



Comparative Analysis of Clothing Characteristics of 20-45 Years Old Tehrani Women with the Aphrodite Archetype from the Perspective of "Jean Shinoda Bolen" Theory

Soraya Radamin^{1*}

I. M.A., Department of Senior Expert in Cloth and Clothing Design, Faculty of Applied Arts, University of Arts, Tehran, Iran.

Citation: Radamin, S. (2025). Comparative analysis of clothing characteristics of 20-45 years old Tehrani women with the aphrodite archetype from the perspective of "Jean Shinoda Bolen" theory. *Journal of Woman Cultural Psychology*, 16(63), 45-54.

<http://dx.doi.org/10.61186/iau.1193038>

ARTICLE INFO

Received: 18.12.2024

Accepted: 14.02.2025

Corresponding Author:

Soraya Radamin

Email:

sayaradamin@gmail.com

Keywords:

Archetype

Aphrodite

Jean Shinoda Bolen

Abstract

The aim of the present research was comparative analysis of the clothing characteristics of 20-45-years-old Tehrani women with the Aphrodite archetype personality identity from the perspective of Jane Shinoda-Bolen's theory. The research universe encompassed all psychoanalysis texts based on Yonge theory and his followers particularly Jane Shinoda-Bolen's theory. The sample subsumed texts related to mythology, Aphrodite archetype and women contemporary characters. To collect data library procedure of the note taking on index cards from the published references related to Yonge's psychoanalysis was implemented. A descriptive analytical method was applied to analyze the data. The results revealed that personality identity played an important role in women's clothing patterns. Women with the Aphrodite archetype, according to Jane Shinoda Bolen's theory, tended to favor styles that highlighted femininity due to cultural and historical influences. The Aphrodite archetype, which represented the aesthetic. These features included the use of feminine items and innovative designs. aspects and feminine charms, subconsciously (according to Jung's theory) influences women's clothing choices. Women in the 20-45 age group sought social approval and boosted their self-confidence through clothing and jewelry. Women were looking for clothing that best reflected their individual and social identity. These choices were usually influenced by the need to feel attractive, socially accepted, and validated. Aphrodite women wore a variety of combinations of clothing that were related to their individual characteristics. Overall, a deep understanding of women's psychology and culture could lead to more effective design in the field of fashion and clothing.



Extended abstract

Introduction: With different clothing choices, people can display their beliefs, values and roles and communicate with others. Clothing style can be seen as a source of identity claim, containing symbols and signs that reflect a person's identity (Naumann et al, 2009:35). Archetypes are symbols that have profound effects on people's behaviors, choices, and experiences and play a prominent role in creating identity. Each person not only inherits the physical characteristics of his ancestors, but also acquires their acquired experiences through heredity (Yung, 2019: 93); When a woman becomes aware of the goddesses or dominant forces within her, she can gain self-knowledge about the power of some of her instincts, priorities, abilities, and potential possibilities (Bolen, 2009: 30). Aphrodite archetype symbolizes creativity, charm and love. These women have a covering style that highlights their charm and natural beauty. Accordingly, the aim of the present research was comparative analysis of the clothing characteristics of 20-45-years-old Tehrani women with the Aphrodite archetype personality identity from the perspective of Jane Shinoda-Bolen's theory.

Methods: The research universe encompassed all psychoanalysis texts based on Yonge theory and his followers particularly Jane Shinoda-Bolen's theory. The sample subsumed texts related to mythology, Aphrodite archetype and women contemporary characters. To collect data library procedure of the note taking on index cards from the published references related to Yonge's psychoanalysis was implemented. A descriptive analytical method was applied to analyze the data.

Results: The results revealed that personality identity played an important role in women's clothing patterns. Women with the Aphrodite archetype, according to Jane Shinoda Bolen's theory, tended to favor styles that highlighted femininity due to cultural and historical influences. The Aphrodite archetype, which represented the aesthetic. These features included the use of feminine items and innovative designs. aspects and feminine charms, subconsciously (according to Jung's theory) influences women's clothing choices. Women in the 20-45 age group sought social approval and boosted their self-confidence through clothing and jewelry. Women were looking for clothing that best reflected their individual and social identity. These choices were usually influenced by the need to feel attractive, socially accepted, and validated. Aphrodite women wore a variety of combinations of clothing that were related to their individual characteristics.

