



## امکان سنجی بهره‌مندی از مد لباس و تنوع طراحی پوشش منطبق با سبک زندگی اسلامی

سید علی فارغ<sup>۱\*</sup>، مهدیه رمضان‌خواه<sup>۲</sup>

<sup>۱\*</sup> عضو هیأت علمی دانشکده طراحی دانشگاه هنر اسلامی تبریز

<sup>۲</sup> دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد رشته پارچه و لباس و دانشجوی دوره تحصیلات تکمیلی دانشکده طراحی دانشگاه هنر اسلامی تبریز

Email: [sfaregh@tabriziau.ac.ir](mailto:sfaregh@tabriziau.ac.ir)<sup>۱\*</sup>, [m.ramezankhah@gmail.com](mailto:m.ramezankhah@gmail.com)<sup>۲</sup>

### چکیده

تنوع طلبی متأثر از پدیده‌ی مد به عنوان الگوی مطرح شده‌ای که در مدتی کوتاه در رفتار و زندگی بخش وسیعی از جامعه اثر گذاشته و پس از آن از بین می‌رود، ایجاد کننده‌ی الگوی مصرف بر اساس جهان‌بینی غربی شناخته می‌شود. و از این منظر شاید تنوع طلبی را در تضاد با رویکرد سبک زندگی اسلامی - ایرانی که در تقابل با جهان‌بینی مادی و مصرف‌گرایی غربی است، قرار دهد. با نگاهی به تاریخ و فرهنگ پوشاک ایرانی - اسلامی اما نکته‌ی جالب توجه، تنوع بالای پوشاک از جنبه‌های مختلف است که خود نقطه‌ی قوتی در این حوزه به شمار می‌آید. به نظر می‌رسد، تنوع لباس نیز همچون تفاوت اساسی دو دیدگاه مد غربی و پوشش اسلامی - ایرانی، جایگاه مهم اما متفاوت در این دو دیدگاه داشته باشد. در این مقاله با بررسی منابع مکتوب، این مفهوم و مولفه‌های آن تعریف می‌شود. مدل تنوع لباس در پوشاک اسلامی - ایرانی خود می‌تواند از ویژگی‌های خاص و متمایز کننده‌ی مد اسلامی - ایرانی باشد.

واژگان کلیدی: مد اسلامی، تنوع طلبی، لباس ملی، مدگرایی



## مقدمه

لباس را بسیاری، مقدم بر زبان، در ارتباط دانسته‌اند چرا که در ارتباط مستقیم بین افراد، قبل از هر گفت و گویی پوشاک و ویژگی آن، احوال و افکار شخص را معرفی می‌کند. مطلبی که خود در بررسی پدیده‌ی مد و در مبحث پوشاک و کارکرد هویتی آن، از سویی و اهمیت آن در مقوله‌ی فرهنگ، نقش اساسی دارد. لباس می‌تواند در کوتاهترین زمان، افکار، ویژگی‌های شخصیتی و اجتماعی و هویتی افراد را به دیگران منتقل کند و این امر سبب شده که لباس، تاثیرپذیری مهم، در تاثیرگذاری بر فرهنگ‌ها و نفوذ فرهنگی باشد. از دیدگاه جامعه‌شناسی لباس، یک ابزار مهم در جهت نفوذ فرهنگی در جوامع محسوب می‌شود که قدرت‌های انحصار طلب و استعمارگر از این اهرم به نحو گسترده‌ای برای نفوذ فرهنگی در جوامع از آن استفاده می‌کنند. (نوری، ۱۳۸۱: ۱۲۳)

پوشاک به عنوان بارزترین نماد فرهنگی، مهمترین مظهر انتقال نشانه‌های فرهنگی در میان جوامع انسانی است. بسیاری بر این باورند که استیلای فرهنگی و سلطه‌پذیری در گام نخست به وسیله‌ی انتقال پوشاک انتقال می‌پذیرد و حتی می‌توان با تغییر پوشاک یک جامعه، نوع معیشت و تولیدات آن را نیز دگرگون کرد و تغییر و تحولاتی در ساختار زندگی اجتماعی آن جامعه به وجود آورد. لباس انسان نخست تابع فرهنگ جامعه‌ی او و سپس تابع سلیقه‌ی خود اوست. (خالدیان، ۱۳۹۱: ۱)

همین امر ضرورت توجه به پوشش جامعه به نوعی که آنرا از گزند آسیب‌های فرهنگی و هویتی محفوظ دارد، را نشان می‌دهد. توجه به اهمیت طراحی لباس ملی و پوشش بومی، مدتهاست که از تاکیدات رهبر انقلاب بوده است. ایشان ضمن اشاره به موضوع طرح لباس ملی، تاکید می‌نمایند که غفلت از فرهنگ و تمدن ملی برای یک ملت بلایی بزرگ است. در این راستا، اطلاع درست از مولفه‌ها و تعاریف در طراحی پوشش یا سبک پوششی منطبق با مبانی فکری و جهان بینی اسلامی لازم و ضروری است. یکی از این مولفه‌ها، بحث تنوع در لباس است که در پدیده‌ی مد، در پاسخ به حس زیبایی پسندی و در نهاد بی‌نهایت طلب انسان، حضوری واضح و غیر قابل انکار دارد. سوال اینجاست که تنوع طلبی و به طور کل تنوع در لباس، در فرهنگ پوشش و مد اسلامی - ایرانی جایگاهی دارد؟

در این مقاله ابتدا به بررسی تنوع طلبی در پوشاک و مدگرایی (مد غربی) بر اساس منابع و تحقیقات موجود می‌پردازیم و در ادامه تنوع لباس‌ها در فرهنگ و تاریخ پوشش اسلامی ایرانی را مورد بررسی قرار داده و ضمن بررسی پوشاک، با رجوع به آیات و روایات موجود، نگاه بومی و دینی به مقوله‌ی تنوع لباس را مورد تحلیل و ارزیابی قرار می‌دهیم. با این هدف که تعیین حدود و تعریف واضحی از مشخصه‌ی تنوع طلبی، مسیر طراحان را برای طراحی و ایده‌پردازی بهتر و کارآمدتر در حوزه‌ی لباس ملی و مد اسلامی، هموار سازد.

در انجام این پژوهش، رویکرد استقرایی و روش انتزاعی - تحلیلی بر پایه‌ی اطلاعات گردآوری شده از منابع مکتوب و کتابخانه‌ای در نظر گرفته شده است.



