

سبک زندگی و پوشش زنان
(مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

دکتر سروش فتحی^۱، مریم ایمانی^۲

چکیده

هدف مهم که در این مقاله به آن پرداخته شده بررسی رابطه بین سبک زندگی و پوشش زنان است. هدف از این کار توصیف نوع سبک پوشش زنان در محیط‌های اجتماعی باسبک زندگی است. فرضیات این مقاله، شامل بررسی رابطه هریک از متغیرهای مدیریت بدن، میزان انجام فعالیت‌های فرهنگی و میزان انجام فعالیت‌های فراغتی با پوشش زنان می‌باشد. این مقاله صرفاً به ارتباط متغیرها و مفاهیم اجتماعی و جامعه‌شناختی با پدیده پوشش می‌پردازد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی و از نکته نظر نحوه اجرا پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه استاندارد، شیوه نمونه‌گیری به صورت سهمیه‌ای می‌باشد. جمعیت آماری این تحقیق را دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران تشکیل می‌دهند. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۰ نفر برآورد شد. نتایج نشان داد که سبک زندگی رابطه معناداری با سبک پوشش زنان دارد.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، پوشش زنان، میزان انجام فعالیت‌های فرهنگی، میزان انجام فعالیت‌های فراغتی.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۲۵

^۱ گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران (نویسنده مسئول)

fathi.soroush@gmail.com

^۲ کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (Email: imanimaryam40@gmail.com)

مقدمه

مفهوم سبک زندگی اولین بار در سال ۱۹۲۹ توسط آلفرد آدلر^۱، روان‌شناس اجتماعی، مطرح شد. و پس از یک دوره افول، مجدداً از سال ۱۹۶۱ مورد اقبال اندیشمندان به خصوص جامعه‌شناسان قرار گرفت. در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و مفهوم سازی وجود دارد، یکی مربوط به دهه ۱۹۲۰، که سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به عنوان شاخص تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است (چاپین^۲؛ ۱۹۹۵؛ چاپمن^۳ ۱۹۳۵) و دوم به عنوان شکل اجتماعی نوینی که تنها در متن تغییرات مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (گیدنز^۴؛ ۱۹۹۱؛ بوردیو^۵؛ ۱۹۸۴؛ فدرستون^۶؛ ۱۹۸۸ و لاش و یوری^۷؛ ۱۹۹۴) و در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه روز افزایش می‌یابد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱).

استفاده از سبک در انتخاب الگوی پوشش از جمله مسائلی است که بعد از جنگ جهانی دوم در کشورهای غربی بازتابی گسترده داشته و یافتن معنای آن همواره مورد توجه بوده است. در دو قرن گذشته الگوی سبک پوشش از منظر جامعه‌شناختی نشانه موقعیت اجتماعی^۸ بود اما در قرن حاضر آنچه که می‌پوشیم به معنای نوعی ایده بدن محوری و کسب هویت است. مد^۹ به مثابه یکی از روندهای تغییر در جامعه، باعث شده در شیوه زندگی و طرز تلقی گروه‌های مختلف سنی بویژه در میان جوانان تغییر ایجاد شود. جوانان علاوه بر تابعیت از بازار توده‌ای در زمینه مصرف کالا، در ترکیب و ابداع سبک‌های نو در بازار مصرفی بیشترین تغییرات و تأثیرات را بر جا می‌گذارند. آنها قادرند نماد^۸های رایج و قالبی را شکسته و ایده‌های نمادین^۹ خود را بر اساس معانی متفاوت به کار گیرند. این معانی با توجه به نوع طبقه اجتماعی و اقتصادی که جوانان در آن

1 Addler

2 Chapin

3 Chapman

4-Feathrston

5 Lash & Urry

6 Social Status

7 Fashion

8 Symbol

9 Simbolic

قراردارند می تواند به دوشیوه نمایشی^۱ (دپدنی) و کالا محور^۲ شکل بگیرد. در بعد نمایشی، جوانان هم علائق شخصی خود را در الگوی پوشش بکار می برند و هم با پیوستن به گروه های همسال به پردازش و باز تولید نمادها و الگوها می پردازند. اما در حالتی که کالا، محوریت دارد نوع مارک^۳ و میزان هزینه ای که پرداخت می شود دارای اهمیت می باشد. در بعد نمایشی کنشی که مد نظر آنها است ارسال پیام ویژه ای به ساختار کلی جامعه است. این پیام می تواند با توجه به ساختار سیاسی، اجتماعی و مذهبی هر جامعه، تعبیرهای گوناگونی داشته باشد (سلاجقه و موسی پور، ۱۳۹۰). با مطالعه تاریخچه پوشش زنان ایرانی از آغاز تا کنون دیده می شود که بیشترین تغییر لباس زنان از اواخر قرن نوزدهم و با تثبیت سلسله قاجاریه آغاز شده است. توجه به مد اروپایی از میانه های حکومت ناصرالدین شاه آغاز شد. در جهان به وضوح می توان درک کرد هر کجا که تقابل فرهنگی روی داده است در پی آن تغییراتی در لباس و پوشش هم به وجود آمده است. البته این تغییرات در کشوری که ضعیف تر بوده بیشتر نمود یافته است. اگر مسأله پوشش را عمومیت بیشتری بخشیم این مسأله، یکی از مسائل جدی نظریه جامعه شناسی معاصر است، لذا می توان آن را مسأله ای انسانی و جهانی قلمداد کرد. برای مثال می توان از «بورديو» و «گیدنز» در جامعه شناسی نام برد که در این زمینه آگاهی هایی ارائه داده اند (اسکات و لوپز، ۱۳۸۵؛ گیدنز، ۱۳۸۲؛ موريس، ۱۳۸۳ و فکوهی، ۱۳۸۲).