Conclusions: Archetypes have external characteristics that are indicative of women behavior, psychological traits, and inherent characteristics. The appearance and clothing in myths revealed information about type of thinking, goals, and personality traits. Statues and symbolic images of the Aphrodite archetype, the goddess of love and beauty in Greek mythology, have specific characteristics that reflect different aspects of her personality and power. Aphrodite is often depicted in thin and transparent clothes, which in a way indicates her endless beauty and charm. The clothing choices of contemporary women are strongly influenced by the culture of society, such as social norms, fashion, and the media. Also, psychological factors such as the need for social approval, sense of beauty, and self-image playing a significant role in shaping their clothing style. They are more inclined to follow current fashion and innovate in their clothing style. Given the extensive effects of



culture and psychology on individual behaviors and choices, study on such context could contribute to a better understanding of social and individual dynamics in the formation of clothing patterns and the recognition of individuals. The findings indicated the importance of paying attention to multiple factors in analyzing clothing style and the necessity of applying a comprehensive approach in examining women's clothing in different societies. It could be concluded that a deeper understanding of women's psychoanalysis and culture could lead to the design of more effective policies and programs in the field of fashion and clothing. Policymakers could provide programs to promote adequate and diverse coverage according to the needs and preferences of women in different age groups.

Author Contributions: Soraya Radamin: Content editing, data collecting, ideation and designing the general framework, conclusion and correction of the article and corresponding author. The author reviewed and approved the final version of the article.

Acknowledgements: The writer of this article appreciated all those who had been effective in completing this research with their critique and consultation.

Conflict of Interest: In this study, no conflict of interest was reported by the author.

Funding: This study did not receive any financial supports.



تحلیل تطبیقی ویژگی‌های پوششی زنان ۲۰-۴۵ ساله تهرانی با آرکی تایپ آفرودیت از منظر نظریه «جین شینودا بولن»

ثریا رادامین*

۱. کارشناس ارشد، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تحلیل تطبیقی ویژگی‌های پوششی زنان ۲۰ تا ۴۵ ساله تهرانی دارای هویت شخصیتی آرکی تایپ آفرودیت از منظر نظریه جین شینودا بولن بود. جامعه پژوهش تمامی متون روانکاوی بر اساس نظریات یونگ و پیروان مکتبش به خصوص جین شینودا بولن بود. نمونه پژوهش متون مرتبط با اسطوره‌شناسی، آرکی تایپ آفرودیت و شخصیت زنان معاصر بود. در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای به صورت فیش‌برداری از منابع مکتوب و مرتبط با روانکاوی یونگ استفاده شد. سپس داده‌ها به صورت توصیفی-تحلیلی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که هویت شخصیتی نقش مهمی در الگوهای پوشش زنان دارد و زنان با آرکی تایپ آفرودیت و طبق نظریه جین شینودا بولن به دلیل تأثیرات فرهنگی و تاریخی، به سبک‌هایی گرایش دارند که زنانگی را برجسته می‌سازد. آرکی تایپ آفرودیت که نمایانگر جنبه‌های زیبایی‌شناسانه و جذابیت‌های زنانه است، به صورت ناخودآگاه (طبق نظریه یونگ) بر انتخاب‌های پوششی زنان تأثیر می‌گذارد. زنان در گروه سنی ۲۰ تا ۴۵ ساله با استفاده از لباس‌ها و زیورآلات، به دنبال تأیید اجتماعی و افزایش اعتماد به نفس خود هستند. زنان به دنبال لباسی هستند که هویت فردی و اجتماعی آن‌ها را به بهترین شکل نشان دهد. این انتخاب‌ها معمولاً تحت تأثیر نیاز به احساس جذابیت، پذیرش اجتماعی و تأیید خود دارند. زنان آفرودیت از ترکیبات متنوعی در پوشش استفاده می‌کنند که با ویژگی‌های فردی‌شان مرتبط است این ویژگی‌ها شامل استفاده از آیتم‌های زنانه و طراحی‌های مبتکرانه می‌باشد. در کل درک عمیق روان‌شناسی و فرهنگ زنان می‌تواند به طراحی موثرتر در حوزه مد و پوشاک منجر شود.

کلیدواژگان: آرکی تایپ، آفرودیت، جین شینودا بولن.