## پیشینه :

تلاش‌های قابل توجهی در پرداخت به مقوله‌ی مد اسلامی در جامعه‌ی علمی و هنری کشور در قالب مقالات و پروژه‌های تحقیقاتی انجام شده است. تمرکز بر وجه تمایز مد اسلامی و آنچه امروزه به عنوان مد، رایج است که اصطلاحاً مد غربی خوانده می‌شود، وجه مشترک بسیاری از این تحقیقات است. پرداخت عمیق‌تر به تک‌تک این موارد متمایز کننده اما چندان مورد بررسی و مطالعه قرار نگرفته، از جمله تعریف تنوع طلبی در مد، که تنها اشارات مکرر به خوبی‌ها و بدی‌های توأم تنوع طلبی در منابع دیده می‌شود. در این میان برخی پژوهشگران توجه بیشتری به تنوع طلبی داشته‌اند که در ادامه نمونه‌هایی از این موارد به عنوان پیشینه‌ی مقاله‌ی حاضر مورد بررسی قرار گرفته است.

شریفی و عباسی (۱۴۰۰) در مقاله‌ی "مقایسه‌ی معیارهای مد و تنوع طلبی از نظر آموزه‌های دینی و روانشناسی" در پاسخ به این سوال که معیارهای مدگرایی در اسلام و روانشناسی کدام است و وجود افتراق و اشتراک آن چگونه است؟ مدگرایی در اسلام و روانشناسی را مورد بررسی قرار داده. در این تحقیق که با روش کتابخانه‌ای انجام شده، ابتدا ضمن تعریف مد، علل مدگرایی و بررسی‌های روانشناختی مدگرایی، معیارها و مولفه‌های مدگرایی در روانشناسی مد و در مد اسلامی را استخراج و به مقایسه نهاده است. مولفین، انحصارگرایی، خودنمایی، هم‌رنگی با بزرگان، نمایش ظاهری و ابزار فخر فروشی را در مولفه فخر فروشی مدگرایان قرار داده و ابراز هویت، تغییر عادت، تمایز طبقاتی، نشان دادن منزلت و تفاوت با دیگران را در مولفه تمایز در مد از منظر روانشناسی دسته‌بندی کرده‌اند. همچنین اولین بودن، نو بودن، پشت کردن به سنت موجود، جلب توجه، زیبایی و غیر عادی بودن را ذیل مولفه نو بودن تعریف نموده‌اند. مولفه‌ی بعد در نگاه روانشناسانه به مد را مصرف‌گرایی تعریف کرده و معیارهای قدرت اقتصادی، پسند دیگران، استفاده از آخرین مدل و تقلید را در زیر مجموعه‌ی مصرف‌گرایی قرار داده‌اند.

در بررسی مد اسلامی و معیارها و مولفه‌های استخراجی، مولفان چهار مولفه عقل و شرع، خدا محوری، مردم‌مداری و تعالی را به عنوان مولفه‌های مد اسلامی تعریف کرده و برای این موارد، معیارهای جواز عقلی، جواز شرعی، حفظ ارزشها و تقلید ارزشی؛ خدایسند بودن، زیبایی، توجه دادن به خدا، عدم فخر فروشی، خدانمایی و سادگی؛ هم‌رنگی با مردم، خدمت به خلق، عدم انحصار و رعایت عرف؛ میانه روی، هزینه بر نبودن و بهبود سنت موجود را، به عنوان معیارهای مد اسلامی استخراج و دسته‌بندی نموده‌اند.

در نهایت پژوهش به این نتیجه اشاره داشته است که تقلید، زیبایی، پشت کردن به سنت موجود، جلب توجه، هم‌رنگی، غیر عادی بودن از وجوه اشتراکی و مصرف‌گرایی، تمایز، فخر فروشی، انحصار طلبی، تفاوت طبقاتی و استفاده از آخرین مدل‌ها، از وجوه افتراق مد از منظر روانشناسانه و مد اسلامی است.

در پژوهش دیگری علی عطاfer و احسان نامدار جویمی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان "ریشه‌یابی گرایش به تنوع طلبی در جامعه‌ی اسلامی و غربی"، میل به تنوع‌گرایی را در مد غربی مورد بررسی و کنکاش قرار داده‌اند تا به کمک شناخت چگونگی ایجاد تنوع طلبی و تنوع‌گرایی در این مفهوم، به کمک مهندسی معکوس الگوی اسلامی ایرانی برای آن تدوین و ارائه نمایند.

نویسندگان بر این باورند که تنوع طلبی و نوگرایی از خصائص انسان بوده و او را به سمت نو شدن برای یک زندگی بهتر سوق می‌دهند. بر این اساس برای دست‌یابی به چیستی و ماهیت و خاستگاه تنوع طلبی، از نظریه‌ی سرمایه‌های انسانی که در چهار گروه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی و گروه نمادین دسته‌بندی می‌شوند و نیز هرم نیازها استفاده می‌کنند. سرمایه‌ی نمادین به عنوان وجهی مهم از سرمایه‌های یاد شده مورد تأکید مولفان در این تحلیل قرار دارد. در این پژوهش اشاره می‌شود که هر نوع سرمایه‌ای از





اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، به درجات مختلف مانند سرمایه‌ی نمادین عمل می‌کند. نکته‌ای که شبکه‌ها و رسانه‌های غربی به آن توجه کرده‌اند و بر روی این سرمایه‌ها و اشاعه و تقویت برخی از آنها در جامعه سرمایه‌گذاری می‌کنند. «به عبارتی به طراحی و تولید سرمایه‌های نمادین، که مرکز ثقل و گرانیگاه سایر سرمایه‌ها در جامعه هستند مبادرت دارند، و این سرمایه‌ها را ایجاد می‌کنند و براساس تولید این سرمایه‌ها فرهنگ، اقتصاد و اجتماع مبتنی بر الگوی غربی (تکثرگرایی و لذتگرایی صرف و بینهایت) را اشاعه و نهادینه می‌کنند. به عبارتی دست به تولید سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نمادین می‌زنند و آنچه را خود برایش احترام قایل هستند، به عنوان نماد و پرستیژ به جامعه معرفی می‌کنند و به دارنده و دنبال‌کنندگان آن سرمایه‌ها احترام و منزلت می‌دهند و دنباله‌روی و پیروی از آن سرمایه‌های مبتنی بر الگوی غربی و میزان دسترسی به آنها را به عنوان میزان دسترسی به کمال و خودشکوفایی و خودیابی معرفی می‌کنند.» (عطافر و نامدار ۲۱۵: ۱۳۹۴)

عطافر و نامدار، راه حل را اقدام به تولید و ترویج سرمایه‌های نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی می‌دانند و بیان می‌کنند که در الگوی ایرانی - اخلاقی باید انسان به عنوان موجودی مادی و معنوی تعریف شود و متناسب با این مهم نمادهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی تولید شود و به داخل و خارج کشور صادر شده و نمادهای ساخته شده، دربردارنده‌ی مفاهیم الله محوری، عبودیت، استفاده ابزاری از مادیات و آرمانگرایی اخروی، توحید و استفاده ابزاری از کثرت، جمع‌گرایی و حضور در اجتماعات انسانی با تنوعات و سلاقی مختلف و تنوع‌های گفتاری، کرداری و پنداری، آزادی در راستای حدود و قوانین اجتماعی، لذتگرایی و سودجویی تعریف شده و عادلانه، عدم نظام ارباب و بردگی و... باشد.