پالومتس (۲۰۰۲) در تحقیق خود در مورد سبک زندگی در استونی، براساس ترکیب سرمایه های فرهنگی و اقتصادی مورد نظر پیر بورديو سه گروه تشخیص می دهد که هر کدام سبک زندگی خاصی دارند. گروه اول کسانی که سرمایه اقتصادی و سرمایه تحصیلی بالایی دارند در مورد سبک زندگی این گروه، گذراندن اوقات فراغت با تجهیزات ورزشی، کوهنوردی و تکنولوژی عکاسی و مصرف بالای فرهنگی، کارهای هنری و کلکسیون هنری و کتابخانه، کلبه تابستانی و مصرف مکمل های غذایی، گروه دوم کسانی که سرمایه اقتصادی بالایی دارند و در مورد سبک زندگی آنان می توان به مشخصه هایی همچون داشتن اتومبیل شخصی، سنگ ها و فلزات گران بها، ملاقات های اجتماعی در رستوران ها و کافه ها، رفتن به کنسرت ها، تئاترها و نمایشگاه ها و

10 Spectacular

11 Commodity Oriented

12 Brand

فعالیت‌های سیاسی اشاره کرد و گروه سوم کسانی که سرمایه تحصیلی بالایی دارند که سبک زندگی آنان با ویژگی‌های داشتن آلات موسیقی، کم‌اهمیت دادن به دیدن تلویزیون و گوش دادن به رادیو، خواندن روزنامه، اهمیت دادن به پیش‌رفت ذهنی و یادگیری زبان‌های خارجی از دو گروه قبل متمایز می‌شوند. برگ با پرسش از ۴۷ فعالیت در بین رانندگان جوان سوئدی و با تحلیل عاملی داده‌ها ده الگوی سبک زندگی به دست آورده است که شامل سبک‌های ورزشی، الکلی، عشق‌راندن، فرهنگی، رفتار زنانه، مشارکت اجتماعی، بلا تکلیف، دوستدار فیلم، حساس به لباس و عشق به اتومبیل بود (برگ، ۱۹۹۴ به نقل از فاضلی، ۱۳۸۲). فرجی و حمیدی، در پژوهشی تحت عنوان «سبک زندگی و پوشش زنان تهران» به توصیف نوع پوشش در محیط‌های اجتماعی گوناگون و برخی مؤلفه‌های زندگی آنان، نظیر میزان و انواع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی، پرداخته شده است که در این تحقیق به ۹ تیپ متمایز پرداخته شده است. در خصوص نگرش افراد که حجاب را مانند تکلیف می‌دانند، خانواده‌هایی با سرمایه اقتصادی بالا و سرمایه فرهنگی پایین که اکثراً خانه دارند. تیپ دیگری که حجاب را مانند ایدئولوژی می‌دانند کسانی هستند که دارای اقشار و طبقات اجتماعی مختلفی می‌باشند.

اما تیپ سومی که که اغلب چادر را انتخاب می‌کنند حدود ۴۵/۱ درصد از زنان تهرانی را شامل می‌شود. تیپ چهارم، که اکثراً دختران و زنان نوجوان را تشکیل می‌دهند، حجاب را به مثابه زیبایی‌شناختی می‌پندارند و دارای سرمایه اقتصادی و فرهنگی متوسط می‌باشند. دسته پنجم، دارای تحصیلات بالاتر و دانشگاهی و از خانواده‌هایی با خاستگاه مذهبی برخاسته‌اند، به حجاب بازاندیشانه تمایل دارند. تیپ ششم که اساساً پوشش را به معنای حجاب نمی‌دانند، دارای نگرش تنوع پوشش می‌باشند، حجاب را به مثابه سبک زندگی می‌پندارند. تیپ دیگری پوشش مد محور (تیپ اینترنتی)، که سرمایه فرهنگی و اقتصادی بالایی برخوردارند که حدود ۱۵/۵ درصد از زنان تهرانی را شامل می‌شود که نسبت به تیپ‌های دیگر کمتر است. دسته دیگر که از هیچ مدی پیروی نمی‌کنند، فشن لس نام دارد، پوشش خود را به غیر از مد انتخاب می‌کنند. تیپ آخری که به آن پرداخته شده، پوشش فمینیستی می‌باشد که ایدئولوژی مرد سالاری دارند، در انتخاب لباس و پوشش خود نظر مردان را دخالت نمی‌دهند (نفیسه حمیدی و مهدی فرجی، ۱۳۸۶). این مقاله در صدد است تا سهمی در بررسی این مسأله داشته باشد که چه رابطه‌ای بین سبک زندگی و پوشش در بین جوانان به خصوص دانشجویان وجود دارد. جوانان نسبت به سایر گروه‌های اجتماعی بیشتر به

ایجاد و ابداع فرهنگهای خاص خود مبادرت می ورزند. پیامد این امر در انتخاب شیوه های زندگی آشکار می شود. بنابراین بررسی موضوع سبک پوشش در بین جوانان ایرانی - به خصوص دانشجویان - می تواند دریافتن نکات قوت و ضعف سیاستهای فرهنگی مؤثر باشد و کارویژه های خاص الگوی پوشش نزد جوانان را مشخص کند. همچنین به ما کمک می کند که این موضوع را از جنبه های دیگری بررسی و مشکلات آن را مشخص کنیم. این مقاله می تواند در ارائه راه حلهایی برای سازمانها و نهادهای برنامه ریز فرهنگی در حوزه جوانان و دانشجویان و همچنین در اجرای سیاستگذاری های فرهنگی قابل استفاده باشد. در این مقاله هدف اصلی ما رابطه بین سبک زندگی و پوشش زنان می باشد.