مقدمه

رابطه بین سبک پوشش و هویت، موضوعی چندوجهی است که تأثیرات عمیقی بر هر دو جنبه فردی و اجتماعی دارد. انتخاب‌های پوششی می‌تواند نشان‌دهنده ویژگی‌های شخصیتی مانند خلاقیت، اعتماد به نفس یا حتی محافظه‌کاری باشد. افراد از طریق انتخاب‌های پوششی خود تصویری از آنچه که هستند یا می‌خواهند باشند به دیگران ارائه می‌دهند. این تصویر می‌تواند بازتابی از ارزش‌ها و باورهای شخصی باشد. رابطه بین سبک پوشش و هویت یک تعامل پیچیده و چندبعدی است که تحت تأثیر عواملی مانند جامعه، اجتماعی، روان‌شناختی و فردی قرار گیرد. درک این رابطه می‌تواند به فهم عمیق‌تر از نحوه شکل‌گیری و بیان هویت در جوامع مختلف کمک کند. پژوهشگران، طراحان مد و سیاست‌گذاران فرهنگی در تدوین استراتژی‌های مؤثرتر در زمینه پوشاک و مد یاری رسانند. با انتخاب‌های پوششی متفاوت، افراد می‌توانند باورها، ارزش‌ها و نقش‌های خود را نمایش دهند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. سبک پوشش را می‌توان به عنوان یک منبع ادعای هویت، حاوی نمادها و علائمی دانست که هویت یک فرد را بازتاب می‌دهد (Naumann et al., 2009). نمادها، باورها و الگوهای فرهنگی از طریق نسل‌ها منتقل می‌شوند و بر انتخاب‌های پوششی تأثیر می‌گذارند. بر اساس نظریه کارل گوستاو یونگ (Carl Gustav Jung) و پیروان مکتب او مانند جین شینودا بولن (Jean Shinoda Bolen)، آرکی تایپ‌ها نمادهایی هستند که در ناخودآگاه جمعی انسان‌ها قرار دارند و تأثیرات عمیقی بر رفتارها، انتخاب‌ها و تجربیات افراد و در ایجاد هویت نقش برجسته‌ای دارند. در مکتب یونگ (Jung)، وراثت نقش عمده‌ای در شکل‌گیری شخصیت انسان دارد؛ او معتقد است هر فرد نه تنها ویژگی‌های جسمانی اجداد خود را به ارث می‌برد بلکه تجارب اکتسابی آن‌ها را نیز از طریق وراثت به دست می‌آورد (Jung, 1934, Translated by Ganji, 2018). این تجربه‌ها استعدادها بالقوه‌ای هستند که از طریق کهن‌الگوها و یا آرکی تایپ‌ها به نسل‌های بعدی منتقل می‌شوند. هم‌چنین طبق نظریه جین شینودا بولن (از پیروان مکتب یونگ (Jung))، آرکی تایپ‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به رفتارها و انتخاب‌های فرد دارند. شناخت الهه‌ها به زنان این امکان را می‌دهد تا خود و روابطشان با دیگران از جمله زنان، مردان، والدین، فرزندان و همکاران را بهتر درک کنند. وقتی افراد از نیروهای درونی که بر آن‌ها تأثیر می‌گذارند، آگاه شوند، می‌توانند به شناخت دقیقی از نقاط قوت و ضعف شخصیت خود و ارتباطاتشان دست یابند. الهه‌ها نیروهای قدرتمند و نادیدنی هستند که رفتار را شکل می‌دهند و بر هیجان‌ات و عواطف تأثیر می‌گذارند. «زمانی که یک زن از الهه‌ها یا نیروهای غالب درون خود آگاه شود، می‌تواند درباره قدرت برخی غرایز، اولویت‌ها، توانایی‌ها و امکانات بالقوه‌اش به خودشناسی برسد» (Bolen, 1980, Translated by Vafamehr, 2010). در پژوهش اسونسن رابطه مد با جنبه‌های متعدد زندگی را بررسی کرده و آن را عرصه‌ای برای خلق «خود» دانسته است (Svendsen, 2004). (Translated by Rashidi, 2019). و در کتاب نویدی مقدم و همکاران به تأثیر مد بر زندگی انسان، خصوصاً زنان، پرداخته شده است (Navidi Moghadam et al., 2021).

آرکی تایپ آفرو دیت (Aphrodite) نماد خلاقیت، جذابیت و عشق است. زنانی که این آرکی تایپ را در خود قوی حس می‌کنند، معمولاً دارای سبک پوششی هستند که جذابیت و زیبایی طبیعی آن‌ها را برجسته می‌کند. آرکی تایپ آفرو دیت که نمایانگر الهه عشق و زیبایی است، می‌تواند در انتخاب‌های پوششی زنان امروزی نقش بسزایی داشته باشد. در زمینه ارتباط سبک پوشش زنان در جامعه، پژوهش حمیدی و فرجی به بررسی پیچیدگی‌های پوشش، از جمله خلق هویت و ایجاد تمایز، پرداخته است (Hamidi & Faraji, 2007). هم‌چنین، پژوهش پرستش و همکارانش به تحلیل رابطه بین ظاهرآرایی و هویت جوانان پرداخته است (Parstesh et al., 2007). پژوهش الهی ارزش‌های فردی پوشاک را مورد بررسی قرار داده است (Elahi, 2009). و در پژوهش احمدی رابطه میان مدیریت بدن و هویت اجتماعی بررسی شد و نشان داد که جوانان با تفاوت در سبک، خود را از دیگران متمایز می‌کنند (Ahmadi & Tayyab, 2016). به طور کلی پژوهش‌ها در دو زمینه جداگانه (روانکاو و سبک پوشش اجتماع) قابل پیگیری هستند و تلفیق این دو، موجب بررسی لباس اجتماع زنان دارای آرکی تایپ آفرو دیت شده است. در پژوهش دیگری به قلم لینون و دیویس نظریه و شناخت اجتماعی را ادغام کرده و دیدگاه‌هایی برای تفسیر لباس و تحقیقات رفتار انسانی را ارائه داده است (Lennon & Davis, 1989).



