Sociology of Culture and Art Volume 8. Issue 3. Autumn 2026. P, 71 to 87

Research Paper

The impact of gender norms in urban Iranian society on gender representations in everyday clothing (Case study: youth 18-35 years Old)

Mohadese Zalekian*[1], Manzar Mohammadi[2], Farideh Hajiani[3]
1. M.A. graduate, Fabric Design Deparment, Faculty of Applied Arts, Iran University of Art, Tehran, Iran
2. Assistant professor, Fabric Design Department, Faculty of Applied Arts, Iran University of Art, Tehran, Iran
3. Assistant professor, Fabric Design Department, Faculty of Applied Arts, Iran University of Art, Tehran, Iran

https://doi.org/10.22034/scart.2025.141687.1564

Received: July 8, 2024
Accepted: November 18, 2025
Available Online: September 23, 2026

Keywords: Iran, urban society, gender norms, casual wear

Abstract

Gender norms, by separating the concepts of male and female, have a significant impact on the distinction of social roles and expose individuals to judgment based on their gender. Clothing, which acts as an important tool in expressing each individual's constructed gender, plays a prominent role in the perception of gender expressions. The aim of the present study is to analyze gender norms in Iranian urban society to identify gender expressions of everyday consumer clothing. Thus, the study aims to answer the question of how to identify everyday genderless clothing by analyzing gender norms in Iranian urban society? Today, the desire of young people to wear functional clothing has caused their clothing styles to tend towards genderlessness, and this tendency is evident in the everyday clothing market. The present study was conducted with a descriptive-analytical method and two documentary and field methods were used to collect information. The research tool was a questionnaire and the statistical population of the study was 18- to 35-year-old youth in Iranian urban society. From the analysis of the data obtained, it was found that in the age range studied, "masculine" gender expressions are more easily adopted by women, while "feminine" gender expressions create limitations in everyday clothing; the research also showed that by removing feminine perceptions from clothing, which include elements such as color, pattern, decorations, non-functional aesthetic elements, body presentation, and any assumed feminine sensory associations, it is possible to have clothing that is as free of gender perceptions as possible, which seems more desirable from the perspective of the consumer community studied.

Zalekian, M., Mohammadi, M., Hajiani, f., (2026). The impact of gender norms in urban Iranian society on gender representations in everyday clothing. *Sociology of Culture and Art*, 8 (3), 71- 87.

Corresponding author: Mohadese Zalekian
Address: Faculty of Applied Arts, Iran University of Art, Tehran, Iran
Email: afrazalekian@gmail.com

The impact of gender norms in urban Iranian society on gender representations in everyday clothing (Case study: youth 18-35 years Old)

Extended Abstract

1- Introduction

Gender norms, when differentiated into masculine and feminine concepts, significantly influence social role differentiation and subject individuals to judgments based on their gender. Clothing, as a crucial tool for expressing gender, plays a prominent role in shaping gender perceptions. This research aims to analyze gender norms in Iranian urban society and identify gender expressions in everyday consumer casual wear. The study seeks to answer the question: How can we identify gender-neutral casual wear by analyzing gender norms in Iranian urban society? Nowadays, the inclination of young people toward practical and comfortable clothing has led to the adoption of gender-neutral elements in their attire, particularly evident in the mass market for casual wear. In this study, as an introduction to the discussion on gender norms, the distinction between the concepts of 'sex' and 'gender' is first explained and the terms 'unisex clothing', 'androgynous clothing', and 'cross-dressing' are defined. Considering that gender norms are cultural manifestations that are time-bound and context-dependent, this study identifies the gender manifestations in the years 2023-2024.

2- Methods

This research employs a descriptive-analytical approach, collecting data through documentary and field methods. The study involves designing a questionnaire administered to young individuals aged 18 to 35 in the urban community of Iran. Since assessing the gendered or gender-neutral manifestations accepted by society requires questioning various items and elements of clothing to identify those that evoke the image of a specific gender, this study used a visual questionnaire tool in a survey method to achieve these findings. The questionnaire consists of two parts: the first part relates to demographic variables and the second part includes 86 questions based on clothing variables in form, color, fabric, structure, and decorations that evoke different gender interpretations. The sample size was determined to be 410 people based on the Morgan table.

3- Findings

According to the results of the first part of the questionnaire, out of 410 respondents, 75.15 % were women, 24.39 % were men and 1.46 % were non-binary. Most respondents were young, under 30 years old, living in provincial capitals, had a university education, and were employed. In the second part, the visual questionnaire, each of the clothing variables was questioned with some sub-questions using images. Respondents were asked whether each variable was considered 'feminine', 'masculine', or suitable for 'both genders.' The criterion for evaluation was the selection of the 'both genders' option. The first variable was dedicated to the color of clothing; colors were questioned in two sections, upper body, and lower body, in various degrees of tint, shade, and metallic. From the comparison of the obtained data, it is observed that dark colors for the upper body are considered usable by both genders by the majority of the studied community. In contrast, the light colors questioned for the upper body generally received a lower percentage in the "both genders" option compared to dark colors. Next, the tightness and looseness of clothing for the upper and lower body were questioned. Loose clothing, both for the upper and lower body, was perceived by the respondents as more gender-neutral compared to tight clothing. In the variable related to decorations; items made by patterned fabrics were considered more gender-neutral compared to embroidered dresses; and in the variable related to fabric type, denim, leather, tweed, and velvet, respectively, received the highest percentage for the gender-neutral option. In the next section, various collar and sleeve styles were questioned; turtleneck, round, V-neck, blazer collar, and straight sleeves were perceived as the most gender-neutral forms.

4- Discussion & Conclusion

From the analysis of the data obtained in the previous section, it can be inferred that gender sensitivity to clothing color in the studied community is relatively low. However, this sensitivity is generally higher for men's clothing colors compared to women's clothing, and women do not consider color as a gender restriction for their clothing. Color is one of the elements that makes clothing noticeable, which is still considered unconventional for many individuals in men's clothing, even for the younger generation. In addition, it can be seen that most tight and loose clothing structures are perceived as suitable for both genders. Wearing tight or loose clothing is more dependent on the context and dress codes rather than being gender-specific. Decorations are elements that induce more gender specificity because they are non-functional and purely aesthetic. For this reason, only a few specific patterns can be used in men's clothing decorations; patterns that are sporty and simple and have colors that match the overall outfit. Regarding fabric type, the fabrics most accepted were those commonly used in both men's and women's clothing industries; society's view of fabrics with more transparency, shine, and softness is associated with femininity; Since these types of fabrics are eye-catching and usually lack practical justification, they are hard to accept for men.

Overall, the data suggests that women feel less gender restriction in choosing clothing items; 'masculine' gender manifestations are more easily

Zalekian, M., Mohammadi, M., Hajiani, f., (2026). The impact of gender norms in urban Iranian society on gender representations in everyday clothing. *Sociology of Culture and Art*, 8 (3), 71-87.

adopted by women and few clothes are considered exclusively ‘masculine.’ In other words, the focus for respondents was more on whether clothing items appeared ‘feminine’ or were suitable for ‘both genders.’ According to the results, feminine manifestations in contemporary clothing that cause hesitation in men’s choices include the prominence of dress due to color, pattern, and decorations; non-functional or avant-garde aesthetics; sensory associations with assumed feminine traits such as softness, delicacy, and transparency; and body-hugging or partially-naked designs that emphasize the individual’s biological sex. The type of questionnaire designed and tested in this research can be used by brands seasonally to understand target markets in Iran. The age range studied in this research included young people aged 18 to 35, which is a relatively narrow range. To gain a broader societal perspective on gender in clothing, future similar studies could include other age ranges. Additionally, the results obtained are related to the years 2023-2024 and these results may change in a short period due to the rapid shift in attitudes towards gender and clothing.

5- Funding

There is no funding support.

6- Authors’ Contributions

The authors have equally contributed to the writing of the article. Also, the article is derived from the master's thesis of the first author, which was done at Iran University of Art, and the second and third authors were in charge of guiding and advising it, respectively.

7- Conflict of Interests

The authors declared no conflict of interest.

فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر | دوره هشتم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۵، صفحات ۷۱-۸۷

مقاله پژوهشی

تأثیر هنجارهای جنسیتی جامعهٔ شهری ایران بر نمودهای جنسیتی پوشاک روزمره (مطالعهٔ موردی: جوانان ۱۸-۳۵ ساله)

محدثه ذالکیان*[۱]، منظر محمدی[۲]، فریده حاجیانی[۳]

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

۲. استادیار، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران

۳. استادیار، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران

https://doi.org/10.22034/scart.2025.141687.1564

تاریخ دریافت: ۱۸ تیر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۷ آبان ۱۴۰۴

تاریخ انتشار: ۱ مهر ۱۴۰۵

چکیده

هنجارهای جنسیتی با تفکیک مفاهیم مردانه و زنانه، تأثیر بسزایی در تمایز نقش‌های اجتماعی می‌گذارند و افراد را به واسطهٔ جنسیت‌شان در معرض قضاوت قرار می‌دهند. لباس که به‌عنوان ابزار مهمی در بروز جنسیت برساختهٔ هر فرد عمل می‌کند، نقش پررنگی در تلقی نمودهای جنسیتی دارد. هدف پژوهش حاضر این است که با تحلیل هنجارهای جنسیتی در جامعهٔ شهری ایران نسبت به شناسایی نمودهای جنسیتی پوشاکِ مصرفی روزمره اقدام کند. بدین ترتیب پژوهش در راستای پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان با تحلیل هنجارهای جنسیتی جامعهٔ شهری ایران، نسبت به شناسایی پوشاک بدون جنسیت روزمره اقدام کرد؟ امروزه میل جوانان به پوشیدن لباس‌های کاربردی سبب شده است که شیوه‌های پوشاکی آنان به بی‌جنسیتی گرایش پیدا کند و این گرایش در بازار پوشاک روزمره مشهود است. پژوهش حاضر با روشی توصیفی-تحلیلی انجام شده و جهت گردآوری اطلاعات از دو شیوه اسنادی و میدانی استفاده شده است. ابزار تحقیق، پرسشنامه و جامعه آماری تحقیق جوانان ۱۸ تا ۳۵ سالهٔ جامعهٔ شهری ایران بوده است. از تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده مشخص شد که در بازهٔ سنی مورد مطالعه، نمودهای جنسیتی «مردانه» با سهولت بیشتری توسط زنان اتخاذ می‌شوند، درحالی‌که نمودهای جنسیتی «زنانه» در پوشاک روزمره محدودیت‌هایی به‌وجود می‌آورند؛ همچنین پژوهش نشان داد که با حذف تلقی‌های زنانه از لباس که شامل عناصری مثل رنگ، نقش، تزئینات، عناصر زیبایی‌شناسانهٔ غیرکاربردی، بدن‌نمایی و هرگونه تداعی‌های حسّی زنانهٔ مفروض می‌شوند، می‌توان لباسی تاحدممکن عاری از تلقی‌های جنسیتی داشت که از نگاه جامعهٔ مصرف‌کنندهٔ مورد مطالعه مطلوب‌تر به‌نظر می‌رسد.

واژه‌های کلیدی: ایران، جامعه شهری، هنجارهای جسیتی، لباس روزمره

استناد: ذالکیان، محدثه؛ محمدی، منظر؛ حاجیانی، فریده (۱۴۰۵). تأثیر هنجارهای جنسیتی جامعهٔ شهری ایران بر نمودهای جنسیتی پوشاک روزمره (مطالعهٔ موردی: جوانان ۱۸-۳۵ ساله). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۳)، ۷۱- ۸۷.