ملاحظات نظری

در باب بدن انسان تحقیقاتی بسیار صورت گرفته است. در حقیقت، بخش اعظمی از مطالعات بدن مربوط به متعلقات بدن است. برخی برای مطالعه انتظامات و کنترل های اجتماعی، هر نوع اعمال فشار و کنترل بر بدن را موضوع مطالعه خود قرار می دهند و برخی تغییرات بدن را در لباس پوشیدن، آرایش کردن، بدن سازی، تنو کردن، عمل های زیبایی، رژیم های غذایی و... دنبال می کنند. در میان متعلقات بدن پوشش از مهم ترین آنهاست. بخش مهمی از مطالعات بدن در قالب مطالعات پوشش انجام شده است. البته پوشش از زاویه ای دیگر با مصرف عجین شده است و می توان پوشش را در قالب مفهوم مصرف مطالعه کرد؛ مفهومی که از اوایل قرن بیستم، علاوه بر معنای اقتصادی، معنای فرهنگی نیز پیدا کرده است؛ به ویژه بعد از جنگ جهانی دوم که سطح مصرفی زندگی مردم افزایش یافت و مصرف گرایی رواج پیدا کرد. در جریان رواج مصرف گرایی و امکان انتخاب و گزینش کالاها، افراد صاحب سبک زندگی شدند (حمیدی و فرجی: ۱۳۸۶). در این پژوهش نظریات بوردیو و گیدنز، وبلن، زیمل، وبر به عنوان چارچوب نظری تحقیق مورد استفاده قرار گرفته اند؛

بوردیو در کتاب «تمایز»^۱ (۱۹۸۴) نشان می دهد که چگونه گروه های خاص، به ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی، از میان انواع کالاها مصرفی، روش های لباس پوشیدن، غذا خوردن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل و... انتخاب هایی را انجام می دهند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند. بوردیو شیوه هایی را تحلیل کرد که گروه

^۱ Distinction

های مختلف خود را به وسیله آن از الگوهای مصرفی که شیوه زندگی یک گروه را مشخص می‌سازد متمایز می‌کنند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳). در حقیقت ذائقه مبنایی است که افراد بواسطه آن خود و طبقه خود را از دیگران متمایز و براساس آن خود را دسته بندی می‌کنند (وارد و دیگران ۱۹۹۹). بر مبنای دیدگاه بوردیو، نوع پوشش افراد می‌تواند بیانگر سبک زندگی و ذائقه ای خاص باشد که منجر به متمایز شدن افراد از دیگران شود. در واقع، یکی از کارکردهای پوشش، تمایز بخشی است.

از نظر «گیدنز» مدرنیته، در بردارنده چیزی است که آن را تکه برداری^۱ روابط اجتماعی از طریق فاصله گذاری زمانی - فضایی و استفاده بازاندیشانه از دانش می‌داند (نش، کیت، ۱۳۸۰: ۹۰). باز اندیشی یکی از مؤلفه‌های دنیای مدرن است و یکی از پیامدهای بازاندیشی در خویشتن، پیدایش سبک زندگی است که در فرهنگ‌های پیشامدرن همه افراد با ارزش‌های همسان منبعث از فرهنگ واحد، تقریباً سبک زندگی مشابهی داشتند (گیدنز، ۱۳۸۲). اما در عصر مدرن، هر فرد به ناچار دارای نوعی سبک زندگی ویژه ای است که تأثیر عمیقی بر هویت فرد خواهد گذاشت. بنابراین، سبک زندگی هر فرد سهم به سزایی در ساختن روایت زندگی او خواهد داشت (همان). در این رابطه گیدنز به بدن و وجود عمده آن اشاره می‌کند. *نمای ظاهری*^۲ و *کردار* دو مفهومی است که به اعتقاد او در رابطه با «خود» و «هویت شخصی» منجر به بروز تمایزاتی می‌شوند (همان). با توجه به نظر گیدنز می‌توان گفت که سبک زندگی و برنامه زندگی هر فرد در خلال بازتابندگی خود، نوع انتخاب، شکل‌گیری هویت شخصی با تجدید نظر مداوم در نمای ظاهری و کردار مرتبط با آن و مسئولیت در قبال آنها پدیدار می‌شود.

وبلن^۳ مبنای تحلیل خود را مصرف طبقه متوسط آمریکا قرار داده بود. به نظری ثروت مهم‌ترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن مصرف تظاهری و نمایشی است. برای نمونه، افراد با نوع پوشش، آرایش و زیورآلات، خود و طبقه خود را از سایرین متمایز می‌کنند (وبلن، ۱۳۸۳). از نظر وی، قاعده ضایع کردن تظاهری کالا، با نمایش دادن لباس، خود را آشکار نشان می‌دهد. تهیه لباس بیش از مواد مصرفی دیگر مردم را وادار می‌کند تا حد

1 Disern Beding

2 Appearance

3 Veblen

درخور توجهی از راحتی و ضرورت های زندگی خود بکاهند و آنچه را حد مطلوب مصرف تظاهری است فراهم آورند. از این رو، بسیار عادی است که شخص در محیط رسمی، لباس ناراحتی بپوشد تا خوش جلوه کند. نیاز به لباس بیش از آنکه نوعی احتیاج باشد تبدیل به امری تمایلی شده است. در واقع، نگاه انتقادی و بلن و شارلوت گیلمن^۱ (۲۰۰۲) به پوشش، ناظر بر این است که پوشش های رایج از کارکرد طبیعی خود که همان محافظت، گرم شدن، زینت، عفت و نمادگرایی است دور شده و بیشتر جنبه تظاهر و نمایش به خود گرفته است.

به نظر زیمل، مصرف کالاها و ایجاد سبک های زندگی از سویی بر فرد هویت بخش بوده و از سوی دیگر متمایز کننده است. وی در مقاله «مد» دلایل متعدد تغییر مد (همچون پوشاک، آشپزی، هنر، معماری و موسیقی) در فرهنگ مدرن را بررسی می کند و نتیجه می گیرد، مردم سریع تر به مدهای جدید و متفاوت جذب می شوند؛ زیرا می خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. به نظر زیمل، در جوامع اولیه، افراد هویت خود را از گروه می گرفتند. از این رو، بسیار همگن بودند؛ اما در جوامع مدرن فرآیند هویت یابی فردی شده است. به نظر وی در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود بسازد (باکاک، ۲۶: ۱۳۸۱).

