز آسیب‌های فردی و اجتماعی،

بیشترین و مهم‌ترین نقش را داشته است. علاوه بر وجود ریشه‌های بیولوژیکی و روانی، ضعف جامعه‌پذیری در هنجاری کردن ارزش پوشش، مسئله تهاجم فرهنگی و فرهنگ مهاجم غرب و پاره‌ای دیگر از این مسائل، باید به ساخت درونی نظام‌های شکل‌گرفته برای اداره جامعه، با عنوان «برنامه‌های توسعه» و باز تولید ارزش‌های غربی توسط این فرایند در کشور نیز نگاهی داشته باشیم. به معنای دیگر همسو نبودن نظام فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در الگوی توسعه با ارزش‌های دینی را می‌توان ریشه اصلی تغییرات در سبک زندگی و به تبع آن، الگوی پوشش دانست. آسیب‌های الگوی پوشش و حجاب به‌منزله یکی از مؤلفه‌ها و نمادهای سبک زندگی تحت تأثیر مدرگرایی و تمایل به مصرف‌نمایی به‌ویژه در میان زنان، از جمله این آسیب‌ها در جامعه ما بوده است؛ به گونه‌ای که رهبر معظم انقلاب در دیدار با جمع پرشماری از پرستاران در این‌باره اظهار می‌دارند: «به اعتقاد من، گرایش به سمت مدرگرایی و تجمل‌گرایی و تازه‌طلبی و افراط در کار آرایش و نمایش در مقابل مردان، یکی از بزرگ‌ترین عوامل انحراف جامعه و انحراف زنان ماست» (بیانات مقام معظم رهبری در جمع پرستاران، ۱۳۷۰). در طی سالیان متمادی، گسترده‌گی این آسیب علاوه بر کلان‌شهرهای کشور، اکنون به شهرهای کوچک که دارای فرهنگ‌های بومی و قومی هستند، نفوذ کرده است؛ چنان‌که تحقیقات انجام شده در این‌باره، نشان از رشد سریع تغییر در الگوی سنتی و گرایش به الگوهای مدرن در این شهرهاست.

در این مطالعه کوشیده‌ایم به بررسی وضعیت الگوی پوشش جوانان شهر یاسوج و عوامل تأثیرگذار بر آن بپردازیم که از شهرهای نوپا در جامعه شهری کشور و دارای فرهنگ بومی و محلی غنی است و مناسبات قومی و فرهنگ محلی در آن به‌خوبی مشهود است؛ اما به‌رغم غلبه فرهنگ بومی، شاهد رشد سریع تغییرات فرهنگی از جمله الگوی پوشش، در این شهر به نسبت کوچک هستیم.

۳. پیشینه تحقیق

درباره الگوی پوشش در ایران در دهه‌های اخیر، مطالعات درخور توجه جامعه‌شناختی انجام پذیرفته است و بیشتر این پژوهش‌ها به جنبه‌های نظری (فقهی، فلسفی، روان‌شناختی و...) پرداخته‌اند. در تحقیقاتی که خارج از کشور انجام شده است، بیشتر به بحث زیبایی‌شناختی و مدیریت بدن در بحث پوشش توجه شده است که این مبحث، به علت تفاوت‌های فراوان فرهنگی و هنجاری و حتی ارزشی نمی‌تواند مسئله ما باشد.

واعظی (۱۳۹۲) در پژوهشی وابسته به شورای فرهنگ عمومی کشور، اقدام به اجرای طرح ملی وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان کرده است. نتایج این پژوهش برای شهر یاسوج، که به صورت یافته‌های توصیفی بیان شده است، نشان می‌دهد که در شهر یاسوج ۵۴ درصد از مردان و ۶۴ درصد از زنان جامعه آماری، به تعداد ۱۹۵۰ نفر، دارای پوشش آسیب‌دار بوده‌اند.

سلاجقه و موسی‌پور (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی مقایسه‌ای الگوی پوشش دانشجویان دانشگاه‌های دولتی، پیام‌نور و آزاد اسلامی شهر بافت» با تعداد نمونه ۱۸۰ نفر از دانشجویان به نظرسنجی پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است که پوشش‌های ناهم‌نوا دارای فراوانی متفاوتی بوده و این پوشش، رابطه معناداری با محیط و موقعیت داشته است.

مرضیه آدمیان و همکاران در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی سبک پوشش زنان» با حجم نمونه‌ای به اندازه ۲۰۰ نفر از جامعه آماری زنان ۲۰ تا ۵۰ ساله شهر مشهد و با روش خوشه‌ای و پیمایش به بررسی ابعاد پوشش با مدل نظری بوردیو پرداخته‌اند. در این پژوهش نشان داده شده که میان سلیقه، سرمایه اقتصادی و سبک پوشش زنان همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

مجمع در پایان‌نامه خود به عنوان «الگوی پوشش جوانان» به روش کیفی و کمی در میان دانشجویان دانشگاه تهران به بررسی الگوهای پوشش و کارکردهای آن در دو بعد سبک زندگی و مقاومت پرداخته است. هدف از این طرح، شناخت ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده الگوهای پوشش هم‌نوا و ناهم‌نوا با هنجارهای رسمی و تأثیر هریک از کارکردهای مذهبی و مدرن بر شکل‌گیری آن است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که سبک‌های زندگی و سرمایه اقتصادی و فرهنگی در شکل‌گیری انواع الگوهای پوشش مؤثرند.

حمیدی و فرجی پژوهشی را با عنوان «نگرش زنان قم به انواع پوشش‌های رایج در این شهر با رویکرد کمی» انجام داده‌اند. در رویکرد نظری مطالعه موردنظر، پوشش به مثابه امری دینی، یعنی حجاب، مدنظر قرار گرفته و در ابعاد نگرشی و رفتاری سنجیده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بیش از ۹۰ درصد زنان قم به حجاب اعتقاد داشته و بیش از ۸۰ درصد آنان برای حجاب کارکردی مثبت قایل بوده‌اند. ایشان در پژوهشی دیگر که با عنوان «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران» با روش مصاحبه کیفی صورت پذیرفته، پوشش زنان را متناسب با محیط‌های اجتماعی متفاوت توصیف، و تأثیر متغیرهایی همچون سرمایه فرهنگی و اقتصادی را بر نوع پوشش بررسی کرده‌اند.

محمدی (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین سبک زندگی و نگرش هویت جنسی در بین دو نسل مادران و دختران» در تهران انجام داده که در نتیجه این پژوهش، میان مؤلفه‌هایی همچون قیمت و دوام در بین نسل‌ها تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود، ولی در مؤلفه‌های زیباشناختی و هویتی تفاوت معناداری وجود دارد.

احمدی پژوهشی با عنوان «بررسی فعالیت‌های مرتبط با مدیریت بدن و هویت اجتماعی» در میان ۴۰۰ نفر از ساکنان شهر رشت انجام داده که در این پژوهش، رابطه‌ای معنادار میان سرمایه اقتصادی و مدیریت بدن وجود نداشته، ولی سرمایه فرهنگی دارای ارتباط معناداری با مدیریت بدن بوده است.

پرستش و بهنویی (۱۳۸۶) در پژوهشی که با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان بابلسر» انجام داده‌اند نشان می‌دهند که رابطه معناداری میان افزایش سرمایه فرهنگی و اهمیت به نحوه مدیریت ظاهر در میان جوانان وجود داشته است.

نیکزاد (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «الگوی مصرف پوشاک و هویت اجتماعی جوانان» به ارتباط میان ابعاد الگوی مصرف و شاخص‌های هویت اجتماعی بر مبنای نظریات بوردیو و گیدنز در میان جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر رشت پرداخته است که بر مبنای الگوی نظری تحقیق خود نشان می‌دهد جوانانی که دارای سرمایه فرهنگی و اقتصادی مشابهی هستند، سلیقه‌ای مشابه در نحوه خرید و پوشش دارند.

دادگران (۱۳۳۹) در پژوهشی با عنوان «حقوق، نقش اجتماعی و پوشش بانوان در زمینه شناخت الگوی مناسب اسلام برای زن امروز» به بررسی دو گروه از زنان که حساسیت متفاوتی در قبال حجاب و مسائل شرعی نشان داده‌اند پرداخته است. نتیجه پژوهش حاکی از این است که در نوع نگرش این دو دسته درباره الگوی پوشش (رنگ و نوع پوشش) اختلاف نظر وجود داشته است.

شمس (۱۳۸۶) تأثیر عوامل اجتماعی را بر نوع پوشش دختران دبیرستانی شهر تهران بررسی کرده است و نشان داده که همبستگی مثبتی میان نوع پوشش مادر و یا خواهر با این گروه از جامعه وجود دارد.

رستگار خالد (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی نگرش دانشجویان دختر به حجاب» به بررسی حجاب در میان دانشجویان دختر در دانشگاه شاهد پرداخته و نشان داده که پایگاه اجتماعی خانواده و نوع پوشش دوستان و مصرف فرهنگی و گروه‌های مرجع این دسته از دانشجویان با نگرش آنها نسبت به حجاب رابطه‌ای معنادار دارد.

۴. مبانی نظری

در این بخش، نخست به بررسی واژه‌شناسانه برخی از کلیدواژگان، و سپس به بیان نظریات و دیدگاه‌هایی که ما را در تبیین و تحلیل بحث یاری می‌رسانند می‌پردازیم.

الگو: معادل کلمه مدل در زبان انگلیسی است. «یک مدل، یک الگو، طرح، معرفی یا تشریح است که برای نشان دادن هدف اصلی یا کارکرد یک موضوع، سیستم یا مفهوم در نظر گرفته شده است (توسلی، ۱۳۸۷، ص ۳۲). در ادبیات متعارف علمی، الگوها برای توصیف و تبیین پدیده‌ها یا داده‌های مربوط به واقعیت خارجی به کار می‌روند.