* **نویسنده مسئول:** محدثه ذالکیان

نشانی: گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران

پست الکترونیکی: afrazalekian@gmail.com

تأثیر هنجارهای جنسیتی جامعهٔ شهری ایران بر نمودهای جنسیتی پوشاک روزمره (مطالعهٔ موردی: جوانان ۱۸–۳۵ ساله)

۱- مقدمه و بیان مسئله

شماری از نظریه‌پردازان معاصر اعتقاد دارند که خصوصیات اخلاقی و رفتاری که به زنان و مردان نسبت داده می‌شود، ارتباط طبیعی با تفاوت‌های جسمانی آن‌ها ندارد بلکه به مرور زمان و از طرف جامعه به آن‌ها القا می‌شود و رفتارهای فردی و اجتماعی آن‌ها را شکل می‌دهد (لوبرتون، ۱۳۹۸: ۹۷–۹۸). در تاریخ پوشاک اغلب نقاط جهان، تا پیش از دوران صنعتی‌سازی، لباس‌های زنان و مردان تفاوت‌های اندکی با هم داشتند و نظام تمایزگذاری در پوشاک بیش از آن‌که جنسیتی باشد طبقاتی بود. اما با وقوع انقلاب صنعتی و تحولات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی متأثر از آن، تحولات چشمگیری در تصورات نسبت به بدن و ویژگی‌های روانی زن و مرد پدید آمد و مسیر مُد مردان و زنان نیز از هم جدا شد (وینکن، ۲۰۰۵: ۳–۵). نگاه اجتماعی به مقولهٔ جنسیت بر مُد تأثیرگذار بود و به مرور زمان مُد نیز تأثیرات بالقوه‌ای بر تفکیک انگاره‌های جنسیتی گذاشت و این دو یکدیگر را تشدید کردند. در سدهٔ بیستم، هنجارهای جنسیتی در پوشاک مدام مرزهای خود را تعریف و بازتعریف کردند و جنبش‌های خرده‌فرهنگی بسیاری در راستای واسازی این چارچوب‌های جنسیتی به پا خواستند (استیل، ۱۹۹۷: ۷۹–۸۵). به تدریج گرایش‌های جدیدی در پوشاک شکل گرفت که مرزهای جنسیتی را در هم می‌شکست و از اواخر دههٔ ۱۹۶۰، این گرایش‌ها تحت عنوان پوشاک بی‌جنسیت شناخته شد که انگاره‌ای خنثی از جنسیت‌ها می‌سازد. زیر پا گذاشتن قواعد جنسیتی نشان‌دهندهٔ عدم تمایل به حفظ انگاره‌های سنتی مردانه و زنانه به‌عنوان تعاریف ساختارمند دوگانه بوده که طی چند دههٔ گذشته تقویت شده است. هالبرستام استدلال می‌کند که «جنسیت نباید به قالب الگویی دوتایی محدود شود بلکه باید به‌عنوان یک پیوستار، از زنانگی تا مردانگی، فراتر از خودِ بدن و با نظر به نژاد، قومیت، طبقه و ملیت سنجیده شود» (هالبرستام، ۲۰۱۸: ۲۵).

سبک پوششی بی‌جنسیت چند سالی است که در ایران نیز عمومیت یافته و خصوصاً در شیوه‌های پوشاک روزمرهٔ گروه‌های جوان و نوجوان محبوبیت پیدا کرده است (حق‌بین و منفرد، ۱۴۰۱). لباس روزمره از پرکاربردترین انواع پوشش در دورهٔ معاصر است که در انواع فضاهای عمومی، نیمه‌عمومی و خصوصی قابل استفاده است و افراد می‌توانند از آن برای فعالیت‌های روزمرهٔ مختلف استفاده کنند. لباس‌های روزمره در سال‌های اخیر در جوامع مختلف بیش از سایر شیوه‌های پوشاکی به بی‌جنسیتی گرایش پیدا کرده‌اند. هنجارهای جنسیتیِ پوشاک به آداب و بایدها و نبایدهای رسمی و و عرفی در مورد شیوه‌های پوششی و ظاهرآرایی مردم با جنسیت‌ها یا گرایش‌های جنسی مختلف وابسته است که از سوی عموم مردم یک جامعه پذیرفته و نهادینه شده است. این هنجارها متأثر از ساختارهای اجتماعی و فرهنگی، مد غالب دوران و روح زمانه هستند، از این رو به‌طور مداوم تغییر می‌کنند و بر شیوه‌های پوششی و فکری مردم به‌صورت متقابل اثر می‌گذارند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۳۵). با در نظر گرفتن این‌که هنجارهای جنسیتی نمودهای فرهنگیِ زمان‌مند و زمینه‌مندِ همواره در تغییرند، پژوهش حاضر با هدف قرار دادن زنان و مردان ۱۸–۳۵ سالهٔ ایرانی و طراحی پرسشنامه‌ای متشکل از انواع متغیرهای پوششی با عناصر جنسیتی مفروض، نسبت به شناسایی نمودهای جنسیتی پوشاک روزمره اقدام کرده است. در این پژوهش تلاش شده با مطالعه در مورد نمودهای پوشاکی که به‌طور عموم جنسیت‌مدار یا بی‌جنسیت قلمداد می‌شوند، نشان داده شود چه عواملی سبب جنسیت‌مداری لباس از نظر بیننده می‌شود. می‌توان از نتایج این پژوهش جهت سامان‌دهی گرایش مذکور در پوشاک معاصر ایران بهره برد. این سبک پوششی می‌تواند به‌عنوان گرایشی جدید، معتدل، مناسب و کاربردی در شیوه‌های پوشاک ایرانی تقویت شود.

۲- پیشینهٔ پژوهش

۲-۱: پیشینهٔ تجربی

آغاز گرایش مد بی‌جنسیت را به اواخر دههٔ شصت م. در غرب نسبت می‌دهند. از آن زمان، در کشورهای مختلف مطالعات زیادی در مورد جنسیت و پوشاک با رویکردهای مطالعاتی متفاوتی انجام شده است. در میان مطالعات انجام شده، شی چن (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «تیپ آندروژنی در مُد»، با بررسی ریشه‌های سبک آندروژنی، اهمیت و دلایل محبوبیت این نوع پوشش را از گذشته تا امروز بررسی می‌کند و به این نتیجه می‌رسد که با وجود تمامی تغییراتی که طی زمان بر شیوهٔ پوششی آندروژنی اثر گذاشته است این سبک از گذشته تا به امروز همواره محبوب‌تر شده، مرزهای جنسیتی را در پوشاک کمرنگ‌تر کرده و به بخش مهمی از مد معاصر بدل گشته است. زوئی آروانیتیدو (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان «ساخت جنسیت از طریق مُد و پوشاک»، ساختارهای مردانه و زنانه در پوشاک را با رویکردی تاریخی–اجتماعی مورد واکاوی قرار می‌دهد و نشان می‌دهد که انگاره‌های جنسیتی برساخته‌های اجتماعی‌اند و تنها تحت تأثیر جنس بیولوژیک قرار ندارند. این پژوهش، با مرور تأثیر سبک‌های پوشاکی خرده‌فرهنگ‌های جوانان در سدهٔ بیستم، لباس و مد را از عوامل اساسی اجتماعی–فرهنگی معرفی می‌کند که بر تعریف عمومی از جنسیت تأثیر می‌گذارند. سونیتا واسان و همکاران (۲۰۱۷)، در مقالهٔ «مطالعه‌ای بر برداشت طراحان لباس از پوشاک

بی‌جنسیت»، با روش تحلیل کمی، تمایل طراحان لباس هندی به استفاده از پوشاک بی‌جنسیت را مورد مطالعه قرار می‌دهند و به این نتیجه می‌رسند که برداشت طراحان از لباس بی‌جنسیت معطوف به زیبایی‌شناسی، نگرش، راحتی، سازگاری، سهولت استفاده، محیط زیست، قصد خرید و مفید بودن است. ناتالی ویکتوریا آریدا (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان *سراسر ابهام است: مطالعه در باب مُدهای جنسیت‌مدار*، بیان‌های جنسیتی سیال، خنثی و آندروژنی در مُد را، در روند تاریخی و در دوران معاصر، مطالعه می‌کند و نتیجه می‌گیرد که امروزه، با افزایش پذیرش جوامع نسبت به بیان‌های جنسیتی مختلف در مد، مردم احساس امنیت بیشتری در بیان فردیت خود از طریق سبک لباس پوشیدن می‌کنند، بدون آن‌که مورد قضاوت جامعه قرار گیرند؛ او پیش‌بینی می‌کند که مد آینده بیش از پیش به سمت لباس‌های بی‌جنسیت می‌رود. بنیلده ریس و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «مسائل لباس بی‌جنسیت در مُد» به این مسئله می پردازد که آیا مُد بی‌جنسیت یک پارادایم است یا یک گرایش. از این رو به تجزیه و تحلیل لباس بی‌جنسیت از رویکردهای مختلف جامعه‌شناختی، زیبایی‌شناختی و بازاریابی می‌پردازد و عوامل تاریخی-اجتماعی، اجتماعی-اقتصادی، فرهنگی و چگونگی تناسب لباس‌های بی‌جنسیت در فضای بازار معاصر را مورد مطالعه قرار می‌دهد. عِمران فیضیاب جاتوی (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان *رویکردهای معاصر به سیالیت جنسیتی در پوشاک و مد معاصر*، به‌طور مبسوط مقولات آندروژنی و دگرجنس‌پوشی در پوشاک را مطالعه می‌کند و چگونگی ساخت هویت و نحوهٔ ایفاگری آن را، در افرادی که نمودهای سیال جنسیتی در پوشاک دارند تحلیل می‌کند. جیمی لُوور (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان *استایل سخن می‌گوید: قضاوت‌ها دربارهٔ لباس، کلیشه‌های جنسیتی و نفی هنجارهای پوشاکی زنان شاغل*، با فرض اینکه ظاهر فیزیکی و لباس به‌عنوان یک ابزار ارتباطیِ بدون کلامِ قدرتمند، نقش برجسته‌ای در شکل‌گیری قضاوت‌های اولیه از هر فرد دارد، به بررسی کمی تاثیر سبک‌های مختلف لباس پوشیدنِ زنان در قضاوت‌های اولیه درباره آن‌ها در محیط کار می‌پردازد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که زنان با لباس‌هایی به مدل‌های مفروض زنانه، در رابطه با متغیرهای تسلط، تجربه و تخصص کاری امتیاز کمتری دریافت کنند و از طرف دیگر، با لباس‌هایی با فرم‌های مفروض مردانه، در رابطه با متغیرهای مهربانی و رفتار دوستانه رتبهٔ کمتری را به خود اختصاص می‌دهند. اُرور باردی و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی جنسیت سوم در مُد: از رفتار مصرف‌کنندگان تا رویکرد طراحان به لباس بی‌جنسیت» ، به ارزیابی کارکردهای روان‌شناختی لباس‌های تک‌جنسیتی در دو بخش می‌پردازد که اول، مطالعهٔ رویکرد طراحان مد به لباس‌های بی‌جنسیت و دیدگاه آنها در مورد مصرف‌کنندگان این نوع لباس‌ها است و مطالعهٔ دوم ارزیابی ادراک و تمایل مصرف‌کنندگان به پوشیدن لباس‌های بی‌جنسیت است و تفاوت میان دیدگاه‌های این دو گروه را نشان می‌دهد تا دید عمومی نسبت به نحوهٔ طراحی و بازاریابی لباس‌های بی‌جنسیت را بازتر کند.