و بر در قرن بیستم طبقه را بر مبنای مصرف بخش بندی کرد. در مفهوم گروه های منزلتی و بر در هر طبقه نیز می توان سبک های زندگی متفاوتی را مشاهده کرد. وی در تحلیلی چند بعدی به سه مفهوم سبک زندگی یا سبک مند شدن زندگی، تدبیر زندگی و بخت زندگی اشاره می کند. وی خصیصه اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن آن می دانست و کار کرد دو گانه ای برای سبک زندگی قایل است که از یک طرف موجب تفاوت بین گروهی و از سوی دیگر موجب انسجام بخشیدن درون گروهی می شود. به نظری سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (فاضلی، ۱۳۸۲).

در این مقاله بررسی کردیم که زنان در سبک زندگی خود از انواع پوشش در حوزه های عمومی رسمی و غیر رسمی استفاده می کنند. و چون پوشش در ایران بیش از آنکه امری عرفی باشد، دینی است و یکی از مهم ترین مباحثی که در توضیح نوع پوشش به کار گرفته شده از سوی زنان مسئله حجاب است. با این حال شیوه های پوشش در ایران را نمی توان تنها در قالب حجاب

1 Chalotte Gilman

منحصر کرد و شیوه پوشش بخشی از افراد جامعه بر مبنای سنت و فرهنگ شکل گرفته است. بنابراین در پوشش زنان هم اشکال دینی و هم اشکال غیر دینی پوشش را می‌توان دید. برای مقوله بندی انواع پوشش‌های زنان، از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا به توصیف لباس‌های مورد استفاده خود در هر یک از حوزه‌های عمومی رسمی و غیر رسمی، مهمانی‌ها و مجالس بپردازند و نیز در اثنای مصاحبه‌ها تلاش برای درک ذهنیت آنان از نوع پوشش انتخابی‌شان صورت گرفت. حاصل این مصاحبه‌ها رسیدن به «تیپولوژی» شیوه‌های مختلف پوشش بود که در زیر به ۴ مورد از این تیپ‌ها که حاصل مصاحبه‌های انجام گرفته از ۲۰ نفر شد اشاره شده است. ۱- **حجاب باز اندیشانه:** این گروه اکثراً از سرمایه فرهنگی نسبتاً بالاتری برخوردارند و دارای تحصیلات دانشگاهی اند؛ در سنین جوانی و میان سالی قرار دارند و از خانواده‌هایی با خاستگاه مذهبی برخاسته اند و در حوزه عمومی مانتو و حجاب اسلامی را رعایت می‌کنند و خود را معتقد به اسلام و احکام آن می‌دانند و برای خود قایل به هویتی مذهبی اند و در عین حال دست به بازاندیشی‌های درون دینی نسبت به متن دین زده اند؛ یعنی معتقدند که پوشاندن همه بدن آن‌ها به گونه‌ای که حکم فقهی ایجاب می‌کند، نیست و ممکن است که معتقد به مانتوهای گشاد و بلند نباشند و در عین حال هویت مذهبی خود را حفظ می‌کنند (فرجی و حمیدی: ۱۳۸۶). من به حجاب معتقدم اما نه به این صورت که حتماً باید مانتو گشاد پوشید و دست را تا مچ پوشاند، به نظر من این افراط در مذهب هست که دست فقط تا مچ بیرون باشد (فروغ، ۳۲ ساله). ۲- **پوشش به مثابه سبک زندگی:** برای زنان این گروه، اساساً پوشش به معنای حجاب نیست و این تفاوت بزرگی است که آنان را متمایز می‌کند. اکثراً در حوزه‌های عمومی رسمی و غیر رسمی جامعه با لباس‌هایی مانند مانتو کوتاه و تنگ ظاهر می‌شوند و در صورت اجبار برای استفاده از مقنعه، از مدل‌هایی استفاده می‌کنند که رها باشد و موهایشان را نپوشاند و در حوزه‌های عمومی غیر رسمی لباس‌هایی راحت‌تر مانند شلوار کوتاه، مانتوهای آستین کوتاه، مانتو یا دامن‌های تنگ را بر می‌گزینند (همان). من به حجاب اعتقادی ندارم دوست دارم آزاد باشم و در انتخاب نوع پوشش آن‌ها طور که دلم می‌خواهد لباس بپوشم، لباس تنگ و بیشتر دوست دارم و احساس خوبی به من دست می‌دهد، چون همه به من می‌گویند این طوری خوشکل دیده می‌شم و مهمانی‌های مختلط که دعوت می‌شم، در لباس پوشیدن خیلی راحت‌ترم، بیشتر افراد در اون مهمانی‌ها آشنا هستن، چون همیشه همدیگرو می‌بینیم و به اونا اعتماد دارم و بودن زن و مرد با هم در مهمانی برای من فرق نمی‌کنه (سحر، ۳۱ ساله). ۳- **پوشش مد محور (تیپ اینترنتی):** ویژگی