پوشش: دربردارنده همه شکل‌های پوشیدن لباس و انواع مختلف پوشاک است. این کلمه در فرهنگ زبان ایرانی بیشتر با واژه حجاب عجین است که معنای عربی لغت پوشش است و نوعی از آن است که در زمینه دینی و با ویژگی‌های اسلامی شناخته می‌شود. لذا حجاب الگویی ویژه از پوشش با محدوده معین است که دربردارنده ارزش‌های اسلامی است؛ به گونه‌ای که امروزه در جهان، پوشش اسلامی به نمادی برای مسلمانان تبدیل شده است. معنای هر سبک لباس و هر نحوه پوشش، از خلال نسبتی که با مقوله‌هایی همچون مردانگی یا زنانگی، طبقه، منزلت، نقش اجتماعی، ارزش‌ها یا ضد ارزش‌ها و به‌طور کلی با ساختارهای اجتماعی برقرار می‌کند، درک می‌شود (جوادی‌یگانه و کشفی، ۱۳۸۶). البته شهید مطهری از قرار گرفتن لغت حجاب به جای «پوشش» در دوران معاصر انتقاد می‌کند و این جای‌گزینی را دارای بار منفی می‌داند:

بهرتر این بود که این کلمه عوض نمی‌شد و ما همیشه همان کلمه «پوشش» را به‌کار می‌بردیم؛ زیرا چنان‌که گفتیم معنای شایع لغت «حجاب» پرده است و اگر در مورد پوشش به کار برده می‌شود به اعتبار پشت پرده واقع شدن زن است و همین امر موجب شده که عده زیادی گمان کنند که اسلام خواسته است زن همیشه پشت پرده و در خانه محبوس باشد و بیرون نرود (مطهری، ۱۳۸۸، ص ۴۳۰).

الگوی پوشش: در این مطالعه الگوی پوشش، ایفای کارکرد و نقشی است که پوشش (چه در مردان و زنان) در جامعه معاصر داشته است و همچنین تداعی‌کننده ارزش‌های شکل‌دهنده سلیقه و ترجیحات فرد در انتخاب نوع و شکل، رنگ، اندازه و دیگر معرف‌های پوشش انسانی است.

الگوی پوشش به منزله یکی از بارزترین مؤلفه‌های سبک زندگی، به‌شدت متأثر از ارزش‌های فرد و جامعه است. در جامعه ما به‌سبب حضور قوی هنجارها و ارزش‌های دینی، میزان التزام دینی افراد بر انتخاب الگوی پوشش آنها تأثیر معناداری دارد. این مطلب به معنای تأثیرگذاری دین بر عرصه‌های مختلف سبک زندگی افراد از طریق شکل دادن منش رفتاری افراد است. دین می‌تواند با جهت‌گیری

عناصر شناختی و هنجاری به‌منزله سرمایه‌ای فرهنگی، موقعیت فرد را در درون هر میدان از طریق ایجاد عادت‌واره‌ها (منش) تحت تأثیر قرار دهد و بر انتخاب‌های او اثر بگذارد. همچنین می‌تواند جدا از زندگی دینی، در شکل‌گیری دیگر سبک‌های زندگی نیز دخیل باشد (بورديو، ۱۳۸۱، ص ۱۲۲). فهم پدیده مدگرایی (مصرف مد) نیز از دیگر عناصر تبیین الگوی پوشش در جامعه است.

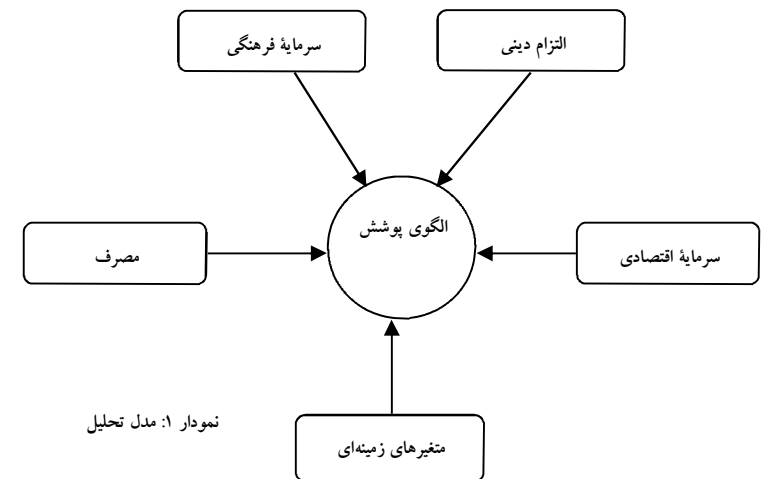
مد: واژه‌ای فرانسوی است و در زبان فرانسه به معنای طرز، اسلوب، عادت، شیوه، سلیقه، روش، رسم، و باب روز آمده است. Mode از ریشه لاتین Modus گرفته شده است. این واژه پس از جنگ جهانی اول، به دنبال نفوذ تمدن غرب، وارد زبان فارسی شد (صبور اردوبادی، ۱۳۳۸، ص ۱۵-۱۶). اگر مد را نمودی از سبک زندگی بدانیم، ماکس وبر برخلاف مارکس، سبک زندگی را بیش از آنکه بر تولید استوار بداند، بر الگوی مصرف مبتنی می‌داند. در نظر وی، مصرف فرایندی است که کردارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوتی را دربر می‌گیرد و بیان‌کننده تفاوت میان گروه‌های اجتماعی است؛ تفاوت‌هایی که تنها ناشی از عوامل اقتصادی نیستند. از بحث وبر درباره سبک زندگی می‌توان نتیجه گرفت که مشابهت در الگوی رفتاری و مصرف، اغلب با گرد آمدن در اماکن ویژه و حتی تشابه الگوهای ارزشی و ذهنی همراه است (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۲۷). زیمل در تبیین پدیده مدگرایی، دلیل آن را چنین بیان می‌کند: «جامعه‌ای که ویژگی شهری پیدا می‌کند». او جامعه‌ای را که در آن مصرف شکل می‌گیرد، یک جامعه مصرفی شهری فرض می‌کند و می‌گوید: «شهرها آگاهی به مد را افزایش می‌دهند. شهر، نیاز به انتخاب مواد مصرفی را از میان مجموعه‌ای که هم متمایزکننده یک گروه اجتماعی خاص و هم بیانگر ترجیح فرد است، ایجاد می‌کند» (بهار، ۱۳۹۰، ص ۱۹). مایلز به رشد مصرف و مصرف‌کننده اشاره می‌کند که با آغاز صنعتی شدن همراه بوده است. از نظر او صنعتی شدن، موجب شده است که ساختارها، ارزش‌ها و ایستارهای اجتماعی، همگی به نوعی تغییر کنند و به تدریج زمینه را برای جامعه‌ای فراهم آورند که تشنه تازگی باشد (همان، ص ۱۹). مصرف‌گرایی در دوره مدرن به ابزاری برای نمایش منزلت اجتماعی بدل شده است. فایده مصرف به‌منزله شهادی برای ثروتمندی، از مشتقات جریان رشد (توسعه اقتصادی) است (وبلن، ۱۳۸۳، ص ۱۱۰). نیاز سرمایه به گردش، تحول دایمی سبک زندگی به ویژه سبک زندگی‌های متکی بر مصرف و مد را به وجود آورده است (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۱۱۴). زیمل معتقد است که فرد با پیگیری منزلت و مد می‌تواند فشارهای ناشی از زندگی مدرن را تحمل کند. این‌گونه مصرف کردن، راهی برای ثبات خود و حفظ اقتدار فردی است. البته مد،

نماد تمایز طبقاتی نیز هست. با مد، طبقه بالاتر، خود را از دیگران متمایز می‌کند. پس از اینکه طبقات پایین‌تر از مد حاضر تقلید کردند، آنان مد دیگری در پیش می‌گیرند (همان، ص ۲۵).

فردیتی که ریشه در مبانی نظری فرهنگ مدرن و بینش آن نسبت به نوع انسان دارد، جهت بروز و ظهور خود در جامعه نیازمند ایجاد تمایز است. از آنجاکه پوشش به منزله نمادی عینی و در دسترس، ظرفیت بالایی جهت نمایش این ویژگی دارد، بازار مصرفی آن به سرعت در جامعه رشد می‌یابد. سبک پوشش برای اثبات فردیت و قوه تمیز و تشخیص سرمایه فرهنگی مصرف‌کننده، و راهی برای بنا ساختن تمایز او با دیگران است. لباس افراد از نخستین ابزار است که موجب شناخته شدن و تشخیص هویت آنان می‌شود (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶).

با توجه به مبانی نظری ذکر شده، متغیرهای زیر در شکل‌گیری الگوی پوشش فرد به منزله مدل نظری تحقیق برای انجام پژوهش انتخاب شدند. همان‌گونه که در مدل تحلیل نشان داده شده است، متغیر التزام دینی در این تحقیق جدا از متغیر سرمایه فرهنگی آورده شده است که این امر به دو دلیل است: ۱. عدم امکان تجمیع سنجه‌های این دو متغیر در یک شاخص، ۲. برآورد بهتر تأثیر خالص شاخص دین‌داری.

۵. مدل نظری تحقیق



نمودار ۱: مدل تحلیل

۶. فرضیه‌های پژوهش

همان‌گونه که در مدل تحلیل در نمودار شماره ۱ نشان داده شده است، درباره متغیرهای مستقل پیش‌بینی شده مؤثر بر شکل‌گیری الگوی پوشش، فرضیه‌هایی بدین شرح طرح می‌شود: ۱. میان متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل) با الگوی پوشش رابطه وجود دارد؛ ۲. میان میزان سرمایه فرهنگی و الگوی پوشش فرد رابطه‌ای معنادار برقرار است؛ ۳. میان میزان التزام دینی و الگوی پوشش فرد رابطه‌ای معنادار وجود دارد؛ ۴. میان میزان سرمایه اقتصادی فرد و الگوی پوشش او رابطه‌ای معنادار هست؛ ۵. میان میزان مصرف پوشاک با الگوی پوشش فرد رابطه معنادار برقرار است.