به دلیل آن که بحث هنجارهای جنسیتی در پوشاک با ساختارهای اجتماعی هر فرهنگ ارتباط تنگاتنگی دارد، جزئیات مورد بحث در هر ساختار فرهنگی متفاوت می‌شود و نیازمند پژوهشی مستقل برای هر منطقه است. از آن‌جا که پوشش بی‌جنسیت سبکی تازه در شیوهٔ پوشاک جوانان در ایران است، مطالعات معدودی در مورد آن انجام شده است. از این بین پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد فاطمه باقری (۱۳۹۸) با روش پژوهش توصیفی-پیمایشی و تحلیل پرسشنامه با هدف پیشگیری از قضاوت‌های هویتی و جنسیتی انجام شده و به این نتیجه رسیده که نمایش مقولهٔ فردیت نسبت به جنسیت در پوشاک برای افراد اهمیت بالاتری دارد و همچنین جوانان بین ۱۸ تا ۲۵ ساله را طرفداران اصلی پوشاک بی‌جنسیت در تهران دانسته است. در این تحقیق به اقلام و جزئیات پوششی در این گرایش اشاره‌ای نشده است. علاوه بر آن، فاطمه احدی (۱۴۰۰) در پژوهش خود با بهره‌گیری از پرسشنامه و مصاحبه به این نتیجه می‌رسد که جنسیت‌گرایی رابطهٔ معناداری با الحاق هویت جنسیتی به لباس‌ها و جداسازی لباس‌ها بر اساس هویت جنسی دارد همچنین تغییرات روند مُد و دیدگاه شرکت‌کنندگان نسبت به نحوهٔ بروز هویت جنسیتی در افراد می‌تواند از علل شکل‌گیری تغییرات در رمزگان جنسیتی لباس‌ها باشد. با فرض لزوم شناخت بیشتر معیارهای فرهنگی در شیوه‌های پوشاک، پژوهش حاضر هنجارهای جنسیتی را بین جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله در شهرهای ایران مورد مطالعه قرار داده است. این پژوهش می‌تواند مدخلی برای تحقیقات دیگر در حوزهٔ جنسیت‌مداری و بی‌جنسیت‌گرایی در پوشاک و گرایش‌های مختلف آن در ایران باشد.

۲-۲: ملاحظات نظری

- جنس و جنسیت

برای بحث دربارهٔ هنجارهای جنسیتی ابتدا باید تمایز مهم میان دو اصطلاح «جنس»[1] و «جنسیت»[2] را در نظر گرفت. نظریه‌پردازان به‌طورکلی از اصطلاح «جنس» برای اشاره به آن دسته تفاوت‌های کالبدی و فیزیولوژیک استفاده می‌کنند که بدن زن و مرد را تعریف و

[1] sex
[2] gender

مشخص می‌کنند و در مقابل اصطلاح «جنسیت» را به تفاوت‌های روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی مؤنث‌ها و مذکرها و افکار و مفاهیمی دربارهٔ مردانگی و زنانگی که برساخته‌های اجتماعی‌اند و ضرورتاً محصول مستقیم جنس زیست‌شناختی فرد نیستند، اطلاق می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۵۶). با آگاهی بر این مقدمه می‌توان تغییر نگرش‌ها نسبت به مسألهٔ جنسیت در پوشاک را در بافتار جامعه بهتر درک کرد و شکل‌گیری هویت جنسیتی را متأثر از عوامل زمینه‌ای دانست.

- لباس بی‌جنسیت



تصویر ۱: لباس‌های روزمره بدون جنسیت برند لیوایز، ۲۰۲۲: (URL1)

اصطلاح لباس «بی‌جنسیت»[1] که در اواخر دههٔ شصت م. ابداع شد، به گونه‌ای از پوشاک گفته می‌شود که دلالت بر جنسیت مشخصی ندارد و می‌تواند توسط زنان، مردان و دگرباش‌ها مورد استفاده قرار گیرد. این نوع لباس تمایزات جنسیتی را پنهان می‌کند و جلوه‌ای برابر از همه به نمایش می‌گذارد. گرایش لباس بی‌جنسیت در نظام مُد معاصر، به دنبال رهایی از قیدوبندهای جنسیتی و همچنین انکار سلسله‌مراتب سنتی در شیوه‌های لباس پوشیدن است. تاریخچهٔ شکل‌گیری پوشاک بی‌جنسیت در ارتباط با جنبش‌های برابری جنسیتی و حقوق شهروندی بوده است. این تحولات تاریخی هم توسط زنان و هم مردان رقم خورد، به این ترتیب که پوشاک زنان به سمت جنبه‌های کاربردی پوشاک مردانه گرایش پیدا کرد و در مقابل پوشاک مردان به تنوع بصری و فرمی پوشاک زنانه سوق پیدا کرد. به تدریج در قرن بیستم، با فروپاشی نظام‌های فرهنگی سنتی، مردم گهگاه دست به انکار تفاوت‌های جنسیتی می‌زدند؛ «تنوع فرهنگی معاصر و گسست ایده‌های موجود در مورد جنسیت، نژاد و تمایلات جنسی منجر به سردرگمی پیرامون تعاریف هویت شد. برخی از خرده‌فرهنگ‌های جوانانه، مانند هیپی‌ها در دههٔ شصت و رِیورها[2] در دههٔ هشتاد و نود، لباس‌های بی‌جنسیت را پذیرفتند که حاکی از آشتی و برابری بین گروه‌های مختلف بود» (آرنولد، ۲۰۰۱: ۱۱۸-۱۱۹). این رویکردها در لباس از نیمهٔ دوم قرن بیستم صورت مشخص و تعریف‌شده‌ای پیدا کردند. از آن‌جا که تعریف جنسیت تا حد زیادی مربوط به فرهنگ و شرایط جوامع است، به‌نظر می‌رسد که در اساس تمامی لباس‌ها بی‌جنسیتند و در واقع هنجارهای هر فرهنگ است که صفات جنسیتی خاصی به اقلام پوشاک نسبت می‌دهد و با برچسب زدن مداوم این صفات به آن‌ها، پیش‌فرض‌هایی را نسبت به هر شکل لباس ایجاد و تقویت می‌کند (برادی و همکاران، ۲۰۲۰: ۲). اما لباس‌های بی‌جنسیت به‌طور عمومی، معمولاً آن شکل لباس‌هایی هستند که انگارهٔ جنسیتی خاصی را تداعی نمی‌کنند.

فرم بدن یکی از چالش‌های اصلی در طراحی و تولید لباس‌های بی‌جنسیت است، چراکه فیزیک بدنی زنان و مردان به‌طور مشخص متفاوت است و غالباً لباس برای آن‌ها در دو دستهٔ مشخص و چند گروه سایزی تولید می‌شود. «لباس‌های بی‌جنسیت معمولاً لباس‌هایی با فرم آزادند زیرا باید هم با چهارچوب بدنی مردانه و هم زنانه مطابقت داشته باشند» (همان، ۳). اما صرف‌نظر از فیزیک بدن، تغییر در نگرش‌های فرهنگی در رواج لباس بی‌جنسیت در سراسر دنیا مؤثر بوده است. «امروزه تعاریف جنسیت مرزبندی‌های مبهم‌تری پیدا کرده که بیانگر عدم قطعیت فرهنگی در رابطه با مفاهیم مردانگی و زنانگی بوده است. از عوامل اساسی اجتماعی-فرهنگی که جنسیت را مجسم می‌کند، لباس پوشیدن است» (آرونیتدو، ۲۰۱۳: ۱۱۱). فرهنگ و عرف در مورد تمایزات جنسیتی در کشورهای مختلف تفاوت‌های بارزی دارند اما گرایش لباس‌های بی‌جنسیت را امروزه می‌توان در محصولات بسیاری از برندهای تولید انبوه جهانی مانند زارا[3]، اچ‌اندام[4]، یونیکلو[5]، گپ[6]، لیوایز[7] و غیره دید که برای گسترش جمعیت مخاطب خود در سراسر جهان به طراحی و تولید این سبک پوششی روی آورده‌اند؛ همچنین، گرایشات مُد بسیاری از کشورها از جمله کرهٔ جنوبی و ژاپن نیز هر یک به نحوی به بی‌جنسیتی گرایش پیدا کرده‌اند که از جانب عموم مصرف‌کنندگان پذیرفته شده است.

- لباس آندروژنی

[1] unisex
[2] Ravers
[3] Zara
[4] H&M
[5] Uniqlo
[6] Gap
[7] Levi's

«آندروژنی»[1] از واژه‌ای یونانی به معنای «مرد و زن» گرفته شده و برای ترکیب صفات مردانه و زنانه به‌کار می‌رود. از این جهت نباید آن را با مفهوم «بی‌جنسیت» اشتباه گرفت که فقدان صفات مردانه و زنانه است. برعکسِ «بی‌جنسیت»، به معنای نه مردانه و نه زنانه، «آندروژنی» به معنای هم مردانه و هم زنانه است که با ترکیب اقلام پوششی مردانه و زنانه در پوشاک نمود پیدا می‌کند (ریلی، ۲۰۲۱: ۶). مثلاً منسوجات فرضاً «زنانه» مثل تور را می‌توان با منسوجاتی مانند چرم که تداعی‌های نسبتاً مردانه‌تری دارند ترکیب کرد، یا کتی مردانه را با دامنی بلند پوشید و تیپی آندروژن ایجاد کرد. یا به‌طور مثال، مردی با ویژگی‌های صورت مردانه اگر موهای بلند داشته باشد، یا زنی با خطوط چهرهٔ ظریف با موهای خیلی کوتاه، ظاهری آندروژن پیدا می‌کنند. آندروژنی به دنبال ادغام مظاهر مردانه و زنانه در یک بدن است؛ «در قرن حاضر، سبک‌های آندروژنی... از تلاقی بین جنسیت‌ها و گسترهٔ هویت‌های اجتماعی متفاوت برای بیان معانی و تجلیات متکثر نشأت می‌گیرند. به‌جای داشتن درکی جهانشمول از جنسیت، زیبایی‌شناسی پوشندگان لباس در شبکهٔ پیچیده‌ای از هویت‌های ترکیبی قرار می‌گیرد که تجسم تجربیات آن‌هاست» (همان، ۹۰).



تصویر ۲: زندیا (Zendaya) در لباسی آندروژنی از برند «ولنتینو» (Valentino) در میهمانی بعد از مراسم اسکار سال ۲۰۲۲ (URL2)

-دگرجنس‌پوشی

اصطلاح دگرجنس‌پوشی[2] به‌طورکلی به پوشیدن لباسِ جنسِ مقابل اطلاق می‌شود. دگرجنس‌پوشی می‌تواند به دلایل مختلفی از جمله محدودیت‌های مذهبی، دلایل آیینی، ساختارشکنی و غیره رخ دهد. این مقوله در تاریخ به وفور یافت می‌شود؛ برای مثال در غرب، شرق دور و جوامع اسلامی، تا پیش از دوران مدرن، به دلیل محدودیت‌های نقش زنان در جامعه در اجراهای نمایشی از مردان دگرجنس‌پوش استفاده می‌شد. امروزه نیز، به بیان تیموتی مورفی، گاه مردان استفاده از لباس‌های جنس دیگر را راهی برای رهایی از کلیشه‌های سختگیرانهٔ فرهنگی در باب نقش‌های مردانه می‌بینند و با ظاهری زنانه یا جلوه‌ای مرکب از مردانگی و زنانگی احساسات خود را بروز می‌دهند (مورفی، ۲۰۰۰: ۵۹۴). در رابطه با زنان، از زمان مدرن شدن و آزادی روزافزون قواعد پوشاک‌شان در اوایل قرن بیستم، تقلید از پوشاک مردانه همواره وجود داشته است؛ به‌عبارتی برای زنان، دگرجنس‌پوشی به‌صورتی که در بین مردان نمود پیدا می‌کند، تقریباً وجود ندارد (استیل، ۲۰۰۵: ۳۲۴). بنابراین در عصر حاضر، رمزگان‌های پوشاک زنانه که بسیار متنوع‌تر از پوشاک مردانه‌اند، انواع سبک‌های پوششی مردانه را هم شامل می‌شوند و دگرجنس‌پوشی زنان کم‌تر از مردان جلب توجه می‌کند.