این پژوهش به بررسی تطبیقی ویژگی‌های سبک پوشش زنان با آرکی‌تایپ آفرودیت بر اساس نظریه جین شینودا بولن پرداخته و تلاش کرده است تا همبستگی‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناختی مرتبط با این پدیده را تجزیه و تحلیل کند. زنانی که با ویژگی‌های آرکی‌تایپ آفرودیت همسو هستند، تمایل دارند تا از طریق پوشش خود احساسات و نگرش‌های خود را بیان کنند و به تأیید یا متمایز بودن از دیگران بپردازند. زنان آفرودیتی در تهران، با توجه به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، ممکن است به دنبال تعادل بین سنت و مدرنیته در انتخاب‌های خود باشند. این پژوهش سعی دارد نشان دهد که چگونه این آرکی‌تایپ بر انتخاب‌های پوششی و هویت اجتماعی آن‌ها تأثیر می‌گذارد و چگونه از طریق تحلیل‌های روان‌شناختی و اجتماعی، می‌توان به درک عمیق‌تری از این پدیده دست یافت. لذا هدف پژوهش حاضر، بررسی و تحلیل تطبیقی ویژگی‌های پوششی زنان ۲۰ تا ۴۵ ساله تهرانی دارای هویت شخصیتی آرکی‌تایپ آفرودیت و بررسی نقش عوامل روان‌شناختی در شکل‌گیری سبک پوششی این زنان از منظر نظریه جین شینودا بولن است.

روش

طرح پژوهش، جامعه آماری و حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

روش پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است. جامعه پژوهش تمامی متون روانکاوی بر اساس نظریات یونگ (Jung) و پیروان مکتبش به‌خصوص جین شینودا بولن بود. نمونه پژوهش متون مرتبط با اسطوره‌شناسی، آرکی‌تایپ آفرودیت و شخصیت زنان معاصر بود.

روش اجرا

در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و به صورت فیش‌برداری از منابع مکتوب و مرتبط با روانکاوی یونگ (Jung) استفاده شد. سپس داده‌ها به صورت توصیفی-تحلیلی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

نظریه یونگ (Jung) در مورد ناخودآگاه و کهن‌الگوها

نظریه کارل گوستاو یونگ درباره ذهن ناخودآگاه که به عنوان «ناخودآگاه جمعی» شناخته می‌شود از مهم‌ترین مفاهیم در روانشناسی تحلیلی است. او اعتقاد داشت که ذهن ناخودآگاه تنها شامل انگیزه‌ها و آرزوهای غیرمستقیم نیست، بلکه حاوی آرکی‌تایپ‌ها، ایده‌ها و الگوهای است که از تجربیات، ژنتیک و الگوهای رفتاری و اخلاقی پیشینیان به‌وجود آمده است. «یونگ (Jung) و پیروانش ماهیت داستان‌های اسطوره‌ای را به سفری نمادین و روان‌شناسانه تعبیر کردند که به قصد آشنایی قهرمان با روان ناخودآگاه صورت می‌گیرد» (Hosseini et al., 2014). ناخودآگاه جمعی فراتر از تجربیات و خاطرات شخص است و شامل الگوها و تصاویر مشترک بین تمام انسان‌ها می‌شود. یونگ (Jung) این الگوها را «آرکی‌تایپ» نامید. آرکی‌تایپ‌ها به عنوان نمادها و الگوهای جهانی شناخته می‌شوند که در اساطیر، هنر، دین و رؤیاها مشاهده می‌شوند. به عقیده یونگ (Jung)، ناخودآگاه جمعی نتیجه تکامل انسانی است و به شکل ژنتیکی منتقل می‌شود. به‌عنوان مثال، ترس از تاریکی یا ترس از برخی حیوانات می‌تواند نمونه‌هایی از این موارد باشد. بسیاری از افکار و تمایلات سرکوب‌شده نیز جنبه‌هایی از ناخودآگاه جمعی را تشکیل می‌دهند (Jung, 1934, Translated by Ganji 2018). یونگ (Jung) باور داشت که شناخت و درک ناخودآگاه جمعی می‌تواند به تکامل فردی کمک کند و افراد را به بینش عمیق‌تری از خود و جهان اطراف‌شان برساند. او از روش‌های مختلفی مانند تحلیل رؤیا، اساطیر و هنر درمانی برای کشف محتواهای ناخودآگاه استفاده می‌کرد. بنا بر عقیده یونگ (Jung)، هر فرد دارای شیوه خاص زندگی خود است ولی به میزان زیادی نیز اسیر و نماینده یک روح جمعی با عمری بالغ بر میلیون‌ها سال است (Jung, 1934, Translated by Ganji 2019)؛ این روح جمعی قسمتی از