۷. روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش در این نوشتار از نوع پیمایش مقطعی و به شکل توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن شهر یاسوج‌اند که حجم نمونه، تعداد ۳۳۰ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و چندمرحله‌ای انتخاب شد (دواس، ۱۳۸۹، ص ۷۴). با استفاده از اطلاعات موجود مناطق دوگانه شهری، تعدادی حوزه و از درون آنها و تعدادی بلوک به منزله خوشه انتخاب شدند. از درون بلوک، خانوارهایی برای انجام پژوهش به صورت تصادفی و از روی شماره پلاک گزینش شدند. حجم نمونه مقتضی به دو عامل مهم بستگی دارد: درجه دقت موردنظر برای نمونه و میزان تغییر در جمعیت بر حسب تغییر ویژگی‌های اصلی مورد مطالعه. حجم نمونه بر اساس خطای نمونه‌گیری در سطح اطمینان ۹۵ درصد و با میزان خطای نمونه ۵/۵ درصد و میزان همگنی ۵۰-۵۰ که بالاترین تعداد نمونه را به دست می‌دهد، محاسبه شد که برای این پژوهش تعداد آن ۳۳۰ نفر تعیین گشت (همان، ص ۷۸). جمعیت شهر یاسوج در سرشماری سال ۱۳۹۰، ۱۰۸۵۰۵ ذکر شده است (سالنامه آماری، ۱۳۹۰، ص ۱۲۲). شهر یاسوج از جمله شهرهای تازه‌تأسیس (در سال ۱۳۴۲) است. در این مطالعه ضمن توصیف فراوانی الگوی پوشش در جامعه آماری، فرضیات موجود در پژوهش تحلیل و تبیین می‌شوند.

ابزار مورد استفاده در این مطالعه، پرسش‌نامه محقق‌ساخته است که با توجه به حساسیت موضوع و دستیابی به پاسخ‌های دقیق‌تر، از پرسشگران زن و مرد برای هر جنس به صورت جداگانه استفاده شد. برای ساخت پرسش‌نامه، ضمن بررسی تحقیقات مشابه به صورت اسنادی، با انجام چند مصاحبه با طیف‌های متفاوت جوانان، گویه‌هایی را برای انجام مطالعه برگزیدیم. سپس پرسش‌نامه را به تعدادی از

استادان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی، برای بررسی اشکالات محتوایی ارائه دادیم و پس از بازنگری روایی صوری آن را به دست آوردیم.

۸. تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

به اعتقاد دی واس، عملی‌ترین کار این است که کاملاً روشن سازیم چه تعریفی از یک مفهوم داریم و هنگام نتیجه‌گیری و مقایسه یافته‌هایمان با یافته‌های دیگر محققان، دقیقاً همین معنا را در نظر داشته باشیم. فرایند رسیدن از مفاهیم انتزاعی به نقطه‌ای که بتوان گویه‌های (پرسش‌های) پرسش‌نامه را به گونه‌ای تدوین کرد که ترجمان و برگردان مفاهیم باشند، «پایین آمدن از نردبان انتزاع» می‌خوانند. این فرایند متضمن رسیدن از کلی به جزئی، و از مفاهیم انتزاعی به مفاهیم عینی و مشخص است (واس، ۱۳۸۶، ص ۵۶-۵۷).

التزام دینی: لغت‌نامه دهخدا التزام را به معنای همراهی کردن، همراه بودن، ملزم شدن به کاری و عهده‌دار شدن کاری تعریف می‌کند. التزام به وظایف دینی، یعنی فرد دین‌دار در پی به وجود آمدن معرفت و احساس عاطفه نسبت به پروردگار، انبیا و اولیای دین، انجام تکلیف و احکام دینی را در حیطه شخصی، اجتماعی و اقتصادی بر خود بایسته بداند (خدایاری‌فرد و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۵۳). بنابراین دین‌داری عبارت است از: پذیرش تمام یا بخشی از عقاید، اخلاقیات و احکام دینی به گونه‌ای که شخص دین‌دار خود را ملزم به تبعیت و رعایت از این مجموعه بداند (حشمت یغمایی، ۱۳۸۰، ص ۱۹۰). گلاک و استارک معتقدند که به‌رغم تفاوت ادیان، وجوه مشترکی بین آنها می‌توان یافت که ابعاد اصلی دین‌داری را تشکیل می‌دهند. این ابعاد عبارت‌اند از: اعتقاد و باورهای دینی، تجربه یا عواطف دینی، مناسک و اعمال دینی مشخص و پیامدهای ناظر بر اثرات باورها، اعمال و تجارب دینی (سراج‌زاده، ۱۳۸۱، ص ۸۶). از آنجاکه پوشش در دین اسلام دارای حدود و احکام مشخص است، التزام دینی می‌تواند به‌منزله یک متغیر مستقل در شکل‌گیری الگوی پوشش در جامعه ما که متأثر از آموزه‌های دینی است، مطرح شود. وجود این شاخص در تحقق الگوی پوشش در تحقیقات میدانی نکته‌ای است که بسیاری از پژوهشگران اجتماعی از آن غفلت ورزیده، و برای تبیین مسئله از شاخص‌هایی که متناسب با فضای بومی کشور نبوده است استفاده کرده‌اند. بدیهی است ترکیبی از شاخص‌های فرهنگ بومی و شاخص‌های مطرح علمی، می‌تواند به تحقق نتایج دقیق‌تر کمک کند.

در این پژوهش برای سنجش التزام دینی، علاوه بر شش گویه درباره التزام عملی به واجبات و مستحبات مؤکد (نماز، روزه، شرکت در نماز جماعت، قرائت قرآن، شرکت در مراسم دعا، شرکت در مراسم محرم)، شش گویه درباره نگرش افراد نسبت به احکام پوشش (رعایت ضوابط دینی، رعایت محرمیت در پوشش، اهمیت پوشش ظاهری، میزان پوشیدگی، توجه جنس مخالف، جلب توجه دیگران) طراحی شده است.

سرمایه فرهنگی: پی‌یر بوردیو جامعه‌شناس فرانسوی در آثار خود به‌طور مفصل به بسط سرمایه فرهنگی و سازوکار شکل‌گیری و تأثیر آن بر کنش انسانی پرداخته است. سرمایه فرهنگ بر مبنای نظر بوردیو دو منبع مهم دارد: ۱. عادت‌واره‌ها در زندگی، ۲. تحصیلات. از دیدگاه بوردیو تحصیلات از جمله متغیرهای بسیار مهمی است که می‌تواند حتی جانشین عادت‌واره خانوادگی شود؛ زیرا می‌تواند به فرد سلیقه، ادب و شیوه‌هایی را بیاموزد که فرد را به منزلت خاص نزدیک می‌کنند (بوردیو، ۱۹۸۴، ص ۲۲۵).

بوردیو سرمایه فرهنگی را به سه شکل تقسیم‌بندی می‌کند: ۱. تجسم‌یافته یا مجسم که ترتیبات دیرپای ذهن و بدن را دربر می‌گیرد؛ ۲. عینیت‌یافته که به صورت کالاهای فرهنگی چون تصاویر، کتب، کامپیوتر و هنر بروز می‌کند؛ ۳. حالت نهادی‌شده که از طریق مدارک واقعی و دیگر شواهد پایگاه فرهنگی بازنمایی می‌شود (ممتاز، ۱۳۸۳). از نظر بوردیو سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از دانش عینی، ترجیحات و مهارت‌های فرهنگی، مدارک دانشگاهی و در دو بعد نهادی‌شده (تحصیلات پدر و مادر و...) و عینیت‌یافته (عضویت در برنامه‌های فرهنگی، مطالعه کتاب و روزنامه، شرکت در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری و اموری از این قبیل است (اسمیت، ۱۳۸۳، ص ۲۱۸).

مقیاس سرمایه فرهنگی از ۱۱ گویه شامل تحصیلات فرد و پدر و مادر او، میزان شرکت در فعالیت‌های فرهنگی و حضور در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری، میزان مطالعه روزنامه و کتاب، شغل پدر و مادر و میزان گوش دادن به موسیقی، استفاده از اینترنت و تماشای تلویزیون به دست آمد.

مصرف: مصرف کردن در دنیای جدید بیشتر معطوف به هویت می‌شود؛ یعنی افراد با خوردن، پوشیدن و نحوه گذران اوقات فراغت، به عبارتی از حیث شیوه زندگی شناسایی می‌شوند (فریدمن، ۱۹۹۴، ص ۱۰۴). مصرف یعنی استفاده از کالاها به منظور رفع نیازهای و امیال. این عمل نه تنها شامل خرید کالاها، بلکه دربرگیرنده خدمات نیز می‌شود. در جوامع نوین مصرف‌گرایی به رفتاری اصلی تبدیل شده است که طی آن مقدار فراوان پول، انرژی، وقت و نوآوری تکنولوژی مصرف می‌شود.

مقیاس مصرف نیز از ترکیب سه گویه مقدار هزینه مصرفی برای پوشاک، دفعات خرید پوشاک و دفعات تعویض پوشاک در طول هفته به دست آمد.

سرمایه اقتصادی: سرمایه اقتصادی، انواع منابع مالی را توصیف می‌کند و در قالب مالکیت، جلوه نهادی می‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۳۷). مقیاس سرمایه اقتصادی از چهار گویه درآمد خانوار، قیمت خودروی شخصی، زیربنای خانه مسکونی و نوع خانه مسکونی به دست آمد.

الگوی پوشش: با در نظر گرفتن روند تغییرات ارزشی در جامعه و پیدایی ارزش‌های مدرن و جای‌گزینی برخی از این ارزش‌ها با ارزش‌های سنتی و نقش نظام ارزشی در جهت‌دهی و انتخاب سبک زندگی، در این تحقیق سه نوع الگو پوشش به صورت قراردادی و در جهت سنجش بهتر الگوهای پوشش طرح شد، که به ترتیب الگوی پوشش سنتی، الگوی پوشش سستی - شبه‌مدرن و الگوی پوشش مدرن نام گرفتند. متغیر وابسته در این پژوهش، الگوی پوشش جوانان است که دربرگیرنده نوع پوشش، رنگ، حدود و اندازه، میزان پوشاندگی و مدل پوشش در محیط شهر بوده است.