- لباس روزمره

لباس روزمره یا راحتی (لِژر وِر)[3] به لباسی غیررسمی اطلاق می‌شود که برای استفادهٔ روزمره کاربرد دارد. این واژه با اصطلاح لباس کژوال[4] نیز در زبان تخصصی مُد همپوشانی دارد. ریشه‌های شکل‌گیری لباس روزمره به دههٔ ۱۹۲۰ م. باز می‌گردد. در سال‌های جنگ جهانی اول «استفاده از پارچه‌های راحت و بادوامی مثل ژرسه توسط طراحانی مثل کوکو شنل[5] برای تولید کت‌های زنانه و پلوورهای گشاد و آزاد که از ژاکت‌های ماهیگیران و بازیکنان پولو تأثیر گرفته بود، تیپ‌های کاربردی و در عین حال برازنده‌ای ایجاد می‌کرد که زنان با پوشیدن آن احساس راحتی می‌کردند. ژان پتو[6] نیز در همان دهه‌های بیست و سی، از پارچه‌های بافت حلقوی برای تولید لباس‌های روزمره مثل پلوورهای یقه‌هفت، ژاکت و لباس ورزشی استفاده می‌کرد که در اروپا و آمریکا به‌شدت محبوب و به سرعت تولید انبوه شد» (پالمر، ۲۰۱۷: ۲۴). از

[1] Androgyny
[2] Cross-dressing
[3] leisure wear
[4] casual
[5] Gabrielle Coco Chanel
[6] Jean Patou



تصویر ۳: لباس‌های روزمره برند زارا، ۲۰۲۲: (URL3)

پیشگامان عرصهٔ پوشاک حاضرآمادهٔ روزمره در دههٔ چهل م.، طراح امریکایی، کلر مک کاردل[1] بود؛ «او لباس‌های راحتی طراحی می‌کرد که مناسب سبک زندگی آمریکایی بود. با ابداعات او، استفاده از پارچه‌های راحت و کاربردی مثل کتان، دنیم، کرپ و ژرسه برای لباس‌های روزمره باب شد و او به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین طراحان لباس روزمرهٔ آمریکایی شناخته شد» (انگلیس، ۲۰۱۳: ۶۸). » این روند ادامه یافت و در دهه‌های شصت و هفتاد م.، با رشد جمعیت جوان و توسعهٔ فناوری‌های الیاف مصنوعی به اوج خود رسید. «امیلیو پوچی[2]، طراح ایتالیایی، از کسانی بود که در این دوره لباس‌های روزمره و چندکاره، با بالاتنه‌های کشسان لطیف طراحی می‌کرد که امضای سبک او شدند. گرایش پرطرفدار پوشاک راحتی پس از این دو دهه حتی برندهای تولیدکنندهٔ لباسِ کار، مثل پندلتون[3] و لوی و شرکا[4] را به خط تولید مُدِ روزِ لباس راحتی با پارچه‌های دِنیم و نخی، هم برای مردان و هم زنان سوق داد» (پالمر، ۲۰۱۷: ۳۰). در واقع محبوبیت عام لباس راحتی روزمره، حتی قبل از شکل‌گیری جنبش‌های پوشاک بی‌جنسیت، گرایش به بی‌جنسیتی را در لباس باب کرده بود و به‌واسطهٔ کاربردی بودن، همواره محبوبیت خود را حفظ کرده و تبدیل به خط تولید پرفروش بسیاری از تولیدکنندگان شد. این شیوهٔ پوشاکی از نیمهٔ دوم سدهٔ بیستم تا دورهٔ معاصر سیطرهٔ خود را در جهان پوشاک گسترش داده است و در حال حاضر برندهای جهانی بسیاری منحصراً در این حوزه کار می‌کنند.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر با روشی توصیفی-تحلیلی انجام شده و برای گردآوری اطلاعات مد نظر از دو شیوه اسنادی مبتنی بر فیش‌برداری و همچنین روش میدانی استفاده شده است. این پژوهش بر اساس معیار هدف در گروه پژوهش‌های کاربردی است چراکه می‌توان از نتایج آن جهت سامان‌دهی گرایش لباس بی‌جنسیت روزمره در پوشاک معاصر ایران بهره برد. تحقیق پیش‌رو با رویکردی کمّی، در مقطع زمانی مشخص (سال ۱۴۰۲) پیاده‌سازی شده که چیستی اقلام پوششی جنسیت‌مدار و بی‌جنسیت مشخص گردد. از آنجا که سنجش نمودهای جنسیت‌مدار و بی‌جنسیتِ پذیرفته‌شده از نگاه جامعه مستلزم به پرسش گذاشتن اقلام و عناصر مختلف لباس است، تا مواردی که به‌طور بارز تصویر جنسیت خاصی را تداعی می‌کنند شناسایی شوند، در این تحقیق، از ابزار پرسشنامه‌ای تصویری به روش پیمایشی استفاده شده است. جهت بررسی اعتبار محتوای پرسشنامه از روش نظرسنجی از اساتید و متخصصان این حوزه استفاده شده است. پرسشنامهٔ این تحقیق، شامل دو بخش، بخش اول مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی و بخش دوم دربرگیرندهٔ ۸۶ سؤال مبتنی بر متغیرهای پوششی متنوعی در فرم، رنگ، جنس پارچه، ساختار و تزئینات لباس است که تعابیر جنسیتی مختلفی برمی‌انگیزند. جامعهٔ موردِ تحقیق این پژوهش، زنان و مردان بین ۱۸ تا ۳۵ سال در جامعهٔ شهری ایران هستند و روش نمونه‌گیری به‌صورت «احتمالی طبقه‌بندی شده» بوده است. در انتخاب این جامعهٔ آماری، فرض بر این بوده است که افراد زیر ۱۸ سال در شیوه‌های پوششی تجربه‌گراترند و غالباً به ثبات نرسیده‌اند و همچنین افراد بالای ۳۵ سال کم‌تر به شیوه‌های پوشاک غیرعرف گرایش پیدا می‌کنند. محدودهٔ مکانی پژوهش، جامعهٔ شهری در نظر گرفته شده است که شامل ساکنین مراکز استان‌ها و شهرک‌های نزدیک به آن‌ها و همچنین شهرهای کوچک می‌شود، زیرا تحقیق حاضر به دنبال دستیابی به دیدگاه مردم شهرنشین ایران نسبت به این موضوع بوده است که کم‌تر عناصر پوشاک قومی را در لباس خود بازتاب می‌دهند. تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان ۴۱۰ نفر در نظرگرفته شد. در مرحلهٔ بعد، از داده‌های گردآوری‌شده در تحلیل هنجارهای جنسیتی پوششی در ایران، استفاده شد.

[1] Claire McCardell
[2] Emilio Pucci
[3] Pendleton Woolen Mills
[4] Levi Strauss & Co.

٤- تحلیل یافته‌ها

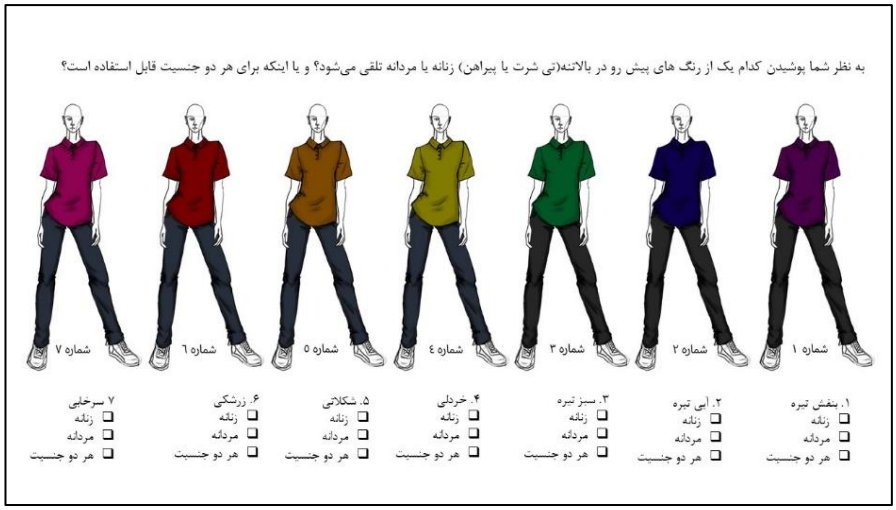
طبق نتایج، از میان ۴۱۰ نفر پاسخگو، ۷۵.۱۵٪ زن، ۲۴.۳۹٪ مرد و ۱.۴۶٪ دگرباش بودند. از لحاظ بازهٔ سنی، ۲۶.۱۰٪ پاسخ‌دهندگان بین ۱۸-۲۲ سال (گروه سنی جوان‌تر)، ۴۸.۰۵٪ بین ۲۳-۳۰ سال (گروه سنی جوان زیر۳۰) و ۲۵.۸۶٪ بین ۳۱-۳۵ سال (گروه سنی جوان بالای۳۰) بودند؛ به‌عبارتی بیشتر پاسخ‌دهندگان از گروه سنی جوانِ زیر ۳۰ سال بودند. در خصوص محدودهٔ زندگی افراد، ۶۳.۱۷٪ ساکن مرکز استان، ۲۴.۸۸٪ ساکن شهرک‌های نزدیک به مرکز استان و ۱۱.۹۵٪ ساکن شهرستان‌های کوچک بودند؛ در نتیجه بیشتر پاسخ‌دهندگان ساکن مراکز استان‌ها بودند. در رابطه با تحصیلات شرکت‌کنندگان، ۴.۶۳٪ زیر دیپلم، ۱۱.۷۱٪ دیپلم، ۶.۳۴٪ کاردانی، ۴۷.۵۶٪ کارشناسی، ۲۵.۶۱٪ کارشناسی ارشد و ۴.۱۵٪ در مقطع دکترا بودند که نشان می‌دهد بیشتر پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی بودند. در رابطه با وضعیت اشتغال نیز، طبق پاسخ‌ها مشخص شد که ۶۳.۱۷٪ شرکت‌کنندگان شاغل و ۳۶.۸۳٪ آن‌ها غیرشاغل بودند.

٤-۱- متغیرهای پوششی در پرسشنامهٔ تصویری

در پرسشنامه، هر یک از متغیرهای مختلف پوششی، با تعدادی سؤال فرعی، به کمک تصویر به پرسش گذاشته شد. از پاسخ‌دهندگان سؤال شد که هر یک از متغیرها از نظرشان «زنانه» یا «مردانه» یا مناسب برای «هر دو جنسیت» هستند. ملاک بررسی انتخاب گزینهٔ «هر دو جنسیت» بوده است؛ در این‌جا برای هر متغیر یک صفحه از پرسشنامهٔ تصویری جهت نمونه نشان داده شده است.

٤-۱-۱متغیر رنگ در لباس

متغیر اول به رنگ پوشاک اختصاص داشت. تداعی جنسیتی رنگ‌ها در پوشاک به فرم و اقلام پوششی نیز بستگی دارد؛ به همین علت در طراحی پرسشنامه رنگ‌ها در دو بخشِ بالاتنه و پایین‌تنه به تفکیک قرار گرفتند. همچنین درجات مختلف از یک رنگ ممکن است نِمود جنسیتی متفاوتی پیدا کند، مثل تفاوت تینت رنگ (فام+سفید)[1] با شِید رنگ (فام+سیاه)[2] که نمونه‌اش تفاوت صورتی و زرشکی است. در طراحی پرسشنامه تعدادی رنگ در گروه‌های تینت، شید و متالیک، به تفکیک در بالاتنه و پایین‌تنه مورد پرسش قرار گرفتند.



تصویر ۴: سنجش جنسیتی رنگ تیره در بالاتنه در پرسشنامه (نگارنده)

-**رنگِ بالاتنه:** رنگ‌های تیرهٔ مورد پرسش در بالاتنه یا همان شِیدهای رنگی، شامل هفت رنگ بودند. از مقایسهٔ داده‌های به‌دست آمده در جدول۱ می‌توان دریافت که رنگ‌های تیره در بالاتنه به دید اکثریت جامعهٔ مورد پژوهش، توسط هر دو جنسیت قابل استفاده‌اند و از میان رنگ‌های موجود، سبز تیره بیشترین انتخاب را در گزینهٔ «هر دو جنسیت» داشت. با توجه به این درصدها می‌توان گفت که این رنگ‌ها شاخص بی‌جنسیت دارند به استثنای رنگ سرخابی که ظاهراً حساسیت جنسیتی بیشتری برمی‌انگیزد. هفت رنگ روشن یا تینت‌های رنگیِ مورد پرسش برای بالاتنه به‌طورکلی در مقایسه با رنگ‌های تیره در گزینهٔ «هر دو جنسیت» درصد کم‌تری دریافت کردند. این موضوع نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان نسبت به رنگ‌های روشن محافظه‌کارتر هستند. اما در هر صورت گزینهٔ «هر دو جنسیت» در همهٔ موارد، درصد

[1] Tint: Hue+ White
[2] Shade: Hue+ black

نسبتاً بالایی را به خود اختصاص داده بود. در نتیجه رنگ‌های مورد پرسش در زمرهٔ بی‌جنسیت قرار می‌گیرند. از میان این رنگ‌ها، آبی روشن بیشترین و صورتی کمترین انتخاب را داشت.