#### تنوع طلبی و مدگرایی از منظر جامعه‌شناسی و سرمایه‌های انسانی

دایرةالمعارف تطبیقی علوم اجتماعی مد را از شیوه‌های نسبتاً زودگذر کنش در آرایش شخصی یا طرز گفتار و بسیاری دیگر از رفتارها تعریف می‌کند. تفاوت مد و رسم را اینگونه مطرح می‌کند که بر خلاف رسم که دوام و دیرپایی ویژگی آن می‌باشد، مد، تازه است و تبعیت از آن بیشتر به خاطر تازگی آن می‌باشد.

در جامعه‌شناسی، به رفتار جمعی نوظهوری که به قدر رسم اجتماعی تثبیت نشده باشد، مد اجتماعی می‌گویند. (رفعت جاه، ۱۳۹: ۱۳۸۶) از دیدگاه کروبر مد عبارت است از تفاوت و تغییر، آنهم تغییری خاص، زیرا در حالی که بسیاری از پدیدارهای اجتماعی بر اثر رشد درونی یا علل بیرونی دگرگون می‌شوند، مد تغییری بی دلیل و در واقع تغییر برای تغییر است.

از منظر نشانه‌شناختی، مد، نظام نشانه‌ای لباس است که ویژگی بارز آن انگیختگی است و سطح دلالت بسیار بالایی دارد. بر این مبنا، مد جزئی از پدیده‌ی وسیعتر خلق و انتساب نشانه‌ها و ارزش‌های نمادین به فرهنگ مادی محسوب می‌شود و نسبت پیدا می‌کند. اگرچه تعاریف موجود در مواردی آشکارا با یکدیگر تناقض دارند، مضمون مشترک بیشتر آنها تأکید بر «تازگی» و «تغییرپذیری»، به منزله‌ی دو ویژگی اصلی مد، است. (بخارایی و رفیعی، ۳۱۳: ۱۳۹۵)

در رویکردی دیگر، بوردیو فضای اجتماعی را به چهار محور تقسیم کرده و چهار سرمایه را برای بیان بهتر مفهوم و تعاریف زمینه، تبیین می‌کند: سرمایه‌ی اقتصادی شامل انواع دارایی‌های مالی و مالکیت‌های خصوصی و عمومی، سرمایه‌ی فرهنگی به معنی خصوصیات فکری و تربیتی و آموزشی و کالا و مهارت‌های فرهنگی، سرمایه‌ی اجتماعی به مفهوم عضویت در گروه‌های اجتماعی و نیز شهرت و معروفیت و سرانجام سرمایه‌ی نمادین که شامل کاربرد نمادهایی می‌گردد که فرد به کار می‌گیرد تا به سطوح دیگر سرمایه‌ی خود مشروعیت بخشد. سرمایه‌ی فرهنگی در میان انواع سرمایه، نقش مهمی در اندیشه‌ی بوردیو دارد. سرمایه‌ی فرهنگی شامل سلیقه-



های خوب، شیوه و راه و رسم‌های پسندیده و پیچیدگی شناختی و شناخت و توانایی پذیرش محصولات فرهنگی مشروع از قبیل هنرها، موسیقی کلاسیک، ادبیات و... و تسلط یافتن بر همه نوع از نظام‌های نمادین می‌باشد. از سویی در دیدگاه بوردیو می‌توان گفت، مد و مدگرایی و انتخاب برندهای خاص از سوی افراد، می‌تواند به عنوان یک نوع سرمایه‌ی نمادین در عرصه‌ی فعالیت‌های اجتماعی مطرح باشد. به عبارتی پرستیژ و غرور که در گروه سرمایه‌های نمادین قرار دارند می‌توانند با مدگرایی نیز ارتباطی تنگاتنگ داشته باشند و به صورت متقابل بر هم اثر بگذارند (معدنی‌پور، ۱۳۹۲). پس عادت واره‌ها و سرمایه‌های فرد در میدان‌های مختلف درون فضای اجتماعی، الگوی مصرفی به وجود می‌آورند که منجر به تمایز اجتماعی و هویت بخشی می‌شود.

جیمز ساموئل کلمن مقوله مد را یکی از اشکال رفتار جمعی و مترادف با هوس می‌داند. هوس‌ها در طول زمان الگوی خاصی دارند، پدید می‌آیند، به آرامی شروع به رشد می‌کنند، کم‌کم نیرو می‌گیرند، به اوج می‌رسند و سرانجام رو به زوال می‌گذارند و از بین می‌روند. بعضی هوس‌ها در یک چرخه همیشگی قرار دارند بدین معنی که یک هوس یا "مد" پدیدار می‌شود و جای مد قبلی را می‌گیرد و به نوبه خود پس از مدتی جای خود را به مد دیگری می‌دهد. در واقع سبک پوشاک فرد با توجه به واکنش دیگران انتخاب می‌شود و افراد به شیوه‌ای لباس می‌پوشند که مورد پسند دیگران باشد. (رفعت‌جاه، ۱۵۲: ۱۳۸۶)

بر این اساس می‌توان گفت افراد همواره به دنبال کسب نمادهای تعریف شده از سوی مد‌سازان برای کسب هویت‌هایی متفاوت از هویت خویش و شبیه‌سازی دائم خود به هویت‌های گروه‌ها و طبقات اجتماعی دیگری هستند که خود در جایگاه برتر از نظر سرمایه تعریف و معرفی شده‌اند و این مصرف‌پیوسته، تنوع‌طلبی بی‌انتها از این منظر را باعث می‌شود.

### تنوع لباس در الگوی پوشاک ملی و قومی و تاریخ پوشاک ایران

اشارات مکرر و متعدد در متون قدیمی و منابع باستانی در مورد لباس‌های ایرانیان وجود دارد. در این متون ایرانیان افرادی خوشپوش توصیف شده‌اند. بر این اساس، جنس، فرم و بلندی و ویژگی‌های ظاهری لباس به پوشنده‌ی آن اعتبار می‌بخشید (بابایی و اکبری، ۲۴۳: ۱۳۹۳) و ضامن احترام و توجه و مشخصه‌ای از جایگاه و موقعیت اجتماعی افراد بود و در مقابل ایرانیان، همواره برهنگی را بی‌شرمی دانسته و همیشه لباس‌های بلند می‌پوشیدند. (غیبی، ۱۳۸۴: ۱۲۴)