الگوی پوشش سنتی (مذهبی): افرادی که این نوع پوشش را برمی‌گزینند، الزامات پوشش را از نظر دینی و هنجارهای اجتماعی رعایت می‌کنند.

ویژگی‌های این تیپ از الگو برای زنان: استفاده از چادر معمولی، مقنعه، پوشش کامل برای موهای سر، پوشش کامل گردن، استفاده از رنگ‌های ساده و غیرجذاب در پوشش، عدم استفاده از مانتهای تنگ و چسبیده به بدن، بلندی مانتو تا زیر زانو، آستین‌های بلند و پوشیده مانتو، استفاده از ساق دست زیر مانتو، استفاده از شلوارهای گشاد و بلند از جنس پارچه‌ای یا کتان ساده.

ویژگی‌های این تیپ پوشش برای مردان: افرادی که این نوع پوشش را برمی‌گزینند الزامات پوشش را از نظر دینی و هنجارهای اجتماعی رعایت می‌کنند، که این الزامات بدین‌قرار است: داشتن محاسن (ریش) به شرط اصلاح ساده و بلندی متوسط یا بیشتر از متوسط، مدل موی ساده، بلندی پیراهن تا روی ران، عدم استفاده از تی‌شرت در محیط شهری و پیراهن‌های بدن‌نما، آستین پوشیده تا مچ یا نزدیک آن، عدم استفاده از شلوارهای تنگ، کوتاه و بدن‌نما، جنس شلوار: پارچه‌ای یا کتان ساده.

الگوی پوشش سستی شبه‌مدرن: توصیفی که می‌توان از این گروه داشت، پذیرش مدگرایی در پوشش، ضمن رعایت هنجارهای اجتماعی پوشش، و تا حد فراوانی ضوابط دینی در این امر است.

تمایل به تمایز و مدرنیته، به همراه احترام به چارچوب‌ها و نه به شکل سنت، از ویژگی‌های این تیپ افراد است.

ویژگی‌های این تیپ پوشش برای زنان: استفاده از چادرهای مدل‌دار (عربی یا دانشجویی)، استفاده از شال، روسری و یا مقنعه در صورت عدم پوشش کامل موهای سر (تا حدودی)، پوشش کامل گردن، استفاده از رنگ‌های شاد و روشن در پوشش زیر چادر، استفاده از مانتهای اندامی (تا زانو)، عدم استفاده از ساق دست ضمن داشتن آستین بلند مانتو، استفاده از شلوار جین و تنگ زیر مانتو.

ویژگی‌های این تیپ پوشش برای مردان: اصلاح موی سر با مدلی مشخص و متعارف، تراشیدن ریش و سیل، استفاده از تی‌شرت ساده و پیراهن‌های آستین‌کوتاه بالای ران، استفاده از شلوار جین ساده و تنگ.

الگوی پوشش مدرن و مدگرا: در توصیف افراد دارای این تیپ از پوشش می‌توان گفت تقریباً التزامی به هنجارهای دینی و اجتماعی برای پوشش خود ندارند. تمایزخواهی، مدگرایی و خاص بودن از ویژگی‌های این گروه است.

ویژگی‌های این تیپ پوشش برای زنان: استفاده از شال و یا روسری، عدم پوشش کامل سر و گردن، استفاده از رنگ‌های جذاب و روشن برای پوشش، مانتهای تنگ و چسبیده و کوتاه (بالای زانو)، آستین‌کوتاه مانتو و عدم استفاده از ساق دست، استفاده از شلوارهای تنگ و جین طرح‌دار.

ویژگی‌های این تیپ پوشش برای مردان: اصلاح موی سر متناسب با مد روز، نداشتن ریش و یا اصلاح آن متناسب با مد روز، استفاده از گردن‌بند، پیراهن‌های بدن‌نما، تی‌شرت‌های مد روز با نقش‌های خاص، و شلوارهای جین تنگ و طرح‌دار.

۹. یافته‌های توصیفی

در این پیمایش که شامل ۳۳۰ نفر از جوانان به‌طور مساوی از هر دو جنس بود، میانگین سن در مجموع (زن و مرد) ۲۳ سال است که بیشترین فراوانی برای زنان ۲۰ سال، و برای مردان ۱۸ سال است. درصد تأهل برای مردان ۲۲/۱ درصد و برای خانم‌ها ۳۱/۳ به دست آمد.

۲۴ درصد از زنان کارمند، ۱۰/۳ درصد از آنان خانه‌دار و ۷ درصدشان دارای شغل آزاد هستند. دربارهٔ مردان، وضعیت اشتغال ۱۶/۱ درصد کارمند، ۱۱/۲ درصد کارگر و ۱۲/۹ درصد مشاغل آزاد است.

بررسی الگوی پوشش جوانان شهر یاسوج ❖ ۶۳

جدول شماره ۱: سطح سواد پاسخ‌گویان (درصد)								جمع کل
ابتدایی	راهنمایی	دیرستان	دیپلم	دانشجو	لیسانس	فوق لیسانس	دکتر	
۰	۱/۸	۱۱/۹	۱۶/۹	۳۳/۲	۲۵/۶	۸/۸	۱/۸	۱۰۰

همان‌گونه که در جدول پیداست، دانشجویان با ۳۳/۲ درصد بیشترین تعداد پاسخ‌گویان را تشکیل داده‌اند.

۱۰. یافته‌های استنباطی

برای تعیین پایایی پرسش‌نامه با انجام آزمون مقدماتی در میان ۴۰ نفر از نمونه‌ها و جمع‌بندی پاسخ‌ها ضریب پایایی پرسش‌نامه به میزان ۰/۷۶ به دست آمد. پرسش‌نامه پژوهش علاوه بر متغیرهای زمینه‌ای و جمعیت‌شناختی، حاوی پرسش‌های نگرشی و همچنین پرسش‌هایی درباره رفتارهای عینی و سبک‌های انتخابی جوانان بود.

۱۰-۱. ضریب پایایی پرسش‌نامه

جدول شماره ۲. ضریب پایایی مقیاس‌ها به روش آلفای کرونباخ		
مقیاس	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
التزام دینی	۱۲	۰/۸۶۱
سرمایه فرهنگی	۱۱	۰/۷۰۴
سرمایه اقتصادی	۴	۰/۷۴۶
مصرف	۳	۰/۷۶۳
الگوی پوشش	۲۳	۰/۷۱۳

فرضیه نخست: میان متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل و شغل) با الگوی پوشش رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳. توزیع نسبی جوانان بر حسب متغیر سن و الگوی پوشش			
گروه‌های سنی	۱۸ تا ۲۲	۲۳ تا ۳۶	۲۶ تا ۳۰
سنی	۲۳	۲۷/۶	۲۱
سنی شبه‌مدرن	۴۲/۴	۵۰	۳۱/۶
پوشش مدرن	۳۴/۶	۲۲/۴	۴۷/۴
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۱۹۹			سطح معناداری: ۰/۰۰۰

جدول شماره ۴. توزیع نسبی جوانان بر حسب متغیر جنس و الگوی پوشش				
جنس	الگوی پوشش سنی	الگوی پوشش سنی - شبه‌مدرن	الگوی پوشش مدرن و مدگرا	جمع کل
مرد	۳۶/۱	۴۲/۴	۳۱/۵	۱۰۰

❖ ۶۴ معرفت‌زنجیری، سال پنجم، شماره چهارم، پاییز ۱۳۹۳

زن	۳۰/۳	۴۲/۶	۲۷/۱	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۰۸۱			سطح معناداری: ۰/۵۹۶	

میان گروه‌های سنی و الگوی پوشش رابطه‌ای معنادار وجود دارد؛ هرچند هم‌بستگی نشان‌داده‌شده پایین است، تیپ شبه‌مدرن با ۴۲/۴ درصد بیشترین فراوانی را داشته است. درصد فراوانی تیپ مدرن و سنتی نیز در این گروه به ترتیب ۳۴/۶ و ۲۳ درصد است. در گروه سنی ۲۳ تا ۲۶ سال، تیپ شبه‌مدرن با ۵۰ درصد بیشترین فراوانی را داراست و تیپ سنتی ۲۷/۶ درصد و تیپ مدرن ۲۲/۴ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. در گروه سنی ۲۷ تا ۳۰ سال نیز تیپ مدرن با ۴۷/۴ درصد بیشترین فراوانی را دارد و تیپ شبه‌مدرن با ۳۱/۶ درصد و تیپ سنتی با ۲۱ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. با توجه به مقدار به‌دست‌آمده برای معناداری بین ضریب جنس و الگوی پوشش می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معناداری میان این دو متغیر وجود ندارد و لذا فرضیه وجود رابطه معنادار میان جنس و الگوی پوشش رد می‌شود.

جدول شماره ۵. توزیع نسبی جوانان بر حسب متغیر تحصیلات و الگوی پوشش							
سطح تحصیلات	راهنمایی	زیر دیپلم	دیپلم	دانشجو/ فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتر
سنتی	۶۶/۷	۸۴/۲	۲۵/۹	۲۴	۲۰/۵	۱۴/۳	۰
سنتی - شبه‌مدرن	۰	۰	۱۸/۵	۶۶	۵۱/۳	۵۰	۳۳/۳
مدرن	۳۳/۳	۱۵/۸	۵۵/۶	۱۰	۲۸/۲	۳۵/۷	۶۶/۷
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۴۴۲			سطح معناداری: ۰/۰۰۰				

یافته‌های جدول نشان می‌دهد که رابطه‌ای معنادار میان تحصیلات و الگوی پوشش جوانان وجود دارد. هم‌بستگی میان این متغیر و متغیر الگوی پوشش نیز متوسط بوده است. تیپ شبه‌مدرن، بیشترین فراوانی را در بخش دانشگاهی دارد. یافته‌های جدول حاکی از آن است که با افزایش سطح تحصیلات دانشگاهی، فراوانی تیپ الگوی پوشش شبه‌مدرن و مدرن افزایش می‌یابد.