وجود انسان است که ریشه آن در ذهن ناخودآگاه در قرن‌های گذشته بوده و صورت‌های اصلی، آغازین، کلی و کهن نموده‌های بشری است. یونگ (Jung) به طور خلاصه به این مفاهیم اشاره کرد اما شاگردان و پیروان مکتب او، از جمله بولن، شخصیت زنان و مردان را با استفاده از داستان‌های اسطوره‌ای و افسانه‌ها به طور مفصل توضیح دادند. آثار بولن ترکیبی از روانکاوی یونگ (Jung)، اسطوره‌شناسی و تجربه‌های بالینی او هستند و به زنان کمک می‌کند تا آرکی تایپ‌های درونی خود را بشناسند و از آن‌ها برای رشد و تحول شخصی استفاده کنند. وی ویژگی‌های اسطوره‌ای الهه‌ها را به زنان امروز تعمیم داده است. این الهه‌ها، مانند زنان امروزی، در محیطی پدرسالارانه زندگی می‌کردند و نمایانگر صفات زنانه‌ای هستند که در جامعه امروز نیز دیده می‌شود. بولن هم‌چنین به بررسی تأثیر آرکی تایپ‌ها بر نقش‌های جنسیتی و فرهنگی پرداخته و نشان داده است که این الگوهای کهن چگونه در فرهنگ‌ها و جوامع مختلف بروز می‌کنند و رفتارهای افراد را شکل می‌دهند. او بر این باور است که درک این تأثیرات می‌تواند به افراد کمک کند تا با دیدی گسترده‌تر و آگاهانه‌تر به مسائل جنسیتی و فرهنگی بنگرند و روابط خود را بهبود بخشند (Bolen, 1980, Translated by Vafamehr, 2010).

تیپ شخصیتی کهن‌الگوی آفرو دیت (بانوی عشق)

زنانی که دارای انرژی غالب آفرو دیت هستند، آمیزه‌ای از عشق، رابطه‌گرایی و تمایل به انواع هنر را پیدا می‌کند. هم‌چنین این زنان، نوآور هستند و زندگی را آسان می‌گیرند و جدیت و سخت‌گیری ندارند. این گروه زنان، تنوع‌طلب هستند و کاری را که مطابق میل‌شان است انجام می‌دهند و نمی‌توان آنان را در چارچوب خاصی محدود کرد. شخصیت‌های آفرو دیت‌ها جذب مشاغل مثل طراحی و چیدمان، طراحان لباس، مجریان، نوازندگان، بازاریاب‌ها، فروشندگان و تبلیغ‌کنندگان می‌شوند. زن آفرو دیت، مثبت‌اندیش و شاد است و خانه پرنور و شادی دارد و حاوی پیام زندگی است؛ اینان هر جا که قدم می‌گذارند زندگی را به جریان می‌اندازند، خلاقیت به کار می‌برند و می‌آفرینند این زنان تمایل به پوشیدن لباس‌های دخترانه دارند و کمتر لباس‌های اسپرت می‌پوشند و این شیوه‌های پوشاکی را تا سنین بالا هم حفظ می‌کنند. آفرو دیت‌ها خود را کامل می‌بینند، عزت‌نفس بالایی دارند، همیشه مرکز توجه هستند و طرفدار زیبایی و پیرو مد هستند. این گروه زنان برون‌گرا هستند و در لحظه تصمیم می‌گیرند و نسبت به سایر آرکی تایپ‌ها احساسی‌تر هستند (Fatahi, 2018).

نمودهای پوشاکی غالب در آرکی تایپ‌ها

تمامی آرکی تایپ‌ها دارای ویژگی‌های ظاهری هستند که مصداق رفتار و خصلت‌های روانی و خصوصیات ذاتی آن‌هاست. ظاهر و پوشش اسطوره‌ها اطلاعاتی درباره نوع تفکر، اهداف و ویژگی‌های شخصیتی آنان نشان می‌دهد. مجسمه‌ها و تصاویر نمادین آرکی تایپ آفرو دیت، الهه عشق و زیبایی در اساطیر یونان، ویژگی‌های خاصی دارند که بازتاب‌دهنده جنبه‌های مختلف شخصیت و قدرت او هستند. لباس‌های آفرو دیت معمولاً از پارچه‌های موج‌دار و پرچین ساخته شده‌اند که حس حرکت و جریان را القا می‌کنند. نقاشی او یک هیئت برازنده و لطیف را ایستاده روی یک صدف حلزونی نشان می‌دهد که توسط خدایان در میان رگباری از گل‌های رز به سمت ساحل وزیده می‌شود. آفرو دیت اغلب با تاج یا زیورآلاتی که نشان‌دهنده مقام الهی اوست، به تصویر کشیده می‌شود. این زیورآلات ممکن است شامل تاجی از گل‌ها یا جواهرات باشد که زیبایی و قدرت او را نشان می‌دهد. در برخی موارد، آفرو دیت با پوشش‌های ساده و کلاسیک مانند یک تونیک یا ردای ساده به تصویر کشیده می‌شود. هم‌چنین گاهی با اشیاء نمادینی مانند آینه، صدف دریایی یا کبوتر به تصویر کشیده می‌شود. این اشیاء نمادین ممکن است به صورت جزئی از پوشش یا به عنوان لوازم جانبی در کنار او قرار گیرند و نشان‌دهنده جنبه‌های مختلف شخصیت و قدرت او باشند. این عناصر پوششی تصویری جامع از آفرو دیت به عنوان الهه‌ای که نه تنها تجسم عشق، بلکه نمادی از قدرت زنانه و تأثیرگذار بر احساسات و روابط انسانی نیز هست، ارائه می‌دهند. این ویژگی‌های نمادین در اسطوره‌ها را می‌توان در انواع پوشش‌ها در زنان معاصر دید و از هم متمایز کرد. ویژگی‌هایی که ارتباط مستقیم با رفتار و شخصیت آنان دارد و می‌توان از آن‌ها در جهت شناخت