تنوع لباس که در این مبحث، مورد بررسی است، از مشخصات و از نکات قابل توجه در رابطه با پوشاک تاریخی ایران زمین است. بررسی لباس‌های دوره‌های مختلف تاریخی با توجه به مناطق و ویژگی‌های فرهنگی و قومی، از فرصت و ظرفیت این مقاله بیشتر است اما برای تمرکز بر گوناگونی تنوع لباس، می‌توان نگاهی به تنوع لباس در زمان‌ها و در مکان‌های مختلف و مبنای این تنوع و گوناگونی داشت. هر یک از گروه‌های انسانی که در منطقه‌های مختلف ایران زندگی می‌کنند تحت تاثیر عوامل مختلفی همچون ویژگی‌های بوم‌شناختی منطقه و... تن پوش ویژه‌ای دارند که قومیت، منطقه زندگی، زبان، مذهب و ویژگی‌های فرهنگی، اشتغال اصلی و نمایی از نوع زندگی آنان را در ذهن بیننده شکلدهی می‌کند (الهی، ۱۰: ۱۳۸۹) جغرافیای طبیعی محیط زیست و نوع و شکل زندگی مردم نقش و تأثیر بسیاری در تعیین جنس، شکل، رنگ و شیوه‌ی دوخت پوشاک انسان‌ها دارد. انتخاب نوع پوشاک مردم هر سرزمین را می‌توان جدا از رابطه و سازگاری مستقیم آن با فرهنگ جامعه، گونه‌ای سازگاری با جغرافیای زیست - بومی و شیوه‌ی زندگی مردم به شمار آورد (موسوی بجنوردی، ۲: ۱۳۸۵) در کشور پهناور ایران با تنوع بالایی از اقلیم و آب و هوا و خرده فرهنگ‌های متنوع، طبیعیست که تنوع بالایی از پوشاک و لباس را در زمانی واحد و در بخش‌های مختلف آن شاهد باشیم. برای مثال لباس محلی مردم مناطق کوهستانی و بیابانی و خشک و سرد و... با توجه به سنت‌های آنان متفاوت و متنوع است (پایدارفرد و همکاران، ۱۳۴: ۱۳۹۴) مردم منطقه‌های کوهستانی به دلیل ویژگی‌های منطقه و وضع خاص آب و هوایی از پارچه‌های دارای



جنس و حتی رنگ متناسب با محیط خود، و از انواع لباس‌های آستردار، استفاده می‌کنند تا به خوبی بتوانند بر دشواری‌های محل زندگی خود غلبه کنند و در مقابل، مردم منطقه‌های گرم و مرطوب، عملکردی متفاوت دارند که در گذشته و فارغ از دوره‌های زمانی نیز می‌توان این ویژگی‌ها را مشاهده کرد مثلاً از روی جامه‌های پارسیان که در سرزمینی گسترده در جنوب ایران، از خوزستان و ارس گرفته تا کرمان می‌زیستند، درمی‌یابیم که این افراد در منطقه‌ای گرم و نمناک زندگی می‌کردند؛ جامه‌هایشان در آغاز از دو تکه پارچه چهارگوش و یا نیم‌دایره تشکیل می‌شد که یکی را به کمر می‌بستند و دیگری را روی دوش می‌انداختند، و تحت تأثیر شیوه‌ی پوشش همسایگان، به جای کلاه، از موبند که متناسب با محیط گرمسیر است، استفاده می‌نمودند. (الهی ۱۵: ۱۳۸۹)

لباس سنتی ایرانیان بیش از سی نوع است (پایدار فرد و همکاران ۱۳۶: ۱۳۹۴) علاوه بر این که هر منطقه لباس مخصوص به خود دارد، در هر منطقه نیز، تنوع لباس و تعدد انواع و اقسام بخش‌های مختلف لباس از تن پوش تا پا پوش و پوشش سر و خصوصاً کلاه‌ها، به چشم می‌خورد. برای مثال شاهسون‌ها با نوع و طرز لباس پوشیدن، هم تفاوت‌های مربوط به جنس، ثروت و پایگاه مذهبی خود را نشان می‌دهند، و هم از لحاظ سیاسی هویت ایلی خود را در منطقه آشکار می‌کنند. پوشاک زنان و مردان شاهسون هر دو بخشی از نظام‌های فرهنگی است که مراحل تولد تا مرگ را در مدار زندگی و اختلاف جنسی، منزلت‌های دینی و پیوندهای مردم با نیروهای فراطبیعی مشخص می‌کند. کلاه در میان پوشاک مردان نقش برجسته و ممتازی در جامعه ایلی شاهسون دارد. مردان با کلاه‌هایشان تمایزات پایگاهی و هویت ایلی خود را به عنوان شاهسون نشان می‌دهند؛ پوشاک زنان شاهسون نیز بیانگر پایگاه شخصی آنان در میان زنان دیگر و نشان‌دهنده‌ی فردیت و احوال روحی زن شاهسون است (الهی ۲۱: ۱۳۸۹)

در لباس زنان غرب گیلان متن پارچه‌های لباسی دارای گل‌های رنگارنگ و درشت است در حالی که در لباس زنان شرق گیلان زمینه پارچه ساده و یکرنگ است و تزئینات آن از نوار دوزی‌هایی با رنگ‌های مختلف تشکیل شده که خود نشان‌دهنده گروه سنی بانویی است که آنرا می‌پوشد. هر چه به کوهپایه‌های گیلان نزدیک‌تر شویم، نوع پارچه‌های مصرفی در پوشاک ضخیم‌تر می‌شود. مثلاً ساکنان دیلمان (کوهستانی) بیشتر از پارچه مخمل استفاده می‌کنند و آن‌هایی که در جلگه زندگی می‌کنند، لباس‌هایشان از جنس ابریشم است. پوشاک در گیلان نیز مانند هر منطقه دیگری معرف اندیشه، سلیقه، نوع کار و معیشت و ارتباط مردمان با طبیعت است. طراحی لباس در این منطقه کاملاً در سازگاری با محیط تعریف می‌شود چنانکه لباس زن گیلک به شکلی طراحی شده که وقتی او بر اسب می‌نشیند هیچ نقطه‌ای از بدنش پیدا نباشد. بلندی پیراهن و شلیته مشخص‌کننده بخش‌های مختلف غرب گیلان است به طور مثال در غربی‌ترین منطقه تالش (هشتپر) پیراهن بلند و در ماسال پیراهن کوتاه تا بالای زانو می‌باشد. (رهنمایی ۸: ۱۳۹۳)

لینگوته به معنای مندیله، سربند و عمامه، بخشی از پوشاک مردان تاجمیر (خراسان جنوبی) است که نوع بستن آن در مراسم و مکان‌های مختلف متفاوت است. لینگوته که معمولاً به رنگ سفید و طول پنج متر است در مراسم شادی و اعیاد دور سر پیچیده شده و سر لینگوته را در بالای سر به شکل تاج آویزان می‌کنند. نوع بستن آن در مراسم عزا و سوگواری همانند مراسم شادی است با این تفاوت که تاج لینگوته پنهان می‌شود. در مواقع کار (چوپانی) لینگوته را طوری به دور سر می‌پیچند که کاملاً صورت را می‌پوشاند به طوری که فقط چشم مرد دیده می‌شود. (خلیل نژاد و فخر، ۳۳: ۱۴۰۰)