جدول شماره ۶. توزیع نسبی جوانان بر حسب وضعیت تأهل و الگوی پوشش		
وضعیت تأهل	مجرد	متأهل
سنتی	۲۱/۳	۵۴/۲
سنتی شبه‌مدرن	۴۸/۱	۲۷/۱
مدرن	۳۰/۶	۱۸/۸
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۳۸۶		سطح معناداری: ۰/۰۰۰

فرضیه سوم: میان میزان التزام دینی و الگوی پوشش فرد رابطه معناداری وجود دارد.

التزام دینی	پایین	متوسط	بالا
سنتی	۰	۱۸	۷۵/۶
سنتی شبه مدرن	۱۶/۳	۶۶/۷	۲۴/۴
پوشش مدرن	۸۳/۷	۸/۳	۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۶۵۱			سطح معناداری: ۰/۰۰۰

داده‌های این جدول نشان می‌دهد که میان متغیر التزام دینی و الگوی پوشش افراد، رابطه معنادار با هم‌بستگی بالا وجود دارد؛ به گونه‌ای که درصد پوشش مدرن برای کسانی که التزام دینی بالا دارند، صفر و برای کسانی که التزام دینی پایین دارند، ۸۳/۷ است. همچنین ۶۶/۷ درصد از افرادی که التزام دینی متوسطی دارند، دارای الگوی پوشش سنتی شبه مدرن‌اند.

فرضیه چهارم: بین سرمایه اقتصادی و الگوی پوشش افراد رابطه معنادار وجود دارد.

سرمایه اقتصادی	پایین	متوسط	بالا
سنتی	۴۲/۹	۳۴/۸	۱۲/۸
سنتی شبه مدرن	۲۳/۸	۵۸/۷	۴۸/۹
پوشش مدرن	۳۳/۳	۶/۵	۳۸/۳
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۳۰۱			سطح معناداری: ۰/۰۰۰

جدول فوق نشان می‌دهد که میان سرمایه اقتصادی و الگوی پوشش جوانان رابطه معنادار و هم‌بستگی نسبتاً متوسطی وجود دارد. ۳۸/۳ درصد از افرادی که دارای سرمایه اقتصادی بالایی هستند، الگوی پوشش مدرن دارند و ۵۸/۷ درصد از افرادی که سرمایه اقتصادی متوسطی دارند دارای الگوی پوشش سنتی شبه مدرن‌اند و ۳۳/۳ درصد دارای الگوی پوشش مدرن هستند.

فرضیه پنجم: میان میزان مصرف پوشاک و الگوی پوشش رابطه معنادار برقرار است.

میزان مصرف	پایین	متوسط	بالا
سنتی	۵۹/۲	۲۱/۶	۴
سنتی شبه مدرن	۱۴/۳	۵۵/۴	۵۶
پوشش مدرن	۳۶/۵	۲۳	۴۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۳۵۱			سطح معناداری: ۰/۰۰۰

متغیر وضعیت تأهل با متغیر الگوی پوشش، ضمن هم‌بستگی متوسط رابطه معناداری نیز دارد؛ به گونه‌ای که ۵۴/۲ درصد از متأهلان دارای الگوی پوشش سنتی و تنها ۱۸/۸ درصد از این گروه دارای الگوی پوشش مدرن هستند. ۲۷/۱ درصد از گروه متأهلان نیز دارای پوشش سنتی شبه مدرن هستند. ۲۱/۳ درصد از مجردان دارای الگوی پوشش سنتی، ۴۸/۱ درصد دارای پوشش سنتی شبه مدرن و ۳۰/۶ درصد دارای پوشش مدرن هستند.

نوع شغل	خانه دار	فرهنگی	آزاد	کارمند	بیکار
سنتی	۵۰	۰	۴۲/۹	۲۹/۲	۲۰/۶
سنتی شبه مدرن	۳۰	۱۰۰	۲۱/۴	۶۶/۷	۴۲/۳
مدرن	۲۰	۰	۳۵/۷	۴/۲	۳۷/۱
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۳۷۶			سطح معناداری: ۰/۰۰۰		

متغیر شغل با الگوی پوشش در جدول، نشان‌دهنده رابطه معنادار و هم‌بستگی متوسط میان دو متغیر است؛ به گونه‌ای که ۵۰ درصد زنان خانه‌دار، ۴۲/۹ مشاغل آزاد، ۲۹/۲ درصد از کارمندان و ۲۰/۶ از بیکاران دارای الگوی پوشش سنتی‌اند. بیشترین فراوانی برای پوشش مدرن، از میان بیکاران با ۳۷/۱ درصد و برای گروه شبه مدرن در گروه کارمندان با ۶۶/۷ درصد است.

فرضیه دوم: میان میزان سرمایه فرهنگی و الگوی پوشش فرد، رابطه معناداری وجود دارد.

سرمایه فرهنگی	پایین	متوسط	بالا
سنتی	۴۶/۵	۲۴/۳	۱۳/۳
سنتی شبه مدرن	۳۵/۲	۵۵/۴	۳۳/۳
پوشش مدرن	۱۸/۳	۲۰/۳	۵۳/۳
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
وی کرامر: ۰/۲۳۸			سطح معناداری: ۰/۰۰۱

داده‌های جدول فوق حاکی از این است که میان سرمایه فرهنگی افراد و الگوی پوشش آنان رابطه معنادار و هم‌بستگی متوسط وجود دارد؛ به گونه‌ای که ۵۵/۴ درصد از افرادی که سرمایه فرهنگی متوسطی دارند، دارای الگوی پوشش سنتی شبه مدرن هستند و ۵۳/۳ درصد از افرادی که سرمایه فرهنگی بالایی دارند، دارای الگوی پوشش مدرن‌اند. همچنین ۱۳/۳ درصد از کسانی که دارای سرمایه فرهنگی بالایی هستند دارای الگوی پوشش سنتی‌اند که این مقدار برای افراد دارای سرمایه متوسط فرهنگی ۲۴/۳ درصد و برای افراد دارای سرمایه فرهنگی پایین ۴۶/۵ درصد است.

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که میان میزان مصرف پوشاک و الگوی پوشش رابطه معنادار و هم‌بستگی نسبتاً متوسطی وجود دارد؛ به گونه‌ای که ۲۶/۵ درصد از افرادی که دارای مصرف پوشاک پایین‌اند، الگوی پوشش مدرن دارند و ۵۹/۲ درصد از آنان دارای الگوی پوشش سنتی‌اند. همچنین چهار درصد از افرادی که دارای مصرف پوشاک بالایی هستند، دارای الگوی پوشش سنتی، ۴۰ درصد از آنان دارای الگوی پوشش مدرن، و ۵۶ درصدشان دارای الگوی پوشش سنتی شبه‌مدرن‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

پوشش به منزله نمادی ارتباطی و عنصری هویتی همواره در حیات فرهنگی انسان حضوری پررنگ داشته است. با وجود ارزش‌ها و هنجارهای مهم و پررنگ دینی، فرهنگی و اجتماعی در زمینه الگوی پوشش مناسب و نقش پوشش مناسب در سلامت اخلاقی، روانی و اجتماعی جوامع دینی، بیش از یک دهه است که جامعه در الگوی پوشش افراد دچار آسیب شده است. الگوی پوشش با پیشرفت و جلوگیری از زوال و انحطاط اخلاقی جامعه مسلمان، ارتقای کرامت انسانی و حضور پررنگ‌تر و بهتر و مطمئن‌تر برای زنان در جامعه ارتباط نزدیک داشته و دارد. به علاوه تغییر در الگوی پوشش با ابزار فرهنگی توسط فرهنگ غربی و به علت تغییر در فرهنگ و ذائقه فرهنگی جوامع مسلمان همواره در دستور کار کشورهای غربی قرار گرفته است. از حدود یک دهه پیش، جامعه ما با تغییراتی نامطلوب در عرصه الگوی پوشش روبه‌رو شده است که این وضع به تصویب آئین‌نامه راهبردی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب در تاریخ ۸۴/۵/۴ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی و متعاقب آن در مجلس شورای اسلامی انجامید. با گذشت حدود یک دهه از این قانون، شاهد افزایش بیشتر دامنه این آسیب اجتماعی و ناکارآمدی نهادهای اجتماعی در کنترل این آسیب هستیم.

در مبحث مربوط به آمارهای استنباطی به بحث و بررسی درباره فرضیات تحقیق و نتایج ناشی از آن می‌پردازیم؛ اما پیش از این کار و برای دستیابی به نتایج درخور اعتمادتر باید توجه کنیم که آیا پرسش‌نامه‌های تحقیق از پایایی برخوردار بوده‌اند یا نه؟ برای نشان دادن پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ به منزله ضریب استفاده می‌شود که مقدار آن بین ۰ تا ۱ است و چنانچه آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ باشد، نشان‌دهنده این است که پایایی پرسش‌نامه در حد خوبی است. همان‌گونه که در جداول بخش چهارم دیده می‌شود، مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه ۰/۷۶ به دست آمده، که مقدار مناسبی است.