-**رنگِ پایین‌تنه:** استفاده از رنگ‌ها در پایین‌تنه نسبت به بالاتنه نتایج متفاوتی را رقم زد. به‌طوری‌که بیشترین درصد انتخاب گزینه «هر دو جنسیت» مربوط به رنگ آبی تیره و کمترین مربوط به سرخابی با ۴۵.۳۷٪ بود. در نتیجه رنگ سرخابی در قسمت پایین‌تنه بی‌جنسیت تلقی نمی‌شود. انتخاب رنگ‌های روشن در پایین‌تنه حتی متفاوت‌تر بود. بین گزینه‌های انتخابی، قرمز روشن و صورتی زیر ۵۰ درصد قرار گرفته و اکثر پاسخ‌دهندگان بر این عقیده بودند که شلوارهای صورتی و قرمزِ روشن زنانه هستند. همچنین بنفش روشن و نارنجی نیز از رنگ‌هایی بودند که تلقی جنسیتی‌شان بین گزینهٔ زنانه و هر دو جنسیت تقریباً برابر بود. در این میان، آبی روشن با ۹۱.۲۲٪ بیشترین انتخاب رنگ برای گزینهٔ «هر دو جنسیت» را داشت.

- **رنگ‌های متالیک:** از رنگ‌های متالیک، سه رنگ مسی، نقره‌ای و طلایی، به تفکیک در بالاتنه و پایین‌تنه مورد پرسش قرار گرفتند. نتایج به‌دست آمده از جدول ۱ نشان می‌دهد، گزینهٔ بی‌جنسیت در نیمی از موارد بالای ۵۰٪ انتخاب بود. از آن‌جا که بیشترین انتخاب در هر دو قسمت، مربوط به رنگ نقره‌ای و کم‌ترین مربوط به رنگ طلایی است، می‌توان نتیجه گرفت از نگاه پاسخ‌دهندگان، طلایی نمود زنانه‌تری نسبت به نقره‌ای و مسی در لباس دارد.

جدول۱: آمار نمود جنسیتی متغیر رنگ لباس در بالاتنه و پایین‌تنه (نگارنده)

متغیر	بخش بدن	ترتیب / نوع رنگ	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
رنگ لباس	بالاتنه	رنگ‌های تیره	سبز تیره (۹۶.۸۳٪)	آبی تیره (۹۶.۴۱٪)	خردلی (۹۴.۶۳٪)	زرشکی (۹۳.۶۶٪)	بنفش تیره (۹۳.۴۱٪)	شکلاتی (۹۰.۷۳٪)	سرخابی (۷۳.۱۷٪)
		رنگ‌های روشن	آبی روشن (۹۵.۶۱٪)	سبز روشن (۹۲.۶۸٪)	لیمویی (۸۹.۷۶٪)	نارنجی (۸۶.۸۳٪)	بنفش روشن (۸۵.۳۷٪)	قرمز روشن (۸۳.۹۰٪)	صورتی (۷۴.۱۵٪)
	پائین‌تنه	رنگ‌های تیره	آبی تیره (۹۷.۰۷٪)	سبز تیره (۹۲.۶۸٪)	شکلاتی (۹۱.۲۲٪)	خردلی (۸۴.۸۸٪)	بنفش تیره (۷۳.۶۶٪)	زرشکی (۷۲.۴۴٪)	سرخابی (۴۵.۳۷٪)
		رنگ‌های روشن	آبی روشن (۹۱.۲۲٪)	سبز روشن (۷۰.۴۹٪)	لیمویی (۶۱.۷۱٪)	نارنجی (۵۵.۱۲٪)	بنفش روشن (۵۲.۶۸٪)	قرمز روشن (۴۶.۸۳٪)	صورتی (۳۹.۲۷٪)
	بالاتنه	متالیک	نقره‌ای (۸۵.۱۲٪)			مسی (۷۷.۵۶٪)		طلایی (۶۶.۸۳٪)	
	پائین‌تنه	متالیک	نقره‌ای (۷۲.۶۸٪)			مسی (۶۴.۱۵٪)		طلایی (۴۶.۸۳٪)	

عدد داخل پرانتز: (درصد انتخابی به‌عنوان بی‌جنسیت)

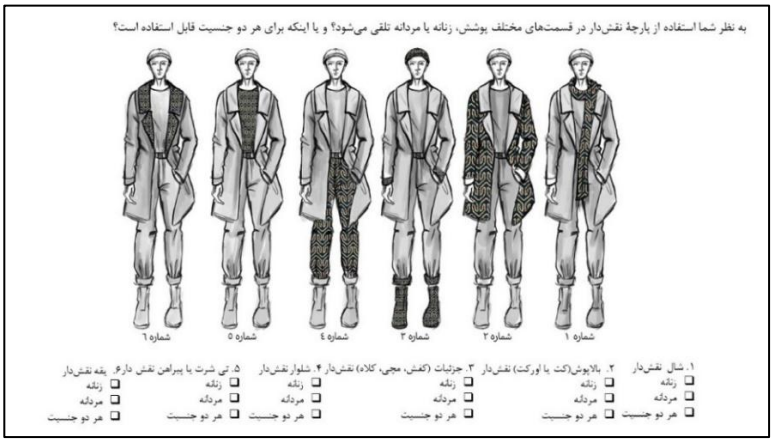
خانه‌های طوسی‌رنگ جدول نشان‌دهندهٔ درصد پایین‌تر از ۷۰ هستند و به‌عنوان گزینهٔ بدون‌جنسیت تلقی نمی‌شوند.

٤-۱-۲ متغیر ساختار لباس

تنگی و گشادی لباس در بالاتنه و پایین‌تنه در این متغیر به پرسش گذاشته شد. نتایج به‌دست آماده نشان داد که بیشترین انتخاب گزینهٔ هر دو جنسیت مربوط به بالاتنهٔ گشاد با ۹۶.۵۹٪ و پس از آن به ترتیب پایین‌تنهٔ گشاد ۹۲.۹۳٪، بالاتنهٔ تنگ ۸۲.۹۳٪ و پایین‌تنهٔ تنگ ۷۴.۶۳٪ بوده است. پس می‌توان گفت که لباس‌های گشاد هم در بالاتنه و هم پایین‌تنه، از نظر مخاطبان، نمود بدون‌جنسیت‌تری نسبت به لباس‌های تنگ داشته‌اند.



تصویر ۵: سنجش جنسیتی ساختار بالاتنه لباس در پرسشنامه (نگارنده)



تصویر ۶: سنجش جنسیتی تزئینات (بخش نقش پارچه) در پرسشنامه (نگارنده).

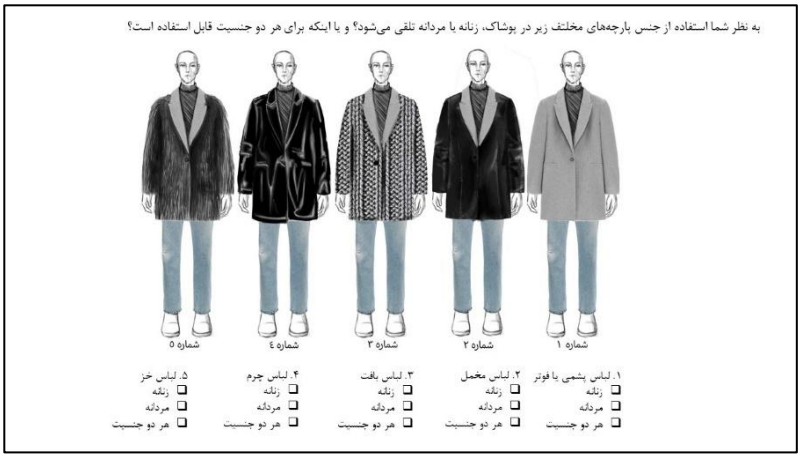
٤-۱-۳ متغیر تزئینات در لباس

گلدوزی، نقش پارچه، الحاقات: با به پرسش گذاشتن تصاویر گلدوزی در قسمت‌های مختلف لباس مشخص شد که میانگین انتخاب گزینهٔ «هر دو جنسیت» پایین بود (جدول ۲). از بین جواب‌ها، گلدوزی روی سینه با ۶۴.۸۸٪ بیشترین و گلدوزی روی شلوار با ۳۶.۸۳٪ کم‌ترین درصد را داشت. با توجه به پاسخ‌ها می‌توان دریافت که گلدوزی در قسمت سینه، جیب و یقه راحت‌تر می‌تواند نمود بی‌جنسیت پیدا کند اما در کل، آمار همگی موارد در انتخاب گزینهٔ هر دو جنسیت نسبتاً پایین بود. در مورد پارچه‌های نقش‌دار در لباس، تی‌شرت نقش‌دار با ۹۵.۳۷٪، بیشترین و شلوار نقش‌دار با ۷۱.۴۶٪ کمترین درصد را داشتند. اما با توجه به درصد بالا برای تمام گزینه‌ها، استفاده از پارچهٔ نقش‌دار در تمامی اقلام پوششی، برای هر دو جنسیت قابل‌قبول به‌نظر می‌رسد. در بخش الحاقات، زیپ با ۹۷.۵۶٪ بیشترین پاسخ را از شرکت‌کنندگان دریافت کرد. می‌توان دید که در مورد الحاقات، کمربند و ریش‌ریش در لباس بی‌جنسیت تلقی نشده‌اند.

جدول ۲: آمار نمود جنسیتی متغیر تزئینات لباس (نگارنده)

متغیر	نوع	۱	۲	۳	۴	۵	۶
تزئینات لباس	گلدوزی	سینه (۶۴.۸۸٪)	جیب (۵۸.۷۸٪)	یقه (۵۴.۸۸٪)	کمر (۵۲.۲۰٪)	شلوار (۳۶.۸۳٪)	–
	نقش پارچه	تی‌شرت (۹۵.۳۷٪)	یقه (۹۱.۴۶٪)	شال (۹۰.۷۳٪)	بالاپوش (۸۹.۰۹٪)	جزئیات (۸۶.۱۰٪)	شلوار (۷۱.۴۶٪)
	الحاقات	زیپ (۹۷.۵۶٪)	بند لباس (۸۸.۵۴٪)	خز یقه (۸۴.۱۵٪)	حلقه (۷۵.۸۵٪)	کمربند (۶۶.۵۹٪)	ریش‌ریش (۵۹.۷۶٪)

عدد داخل پرانتز: (درصد انتخابی به‌عنوان بی‌جنسیت)
خانه‌های طوسی‌رنگ جدول نشان‌دهندهٔ درصد پایین‌تر از ۷۰ هستند و به‌عنوان گزینهٔ بی‌جنسیت تلقی نمی‌شوند.



تصویر ۷: سنجش جنسیتی جنس پارچه در پرسشنامه (نگارنده).