فرد بهره برد (Bolen, 1980, Translated by Vafamehr, 2010). در پژوهشی، نمادهای ظاهری و تأکید بر تفوق بصری در عصر حاضر گزارش شده است (Adamian et al., 2012).

لباس اجتماع

لباس اجتماع به نحوه پوشش افراد در برخی جوامع، به ویژه جوامع مذهبی یا سنتی، اشاره دارد. این شیوه پوشش به دلیل تمایز واضح بین فضای خصوصی و عمومی شکل گرفته و در مکان‌های غیرشخصی و عمومی مانند محیط‌های رسمی و اداری، تفریحی، مذهبی، علمی و آموزشی، بازارها و فضاهای عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. لباس اجتماع می‌تواند بر اساس کاربردهای مختلف، بسیار متنوع باشد. در هر جامعه و فرهنگی، لباس‌های خاصی برای موقعیت‌های اجتماعی مناسب تلقی می‌شوند. رعایت این عرف‌ها نشان‌دهنده احترام به فرهنگ و سنت‌های آن جامعه است. لباس اجتماع می‌تواند نمادی از هویت اجتماعی فرد باشد. عوامل مهم در انتخاب این نوع پوشاک شامل فرهنگ، باورها، سبک زندگی افراد، موقعیت شغلی و محیط مورد استفاده است. پوشش و لباس می‌تواند پیام‌های مختلفی را به دیگران منتقل کند و به نوعی زبان بدن است که بدون کلام می‌تواند اطلاعات زیادی را درباره فرد بازگو کند. در بُعد شخصی، لباس به عنوان وسیله‌ای برای کشف و بیان ایده‌هایی که گاهی به شکل‌های انتزاعی ظاهر می‌شوند، عمل می‌کند (Tajuddin1, 2019). لباس اجتماع زنان با توجه به سبک زندگی ایرانی-اسلامی ویژگی‌های خاصی دارد. این ویژگی‌ها شامل تنوع در فرم و رنگ بسته به مکان‌های مختلف، کاربردها و هویت‌مداری آن است. پژوهش‌ها نشان داده که رنگ لباس مؤلفه‌ای تأثیرگذار در پوشش و خلق زنان است (Mortazavifar et al., 2016).

امروزه، بسیاری از زنان زمان زیادی را در اجتماع می‌گذرانند و لباس اجتماع بخش عمده‌ای از کمد لباس آن‌ها را تشکیل می‌دهد. لباس اجتماع زنان در ایران ارتباط مستقیمی با هویت شخصیتی و اجتماعی آن‌ها دارد و می‌تواند نمادی از ارزش‌ها، باورها و شخصیت فرد باشد. شناخت کهن‌الگوهای مختلف و تطبیق آن‌ها با سبک‌های پوشاک می‌تواند به زنان کمک کند تا با اعتماد به نفس بیشتری در اجتماع ظاهر شوند و هویت واقعی خود را به نمایش بگذارند. هم‌چنین، این شناخت به دیگران کمک می‌کند تا شخصیت فرد را بهتر بشناسند و تعاملات با تعارض کمتری شکل بگیرد. «زنان تمایل بیشتری به پوشیدن لباس‌هایی که خودشان انتخاب کرده‌اند در محیط اجتماع دارند و انتخاب لباس اجتماع نشانگر قدرت و جایگاه آن‌ها در محیط کار و اجتماع است و در عین حال امکان نمایش روحیات زنانه آن‌ها را فراهم می‌کند» (Navidi et al., 2021).

گفتمان درباره لباس مسئله ساده‌ای در زمینه اجتماعی-فرهنگی نیست. لباس یک مقوله فرهنگی است که تحت تأثیر تحولات اجتماعی قرار دارد (Craik, 1994). ظاهر آرای به عنوان یک جنبه شخصی و نشانه‌ای از هویت هر فرد محسوب می‌شود که چگونگی آراستن آن از یک سو کاملاً اختیاری و بر اساس سلیقه فرد است و از سوی دیگر تحت تأثیر ارزش‌ها، اخلاقیات، رسوم و آداب اجتماعی، فرهنگی و اعتقادی هر جامعه قرار دارد و دارای چارچوب‌های خاص خود است (English, 2007).