در ایل قشقایی رنگ لباس‌ها با توجه به سن و سال افراد متفاوت است. به عنوان مثال، زنان مسن اغلب پارچه‌های تیره به رنگ‌های سیاه و خاکستری می‌پوشند، حتی اگر بیوه نباشد. مادران و همسران جوان، جامه‌های به رنگ‌های روشن می‌پوشند، دختران و زنان جوان و دم‌بخت قشقایی، لباس به رنگ‌های زنده و روشن، و عروسان جامه‌هایی به رنگ قرمز و رنگ‌هایی اشباع‌تر از گروه‌های دیگر به تن می‌کنند؛ استفاده از رنگ در پوشاک و جامه‌های زنان قشقایی، امری رایج در فرهنگ و اندیشه‌های ایل قشقایی بوده که





چگونگی آن غالباً به متغیرهای سن و وضع و موقعیت و شرایط وابسته است ( شریف سعدی و همکاران، ۱۴: ۱۳۹۹) در پوشاک مردان، کلاه قشقای‌ها که به آن دو گوشه نیز می‌گویند بلند بوده، به شکل تاج است و تا بالای گوش را می‌پوشاند، معمولاً به رنگ نخودی و یا خاکستری است، از جنس نمد و از پشم شتر درست می‌شود و آرایش لبه و تای این کلاه در رزم و بزم با هم متفاوت می‌باشد. (رشیدوش و زحمتکش، ۵۶: ۱۳۹۸)

لباس زنان و رنگ آن در میان کردهای خراسان، طایفه به طایفه براساس سن و داشتن یا نداشتن شوهر فرق می‌کند؛ مثلاً دامن زرد با روسری ابریشمی ساده ی بنفش، نشانه ی زن شوهر نکرده و دامن قرمز با حاشیه ی راه راه و پیچیدن چادر به طرزی خاص به دور خود نشانه ای از زن تازه بیوه شده می‌باشد. دختران تا حدود ۳ سالگی می‌توانند هر رنگ لباسی که دوست دارند، بپوشند؛ اما پس از آن ملزم به پوشیدن پوشاک خاص مقرر در ایل هستند (الهی، ۲۳: ۱۳۸۹) رنگ لباس پوشندگان از سویی بیانگر مفاهیم آرمانی فرهنگ جامعه و از سوی دیگر بازتابانندهٔ ویژگیهای انسانی پوشندگان و جایگاه آنها در خانواده، گروه و طبقهٔ اجتماعی می‌باشد. در میان مردم جامعه های اسلامی و ایران از دیرباز برخی رنگها، به ویژه سفید، سرخ، سیاه، سبز، و زرد نقش مهمی داشتند و بیان کننده ی مفاهیم خاص و ارزش نمادین بودند. (موسوی بجنوردی، ۸: ۱۳۸۵) رنگ در دوره هایی همچون دوره هخامنشیان نشانه طبقات مختلف اجتماع بوده و در سایر دوره ها نیز در تقسیمات مختلف اجتماعی استفاده ی نمادین از رنگ ها به چشم می خورد. در آن دوره (هخامنشیان) فاخرترین لباس ها که مربوط به پادشان بود رنگ ارغوانی بوده. در دوره های مختلف رنگ طبقات شغلی و مقامات متفاوت بود است. در دوره های بعد از ورود اسلام برخی از کارگزاران و مأموران کشوری و لشکری ایران، متناسب با شغل و وظیفهٔ خود لباس سیاه یا سرخ می پوشیدند و در جامعه به «سیاهپوشان» و «سرخپوشان» معروف بودند؛ مثلاً شبگردان، میران بازار، میران شب، چاووشان (پیشاهنگهای لشکری) ، و دورباش گویندگان موبک پادشاهان همه لباس سیاه که شکوه و صلابت خاصی داشت، به تن می کردند؛ دژخیمان یا میرغضب های عصر قاجار قباهای سرخ می پوشیدند و شاهان نیز هنگام قهر و غضب، جامه ی سرخ می پوشیدند و از اینرو «در غضب نشستن»، یا «به غضب آمدن» پادشاه را در اصطلاح «جامه ی سرخ پوشیدن سلطان» می گفتند. پیرامون ارتباط شغل و لباس دزی می نویسد: «در میان صنوف مختلف، اختلاف عظیمی در پوشیدن لباس وجود داشت. نجیب زادگان و اشراف را از سربازان و مردم عادی، مخصوصاً از شکل عمامه هایشان می توان بازشناخت؛ شغل و مقام هر کس نیز در برخورد نخست قابل تمایز بود.» (دزی، ۵: ۱۳۸۸)

در سالهای حدود قرن چهارم هجری قبا لباس رسمی دیوانیان شد. اهمیت پوشیدن قبا به قدری بود که نخبگان روزهای جمعه جز با قبای سیاه نمی توانستند در نماز جمعه به شبستان نزد امام یا خلیفه بروند. بعدها این رسم منسوخ شد و در حدود قرن پنجم فقط خطیبان و مؤذنان موظف به پوشیدن قبای سیاه بودند. در همین دوره دارندگان هر شغل و پیشهٔ خاص، لباسهای مخصوص کار می پوشیدند که برحسب اختلاف حرفه و منزلت اجتماعی با یکدیگر متفاوت بود؛ مثلاً آشپز پیراهن کار می پوشید؛ ساربانان و خدمتگزاران «فوطه» یعنی پیشبند می بستند؛ سقایان «تنبان» یعنی شلوار کوتاه به پا می کردند؛ ملاحان «تبان» و «مدرعه» یعنی لباس پشمی خشن بر تن می کردند، کبابی ها «آزار» یعنی پیشبند و لنگ می بستند؛ تاجران و صنعتگران فقطان (= خفتان) که نوعی لباده بود، بر تن میکردند و کشاورزان جامه های کلفت پنبه ای می پوشیدند و عمامه های رنگارنگ بر سر می گذاشتند (الهی : ۱۶ : ۱۳۸۹) قضاات نوعی کلاه بلند بر سر می گذاشتند و عمامه سیاهی به دور آن می بستند و جامه و عبای ایشان سیاه رنگ بود. طیلسانی بر آن کلاه می انداختند که به مرور زمان بلند تر شد و به صورت لباسی درآمد که تا حدود زنانوان می رسید. این پوشش مخصوص قضاات و نیز فقها بود. اما فلاسفه و اهل حکمت لباسی ویژه معروف به جامه ی بخارایی داشتند و در میان فقیهان و محدثان مرسوم نبوده است. سخنوران و وعاظ نیز لباسی مخصوص با کلاهی خمیره ای شکل داشتند که دستاری بر آن می بستند. لباس کاتبان



در همین دوره، دراعه نام داشت، دراعه جامه ای بود دارای آستین‌های گشاد که در آن نوشت افزار و لوازم مورد نیاز کتابت را قرار می دادند.