بارزاین دسته از زنان، همان طور که از نامش برمی آید گرایشی است که زنان این دسته به اخذ الگوهای پوشش و آرایش خود از اینترنت و ماهواره و حرکت همگام با مدهای جهانی، هنر پیشه ها، مانکن ها و تالارهای شوی لباس از خود نشان می دهند (همان). معمولاً ماهواره می بینم و بیشتر هم از مدهای روز تبعیت می کنم و دوست دارم طبق مد روز حرکت کنم و بیشتر از لوازم آرایشی استفاده می کنم که توی ماهواره و شبکه های جهانی تبلیغ می شه و هرروز این شبکه ها را دنبال می کنم (ندا، ۲۰ساله). ۴ - فشن لس: آنچه این دسته از زنان را از سایر گروه های دیگر متمایز می کند، ذهنیتی است که این زنان نسبت به نوع پوشش خود و مسئله مد دارند. عنصر مشخص این ذهنیت مقاومتی است که آنان در برابر مدهای لباس از خود واکنش نشان می دهند و در عوض می کوشند تا الگوی مصرف لباس های خود را بر اساس سلیقه شخصی، نیاز یا ایدئولوژی هایی غیر از مد تعیین کنند (همان). من اهل مد نیستم، بیشتر دوست دارم لباسی تنم باشه که در جامعه مد نیست، به این خاطر از مانتو شلوار معمولی بیشتر استفاده می کنم (رقیه، ۳۷ساله). بر اساس سؤالات پژوهش، پژوهشی که تیپ سبک پوشش، از جمله؛ سبک پوشش باز اندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، پوشش فشن لس و مد محور را بررسی نمود. این مقاله در پی آن است که سبک پوشش زنان را توصیف کرده و به این سؤال پاسخ دهد که آیا سبک زندگی با سبک پوشش زنان رابطه دارد؟ آیا سرمایه فرهنگی با سبک پوشش زنان رابطه دارد؟ آیا ارتباط جهانی با سبک پوشش زنان رابطه دارد؟ بنابراین فرضیه «فرهنگ جهانی به واسطه سبک زندگی، سرمایه فرهنگی و ارتباط جهانی بر نوع سبک پوشش زنان تاثیر دارد.» مورد بررسی قرار می گیرد.

روش شناسی

در این تحقیق از روش پژوهش پیمایشی استفاده شد و داده های لازم از طریق پرسشنامه استاندارد به دست آمد. سپس بر اساس اصول کمی، با به کار گیری مقیاس های مناسب، اندازه گیری متغیرها انجام شد. مجموعه ای از متغیرهای اصلی و فرعی در این پژوهش مورد اندازه گیری گرفت که شرح آن ها در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول (۱): متغیرهای مورد بررسی پژوهش

متغیر اصلی	متغیر فرعی	نحوه کمی سازی
سبک پوشش	باز اندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، فشن لس، مد محور	رتبه بندی
سبک زندگی	مدپریت بدن، فعالیت های فرهنگی، فعالیت های فراغتی	رتبه بندی
تحصیلات والدین		رتبه بندی
درآمد خانواده		میزان درآمد

۱۰۰ پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دهم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۵

مقطع تحصیلی	رتبه بندی
سن دانشجو	سال
تأهل دانشجو	نام گذاری
محل سکونت	نام گذاری
خوابگاه دانشجویی، آپارتمان شخصی با خانواده، استیجاری با خانواده، سازمانی با خانواده	

جمعیت آماری این تحقیق، دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه آزاد اسلامی علوم و تحقیقات تهران در سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰ هستند. شمار دانشجویان این دانشگاه تا سال تحصیلی ۸۹-۱۳۹۰ در دسترس بود که برای آن سال ۱۶۰۶۴ نفر گزارش شده است.

در این پژوهش با در نظر گرفتن واریانس متغیر وابسته در آزمون مقدماتی، میزان همگنی و دقت جمعیت نمونه تعیین شد. صفت اصلی که در این تحقیق دنبال شد، سبک پوشش است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. همچنین خطای نمونه گیری ۵ درصد در نظر گرفته شده است. بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۰۰ نفر برآورد شد. با توجه به عدم دسترسی به لیست اسامی دانشجویان [و حتی کلاس‌های درسی]، آزمون نمونه گیری سهمیه‌ای استفاده شد. ابزار مورد استفاده در جمع‌آوری داده‌ها طی دو مرحله؛ در مرحله اول با استفاده از مصاحبه کیفی و در مرحله دوم با استفاده از پرسشنامه استاندارد انجام شد. پرسشنامه‌ها توسط خود پاسخگویان پر می‌شد. چنانچه فردی مشکل یا ابهامی داشت، توسط خود پژوهشگر بر طرف می‌شد.

جدول (۲): تعریف عملیاتی و سنجش مفاهیم و شاخص‌های متغیر سبک زندگی

مفهوم	شاخص	معرف
مدیریت بدن		- جراحی‌های زیبایی (جراحی بینی، تاتو، استفاده از لنزهای رنگی و نگین‌های مختلف روی بدن)
سبک زندگی	میزان انجام فعالیتهای فرهنگی	- شرکت در کلاس‌های ورزشی (ورزش‌های دسته جمعی یا انفرادی مثل والیبال و تنیس و ...) - شرکت در فعالیت‌های هنری - بازدید از موزه‌ها و آثار هنری - رفتن به تئاتر و سینما
	میزان انجام فعالیتهای فراغتی	- میزان شرکت در کلاس‌هایی از قبیل؛ رقص، یوگا و .. - رفتن به مراکز خرید معروف (پاساژ گردی) - رفتن به مهمانی‌های دوستانه - رفتن به مهمانی‌های خانوادگی - رفتن به رستوران و کافی‌شاپ (با دوستان)
سطح سنجش	مدیریت بدن	میزان انجام فعالیتهای فراغتی
	ترتیبی	ترتیبی
	ترتیبی	ترتیبی