در پژوهش پیش‌رو به بررسی الگوی پوشش در میان جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر یاسوج پرداخته‌ایم. آنچه در این پژوهش بسیار مشهود است، فراوانی بالای الگوی پوشش شبه‌مدرن (۴۲ درصد) در میان جوانان است که می‌تواند حاکی از گذاری فرهنگی به سمت فرهنگ مدرن در پوشش باشد. این مسئله هنگامی اهمیت بیشتری می‌یابد که بدانیم به علت نوبا بودن تأسیس شهر (در سال ۱۳۴۲) به‌رغم حاکم بودن فرهنگ سنتی و بومی در روابط اجتماعی، تغییرات بسیاری در نحوه پوشش جوانان دیده می‌شود و احتمال وقوع یک گسست ارزشی در نسل‌ها وجود دارد که می‌تواند آینده فرهنگی شهر را مسئله‌دار کند. این مطالعه نشان می‌دهد که گروه‌های سنی، سطح تحصیلات، شغل و تأهل، رابطه معناداری با الگوی پوشش دارند؛ اما در این میان وضعیت تأهل و سطح تحصیلات، شدت هم‌بستگی بیشتری را با الگوی پوشش از خود نشان می‌دهند. با این حال میان جنسیت و الگوی پوشش ارتباط معناداری یافت نشد و ضریب تعیین آن $\text{sig}=0/596$ بود. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج پژوهش طرح ملی وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان (شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۹۲) همسوست. این یافته نشان می‌دهد که جامعه‌پذیری در بحث الگوی پوشش در جامعه و به‌ویژه در مراکز آموزشی (با توجه به این امر مهم که بیشتر پاسخ‌گویان از سطح تحصیلی بالایی برخوردارند)، به‌خوبی صورت نمی‌پذیرد. تبیین مسئله پوشش به صورت علمی، ایجاد جو فرهنگی متناسب با فرهنگ اسلامی عفاف و جلوگیری از هنجارشکنی توسط متخلفان، از جمله اقدامات مسئولان امر در نهادهای آموزشی است. با توجه به هم‌بستگی به‌دست‌آمده از الگوی پوشش با متغیر تأهل می‌توان چنین تبیین کرد که رونق ازدواج به‌ویژه در درون دانشگاه‌ها می‌تواند از این آسیب به‌گونه‌ای فزاینده بکاهد.

متغیر سرمایه فرهنگی فرد و الگوی پوشش او نیز در این پژوهش از رابطه معنادار و هم‌بستگی متوسطی برخوردار بوده‌اند. افراد دارای سرمایه فرهنگی بالاتر از الگوی پوشش مدرن و شبه‌مدرن برخوردار بوده‌اند و نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های حمیدی و فرجی (۱۳۸۶) و پژوهش آدمیان و همکاران (۱۳۹۱) همسو بوده است. نبود محصولات فرهنگی ترویج‌کننده فرهنگ پوشش اسلامی از جمله معضلات این عرصه است.

این پژوهش نشان می‌دهد که رابطه معنادار و هم‌بستگی نسبتاً بالایی میان التزام دینی و الگوی پوشش افراد برقرار بوده است. بیشتر افراد دارای التزام دینی بالا، گرایشی به الگوی پوشش مدرن و مدگراند دارند و الگوی پوشش سنتی را برگزیده‌اند؛ هرچند که ۱۶/۳ درصد از این افراد الگوی پوشش سنتی شبه‌مدرن دارند. نکته درخور توجه در این یافته‌ها وجود درصد بالای کسانی است

که از دینداری متوسطی برخوردارند و از الگوی پوشش سنتی شبه‌مدرن پیروی می‌کنند (۶۶/۷ درصد). نتایج این پژوهش با یافته‌های خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱)، اسلامی‌فارسانی (۱۳۸۵) و دادگران (۱۳۶۹) همسوست.

درباره فرضیه ارتباط معنادار میان سرمایه اقتصادی و الگوی پوشش، یافته‌های این پژوهش ضمن تأیید این فرضیه، نشان می‌دهد که افراد دارای سرمایه اقتصادی بالا کمتر الگوی پوشش سنتی را برگزیده‌اند و بیشتر افراد دارای سرمایه اقتصادی متوسط، الگوی پوشش سنتی شبه‌مدرن را انتخاب کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش آدیان و همکاران (۱۳۹۱) همسوست.

این پژوهش نشان می‌دهد که میان میزان مصرف و الگوی پوشش رابطه‌ای معنادار وجود دارد؛ به گونه‌ای که افراد با میزان مصرف بالا بیشتر الگوی پوشش مدرن و سنتی شبه‌مدرن را برگزیده‌اند و افراد دارای میزان مصرف پایین، بیشتر الگوی پوشش سنتی را انتخاب کرده‌اند. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش نیکزاد (۱۳۸۲) آدیان و همکاران (۱۳۹۱) و محمدی (۱۳۸۶) همسوست.

پیشنهادها

۱. تغییرات در الگوی پوشش جامعه را باید در دایره گسترده‌تر تغییرات نظام ارزشی جامعه تحلیل و بررسی کرد؛
۲. تبیین مشخص، روشن و مناسب الگوی پوشش مطلوب و برجسته کردن ابعاد هویتی و دینی آن؛
۳. مطرح شدن الگوی پوشش رایج به‌منزله آسیبی جدی و دعوت همگانی از نخبگان حوزوی و دانشگاهی در این حوزه، به صورت کارگروه‌های ویژه برای رفع این آسیب؛
۴. ملزم شدن دستگاه‌های اجرایی برای اجرای مصوبات این کارگروه؛
۵. افزایش فعالیت‌های مطلوب فرهنگی در عرضه فرهنگ پوشش توسط نهادهای فرهنگی، صدا و سیما، نظام‌های آموزشی و دولت به‌منزله متولیان اصلی فرهنگ در عرصه اجتماع، آموزش و پرورش و برنامه‌ریزی، جهت هنجارسازی فرهنگ پوشش اسلامی و تسهیل پذیرش اجتماعی آن؛
۶. اینکه جهت‌گیری ارزشی نظام‌های مزبور باید در حرکت به سمت الگوی مطلوب موردنظر دارای وحدت رویه باشد و با برپایی نشست‌های تخصصی و کارشناسی، اختلافات را در شکل اجرا به پایین‌ترین سطح ممکن برسانند؛

۷. مطالعه ابعاد فرهنگی طرح‌ها و برنامه‌ها (پیوست فرهنگی) و ارزیابی مستمر تأثیرات این برنامه‌ها، به‌ویژه در عرصه‌های رسانه‌ای؛

۸. توجه بیشتر به نقش جامعه‌پذیری خانواده، تأکید بر نقش مسئولیتی و نظارتی والدین در قبال فرزندان و برنامه‌ریزی بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت برای آن؛

۹. بازتعریف نقش اجتماعی زنان و اعتلای مقام زن بر مبنای فرهنگ دینی؛

۱۰. برنامه‌ریزی مناسب برای حضور سودمند و مؤثر زنان در جامعه؛

۱۱. اتخاذ راهبردهای مناسب توسط نهادهای نظارتی برای جلوگیری از اشاعه الگوی پوشش نامتناسب با فرهنگ دینی و سنتی؛

۱۲. احیای فریضه امر به معروف و نهی از منکر و نهادینه کردن این فریضه در خانواده، مدرسه و مؤسسات آموزش عالی؛

۱۳. سامان‌دهی بازار عرضه پوشاک و حمایت دولت از تولیدکنندگان پوشاک متناسب با فرهنگ دینی و سنتی در جامعه.

- آدمیان، مرضیه و همکاران، ۱۳۹۱، «تحلیل جامعه‌شناختی سبک پوشش زنان»، *زن و جامعه*، سال سوم، ش ۴، ص ۱۶۱-۱۸۶.
- اسلامی فارسانی، سعادت، ۱۳۸۵، *بررسی دیدگاه‌های زنان و دختران تهران در زمینه گرایش به پوشش نامتعارف*، تهران، بروج.
- اسمیت، فلیپ، ۱۳۸۳، *درآمدی بر نظریه فرهنگی*، ترجمه حسن پویان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی. بیانات مقام معظم رهبری (دیدار با جمع کثیری از پرستاران ۱۳۷۰/۰۸/۲۲).
- بهار، مهری، ۱۳۹۰، *مصرف و فرهنگ*، تهران، سمت.
- بوردیو، پی یر، ۱۳۸۱، *نظریه کنش*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، نقش و نگار.
- پرستش، شهرام و همکاران، ۱۳۸۶، «بررسی جامعه‌شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان بابلسر»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، ش ۷، ص ۱۹-۴۹.
- توانا، مرادعلی، ۱۳۸۷، *حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی*، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- توسلی، غلام‌عباس، ۱۳۸۷، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، چ چهاردهم، تهران، سمت.
- جوادی‌یگانه، محمدرضا و سیدعلی کشفی، ۱۳۸۶، «نظام نشانه‌ها در پوشش»، *کتاب زنان*، سال دهم، ش ۳۸، ص ۸۷-۶۲.
- حداد عادل، غلامعلی، ۱۳۷۲، *فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی*، تهران، سروش.
- حشمت یغمایی، محمدتقی، ۱۳۸۰، *دینداری نوجوانان و عوامل مؤثر بر آن*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی، ۱۳۸۶، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، *تحقیقات فرهنگی*، سال اول، ش ۱، ص ۶۵-۹۲.
- خدایاری‌فرد، محمد و همکاران، ۱۳۸۸، *گزارش نهایی طرح پژوهشی آماده‌سازی مقیاس دینداری و ارزیابی سطوح دینداری اقشار مختلف جامعه ایران*، تهران، دانشگاه تهران.
- خواججه‌نوری، بیژن و همکاران، ۱۳۹۱، «گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی، مطالعه موردی زنان شیراز»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ش ۴۷، ص ۱۴۱-۱۶۶.
- دادگران، محمد، ۱۳۶۹، *پژوهشی پیرامون حقوق، نقش اجتماعی پوشش بانوان، و کنکاشی برای شناخت الگوی اسلام برای زن امروز*، تهران، مرکز تحقیقات و بخش برنامه‌ای.