طبق اطلاعات بدست آمده از تاریخ نگاری ها، نوعی پارچه در دوره سلجوقیان در ایران بافته می شد که مرکب از دو پارچه به رنگ های مختلف بوده و چنان بافته می شد که گاه یکی و گاهی دیگری رو آمده و تشکیل طرح و ترکیب می داده است. این پارچه بر اساس نوشته ی فیلیس اکرمان، با تغییر نور تغییر رنگ می داده. در موزه لوور تکه پارچه ای ابریشمی سفید رنگی از این دوره موجود است که نقش آن نیز به رنگ سفید است و به قدری ریز بافت شده که نقش آن را به جز آنکه از یک طرف نگاه کنند، دیده نمی شود. (یاوری و حکاک باشی، ۵۷: ۱۳۹۶)

در آیات و روایات و سیره معصومین (ع) نیز مثال هایی از چگونگی تنوع در انتخاب لباس به چشم می خورد. برای مثال گفته شده که پیامبر (ص) خود لباس اقوام مختلف را می پوشید، گویی می خواست نشان دهد که نه تنها دین باید در اقصا نقاط گسترش یابد، بلکه در لباس مؤمنان نباید سختگیری کرد (الهی ۱۳۸۹). همچنین به طور مکرر از لباس زیبا سخن به میان آمده و لباس زیبا باعث تقرب به خدا دانسته شده؛ امام صادق (ع) می فرماید: "خود را با لباس زیبا کنید زیرا خدا زیباست و زیبایی را دوست دارد. وقتی انسان احساس کند خدا او را دوست دارد تاثیر مثبتی بر شخصیت او می گذارد"

در حدود و قوانین پوششی لباس در دستورات دینی، نهی از شباهت لباس مسلمانان به لباس کفار و شباهت لباس جنسیت مرد و زن به طوری که از هم قابل تشخیص نباشند به چشم می خورد. از امام علی (ع) در وسائل الشیعه نقل شده: حال این امت همیشه نیکو خواهد بود تا زمانی که لباس بیگانگان را نپوشد و غذای آنان را نخورند و آن زمان که لباس و غذای بیگانگان را مصرف نمودند، خداوند آنها را ذلیل خواهد کرد. (وسائل الشیعه ۳/۲/۱۲) در همین رابطه عمامه از پوشاکی است که نشان دهنده ی تفاوت لباس مسلمان و مشرک خوانده شده. «ان العمامه سیما الاسلام و هی حاجز بین المسلمین و المشرکین.» (مناقب امیرالمومنین ۲-۳۸۹)

رنگ پوشاک در سخنان و در آموزه های ائمه اطهار (ع) نیز حکایت از تنوعی از طیف رنگ های مناسب برای لباس دارد. رنگ زرد از رنگ هایی است که بارها به عنوان رنگ لباس ایشان در روایات ذکر شده است. در سوره بقره آیه ۹۶ به کیفیت رنگ زرد اشاره دارد «إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءٌ فَاقِعٌ لَوْنُهَا تَسُرُّ النَّاطِرِينَ» (سوره بقره آیه ۹۶) رنگ زرد، زنده و فعال و محرک است و مایه سرور و شادمانی انسان می شود. در روایتی از امام باقر (ع) در کتاب سنن النبی (ص) نقل شده است: «كُنَّا نَلْبَسُ الْمَعْصُومِ فِي الْبَيْتِ. مَا دَرَّ خَانَهُ، لِبَاسُ زَرْدٍ رَنَاقٍ مِثْلِ مِثْقَالِ حَبِّ خَرْدَلٍ» (سنن النبی: ص ۱۴۱) در برخی ترجمه ها و منابع رنگ زرد از رنگ زعفرانی جدا شده و در بیشتر تفاسیر زعفرانی همان زرد در نظر گرفته شده. بسته به غلظت، زعفران طیفی از زرد تا سرخ را ایجاد می کند که به نظر می رسد رنگ زعفرانی مورد استفاده ائمه، رنگ زرد آن است. در حدیثی امام علی (ع) می فرماید: «الزَّعْفَرَانُ لَنَا وَ الْعَصْفَرُ لِبَنِي أُمَيَّةَ؛ زعفران برای ما و عصفور رنگ کاجیره برای بنی امیه است» (دعائم الاسلام ج: ۲ ص: ۱۶۰) رنگ سبز، رنگی که در اسلام ستوده شده و اکنون ارزش نمادین این رنگ نیز در رنگ مقدس اسلامی بودن آن است پس از زرد، از بهترین رنگ ها برای پوشش دانسته شده. بررسی روایت های موجود در این زمینه، نشان دهنده آن است که استفاده از پوشش های سبزرنگ، سیره و روش خاندان نبوت و امامت بوده است «و یلبسون ثيابا خضرا من سندس و استبرق» (سوره کهف آیه ۱۳) رنگ سبز، حد واسط بین رنگهاست و اثر ملایم و آرام بخشی دارد و رنگ مناسب زندگی است و به عنوان لباس بهشتیان بیان شده است «مُتَّكِنِينَ عَلَى رُفْرِفٍ خُضِرٍ وَ عَقْفَرِي حِسَانٍ» «بربالشهای سبز و فرشهای نیکو تکیه می زنند» (الرحمن آیه ۹۶)





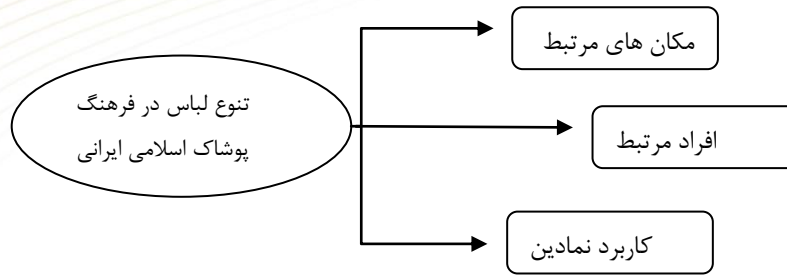
رنگ سیاه از رنگ‌هایی است که توصیه نشده و مکروه است؛ الکلینی در الکافی از احمد بن محمد از ابی عبدالله روایت می‌کند که گفت: «سیاه پوشیدن مکروه است مگر در سه چیز: موزه (کفش) و عمامه و عبا» (الکافی ج: ۶ ص: ۴۴۹) در مقابل رنگ سفید بیشترین توصیه و بهترین رنگ در میان این رنگ‌ها ذکر می‌شود. از پیامبر اکرم (ص) نقل شده است که: لباس سفید بپوشید زیرا آن دلچسبتر و پاکیزه‌تر است.