جدول (۳): تعریف عملیاتی و سنجش مفاهیم و شاخص های متغیر سبک پوشش

مفهوم	شاخص	معرف
	حجاب باز اندیشانه	- چادر ملی - بدون آرایش - روسری بزرگ - پوشش کامل موی سر - مانتو های مد روز - کفش های مدرن
سبک پوشش	پوشش به مثابه سبک زندگی	- مانتو تنگ یا کوتاه یا نیم آستین - بیرون ماندن قسمت زیادی از مو - روسری های شالی کم عرض / روسری های کوچک - کت و دامن یا کت و شلوار بدون مانتو
	پوشش فشن لس	- سکون در برابر تغییرات تند و همیشگی مدهای لباس - مخالفت نسبت به مسئله مد و نوع پوشش - تعیین الگوی مصرف لباس بر اساس سلیقه شخصی
	پوشش مد محور	- اخذ الگوی پوشش و آرایش از اینترنت - اخذ الگوی پوشش و آرایش از ماهواره - اخذ الگوی پوشش و آرایش از تالارهای شوی لباس
سطح سنجش	حجاب باز پوشش به مثابه اندیشانه	پوشش فشن لس
	اسمی	اسمی
	ترتیبی	ترتیبی

یافته ها

یافته های بدست آمده نشان داد: از بین ۳۰۰ دانشجوی پاسخگو، ۱۴۷ نفر (۴۹٪) در دوره کارشناسی، ۱۳۸ نفر (۴۶٪) در دوره کارشناسی ارشد و ۱۵ نفر (۵٪) در دوره دکتری مشغول به تحصیل بودند. حداقل سن دانشجویان پاسخگو ۱۸ و حداکثر آن ۴۵ سال بوده است و سن اغلب آنان (۴۵/۷٪) بین ۱۸ تا ۲۵ سال گزارش شده است در بین دانشجویان پاسخگو، ۲۳۲ نفر (۷۷/۳٪) مجرد و ۶۸ نفر (۲۲/۷٪) متأهل بوده اند. درآمد این قسمت نتایج به دست آمده ارائه می شود.

آزمون فرضیه ها

رابطه بین مدیریت بدن، میزان انجام فعالیتهای فرهنگی و میزان انجام فعالیتهای فراغتی با انواع سبک های پوشش (باز اندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، فشن لس و مد محور): با توجه به ضرایب خی دو به دست آمده بین پوشش باز اندیشانه و فعالیت های فرهنگی و فراغتی و سبک زندگی رابطه مثبت معناداری وجود دارد؛ به عبارتی، هرچه فعالیت های فرهنگی و فراغتی و سبک زندگی بیشتر باشد به همان میزان پوشش باز اندیشانه در زنان بیشتر خواهد بود اما مدیریت بدن رابطه معنادار نشد. همچنین بین پوشش به مثابه سبک زندگی و فعالیت های فرهنگی و سبک زندگی رابطه مثبت معناداری وجود دارد، یعنی هرچه فعالیت فرهنگی و سبک زندگی بیشتر باشد به همان میزان پوشش به مثابه سبک زندگی نیز در بین زنان بیشتر می شود اما مدیریت بدن و فعالیت های فراغتی

رابطه معنادار نشد. براساس نتایج آزمون کندال بین پوشش فشن لس و مدیریت بدن، فعالیت‌های فراغتی رابطه معنادار شد و نیز براساس آزمون همبستگی پیرسون با سبک زندگی رابطه وجود دارد، یعنی هرچه مدیریت بدن، فعالیت‌های فراغتی و سبک زندگی بیشتر باشد به همان میزان پوشش فشن لس نیز در بین زنان بیشتری شود اما پوشش فشن لس با فعالیت‌های فرهنگی معنادار نشد. همچنین بین پوشش مدمحور و مدیریت بدن، فعالیت‌های فرهنگی و فراغتی و سبک زندگی رابطه مثبت معناداری وجود دارد؛ به عبارتی هرچه مدیریت بدن، فعالیت‌های فرهنگی و فراغتی و سبک زندگی بیشتر باشد به همان میزان پوشش مدمحور نیز بیشتر می‌شود (جدول شماره ۴).

جدول (۴): رابطه سبک زندگی با انواع سبک‌های پوشش (بازاندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، فشن لس و مدمحور)

متغیرها	پوشش بازاندیشانه		پوشش به مثابه سبک زندگی		پوشش فشن لس		پوشش مدمحور	
	مقداری	X ²	df	X ²	مقداری	df	مقداری	X ²
مدیریت بدن	۰/۷۶	۳۲۰/۹۷	۳۴۰	۲۸۷/۸۶	۰/۰۷	۲۵۵	۰/۰۳	۳۰۰
فعالیت‌های فرهنگی	۰/۰۰	۴۶۴/۰۶	۳۴۰	۳۱۴/۵۴	۰/۰۰۶	۲۵۵	۰/۰۰۶	۳۰۰
فعالیت‌های فراغتی	۰/۰۰	۵۴۶/۵۶	۴۴۰	۳۴۱/۲۳	۰/۳۲	۳۳۰	۰/۳۲	۳۰۰
سبک زندگی	۰/۰۳	۸۹۴/۱۸	۸۲۰	۶۸۹/۹۶	۰/۰۱	۶۱۵	۰/۰۱	۳۰۰

رابطه بین سبک پوشش با سبک زندگی: با توجه به ضرایب همبستگی پیرسون، بین سبک پوشش و سبک زندگی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. این بدان معناست که دانشجویانی که سبک زندگی بالاتری دارند، سبک پوشش در بین آن‌ها نیز بالاتر می‌رود. (جدول شماره ۵)

جدول (۵): نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین سبک پوشش با سبک زندگی

متغیرها	سبک پوشش		
	ضریب	مقداری	تعداد
سبک زندگی	۰/۲۴	۰/۰۰	۳۰۰

بررسی تفاوت آماری بین سبک پوشش با وضع تأهل، سن، تحصیلات افراد و والدین آنها، درآمد خانواده و محل سکونت: با توجه به نتایج آزمون χ^2 ، بین سبک پوشش و وضع تأهل افراد تفاوت معناداری وجود دارد و به دست آمده چون مثبت می‌باشد، بنابراین میانگین مجردها بیشتر از افراد متأهل می‌باشد. براساس نتایج به دست آمده از تحلیل واریانس یکطرفه این نتایج به دست آمد که بین سبک پوشش و سن، تحصیلات مادر افراد، درآمد خانواده و محل سکونت