٤-۱-٤ متغیر جنس پارچهٔ لباس

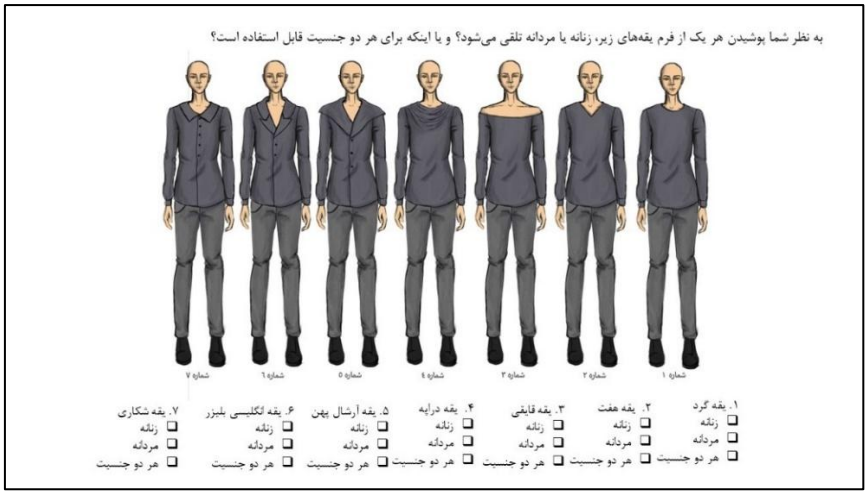
در این بخش پارچهٔ جین با ۹۹.۰۲٪ گزینهٔ هر دو جنسیت، بیشترین انتخاب را داشت و پس از آن به ترتیب برای چرم ۹۸.۵۴٪، بافت ۹۷.۳۲٪، پشمی ۹۵.۸۵٪، مخمل ۸۰.۲۴٪، پی‌وی‌سی ۷۶.۳۴٪، هولوگرام ۷۲.۶۸٪، خز ۶۹.۲۷٪، ساتن ۴۳.۹۰٪، لَمه ۳۳.۹۰٪، پولک‌دار ۲۶.۸۳٪ و حریر شفاف ۲۶.۱۰٪ گزینهٔ «هر دو جنسیت» انتخاب شد.

٤-۱-۵ متغیر فرم لباس

– **انواع یقه:** اطلاعات دریافتی در این بخش نشان داد که یقهٔ اسکی با ۹۸.۲۹٪ بیشترین انتخاب گزینهٔ هر دو جنسیت را داشته و پس از آن به ترتیب یقهٔ گرد ۹۷.۸۰٪، یقهٔ هفت ۹۲.۶۸٪، یقهٔ برگردان (شمیز) ۹۰.۲۴٪، یقهٔ انگلیسی بلیزر ۸۶.۵۹٪، یقهٔ شکاری ۷۵.۳۷٪، یقهٔ آرشال پهن ۷۲.۴۴٪، یقهٔ دراپه ۵۰.۹۸٪، یقهٔ چین‌دار ۳۸.۲۹٪، یقهٔ کراواتی ۳۷.۳۲٪ و در نهایت یقهٔ قایقی با ۱۷.۳۲٪ قرار گرفتند.

–**انواع روی‌هم‌گرد:** انواع روی‌هم‌گردهایی که در پرسشنامه لحاظ شدند، با درصد نسبتاً بالایی برای دو جنسیت مقبولیت داشتند. به این ترتیب که لباسِ یک‌ردیف‌دکمه با ۹۵.۱۲٪ بیشترین انتخاب را داشت و پس از آن به ترتیب، دوردیف‌دکمه ۹۰٪ و لبهٔ جلو تا خط پهلو ۷۱.۴۶٪ بود.

– **انواع آستین:** در این بخش، آستین راستا با ۹۵.۸۵٪ بیشترین درصد انتخابی گزینهٔ «هر دو جنسیت» بود و پس از آن به ترتیب آستین مچی‌دار ۷۷.۸۰٪، آستین سرخود ۷۶.۱۰٪، آستین چین‌دار ۲۲.۶۸٪ و آستین کلوش ۱۶.۵۱٪ قرار گرفتند.



تصویر ۸: سنجش جنسیتی فرم لباس در پرسشنامه (نگارنده)

٤-۲ تجزیه و تحلیل نمودهای جنسیت‌مدار و بی‌جنسیت در متغیرهای پوششی در ایران

٤-۲-۱ رنگ در لباس: چیدمان رنگی در یک تیپ پوشاکی از موارد بسیار مهم در القای پیش‌فرض‌های جنسیتی است. از تحلیل داده‌های به‌دست آمده در بخش قبل، می‌توان دریافت که حساسیت جنسیتی به رنگ لباس در جامعهٔ موردنظر پژوهش نسبتاً کم است اما به‌طورکلی این حساسیت نسبت به رنگ پوشاک مردانه همچنان بیشتر از پوشاک زنانه است و زنان از نظر جنسیتی محدودیت رنگی برای لباس قائل نیستند. رنگ از عناصری است که یک لباس را نظرگیر می‌کند و نظرگیری از مواردی است که برای بسیاری از افراد در پوشاک مردانه نامتعارف قلمداد می‌شود. با اینکه طبق داده‌های به‌دست آمده، در حال حاضر به‌نظر می‌رسد که قُبح نظرگیری در لباسِ مردان کم‌رنگ‌تر شده است، تأثیراتی از آن همچنان در نسل جوان ایرانی باقی است. در تفکیک رنگ‌ها به سه گروه تیره، روشن و متالیک در پرسشنامه، مشخص شد درصد انتخاب گزینهٔ «هر دو جنسیت» برای رنگ‌های تیره بیشتر از بقیهٔ گروه‌ها است و بعد از آن رنگ‌های روشن و متالیک قرار دارند. از رنگ‌های تیره، همهٔ رنگ‌ها قابلیت استفاده در پایین‌تنهٔ لباس هر دو جنسیت را دارند غیر از این‌که باید نسبت به رنگ‌های سرخابی، زرشکی و بنفش تیره محتاطانه‌تر عمل کرد. در مورد استفاده از رنگ‌های روشن در پایین‌تنه، تنها آبیِ روشن و سبزِ روشن انتخاب شدند و بین این دو رنگ، سبزِ روشن درصدی مرزی داشت، از این رو استفاده از آن مستلزم احتیاط بیشتری است. از بین رنگ‌های متالیک، پیراهن و شلوار نقره‌ای و پیراهن مسی قابلیت استفاده در طراحی بی‌جنسیت را دارند اما از آن‌جا که بحث نظرگیری در این رنگ‌ها اهمیت می‌یابد، استفاده از این موارد حساسیت بالاتری ایجاد می‌کند.

شرایط استفاده از رنگ نیز در القای جنسیت‌مداری در لباس تأثیرگذار است. رنگی یکسان در اقلام پوششی متفاوت می‌تواند نِمودهای جنسیتی متفاوتی القا کند. برای مثال ممکن است قرمز در تی‌شرت مردانه قابل‌قبول باشد ولی در پیراهن یا شلوار، زنانه تلقی شود. بر اساس نتایج مشاهده می‌شود که از نظر جامعهٔ مورد پژوهش، پوشیدن لباس‌های رنگین در پایین‌تنه برای مردان حساسیت بیشتری نسبت به بالاتنه دارد. علاوه بر درخشش و تیرگی-روشنی رنگ، عامل سردی و گرمی رنگ نیز در انتخاب رنگی افراد مؤثر است. «رنگ‌های گرم پیش‌رونده‌اند و قوی‌تر به‌نظر می‌رسند و در مقابل رنگ‌های سرد پس‌رونده‌اند و فرد با استفاده از رنگ‌های سرد در لباس کوچک‌تر به‌نظر می‌رسد. همچنین تضادهای گرم و سرد با تضادهای دیگری همچون دوری و نزدیکی، سبکی و سنگینی و آرامش‌بخشی و محرک بودن متناظر است» (عابدینی، ۱۳۹۸: ۱۲۰). پس‌رونده و پیش‌رونده بودن رنگ در لباس به نوعی به همان نظرگیر بودن یا نبودن رنگ لباس برمی‌گردد. رنگ‌های پیش‌رونده توجه بیشتری جلب می‌کنند و رنگ‌های پس‌رونده بالعکس. از این رو و طبق داده‌های به‌دست آمده، پوشیدن شلوارهایی با رنگ‌های گرم قرمز و نارنجی از نظر پاسخ‌دهندگان زنانه بودند و در مقابل رنگ‌های سبز و آبی در تمام موارد مناسب «هر دو جنسیت» تلقی شدند.

٤-۲-۲ ساختار لباس: طبق نظر پاسخ‌دهندگان، بیشتر ساختارهای پوششی تنگ و گشاد از نگاه عموم قابلیت استفاده برای هر دو جنسیت را دارند. در واقع پوشیدن لباس‌های تنگ یا گشاد بیش از آن‌که جنسیت‌مدار باشند به رمزگان پوششی مکانی که فرد در آن حضور می‌یابد بستگی دارد. همچنین به‌نظر می‌رسد که تأثیر گرایش‌های جهانیِ مد روز، نقش عمده‌ای در نگرش نسبت به تنگی و گشادی لباس‌ها

دارد. برای مثال، در دههٔ ۱۳۸۰ در ایران با ترند شدن لباس‌های جذب و اندامی، هر دو جنسیت از آن استقبال کردند؛ در پوشاک زنان «در این دوره ... مانتوها که در اوایل دورهٔ اصلاحات غالباً از ویژگی پوشانندگی در الگوهای گشاد و بلند برخوردار بودند، به تنوع شکلی و رنگی و به کوتاهی و تنگی میل پیدا کردند. به این ترتیب پوشاک زنان مانتوهایی بودند که علی‌رغم تنوع رنگی و شکلی، از ویژگی جنسیت‌پذیری پرهیز نداشته‌اند و با برخورداری از طراحی آناتومیک در الگو، به نمایش ویژگی‌های تن زنانه گرایش می‌یافتند» (یاسینی و بیچرانلو، ۱۳۹۷: ۲۲-۲۳). اما این تغییرات فقط مختص پوشاک زنانه نبود. در لباس‌های مردانه تی‌شرت و شلوار جین در کنار دیگر اقلام پوششی عمومی شدند و دیگر کم‌تر وجهٔ جلف و ضد انقلابی داشتند. در این دوره کم‌کم پوشاک مردانه ساختارهای انحصاری پیشین را از بین می‌برد و برای تحقق این هدف از فرم‌های زنانه بهره می‌گیرد. در حقیقت «پوشش به امری فراجنسیتی در ایران بدل شد؛ پوشش‌های متمایل به خصلت زنانه برای مردان و پوشش‌های متمایل به خصلت مردانه برای زنان، نوعی مقاومت در برابر طبیعی‌سازی جنسیت و پوشش بود» (مریدی و رهگذر، ۱۳۹۵: ۱۰۱-۱۰۲). لباس‌های اندامی و یقه‌باز رنگین و نقش‌دار تبدیل به بخشی از ظاهرآرایی پسر جوان ایرانی می‌شود که بعدتر با شکل‌گیری گروه‌های موسیقی زیرزمینی این ظاهرآرایی چشمگیرتر می‌شود. به همین ترتیب از نیمهٔ دوم دههٔ ۱۳۹۰، با باب شدن لباس‌های گشاد و اورسایز، پوشاک جوانان ایرانی کاملاً متحول شد. پاسخ‌های دریافت شده از پرسشنامه نیز گویای همین مطلب است؛ برای لباس‌های گشاد، هم در بالاتنه و هم پایین‌تنه، بالای نود درصد گزینهٔ «هر دو جنسیت» انتخاب شده بود. کما این‌که برای بالاتنه و پایین‌تنهٔ تنگ هم، بالای هفتاد درصد، گزینهٔ هر دو جنسیت انتخاب شده بود.

٤-۲-۳ تزئینات در لباس: تزئینات لباس از مواردی‌اند که استفاده از آن‌ها جنسیت‌مداری بیشتری القا می‌کند، چراکه از عناصر غیرکاربردی در لباس هستند و صرفاً جنبهٔ زیبایی‌شناسانه دارند و این موضوع ممکن است تداعی‌گر زنانگی باشد. به همین علت در تزئینات پوشاک مردانه فقط فرم‌ها و نقش‌های اسپرت و ساده، با رنگ‌های هماهنگ با کلیت لباس را می‌توان به‌کار برد.