- دلال، عباس، ۱۳۸۴، «زن در جامعه معاصر اسلامی»، ترجمه حمیدرضا شریعتمداری، *پیام زن، ویژه‌نامه زن در جمهوری اسلامی ایران*، ش ۱۵۷، ص ۱۵۹.
- دواس، دی. ای، ۱۳۸۹، *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ نایی، چ دوازدهم، تهران، نی.
- دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۵۲، *لغت‌نامه*، تهران، دانشگاه تهران.
- ذکابی، محمدسعید و مریم امن‌پور، ۱۳۹۲، *درآمدی بر تاریخ فرهنگی بدن در ایران*، تهران، تپسا.
- رستگار خالد، امیر، ۱۳۸۶، *جامعه‌شناسی حجاب، حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی*، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۷۷، *توسعه و تضاد*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- رمضان نرگسی، رضا، ۱۳۸۷، *بررسی وضعیت حجاب در ایران از سال‌های آخر حکومت پهلوی تا پایان جنگ تحمیلی*، *حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی*، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- سالنامه آماری، ۱۳۹۰، *ریاست جمهوری، معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی*، مرکز آمار ایران.
- سراج‌زاده، حسین، ۱۳۸۱، *چالش‌های دین و مدرنیته*، تهران، طرح نو.
- سلاجقه، آریتا و نعمت‌الله موسی‌پور، ۱۳۹۰، «بررسی مقایسه‌ای الگوی پوشش دانشجویان دانشگاه‌های دولتی، پیام‌نور و آزاد اسلامی، مطالعه موردی شهر بافت»، *تحقیقات فرهنگی*، ش ۱۵، ص ۱۵۳-۱۷۷.
- سیدی‌تبار، اعظم‌السادات، ۱۳۸۷، *حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی*، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- شرف‌الدین، سیدحسین، ۱۳۸۷، *ریشه‌یابی جامعه‌شناختی بی‌حجابی، حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی*، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- شمس، ابراهیم، ۱۳۸۶، ارزیابی عملکرد دستگاه‌های ذی‌ربط در ارتباط با گسترش حجاب، همانندیش حجاب؛ مسئولیت و اختیارات دولت اسلامی، قم، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- صبور اردوبادی، احمد، ۱۳۳۸، آیین بهزیستی در اسلام، قم، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- عنبری، موسی، ۱۳۹۰، *جامعه‌شناسی توسعه*، تهران، سمت.
- کوئن، بروس، ۱۳۷۷، *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه رضا فاضل، تهران، سمت.
- فاضلی، محمد، ۱۳۸۲، *مصرف و سبک زندگی*، تهران، پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- کرزن، لرد، ۱۳۶۷، *ایران و قضیه ایران*، ترجمه غلام‌علی وحید مازندرانی، تهران، علمی و فرهنگی.
- مالمیر، مهدی، ۱۳۸۷، *جامعه‌شناسی حجاب، حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی*، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

مجمع، شهره ۱۳۸۷، **الگوی پوشش جوانان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.

محمّدی، سیده عقیله، ۱۳۸۶، **رابطه بین سبک زندگی و نگرش هویت جنسی در بین دو نسل مادران و دختران، الگوی سبک زندگی ایرانیان**، به کوشش ابراهیم حاجیانی و رضا صالحی، تهران، مجمع تشخیص مصلحت نظام.

مطهری، مرتضی، ۱۳۸۴، **مسئله حجاب**، تهران، صدرا.

ممتاز، فریده، ۱۳۸۳، «معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو»، **پژوهشنامه علوم انسانی**، ش ۴۲-۴۱، ص ۱۴۹-۱۶۳.

نیکزاد، مهرداد، ۱۳۸۴، **هویت و الگوی خرید**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، جامعه‌شناسی، گیلان، دانشکده علوم انسانی دانشگاه گیلان.

نیکزاد، مهرداد، ۱۳۸۲، «تحلیل اجتماعی کنش‌های مصرفی»، **نامه پژوهش فرهنگی**، ش ۷، ص ۱۸۱-۲۱۳.

نیلچی‌زاده، فروغ، ۱۳۸۷، **نقد و بررسی الگوهای حجاب اسلامی در سه دهه اخیر، حجاب مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی**، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

واعظی، منصور، ۱۳۹۲، **وضعیت سنجی پوشش و آرایش ایرانیان**، تهران، نی.

واس، دی، ای، ۱۳۸۶، **پیمایش در علوم اجتماعی**، ترجمه هوشنگ ناییب، تهران، نی.

وبلن، توشتاین، ۱۳۸۳، **نظریه طبقه مرفه**، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران، نی.

Fridman, J.R, 1994, **cultural Identity and Global Process**, London, sage.

بسمه تعالی

تاریخ		باسلام	
این پرسشنامه جهت انجام یک پایان نامه دانشجویی تهیه شده است که هدف آن مطالعه الگوی پوشش جوانان است. از شما خواهشمندیم به همه پرسش‌ها با دقت جواب دهید. همکاری شما، ما را در کسب نتایج بهتر کمک خواهد نمود. پیشاپیش از بابت همکاری و مدت زمانی که به این پرسش‌نامه اختصاص می‌دهید متشکریم.			
۱- جنس	مرد <input type="radio"/>	۲- سن:	۳- تحصیلات: ابتدایی <input type="radio"/> راهنمایی <input type="radio"/> دبیرستان <input type="radio"/> دیپلم <input type="radio"/> پیش‌دانشگاهی <input type="radio"/>
زن <input type="radio"/>		دانشجو <input type="radio"/> لیسانس <input type="radio"/> فوق لیسانس <input type="radio"/> دکترا <input type="radio"/>	
۴- شغل:	۵- متاهل: <input type="radio"/> مجرد: <input type="radio"/>	۶- شغل پدر:	۷- شغل مادر:
۹- تحصیلات پدر: ابتدایی <input type="radio"/> راهنمایی <input type="radio"/> زیر دیپلم <input type="radio"/> دیپلم <input type="radio"/> لیسانس <input type="radio"/> فوق لیسانس <input type="radio"/> دکترا <input type="radio"/>	۱۰- تحصیلات: ابتدایی <input type="radio"/> راهنمایی <input type="radio"/> زیر دیپلم <input type="radio"/> دیپلم <input type="radio"/> لیسانس <input type="radio"/> فوق لیسانس <input type="radio"/> دکترا <input type="radio"/>		
۱۱- میزان فعالیت شما در برنامه‌های فرهنگی و هنری چقدر است؟ کم <input type="radio"/> خیلی کم <input type="radio"/> متوسط <input type="radio"/> زیاد <input type="radio"/> خیلی زیاد <input type="radio"/>			
۱۲- تمایل شما درباره بازدید از نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری چقدر است؟ کم <input type="radio"/> خیلی کم <input type="radio"/> متوسط <input type="radio"/> زیاد <input type="radio"/> خیلی زیاد <input type="radio"/>			
۱۳- شما چه میزان روزنامه می‌خوانید؟ هرروز <input type="radio"/> دو یا سه روز در هفته <input type="radio"/> بیش از سه روز در هفته <input type="radio"/> روزنامه نمی‌خوانم <input type="radio"/>			
۱۴- به طور میانگین روزی چند ساعت مطالعه کتاب غیر درسی دارید؟ کمتر از یک ساعت <input type="radio"/> یک تا دو ساعت <input type="radio"/> بیش از دو ساعت <input type="radio"/> اصلا <input type="radio"/>			
۱۵- آیا شما موسیقی گوش می‌دهید؟ خیلی کم <input type="radio"/> کم <input type="radio"/> متوسط <input type="radio"/> زیاد <input type="radio"/> خیلی زیاد <input type="radio"/>			
۱۶- اولویت اول تا سوم شما در شنیدن موسیقی را با شماره مشخص کنید؟ سنتی <input type="radio"/> پاپ <input type="radio"/> محلی <input type="radio"/> خارجی کلاسیک <input type="radio"/> خارجی پاپ <input type="radio"/>			
۱۷- از چه وسیله‌ای برای گوش کردن به موسیقی استفاده می‌کنید؟ رادیو <input type="radio"/> تلویزیون <input type="radio"/> دستگاه CD, MP3 <input type="radio"/> گوشی همراه <input type="radio"/>			
۱۸- به چه میزان در منزل از طریق دستگاه‌های CD و DVD فیلم تماشا می‌کنید؟ گاهی موارد <input type="radio"/> هفته‌ای یک یا دو بار <input type="radio"/> بیش از یک مورد در هفته <input type="radio"/> اصلا <input type="radio"/>			
۱۹- اولویت اول تا سوم شما در تماشای این فیلم‌ها را با شماره مشخص کنید؟ فیلم آموزشی <input type="radio"/> فیلم سینمایی ایرانی <input type="radio"/> فیلم سینمایی خارجی <input type="radio"/> موسیقی و شو <input type="radio"/> کارتون و انیمیشن <input type="radio"/>			
۲۰- به طور متوسط روزانه چند ساعت برنامه صدا و سیما را تماشا می‌کنید؟ کمتر از دو ساعت <input type="radio"/> دو تا سه ساعت <input type="radio"/> بیش از سه ساعت <input type="radio"/> اصلا <input type="radio"/>			
۲۱- اولویت اول تا سوم شما در تماشای این برنامه‌ها کدام است؟ فیلم سینمایی <input type="radio"/> اخبار <input type="radio"/> مستند <input type="radio"/> سرگرمی <input type="radio"/>			
۲۲- به طور متوسط روزانه چند ساعت برنامه‌های ماهواره را تماشا می‌کنید؟ کمتر از دو ساعت <input type="radio"/> دو تا سه ساعت <input type="radio"/> بیش از سه ساعت <input type="radio"/> اصلا <input type="radio"/>			
۲۳- اولویت اول تا سوم شما در تماشای این برنامه‌ها کدام است؟ سینمایی <input type="radio"/> اخبار <input type="radio"/> مستند <input type="radio"/> سرگرمی <input type="radio"/>			
۲۴- به طور متوسط روزانه چند ساعت از اینترنت استفاده می‌کنید؟ کمتر از یک ساعت <input type="radio"/> یک تا دو ساعت <input type="radio"/> بیش از دو ساعت <input type="radio"/> اصلا <input type="radio"/>			
۲۵- بیشتر چگونه به اینترنت متصل می‌شوید؟ کامپیوتر منزل <input type="radio"/> کافی نت <input type="radio"/> در محل تحصیل <input type="radio"/> گوشی همراه <input type="radio"/>			