سبک زندگی و پوشش زنان.....۱۰۳

پاسخگویان تفاوت معناداری وجود دارد و این بدین معناست که؛ افرادی که وضعیت درآمد خانواده آن‌ها بالاتر است و در آپارتمان شخصی به همراه خانواده زندگی می‌کنند و تحصیلات مادرشان نیز بالاتر است دارای سبک پوشش بالاتری هستند و همچنین افرادی که در گروه سنی بین ۱۸-۲۴ سال قرار دارند سبک پوشش بالاتری را دارا می‌باشند. اما بین سبک پوشش و تحصیلات خود افراد و والدین شان تفاوت معناداری وجود ندارد. (جدول شماره ۶)

جدول (۶): نتایج آزمون t دو نمونه مستقل و تحلیل واریانس یکطرفه پیرامون سبک پوشش و وضع

تأهل، سن، تحصیلات افراد و والدین آنها، درآمد خانواده و محل سکونت.

متغیرها	سبک پوشش	
وضع تأهل	T	۴/۰۹
	معناداری	۰/۰۰
	تعداد	۳۰۰
سن	F	۴/۴۱۸
	معناداری	۰/۰۰۵
	تعداد	۳۰۰
تحصیلات افراد	f	۲/۰۸۳
	معناداری	۰/۱۲
	تعداد	۳۰۰
تحصیلات پدر	f	۱/۷۹۶
	معناداری	۰/۱۰
	تعداد	۳۰۰
تحصیلات مادر	f	۲/۷۰۳
	معناداری	۰/۰۱
	تعداد	۳۰۰
محل سکونت	f	۳/۶۷۸
	معناداری	۰/۰۱
	تعداد	۳۰۰
درآمد خانواده	f	۴/۳۴۵
	معناداری	۰/۰۰۲
	تعداد	۳۰۰

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج این تحقیق نشان داد که بین سبک زندگی و پوشش زنان رابطه معنی داری وجود دارد. آنجا که بورديو در کتاب تمایز نشان می‌دهد که چگونه گروه‌های خاص، به ویژه طبقات

اجتماعی - اقتصادی، از میان انواع کالاهای مصرفی، روش‌های لباس پوشیدن، غذا خوردن آرایش کردن و... انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند، بر اساس دیدگاه بوردیو، این تحقیق بر طبق نتایج آزمون همبستگی پیرسون با مقدار $r^2 = 0.24$ و $sig = 0.00$ نشان داد که بین سبک پوشش و سبک زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد. می‌توان نتیجه گرفت که هرچه سبک زندگی بالاتر رود میزان سبک پوشش بالاتر می‌رود و با کاهش سبک زندگی انتظار می‌رود که میزان سبک پوشش هم پائین‌تر بیاید... در ادامه، محقق در صدد بدست آوردن رابطه میان متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه استفاده کرده و جهت مقایسه میانگین بین دو گروه مجرد و متأهل از آزمون t استفاده شده است.

با استفاده از آزمون t طبق نتایج به دست آمده پیرامون سبک پوشش بر حسب وضع تأهل تفاوت معنی‌داری وجود دارد و این میزان برابر است با $t = 4.09$ ، در سطح معنی‌داری $sig = 0.00$ و میزان t هم مثبت می‌باشد. پس در نتیجه میانگین سبک پوشش گروه اول (مجرد) بیشتر از میانگین سبک پوشش گروه دوم (متأهل) می‌باشد.

طبق نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه در تأیید فرضیات زیر به این نتیجه رسیدیم که میزان سبک پوشش افراد بر حسب سن تفاوت دارد و این میزان برابر است با $F = 4.418$ و در سطح معنی‌داری $sig = 0.005$ می‌باشد که به لحاظ آماری تفاوت معنی‌داری بین سبک پوشش و سن وجود دارد. در فرضیه دیگری بین سبک پوشش افراد و تحصیلات مادر آنها تفاوت معنی‌داری وجود دارد که این میزان برابر است با $F = 2.703$ و در سطح معنی‌داری $sig = 0.014$ قابل قبول است که به لحاظ آماری تفاوت معنی‌داری بین سبک پوشش و تحصیلات مادر افراد وجود دارد. اما در فرضیات بین سبک پوشش و تحصیلات خود افراد و همچنین پدرانشان، این رابطه معنی‌دار نشد. در فرضیه دیگری بین سبک پوشش و درآمد خانواده افراد تفاوت معنی‌داری وجود دارد که این میزان برابر است با $F = 4.345$ در سطح معنی‌داری $sig = 0.002$ قابل قبول می‌باشد که به لحاظ آماری تفاوت معنی‌داری بین سبک پوشش و درآمد خانواده افراد وجود دارد. در آخرین فرضیه به دست آمده بین سبک پوشش و محل سکونت افراد به این نتیجه رسیدیم که تفاوت معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد و این میزان برابر است با $F = 3.678$

در سطح معنی داری $sig = 0/01$ قابل قبول است پس می توان گفت با اطمینان ۹۵ درصدین میزان سبک پوشش دانشجویان بامحل سکونت آنها به لحاظ آماری تفاوت وجود دارد.