لباس نقش مهمی در تشکیل ایدئولوژی شخصی یا اجتماعی ایفا می‌کند و ابزاری برای بیان خواسته‌ها و شناخت هویت در زندگی اجتماعی است. تناقضات و سؤالات مرتبط با ارزش‌های دینی، اخلاقی و هنری در پاسخ به محصولات هنری «لباس» به شکل‌های گوناگونی نمود می‌یابند. بررسی سبک پوشش از جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی، روان‌شناختی و اقتصادی ضروری است. سبک پوشش نه تنها برای فرد بلکه برای جامعه نیز اهمیت دارد. رفتارها و نمادهای سبک پوشش می‌تواند تفسیر دقیقی از جهت‌گیری‌ها و الگوهای رفتاری ارائه دهد و در فهم تحولات و تهدیدات فرهنگی مؤثر باشد، هم‌چنین به برنامه‌ریزان اجتماعی در جهت بهبود فرهنگ بومی و ملی کمک کند (Adamian et al., 2012).

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه تطبیقی ویژگی‌های پوششی زنان 20-45 ساله تهرانی با آرکی تایپ آفرودیت از منظر نظریه «جین



شینودا بولن» نشان‌دهنده تأثیر عمیق فرهنگ جامعه و روان‌شناختی بر سبک پوشش این گروه از زنان بود. نتایج این پژوهش نشان داد که هویت شخصیتی نقش مهمی در الگوهای پوشش زنان دارد. هویت شخصیتی تأثیر زیادی بر سبک پوشش زنان می‌گذارد. زنان با آرکی تایپ آفرو دیت، به دلیل تأثیرات فرهنگی و تاریخی، به سبک‌هایی گرایش دارند که جلوه‌گری و زنانگی را برجسته می‌سازد. این تمایل به‌ویژه در استفاده از پوشش‌هایی با طراحی‌های شخصی‌سازی شده و خلاقانه مشاهده می‌شود. آرکی تایپ آفرو دیت که نمایانگر جنبه‌های زیبایی‌شناسانه و جذابیت‌های زنانه است، به صورت ناخودآگاه بر انتخاب‌های پوششی زنان تأثیر می‌گذارد. زنان در این گروه سنی با استفاده از لباس‌ها و زیورآلاتی که زیبایی و جذابیت آن‌ها را برجسته می‌کند، به دنبال تأیید اجتماعی و افزایش اعتماد به نفس خود هستند. خودپنداره و هویت زنان نقش مهمی در انتخاب پوشش دارد. زنان به دنبال لباسی هستند که هویت فردی و اجتماعی آن‌ها را به بهترین شکل نشان دهد. این انتخاب‌ها معمولاً تحت تأثیر نیاز به احساس جذابیت، پذیرش اجتماعی و تأیید خود قرار دارند. زنان آفرو دیت از ترکیبات متنوعی در پوشش خود استفاده می‌کنند که می‌توان آن‌ها را با ویژگی‌های فردی‌شان مرتبط دانست. این ویژگی‌ها شامل استفاده از آیتم‌های زنانه و طراحی‌های مبتکرانه، لباس‌هایی که تناسب و هماهنگی را نمایش می‌دهند و نیز تمایل به جلب توجه و نمایش از طریق پوشش است. درک عمیق‌تری از روان‌شناسی و فرهنگ زنان می‌تواند به طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های موثرتر در حوزه مد و پوشاک منجر شود. سیاست‌گذاران می‌توانند با توجه به نیازها و ترجیحات زنان در گروه‌های سنی مختلف، برنامه‌هایی برای ترویج پوشش مناسب و متنوع ارائه دهند. نتایج این پژوهش می‌تواند به مشاوران روان‌شناسی و اجتماعی در درک بهتر نیازها و خواسته‌های زنان در زمینه پوشش کمک کند. این مشاوران می‌توانند با ارائه راهکارهایی مناسب، زنان را در انتخاب پوششی که با هویت و خودپنداره‌شان همخوانی دارد، یاری دهند. این تحقیق می‌تواند مسیری جدید در ترکیب دو رشته طراحی لباس و روانکاوی برای بررسی سایر آرکی تایپ‌ها باز کند و نیاز به پژوهش و تحقیقات بیشتر در این زمینه را نشان دهد. با توجه به رشد روزافزون تحلیل‌های روان‌شناختی در جامعه در دهه‌های اخیر، می‌توان این بحث را به دیگر آرکی تایپ‌های زنان و مردان نیز بسط داد و در جهت گسترش شاخه‌های علم و هنر گامی مفید برداشت.