۲۶- اولویت اول تا سوم شما در استفاده از اینترنت را با شماره مشخص کنید ؟ علمی-آموزشی <input type="radio"/> سرگرمی <input type="radio"/>
اخبار و اطلاعات <input type="radio"/> استفاده از شبکه های مجازی <input type="radio"/>
۲۷- آیا گوشی همراه شما به شبکه های اجتماعی متصل است ؟ بلی <input type="radio"/> خیر <input type="radio"/>
۲۸- لطفا هر کدام از اعمال و فعالیتهایی زیر را که انجام می دهید، مشخص کنید . نماز های واجب <input type="radio"/> روزه <input type="radio"/> شرکت در نماز جماعت <input type="radio"/> قرآنت قرآن <input type="radio"/> شرکت در مراسم ادعیه <input type="radio"/> شرکت در مراسم محرم <input type="radio"/>
لطفا نظر خودتان را درباره جملات زیر مشخص کنید
۲۹- دستیابی به ثروت و شهرت برای جامعه ما ارزش هستند . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۰- تن آدمی شریف است به جان آدمیت ، نه همین لباس زیباست نشان آدمیت ، مورد پذیرش جامعه است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۱- از نظر جامعه پوشیدن لباس محلی و ساده عقب نشانه ماندگی است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۲- رعایت ضوابط دینی در انتخاب لباس و پوشش لازم است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۳- انسان باید دلش پاک باشد و پوشش ظاهری مهم نیست . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۴- در مجالس فامیلی رعایت محرمیت در انتخاب پوشش مهم است کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۵- در انتخاب پوشش خود مد روز استفاده می کنم . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۶- لباس باید راحت باشد و مزاحم فعالیت اجتماعی نباشد . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۷- جلب توجه دیگران یکی از معیارهای من در انتخاب پوشش است کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۸- لباس های با رنگ شاد و روشن را بیشتر می پسندم . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۳۹- معیار مهم در انتخاب لباس برای من دوام آن است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۰- معیار مهم در انتخاب لباس برای من زیبایی آن است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۱- معیار مهم در انتخاب لباس برای من مارک آن است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۲- معیار مهم در انتخاب لباس برای من میزان پوشیدگی آن است کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۳- توجه جنس مخالف معیار مهمی در انتخاب الگوی پوشش است کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۴- برابری زن و مرد معیار مهمی در انتخاب لباس است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۵- پوشش نشان دهنده گرایش فکری و شأن اجتماعی است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۶- در انتخاب پوشش آزادام و مخالفت دیگران برای من مهم نیست . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۷- چشم وهم چشمی در جامعه معیار مهمی در انتخاب نوع پوشش است . کاملاً موافقم <input type="radio"/> موافقم <input type="radio"/> نظری ندارم <input type="radio"/> مخالفم <input type="radio"/> کاملاً مخالفم <input type="radio"/>
۴۸- هر چند وقت یکبار پوشش خود را در خارج از منزل عوض می کنید ؟ روزانه <input type="radio"/> هر دو روز یکبار <input type="radio"/> هر سه روز یکبار <input type="radio"/> هر چهار روز یکبار <input type="radio"/> هفتگی <input type="radio"/>
۴۹- هر چند وقت یکبار اقدام به خرید لباس می کنید ؟ ماهیانه <input type="radio"/> سه ماه یکبار <input type="radio"/> شش ماهی یکبار <input type="radio"/> سالی یکبار <input type="radio"/>

۵۰- در انتخاب لباس چه طور تصمیم می گیرید ؟ خودم به تنهایی <input type="radio"/> با مشورت والدین <input type="radio"/> با مشورت برادر یا خواهر <input type="radio"/> با مشورت دوستان <input type="radio"/>
۵۱- متوسط هزینه خرید لباس کامل شما در سال چقدر است(تومان)؟
۵۲- شما الگوی پوشش خود را از چه راهی انتخاب می کنید . اولویت اول تا سوم را به ترتیب مشخص کنید ؟ مجلات مد <input type="radio"/>
سی دی های تبلیغاتی مد <input type="radio"/> تلویزیون <input type="radio"/> ماهواره <input type="radio"/> مجالس و مهمانی ها <input type="radio"/> اینترنت نت <input type="radio"/> نمایشگاه لباس خانگی <input type="radio"/> بوتیک ها <input type="radio"/> مراکز خرید (سیتی سنتر) <input type="radio"/> خیاطی ها <input type="radio"/>
این قسمت از پرسش نامه می بایست توسط آقایان پر شود.
۵۳- مدل اصلاحی موی شما چگونه است ؟ ساده <input type="radio"/> یک مدل مشخص <input type="radio"/> متناسب با مد روز <input type="radio"/>
۵۴- اندازه محاسن (ریش) شما چگونه است ؟ تراشیده <input type="radio"/> کوتاه (ته ریش) <input type="radio"/> متوسط <input type="radio"/> بلند <input type="radio"/>
۵۵- مدل اصلاحی صورت (ریش و سبیل) شما چگونه است ؟ ساده <input type="radio"/> تراشیده کامل <input type="radio"/> متناسب با مد روز <input type="radio"/>
۵۶- بلندی پیراهن شما چقدر است ؟ تا روی ران <input type="radio"/> بالای ران <input type="radio"/> متناسب با مد روز <input type="radio"/>
۵۷- در صورت استفاده از تی شرت در محیط شهر نوع مدل آن کدام است ؟ ساده <input type="radio"/> مدل دار <input type="radio"/> متناسب با مد روز <input type="radio"/>
۵۸- فرم پیراهن شما چگونه است ؟ گشاد <input type="radio"/> تنگ و چسبیده <input type="radio"/> معمولی <input type="radio"/> متناسب با مد روز <input type="radio"/>
این قسمت از پرسش نامه می بایست توسط خانم ها پر شود.
۵۳-۱- در محیط شهری شما کدام یک را بیشتر می پوشید؟ روسری <input type="radio"/> شال <input type="radio"/> مقنعه <input type="radio"/>
۵۳-۲- میزان پوشیدگی آن چقدر می باشد ؟ تمام موها را می <input type="radio"/> پوشاند <input type="radio"/> مقداری از موها <input type="radio"/> مشخص است <input type="radio"/>
۵۳-۳- میزان این پوشش برای قسمت گردن چقدر است ؟ تمام آن می <input type="radio"/> پوشاند <input type="radio"/> مقداری از آن <input type="radio"/> مشخص است <input type="radio"/>
۵۴- بلندی مانتوی شما چقدر است ؟ بالای زانو <input type="radio"/> تا زانو <input type="radio"/> زیر زانو <input type="radio"/> سر تا پا است <input type="radio"/>
۵۵- فرم مانتوی شما چگونه است ؟ گشاد <input type="radio"/> تنگ و چسبیده <input type="radio"/> معمولی <input type="radio"/>
۵۶- میزان پوشش آستین مانتوی شما چگونه است ؟ کامل پوشیده <input type="radio"/> پایین آرنج <input type="radio"/> تا آرنج <input type="radio"/>
۵۷- آیا شما از ساق دست زیر آستین مانتو استفاده می کنید ؟ بلی <input type="radio"/> خیر <input type="radio"/>
۵۸- شما از چه چادری استفاده می کنید ؟ معمولی <input type="radio"/> چادر ملی <input type="radio"/> چادر عربی <input type="radio"/> چادر دانشجویی <input type="radio"/> هیچکدام <input type="radio"/>
۵۹- فرم شلوار شما چگونه است ؟ گشاد <input type="radio"/> تنگ <input type="radio"/> معمولی <input type="radio"/>
۶۰- جنس و طرح شلوار شما چگونه است ؟ پارچه ای یا کتان ساده <input type="radio"/> جین ساده <input type="radio"/> جین طرح دار <input type="radio"/>
۶۱- آیا شما مالک منزل مسکونی خود هستید ؟ بلی <input type="radio"/> خیر <input type="radio"/> ۸۷. نوع منزل : ویلایی <input type="radio"/> آپارتمان <input type="radio"/>
۶۲- مترتاژ منزل مسکونی شما چقدر است ؟ زیر ۶۰ متر <input type="radio"/> ۶۰ تا ۸۰ متر <input type="radio"/> ۸۰ تا ۱۱۰ متر <input type="radio"/> بالای ۱۱۰ متر <input type="radio"/>
۶۳- حدود درآمده ماهیانه خانوار به تومان : کمتر از ۵۰۰ هزار <input type="radio"/> ۵۰۰-۷۵۰ هزار <input type="radio"/> (یک میلیون تومان)-۷۵۰ هزار <input type="radio"/> (۱-۱/۵ میلیون) <input type="radio"/> (۲-۲/۵ میلیون) <input type="radio"/> (۲/۵-۳ میلیون) <input type="radio"/> (۳-۴ میلیون) <input type="radio"/> (۴-۵ میلیون) <input type="radio"/> (۵-۶ میلیون) <input type="radio"/> (۶-۷ میلیون) <input type="radio"/> (۷-۸ میلیون) <input type="radio"/> (۸-۹ میلیون) <input type="radio"/> (۹-۱۰ میلیون) <input type="radio"/> (۱۰-۱۱ میلیون) <input type="radio"/> (۱۱-۱۲ میلیون) <input type="radio"/> (۱۲-۱۳ میلیون) <input type="radio"/> (۱۳-۱۴ میلیون) <input type="radio"/> (۱۴-۱۵ میلیون) <input type="radio"/> (۱۵-۱۶ میلیون) <input type="radio"/> (۱۶-۱۷ میلیون) <input type="radio"/> (۱۷-۱۸ میلیون) <input type="radio"/> (۱۸-۱۹ میلیون) <input type="radio"/> (۱۹-۲۰ میلیون) <input type="radio"/> (۲۰ تا ۳۰ میلیون) <input type="radio"/>
۶۴- آیا خانواده شما دارای خودروی شخصی است ؟ بلی <input type="radio"/> خیر <input type="radio"/>
۶۵- ارزش خودروی شما چند میلیون است ؟ زیر ۱۰ میلیون <input type="radio"/> ۱۰-۱۵ میلیون <input type="radio"/> ۱۵ تا ۲۰ میلیون <input type="radio"/> ۲۰ تا ۳۰ میلیون <input type="radio"/>