از آنجا که زنان در جامعه ایران از انواع سبک های پوشش در حوزه های عمومی رسمی و غیر رسمی استفاده می کنند و یکی از مهم ترین مباحثی که از سوی آنان در پوشش به کار گرفته شده مسئله حجاب است و طی مصاحبه های صورت گرفته به ۴ نوع سبک پوشش دست یافتیم: ۱- پوشش باز اندیشانه؛ این دسته از افراد دارای تحصیلات دانشگاهی اند و معتقد به حجابند و در عین حال دست به بازاندیشی های درون دینی نسبت به متن دین زده اند، مثلاً پوشش تا مچ دست را افراط در مذهب می دانند بنابراین پیشنهاد می شود آگه ما بتوانیم یک طرحی در مورد نوع مانتو و پوشش این دسته از افراد داشته باشیم که از آن استقبال کنند مثلاً مانتویی که زیاد گشاد نباشد و در عین پوشش اسلامی دارای طرحی نو باشد و در آستین این لباس (قسمت مچ) طرحهای سنتی ایرانی با مليله دوزی یا بافت های حریر طوری سیاه رنگ یا بندهایی در انتهای آستین مانتو طراحی شود تا افراد این گروه به جای اینکه آستین مانتو را کوتاه یا تا کنند از این طرح ها استقبال کنند و این طرح ها برای دانشگاهیان بهتر است. ۲- پوشش به مثابه سبک زندگی؛ این دسته از افراد که معتقد به حجاب نیستند و لباس های تنگ را بیشتر ترجیح می دهند برای این گروه از افراد پیشنهاد می شود طرح مانتو هایی که تا زانو دارای یک رویه بلند نازک باشد و مقنعه هایی که دارای بافت هایی سیاه رنگ شبیه موی سردر قسمت جلویی مقنعه طراحی شود و چون این دسته از افراد مقنعه ای را دوست دارند که موهایشان را با خود داشته باشد و قسمتی از گلو دیده شود بنابراین در قسمت چانه مقنعه یک حریر سیاه به حالت افتاده طراحی شود، به نظر می رسد استقبال بیشتری شود و این طرح ها برای خانم هایی که بیشتر در محیط اجتماعی عمومی ظاهر می شوند بهتر است. ۳- پوشش مد محور (تیپ اینترنتی)؛ این دسته از افراد که پوشش خود را از اینترنت و ماهواره انتخاب می کنند، اگر طرحی ریخته شود که شبیه لباس های غربی اما با طرح و رنگ های ایرانی در ماهواره تبلیغ شود و هزینه ای به آن اختصاص یابد طوری که انواع مدل ها در قالب پوشش اسلامی به شکل متنوع و رنگ های شاد باشد. ریختن اینگونه طرح ها برای افرادی بهتر است که بیشتر در حوزه های عمومی غیر رسمی ظاهر می شوند. ۴- پوشش فشن لس؛ این دسته از افراد که معتقد به مد نیستند و بر اساس سلیقه شخصی لباس می پوشند، می توان گفت دسته ای به حساب می آیند که می توان از طریق این افراد در جامعه طرح و الگوی لباس ایرانی را بیشتر رواج داد، چون بیشترین

درصد افراد جامعه را تشکیل می‌دهند با ریختن طرح‌های متنوع و رنگ‌های مختلف در نوع پوشش، می‌توان در جامعه پوشش اسلامی را رواج داد و با این کار می‌شود تا حدودی جلوی طرح‌های غربی را گرفت و طرح‌های ایرانی را رواج بیشتری داد. ریختن این طرح برای افرادی که در جاهای مختلف ظاهر می‌شوند مناسب می‌باشد.

منابع

۱. اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، از "طبقه" تا "سبک زندگی"، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
۲. اسکات، جان و خوزه لویز (۱۳۸۵)، «ساخت اجتماعی»، حسین قاضیان، تهران، نشر نی.
۳. باکاک، ر (۱۳۸۱)، مصرف، خسرو صبوری، تهران، انتشارات شیرازه.
۴. بوردیو، پیر (۱۳۸۱)، نظریه کنش، سید مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
۵. ریتزر، جورج (۱۳۸۲)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، چاپ هفتم، تهران، انتشارات علمی.
۶. سلاجقه، آریتا و موسی پور، نعمت‌الله (۱۳۹۰)، بررسی مقایسه‌ای الگوی پوشش دانشجویان دانشگاه‌های دولتی، پیام نور و آزاد اسلامی «مطالعه موردی شهر بافت»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۳، صص ۱۷۶-۱۵۳.
۷. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، «مصرف و سبک زندگی»، چاپ اول، تهران، صبح صادق.
۸. فرجی، مهدی و حمیدی، نفیسه (۱۳۸۶)، سبک زندگی و پوشش زنان در تهران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱، صص ۹۲-۶۵.
۹. فکوهی، ناصر (۱۳۸۲)، «تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی»، تهران، نشر نی.
۱۰. کیت، نش (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی سیاسی معاصر، جهانی شدن، سیاست، سیاست و قدرت، محمد تقی دلفروز، تهران، کویر.
۱۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، «تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید»، ناصر موفقیان، چاپ دوم، تهران، نشر نی.
۱۲. بلن، تورستین (۱۳۸۳)، نظریه مرفه، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران، نشر نی.
13. Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction*, Cambridge, Mass., Harvard university press.
14. Palumets, Liis (2002): *Space of lifestyles in Estonia in 1991*, pro ethnologia.
15. Gilman, P. Charlotte (2002) 'The Dress of Women: A Critical Introduction to the Symbolism and Sociology of Clothing', Michael R. Hill and Mary Jo Deegan (eds). Westport. GREENWOOD PRESS.

16. Warde A. Martens L. And Olsen W. (1999) CONSUMPTION AND THE PROBLEM OF VARIETY: CULTURAL OMNIVOROUSNESS, SOCIAL DISTINCTION AND DINING OUT, SOCIOLOGY, Vol.33 No.1 February 1999, 105-127.
17. M. Featherston, Global Culture, London, Routledge, 1990.
18. S. Lash. And J. Urry, Economics of Signs and Space. London Sage 1994.
19. M. Featherston, In Pursuit of the Postmodern, an Introduction, in M. Featherston (ed), Theory, Culture and Society, Vol 5, No 2/3. 1988.