بیشترین حساسیت در القای نمود جنسیتی در تزئینات پوشش مردان در بخش گلدوزی است؛ سه عامل در نمود جنسیتی تزئینات نقش دارد: طرح، رنگ و اندازه. طرح‌هایی مثل گل، پروانه، پاپیون، حیوانات فانتزی و مواردی از این دست که ارجاعات زنانه یا کودکانه دارند در پوشاک مردانه چندان پذیرفته نیستند، همانطور که طرح‌هایی مانند اژدها، اسکلت و نقوش خشن ممکن است برای زنان مقبول نباشند. اما همانطور که پیش‌تر اشاره شد، زنان راحت‌تر نمودهای جنسیتی مردانه را اقتباس می‌کنند. در مورد رنگ تزئینات هم، دو عامل اهمیت پیدا می‌کند: اول اینکه رنگ انتخابی برای طرح گلدوزی شده چه تداعی جنسیتی دارد و دوم اینکه رنگ طرح گلدوزی شده با زمینه چه ارتباطی دارد؛ در مورد عامل اول می‌توان طبق رنگ‌هایی که در پرسشنامه درصد بالا دریافت کردند مثل آبی، سبز، شکلاتی و خردلی و همچنین رنگ‌های خنثی دست به انتخاب زد و در مورد عامل دوم، تضاد رنگی بیشتر سبب چشمگیر شدن طرح می‌شود، در نتیجه جهت کاربرد محافظه‌کارانهٔ تزئینات گلدوزی در لباس مردان، بهتر است رنگ طرح با زمینه مشابه یا هم‌خانواده باشد. به همین ترتیب، طرح‌های گلدوزی کوچک کم‌تر جلوه‌گرند و از این جهت ریسک کم‌تری در القای جنسیت‌مداری دارند. مورد مهم دیگر، جای قرارگیری گلدوزی روی لباس است. در پرسشنامه، گلدوزی روی سینه بیشترین انتخاب برای گزینهٔ «هر دو جنسیت» را داشت (جدول ۲). از آنجا که در صنعت تولید پیراهن و تی‌شرت مردانه، گلدوزی لوگو یا نقشمایه‌ای مرتبط با هویت برند بر روی سینه مرسوم است، این نتیجه طبیعی به‌نظر می‌رسد. همچنین به‌نظر می‌رسد استفاده از گلدوزی در جزئیات لباس، مانند حاشیهٔ یقه و جیب، با اندازهٔ کوچک، ریسک کم‌تری نسبت به قسمت‌های اصلی لباس مثل کمر یا شلوار با اندازهٔ بزرگ‌تر دارد. اما در هر حال، درصدهای انتخابی گزینهٔ هر دو جنسیت در همهٔ این موارد نسبتاً پایین بود. در عین حال باید این احتمال را در نظر گرفت که اگر طرح گلدوزی انتخابی در پرسشنامه، به جای نقشمایهٔ فلورال (گل‌وگیاه) طرحی هندسی بود یا هم‌رنگ زمینه بود، امکان داشت درصد جواب‌ها در بخش «هر دو جنسیت» بیشتر باشد.

بحثی که در مورد رنگ، طرح و اندازه در بخش گلدوزی مطرح شد، در مورد نقش پارچه هم صدق می‌کند. طرح پارچه‌ای که برای پرسشنامه در نظر گرفته شد، نقشمایه‌ای هندسی داشت، رنگ آن خنثی بود و اندازهٔ نقشمایه نیز متوسط و کوچک بود. از این جهت درصدهای انتخابی در اکثر موارد بالا بودند و تنها شلوارِ نقش‌دار درصد نسبتاً پایینی دریافت کرد. به همین جهت به‌نظر می‌رسد استفاده از پارچهٔ نقش‌داری که این سه پارامتر در آن رعایت شده باشد، القای جنسیتی چندانی ندارد. علاوه بر آن، تی‌شرت نقش‌دار، یقهٔ نقش‌دار و شال نقش‌دار درصد انتخابی بالایی در گزینهٔ «هر دو جنسیت» داشتند (جدول۲)؛ این پاسخ‌ها نشانگر این موضوع است که استفاده از پارچه‌های نقش‌دار در بالاتنه

حساسیت کم‌تری نسبت به پایین‌تنه برمی‌انگیزد و متعلقاتی مانند شال و کلاه و کمربند نقش‌دار راحت‌تر برای هر دو جنسیت پذیرفته می‌شوند. می‌توان گفت بسته به این‌که متعلقات نقش‌دار در پوشش چه باشد، تلقی جنسیتی متفاوتی دارد.

سومین زیرگروه تزئینات، الحاقات لباس بودند، شامل اقلامی که جهت زینت، تنوع فرمی و در مواردی جهت کارایی بهتر به لباس اضافه می‌شوند. از نظر جامعهٔ مورد پژوهش، پوشاک مردانه و زنانه نسبت به اجزای الحاقی که جنبهٔ کاربردی دارند حساسیتی ندارد، به همین علت، در مجموع پاسخ‌های دریافت شده، زیپ بیشترین درصد انتخاب گزینهٔ «هر دو جنسیت» را داشت. همچنین استفاده از پارچهٔ خز در بخش‌هایی از لباس، مثل یقه، القای جنسیتی چندانی ندارد. اما ریش‌ریش، برای استفادهٔ مرد ایرانی با نمودی از زنانگی همراه است. همچنین تنگ کردن کمرِ لباس با استفاده از کمربند نیز برای مرد ایرانی مقبول نیست؛ شاید به این دلیل که این اقدام به بدن فرم ایکس‌مانند[1] می‌دهد که تداعی‌گر فرم ایده‌آلِ بدنِ زنانه محسوب می‌شود و با ایده‌آلِ بدن مردانه که وی‌شکل[2] (مثلث وارونه) است مغایرت دارد (برادلی و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۰). با این وجود، درصد انتخاب گزینهٔ «هر دو جنسیت» برای این دو مورد نیز بالای پنجاه بود و این موضوع نمایانگر این است که بسیاری از چارچوب‌های جنسیتی در مورد الحاقات و تزئینات پوشاکی، امروزه از نگاه نسل جوان تغییر کرده‌اند و کاربرد آن‌ها از نگاه حداقل نیمی از پاسخ‌دهندگان برای هر دو جنسیت عادی تلقی می‌شود.

٤-۲-٤جنس پارچهٔ لباس: جنس پارچه می‌تواند حس‌های بصری متفاوتی القا کند. از بین دوازده جنس پارچه مورد پرسش، چهار مورد، بالای ۹۵ درصد گزینهٔ «هر دو جنسیت» را به خود اختصاص داد که به ترتیب جین، چرم، بافت و فوتر هستند. این پارچه‌ها در صنعت پوشاک مردان و زنان به وفور استفاده دارند و عاری از تداعی‌های جنسیتی تلقی می‌شوند. پارچهٔ مخمل نیز به دلیل ایستایی و بافت مات درصد نسبتاً بالایی داشت. از نتایج می‌توان استنباط کرد که نگاه جامعه به پارچه‌هایی که شفافیت، درخشش و لطافت بیشتری دارند با حس زنانگی همراه است. بعلاوه، از آن‌جا که این جنس پارچه‌ها جلوه‌گرند و معمولاً از نظر کاربردی توجیهی ندارند، برای مردان سخت پذیرفته می‌شوند. در نتیجه بسیاری از افراد پوشیدن لباس‌هایی از جنس حریر، پولک، لَمه و ساتن را برای مردان مناسب نمی‌بینند. از جنبه‌ای دیگر، پارچه‌های فناورانهٔ جدید مثل پی‌وی‌سی هم ظاهری درخشنده و براق دارند ولی احتمال می‌رود از آن‌جا که در پوشاک ورزشی از آن‌ها استفاده می‌شود و در سال‌های اخیر ترند بوده‌اند، درصد بالاتری برای گزینهٔ «هر دو جنسیت» دریافت کرده‌اند.

٤-۲-۵ فرم لباس: تلقی جنسیتی زنانه در فرم لباس بسیار زیاد است، چراکه مدل‌های پوشاک زنانه بیشتر و متنوع‌تر از پوشاک مردانه هستند و در طراحی لباس مردانه نسبت به تغییرات فرمی که لباس را از ساختارهای پایه خارج کند حساسیت بیشتری وجود دارد. بنابراین در طراحی لباس، ساختارشکنی فرمی تداعی زنانهٔ زیادی دارد. در بالاتنهٔ لباس، یقه نقش مهمی ایفا می‌کند و مدل‌های بسیار متنوعی دارد که اکثر آن‌ها به‌طور پیش‌فرض تنها در لباس زنان قابل استفاده‌اند. داده‌ها نشان می‌دهند که از بین انواع یقه‌ها، در درجهٔ اول یقه‌هایی که بر فرم سینه تأکید می‌کنند و در درجهٔ دوم یقه‌هایی که قسمتی از بدن را برهنه می‌گذارند و در درجهٔ سوم یقه‌های که با حجم پارچه، چین و پاپیون شکل می‌گیرند یا با پارچه‌های لَخت درست شده‌اند، نِمود زنانه به لباس می‌دهند و انتخاب این فرم‌ها برای مردان با تردید همراه است.

سِجاف جلو یا روی‌هم‌گَرد هم می‌تواند فرم‌های متنوعی داشته باشد. سجاف یک‌ردیف‌دکمه در انواع بلوزها، کت‌ها، جلیقه‌ها، ژاکت‌ها و کاپشن‌ها کاربرد دارد و معمولاً بدون هیچ القای جنسیتی قابل استفاده است. سجاف دوردیف‌دکمه نیز در انواع کت‌ها و اورکت‌ها به‌کار می‌رود و در صورتی که مدل‌سازی خاصی نداشته باشد برای هر دو جنسیت قابل استفاده است. اما وقتی سجاف جلو تا خط پهلو می‌آید، لباس فرمی غیرقرینه به خود می‌گیرد. از آن‌جا که پوشاک مردانه وقتی از ساختارهای پایه خارج می‌شود سخت‌تر مورد پذیرش قرار می‌گیرد، این فرم لباس درصد انتخاب کم‌تری نسبت به دو فرم قبلی برای گزینهٔ «هر دو جنسیت» داشت.

آستین هم مثل یقه نقش مهمی در مدل بالاتنهٔ لباس دارد. در این بخش نیز دیده می‌شود که فرم‌های چین‌دار و پارچه‌های لَخت از نگاه پاسخ‌دهندگان القای حس زنانگی دارند. به همین جهت، آستین کلوش و چین‌دار نمود زنانه دارند و استفاده از آن‌ها برای مردان مقبول نیست.

[1] X Body Shape
[2] V Body Shape

اما فرم‌های راستا و مچی‌دار که جزو مدل‌های پایه هستند، برای هر دو جنسیت قابل‌قبول واقع شدند. همچنین آستینِ سرخود که در بالاپوش‌های شِنِل‌مانند و فرم‌های سنتی عبامانند کاربرد دارد نیز درصد نسبتاً بالایی برای گزینهٔ «هر دو جنسیت» داشت.