سهم نویسندگان: ثریا رادمین: ویرایش محتوا، جمع‌آوری داده‌ها، ایده‌پردازی و طراحی چارچوب کلی، نتیجه‌گیری و تصحیح مقاله و نویسنده مسئول. نویسنده نسخه نهایی مقاله را بررسی و تأیید کرد.

سپاسگزاری: از تمامی کسانی که با نقد و مشورت خود در تکمیل این پژوهش مؤثر بوده‌اند، کمال تشکر را دارم.

تعارض منافع: در این پژوهش هیچگونه تعارض منافی توسط نویسنده گزارش نشده است.

منابع مالی: این پژوهش از منابع مالی برخوردار نبوده است.

References

- Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Encloded cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 918-925. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.008>
- Adamian, M., Azimi Hashemi, M., & Sanati Sharghi, N. (2012). Sociological analysis of women's clothing style. *Society And Woman*, 3(4), 161-168. [Persian] URL: <https://sid.ir/paper/169089/fa>
- Adibi Sade, M., & Jalali Akordi, S.H. (2013). Body management and social identity (Case study: Young girls and boys in sari city). *Sociology of Youth Studies*, 3(9), 9-22. [Persian] URL: <https://www.sid.ir/files/server/jf/29313920901.pdf>



- Bolen, J. S. (1980). *Goddesses in Everywomen*. Translated by Maleeha Vafamehr. (2010). Tehran: Danje. [Persian] URL: <https://danjehpub.com/product/%D8%B1%D9%88%D8%A>
- Craik, J. (1994). *The Face of Fashion*. London: Routledge. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203409428>
- Elahi, M. (2009). Clothes as identity. *National Studies Quarterly*, 2(11), 11-15. [Persian] URL: <https://ensani.ir/file/download/article/1646642789-10516-1400-10.pdf>
- English, B. (2007). *A cultural history of fashion in the 20th century*. New York: Berg. URL: <https://catalogue.nla.gov.au/catalog/6292962>
- Fatahi, Z. (2018). *Personality based on archetypes*. Tehran: Zehne Movafagh. [Persian] URL: <https://www.ketabrah.ir/%DA%A9A7/book/58467>
- Hamidi, N., & Faraji, M. (2007). Women's lifestyle and clothing in Tehran. *Iranian Cultural Research Quarterly*, 1(1), 65-92. [Persian] URL: <https://ensani.ir/fa/article/21066/%D8%B3%D8%A8%DA%A9-%D8%B2%D9%86%D8%AF%DA%>
- Hosseini, M., & Shakibi Mumtaz, N. (2014). Psychology of myth and story; A new approach in literary criticism. *Persian Language and Literature*, 19(64), 7-29. [Persian] URL: https://journals.atu.ac.ir/article_1484.html
- Jung, C. G. (1934). *Collective unconscious and archetype*. Translated by Farnaz Ganji. (2018). Tehran: Jami. [Persian] URL: <https://www.iranketab.ir/Images/ProductImages/Thumbs/cdca95fe69564996af09c97690b4231c.jpg>
- Lennon, S., & Davis, L. (1989). Clothing and human behavior from a social cognitive framework "Part I: Theoretical Perspectives". *Clothing and Textiles Research Journal*, 4(7), 41-48. URL: <https://doi.org/10.1177/0887302X8900700406>
- Mortazavifar, S.R., Farzan, F., & Alamtalab Pashtiri, S.S. (2016). Investigation of the role of personality in the choice of clothing color. *Color Science and Technology*, 11(1), 1-10. [Persian] URL: https://jcest.icrc.ac.ir/article_76206.html
- Naumann, L.P., Vazire, S., J. Rentfrow, P., & et al. (2009). Personality judgments based on physical appearance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(12), 1661-1671. URL: <https://doi.org/10.1177/0146167209346309>
- Navidi Moghadam, M., Hoseini Benavidi, S. A., & Namazzadeh, E. (2021). *The psychology of fashion*. Tehran: khate akhar. [Persian] URL: <https://taaghche.com/book/106968/%D8%B1%D9%88%D8%A7%D9%86%D8%B4%D9%86%D8%A7%>
- Parstesh, S., Behnoui Gadneh, A., & Mahmoudi, K. (2007). Sociological investigation of appearance and personal identity management among young people (case study of Babolsar city). *Journal of Social Sciences, Faculty of Literature and Human Sciences*, 5(2), 19-49. [Persian] URL: <https://doi.org/10.22067/jss.v0i0.8738>
- Svendsen, L. (2004). *Fashion philosophy*. Translated by Aydin Rashidi. (2019). Tehran: Meshki. [Persian] URL: <https://meshkipublication.com/shop/Design/P1072-the-philosophy-of-fashion.html>
- Tajuddin1, F.N., (2019). Cultural and social identity in clothing matters: Different cultures, Different meanings. *European Journal of Behavioral Sciences*, 1(4), 21-25. URL: <https://doi.org/10.33422/EJBS.2018.07.63>