در اینجا می‌توان به لباس سفید خاص مراسم ویژه آیینی یعنی حج اشاره داشت. اختصاص لباس خاص با ویژگی مشخص برای اجرای مناسک از سویی تنوع لباس افراد با رویکرد مختلف و از سویی لباس وحدت و یکرنگ افرادی با فرهنگ‌های مختلف اما هدف و اعمال مشترک را نشان می‌دهد. لباس احرام باید علاوه بر تمام ویژگی‌هایی که در لباس نماز محفوظ است، نادرسته نیز باشد. برای مردان لباس احرام از یک ازار و یک ردا تشکیل شده اما برای زنان پوشیدن لباس دوخته رواست. دوخته نبودن لباس احرام، حکایت از ارزش آیینی و خاص آن دارد. (موسوی بجنوردی، ۴۸: ۱۳۸۵)

در قرآن کریم از انواع پارچه‌ها و از لفظ‌های مختلف برای انواع پوشش و لباس نام برده شده است. قمیص، ثیاب، جلابیب، لباس، ریش، خُمُر و سراپیل، انواع پوشش‌هایی هستند که در قرآن برای مردان و زنان به کار برده شده است و بر اساس معنا و مفهوم هر کدام تفاوت‌های کم و بیش از یکدیگر دارند و بیانگر پوششی با ویژگی متفاوتند. اسلام کلیات حدود لباس پوشیدن را به صراحت بیان کرده است. در رابطه با جزئیات نیز به راهنمایی پرداخته است. در اسلام فرهنگ و آداب و سنن ملت‌ها و شرایط جغرافیایی و آب و هوایی و دیگر اموری که بر زندگی اجتماعی اثر می‌گذارند محترم شمرده شده‌اند و انتخاب طرح، رنگ، جنس و دیگر جزئیات لباس را به عرف جوامع واگذاشته است تا با رعایت حدود الهی به تناسب فرهنگ ملی، نوع لباس را خود تعیین کنند (ساریخانی و موسوی، ۱۳۹۱).

در بحارالانوار، ج ۱۶، ص ۱۱۰ و نیز ۲۲۸ و سنن النبی، ص ۱۲۱ ذکر شده است که لباس نماز جمعه‌ی رسول خدا، مخصوص بود؛ «کان له ثوب للجمعه خاصه» و در بعضی روایات آمده که غیر از لباسی که در روزهای غیر جمعه می‌پوشید، دو جامه‌ی مخصوص برای جمعه داشت. همچنین در همین منبع مکتوب است از اسحاق بن عمار که می‌گوید: از امام صادق علیه السلام پرسیدم: آیا مؤمن می‌تواند ده پیراهن داشته باشد؟ حضرت فرمود: آری. عرض کردم: بیست پیراهن چه؟ فرمود: آری. اینها اسراف نیست؛ اسراف آن است که لباس بیرون و مهمانیت را لباس خانه و دم دستی قرار دهی. (الکافی ج: ۶ ص: ۴۴۱)

در بحث پوشاک تاریخی، قومی و نیز لباس و پوشش در آیات و روایات مصادیق متعدد و فراوانی در تایید گوناگونی و تنوع بالای لباس‌ها، وجود دارد که امکان ذکر تمامی موارد در قالب این مقاله وجود ندارد اما آنچه از کلیت و مصادیق ذکر شده می‌توان بیان کرد، اهمیت بعد معنا و هویت پوشاک و به تبع آن، تنوع بر اساس مفهوم، کاربرد و ویژگی لباس هاست، از جمله تفاوت پوشاک بر اساس گروه سنی، موقعیت اجتماعی، مکان و موقعیت زندگی، اشتغال و تخصص در محیط کار یا در محیط غیر کاری، جمع‌های مختلف دوستانه یا غیر دوستانه، مناسک و آیین مختلف، وضعیت تاهل و مجرد، مذهب و خلیقات و استفاده‌های نمادین و قراردادی که در یک دسته بندی پیشنهادی می‌توان به سه دسته تفاوت بر اساس مکان مورد استفاده، افراد مرتبط و نیز کاربرد نمادین لباس تقسیم بندی کرد. (نمودار ۱)



نمودار ۱: تقسیم بندی تنوع لباس در فرهنگ پوششی ایرانی اسلامی

## نتیجه گیری

در وضعیت سنتی، هر لباس نمادی از یک حالت یا موقعیت است، در واقع همه ی لباس ها معنادارند اما با ظهور مدرنیته این رابطه ی نمادین رو به افول نهاد (اسلامی تنها، ۱۲۴: ۱۳۹۱) آنچه امروز از مسائل اساسی در پوشش اسلامی و ایرانی است، یکنواختی و استفاده ی محدود از رنگ در لباس هاست که عمدتاً طرح های البسه متناسب با الگوهای ساده شده غربی با هدف یکی کردن جوامع و نزدیک شدن به دهکده جهانی است. این هدف فرهنگ غرب بی شک تهدیدی جدی در فراموش شدن فرهنگ غنی و پر بار پوشاک سنتی کشورها و به ویژه ایران است (پایدار فرد و همکاران ۱۳۴: ۱۳۹۴) از سویی پوشش و بهره گیری از لباس به نیاز طبیعی خودآرایی و زیبایی دوستی فطری انسان پاسخ می دهد و فرد در پاسخ به این نیاز، وارد چرخه ی مدگرایی بر پایه ی جهان بینی غربی و الگوی زندگی مصرف گرا می شود. برای حفظ فرهنگ و جلوگیری از گرایش جامعه به الگوی مصرف و سبک زندگی غربی، شناخت و پرداخت دقیق و کاربردی به مولفه های فرهنگی بومی و دینی اجتناب ناپذیر و ضروری است. در این راستا، تعریف مناسب و درست مفاهیم مرتبط با فرهنگ پوشش و مد، کمکی به طراحان در ارائه ی مدل ها و سبک های بومی و اسلامی، و به مسئولان و سایر مرتبطین در چگونگی ایجاد زیرساخت، حمایت ها و اقدامات مدیریتی برای همراهی طراحان و ایده پردازان و تولیدکنندگان خواهد بود. تقسیم بندی پوشاک به پوشاک مشاغل، اجتماع و لباس مدارس و دانشگاه ها، از جمله ی تقسیم بندی های فعلی در نظام طراحی لباس اسلامی- ایرانیست. تقسیم بندی ای که مشابه تقسیمات انواع پوشش در بسیاری از کشورها بوده و خاص فرهنگ ایرانی نیست. اما بر اساس آنچه از تنوع در پوشاک و لباس در پیشینه ی فرهنگی و دینی خود داریم، می توان با گسترش طرح ها و تنوع کاربردها و تعاریف لباس بر پایه ی تفاوت مکان های مورد استفاده، ویژگی های افراد، و حتی نوع و شرایط استفاده و حالت نمادین طرح ها و لباس ها، اشتیاق و جذابیت بیشتری برای گرایش به نگاه سبک زندگی اسلامی- ایرانی به پوشش و لباس که همان نگاه هویت مدار و مفهومی است، ایجاد کرد.

پیشنهاد می شود طراحان لباس، برای طراحی لباس های فرم، لباس مشاغل، لباس مدارس و دانشگاه ها، به ویژگی های اقلیمی، روحیات افراد در روزها و شرایط مختلف و چگونگی استفاده و نمود آن در طرح ها، تاثیرات لباس بر روحیه ی افراد و چگونگی مدیریت نیاز به تنوع و تفاوت در عین حفظ وحدت، با الهام از لباس های تاریخی و قومی ایران، بیاندیشند. لباس ها می توانند نشان دهنده ی تخصص و حرفه نه در محدوده ی لباس مشاغل و ساعات محدود کار، بلکه همچون لباس روحانیت، در تمام ارتباطات فرد با جامعه همراه و شکل دهنده ی سبک زندگی و رفتار افراد باشند. توجه به این امر و قابلیت استفاده از آن در طراحی لباس یا طراحی سبک پوشش می تواند برای تخصص های مختلف کاربردی و جذاب باشد. توجه به ظرافت های پوشش و تنوع و تفاوت های انواع لباس ها در فرهنگ اسلامی- ایرانی می تواند تقویت کننده ی نگاه هویت مدار و نهادینه ساز مسئولیت پذیری در انتخاب پوشش و لباس در جامعه باشد. باور به اهمیت بُعد مفهومی و هویتی و پیام های لباس های مورد استفاده، مهمی است که در صورت غفلت و بی توجهی به آن، راه برای ورود الگوهای پوششی بیگانه، فاقد مفهوم و یا حامل مفاهیم متناقض با باور و فرهنگ ملی و دینی، هموار می سازد.



## منابع

- اسلامی تنها، اصغر (۱۳۹۱)، لباس روحانیت شیعه به مثابه دال سیاسی در ایران معاصر، علوم سیاسی، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، شماره ۶۰، زمستان ۱۳۹۱، ۱۳۳-۱۰۹
- الهی، محبوبه (۱۳۸۹) لباس به مثابه هویت، مطالعات ملی، سال یازدهم، شماره ۲، ۳۰-۳
- بابایی، پروین، اکبری، فاطمه (۱۳۹۳) بررسی مبانی نظری طراحی مد لباس زنانه در الگوی ایرانی - اسلامی، فصلنامه نقد کتاب هنر، سال اول، شماره ۱ و ۲، بهار و تابستان ۱۳۹۳، ۲۵۸-۲۴۱
- بخارایی، احمد، رفیعی، ملکه (۱۳۹۵) زنان و گرایش به مد، زن در توسعه و سیاست، دوره چهاردهم، شماره ۳، ۳۲۸-۳۰۹
- پایدار فرد، آرزو، نامور مطلق، بهمن، محجوبی، فاطمه (۱۳۹۴) طراحی لباس ملی با الهام از پوشاک سنتی مردم خراسان جنوبی، فصلنامه مطالعات ملی، سال شانزدهم، شماره ۲، ۱۳۹۴، ۱۵۰-۱۳۳
- تمیمی، نعمان بن محمد، دعائم الاسلام، مرکز تحقیقات کامپیوتری قائمیه اصفهان، ۱۳۸۹
- خالدیان، ستار (۱۳۹۱) گذری تاریخی بر پوشش و حجاب در ایران، پرسمان دانشگاهیان، ۱۳۹۱ بازیابی شده در خرداد ماه ۱۴۰۰ / <https://www.porseman.com/!۱۴۸۳۱۴>
- خلیل نژاد، سید محمدرضا، فخر، فرزانه (۱۴۰۰) بررسی رابطه فرهنگ بومی و تن پوش محلی با هدف مردم نگاری تاجمیر، دوفصلنامه علمی رجشمار، دوره دوم، شماره ۱، ۱۴۰۰، ۴۲-۲۳
- دُزی، راینهارت پیتر (۱۳۴۵) فرهنگ البسه مسلمانان، ترجمه حسینعلی هروی، تهران، نشر علمی و فرهنگی، چاپ سوم (۱۳۸۸)
- رشیدوش، وحید، زحمتکش، جواد (۱۳۹۸) تحلیل مردم شناختی پوشاک عشایر استان فارس (مطالعه موردی: قشقای های فیروزآباد)، نشریه علمی تخصصی شباک، شماره ۴۹، سال پنجم، دی ماه ۱۳۹۸، ۶۰-۵۱
- رفعت جاه، مریم (۱۳۸۶) هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد، فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان، سال دهم، شماره ۳۸، زمستان ۱۳۸۶، ۱۷۹-۱۳۴
- رهنمایی، سهیلا (۱۳۹۳)، لباس محلی نمادی از فرهنگ و هویت ملی مطالعه موردی: استان گیلان، اولین همایش ملی گردشگری، درآمد و فرصت، همدان ۱۳۹۳
- ساریخانی، عادل، موسوی، سید محمد (۱۳۹۱) قلمرو پوشش و حریم خصوصی در سیاست کیفری اسلام، نظم و امنیت اجتماعی، سال چهارم، شماره ۴، ۱۰۶-۸۲
- شریف سعدی، حبیبه سادات، سیدی، علی اکبر، اردکانی، راضیه (۱۳۹۹) نخستین کنفرانس ملی پوشاک، طراحی پارچه و لباس، شیراز ۹۹
- شریفی زارچی، فاطمه، عباسی، مهناز (۱۴۰۰)، مقایسه معیارهای مد و تنوع طلبی از نظر آموزه های دینی و روانشناسی، سومین همایش ملی پژوهش های حرفه ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم، هرمزگان، فروردین ۱۴۰۰
- طباطبایی، سیدمحمد حسین، سنن النبی (ص)، مرکز تحقیقات کامپیوتری قائمیه اصفهان، ۱۳۹۰
- عطافر، علی، نامدار جویمی، احسان (۱۳۹۴)، ریشه یابی گرایش به تنوع طلبی در جامعه اسلامی و غربی، فصلنامه پژوهش های اجتماعی اسلامی، دوره: ۲۱، شماره: ۱۰۵، ۱۷۷-۲۲۸
- علامه مجلسی، بحارالانوار، جلد ۱۶، مرکز تحقیقات کامپیوتری قائمیه اصفهان، ۱۳۹۸
- غیبی، مهرآسا (۱۳۸۴) هشت هزار سال تاریخ پوشاک اقوام ایرانی، تهران: هیرمند
- کلینی، محمدبن یعقوب، اصول الکافی، جلد ۶، مرکز تحقیقات کامپیوتری قائمیه اصفهان، ۱۳۶۹
- معدنی پور، نرگس (۱۳۹۲) بررسی سبک زندگی زنان در شهر تهران، معاونت امور اجتماعی بانوان شهرداری تهران، کتاب جمهور موسوی بجنوردی، کاظم (۱۳۸۵)؛ دایره المعارف بزرگ اسلامی، ج ۴، تهران: مرکز دایره المعارف بزرگ اسلامی
- نوری، علیرضا (۱۳۸۱) معیارهای اسلامی پوشش زنان و الگوی مصرف آنان، پژوهشنامه حقوق اسلامی، شماره ۸ و ۹، ۱۲۹-۱۲۲
- یاوری، حسین، حکاک باشی، سارا (۱۳۹۶) تاریخ تحولات لباس و پوشاک در ایران، تهران: سیمای دانش