٤-٣ زنانگی، مردانگی و آندروژنی معاصر در پوشاک ایرانیان

در عصر حاضر، در بسیاری از زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، نمودهای زنانگی و مردانگی معاصر از حالتی دوقطبی که مشخصه‌های ثابتی را برای هر جنسیت رقم می‌زد به طیفی از رفتارها و کنش‌ها و ژست‌ها بدل شده‌اند که نه تنها ثابت و مشخص و متمایز نیستند، بلکه در بسیاری از موارد با یکدیگر هم‌پوشانی پیدا می‌کنند. جودیت باتلر، نظریه‌پرداز مطالعات جنسیت، معتقد است که «جنسیت نه یک موصوف است و نه مجموعه‌ای از صفات نامتعین، چون می‌توان دید که نِمود حقیقی جنسیت در فرایندی ایفاگرانه (پرفورمتیو) شکل می‌گیرد و با کنش‌های کنترل‌شده‌ای از سازواری جنسیتی القا می‌شود» (باتلر، ۱۹۹۹: ۳۳). طبق نظریهٔ باتلر، انسان‌ها جنسیت خود را به‌صورت یک نقش ایفا می‌کنند؛ پس افراد می‌توانند زنانگی و مردانگی را در هویت خود بازیابی کرده و گاه انگاره‌ای متشکل از هر دو را برای خود بسازند؛ یعنی شخصیت آندروژنی که مجموعه‌ای از نمودهای جنسیتیِ دوگانه است. فمنیست‌های رادیکال معتقد بودند «اگر به زیان مردان است که مجبورند فقط خصوصیات مردانه بروز دهند و به زیان زنان است که مجبورند فقط خصوصیات زنانه بروز دهند، پس بهتر است به همهٔ افراد امکان داده شود شخصیتی آندروژن داشته باشند، یعنی گسترهٔ کاملی از صفات مردانه و زنانه را بروز دهند» (تانگ، ۱۳۹۸: ۲۰). بعدتر، فمینیست‌های لیبرال نیز جانب آندروژنی را گرفتند، یعنی ایجاد شخصیتی واحد که حاوی بهترین خصلت‌های جنسیتی مردانه و زنانه باشد. «آندروژنی، در پی رها کردن فرد از بند محدودیت‌های برازندگی است و پهنهٔ وسیعی از تجربیات در برابر افرادی می‌گشاید که ممکن است زن اما جسور، یا مرد اما نازک‌دل، باشند؛ طیفی ارائه می‌دهد که انسان‌ها بدون ملاحظهٔ آداب و رسوم، جایگاه خویش را در آن برمی‌گزینند» (همان: ۵۸-۵۹). از این منظر، داشتن شخصیت آندروژنی سبب می‌شود انسان بتواند بهترین خصوصیات (زنانه و مردانه) را در خود بپرورد و بروز دهد.

ساخت هویت آندروژنی میان جوانان در عصر حاضر چشمگیر شده است. می‌توان گرایش به پرداختن به زیباییِ ظاهری و پوشاکی را بین مردان جوان، و گرایش به پوشاک کاربردی‌تر و زیباییِ طبیعی را بین زنان جوان مشاهده کرد. این نوع هویت‌یابی خصوصاً در میان زنان بیشتر دیده می‌شود، چراکه زنان به‌طور سنتی بیشتر به‌واسطهٔ ظاهرشان در معرض قضاوت بوده‌اند و همچنین، به‌واسطهٔ هنجارهای سنتی، تعاریف جنسیت زنانه با شرایط زندگی شهری معاصر کم‌تر مطابقت دارد. زنان معاصر در بسیاری از مواقع تمایل پیدا می‌کنند که ویژگی‌های جنسیتی جنس مقابل را اتخاذ کنند تا شخصیتی جسور، شجاع و منطقی را هم‌زمان با احساسات انسانی بروز دهند. در مورد مردان، ایفاگری (پرفورم) شخصیت آندروژنی کم‌تر است، چراکه مردان به‌واسطهٔ امتیازاتی که نظام‌های اجتماعی هنجاری برای آن‌ها فراهم می‌کند و همچنین، ساخت‌های فرهنگی‌ای که زنانه به‌نظر رسیدن را برای آن‌ها قبیح می‌کند، ممکن است گرایش کم‌تری به این موضوع پیدا کنند و حتی در صورت تمایل از بروز آن احساس ناامنی کنند. اما در نهایت، در عصر کنونی طیف بسیار وسیعی از این ویژگی‌های قطبی هم‌زمان با هم به وجود آمده که سبب شده‌اند مرزهای جنسیتی کم‌رنگ شوند و یا همپوشانی پیدا کنند. تأثیر این امر بر تلقی جنسیت در پوشاک مشهود است. چراکه با توجه به نتایج به‌دست آمده از پرسشنامه می‌توان دریافت که تعداد قابل‌توجهی از اقلام پوششی، از نظر پاسخ‌دهندگان با درصد بالایی مناسب برای «هر دو جنسیت» تلقی شده بودند و در نتیجه، تلقی جنسیتی اقلام پوششی به‌طورکلی انعطاف‌پذیرتر شده است.

به‌طورکلی، از داده‌های به‌دست آمده می‌توان چنین استدلال کرد که زنان در انتخاب اقلام پوششی محدودیت کم‌تری از نظر جنسیتی احساس می‌کنند و به راحتی اقلام پوششی مردانه را اتخاذ می‌کنند. نتایج نشان می‌دهند که معدود لباس‌هایی صرفاً «مردانه» به حساب می‌آیند؛ به‌عبارتی، از نگاه مخاطبان مسئله بیشتر متمرکز بر این بوده است که اقلام پوششی، «زنانه» می‌نمایند یا برای «هر دو جنسیت» قابل استفاده‌اند. طبق نتایج، نمودهای زنانگی معاصر در پوشاک که در انتخاب‌های مردان تردید به‌وجود می‌آورند، به چند بخش عمده تقسیم می‌شوند که البته قطعی نیستند و در طی زمان مدام تغییر می‌کنند (جدول ۳):

جدول ۳: نمودهای زنانگی معاصر در پوشاک (نگارنده)

نمودهای زنانگی معاصر در پوشاک	سبب تردید در انتخاب مردان
نظرگیر شدن لباس به‌واسطهٔ رنگ، نقش و تزئینات	رنگ‌های درخشان گرم، تزئینات رنگی با نقوش پیش‌فرض لطیف، جلب‌توجه کرده و زنانه تلقی می‌شوند

زیبایی‌شناسی غیرکاربردی	فرم‌ها و مدل‌هایی که وجهٔ غیرکاربردی، دست‌وپاگیر و تزئینی دارند و یا از نظر فرمی ساختارشکنانه هستند، زنانه فرض می‌شوند. تنوع زیادِ فرم‌های چین‌دار، کلوش و حلزونی با حجم و ریزش پارچه از جنس‌ها و رنگ‌های متنوع و مدل‌های غیرقرینه، عمدتاً نمودهایی زنانه در پوشاکند
تداعی‌های حسی با صفات زنانهٔ پیش‌فرض	احساس نرمی، لطافت، شفافیت، روشنی، لَختی و نازکی که می‌تواند ویژگی جنس پارچه، نقش پارچه و یا الحاقات باشد و یا استفاده از نقوش تزئینی لطیف مثل نقوش فلورال با رنگ‌های درخشان یا پاستلی معمولاً زنانه تلقی می‌شود. الحاقات تزئینی مثل اپلیکه‌دوزی و تکه‌دوزی‌ها به دلیل داشتن همین صفات مفروض زنانه، در پوشاک مردان مورد پذیرش نیستند
بدن‌نمایی	نمایان شدن جنس بیولوژیکی فرد، القای حس زنانه

۵- بحث و نتیجه‌گیری

مطالعات جنسیت در دوران معاصر نشان می‌دهند که جنسیت مقوله‌ای قطعی و ثابت با مرزهای محکم و مشخص نیست بلکه نوعی رفتار است که توسط افراد بنا به شرایط فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، دینی، روان‌شناختی و دیگر دلایل زمینه‌ای بروز می‌یابد. این رفتار (جنسیت) ممکن است در زبانِ بدن که شامل تمامی حرکات فرد اعم از طرز صحبت کردن، راه رفتن، نشست و برخاست کردن است، نشان داده شود. لباس نیز نقش بسیار مهمی جهت تداعی جنسیت برساختهٔ فرد یا اجتماع پیدا می‌کند. لباس حتی گاه زودتر از زبانِ بدن یا رفتار فرد به چشم می‌آید، از این جهت در مواردی ممکن است سبب شود فرد به‌واسطهٔ جنسیت خود مورد قضاوت قرار گیرد. این بحث نه تنها برای زنان و مردان بلکه برای تمامی اقلیت‌های جنسیتی نیز مصداق پیدا می‌کند. از این جهت، در جامعه‌ای که برای نقش‌های اجتماعی تفکیک جنسیتی قائل است و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی مدام این نقش‌ها را بازتولید و تقویت می‌کنند، داشتن ظاهری که عاری از قیدوبندهای جنسیتی باشد برای شمار زیادی از افراد جذاب شده است و در آن احساس راحتی بیشتری می‌کنند. گرایش به این شیوهٔ پوششی در سراسر جهان طرفداران بسیاری خصوصاً در میان جوانان پیدا کرده است. لباس روزمرهٔ کاربردی از پرکاربردترین شیوه‌های پوششی دوران معاصر است که بیش از دیگر شیوه‌ها به بی‌جنسیتی گرایش پیدا کرده است. این شیوهٔ پوششی اقلامی چون، شلوار جین و کتان، انواع تی‌شرت، شمیز، هودی، سوییشرت، ژاکت، کلاه و کفش راحتی را شامل می‌شود. همچنین، به‌واسطهٔ افزایش تقاضای بازار، بسیاری از برندهای جهانی تولیدکنندهٔ لباس روزمره نیز به تولید محصولات بی‌جنسیت گرایش پیدا کرده‌اند.

نمودهای جنسیت‌مدار و بی‌جنسیت در پوشاک متأثر از هنجارهای جنسیتی وضع شده در جامعه هستند؛ این هنجارها قواعدی را مشخص می‌کنند و فرد را در چارچوب جنسیتی مشخصی قرار می‌دهند و از این جهت سبب ایجاد تمایزهای جنسیتی در پوشاک می‌شوند. با شناخت نمودهای جنسیتی در پوشاک می‌توان نمودهای بی‌جنسیت در پوشاک را نیز تشخیص داد. هنجارهای جنسیتی در پوشاک متأثر از عوامل زمینه‌ای مثل سیاست، فیزیولوژی و فرهنگ و عرف جامعه در پوشاک هستند. هر یک از این عوامل در هر دوره سازوکاری ایجاد می‌کنند که سبب ایجاد شکاف‌ها یا برعکس کم‌رنگ شدن مرزهای جنسیتی شده‌اند. جهت پاسخ به این پرسش که نمودهای جنسیت‌مدار و بی‌جنسیت در شیوه‌های پوشاک شهری در ایران چه هستند، انواع متغیرهای پوششی، شامل رنگ، ساختار، تزئینات، جنس پارچه و فرم لباس، که تداعی جنسیتی خاصی برمی‌انگیختند دسته‌بندی و به پرسش گذاشته شده و نتایج به‌دست آمده مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که برای زنان در انتخاب پوشاک محدودیت کم‌تری از نظر جنسیتی وجود دارد و مردان در این امر محافظه‌کارترند؛ به همین دلیل، امروزه لباسی که فقط مردانه قلمداد شود عملاً دیگر وجود ندارد و این نمودهای زنانه هستند که در طراحی لباسِ بی‌جنسیت چالش ایجاد می‌کنند. تلقی‌های زنانگی در پوشاک به چند عامل عمده بستگی دارند؛ اول نظرگیر شدن لباس به‌واسطهٔ رنگ، نقش و تزئینات است. به‌عبارتی، پوشیدن لباسی که نگاه را به خود جلب کند در جامعهٔ کنونی ایرانی برای مردان مناسب به‌نظر نمی‌رسد. مورد دوم زیبایی‌شناسی غیرکاربردی است، شامل تمامی اقلامی که تزئینیِ صِرف هستند. مورد سوم، تداعی‌های حسی پوشاک با صفات زنانهٔ پیش‌فرض مثل نرمی، روشنی، شفافیت، نازکی یا لَختی است که اگر در جنس پارچه و تزئینات لباس تداعی بصری یا لمسیِ مشابه ایجاد کنند، برای پوشاک مردان با حساسیت‌های بسیاری روبه‌رو می‌شوند. مورد چهارم نیز بدن‌نمایی است که به سبب نمایان کردن جنس بیولوژیکی فرد، موجب القای تداعی‌های جنسیتی نیز می‌شود و البته نیمه‌برهنگی در ذیل این مورد در اکثر موارد زنانه تلقی می‌شود.

پرسشنامه‌ای که در این پژوهش به آزمون گذاشته شد، مشابه روش‌های معمولِ مطالعات بازار در برندهای جهانی است که به‌صورت فصلی در راستای شناخت بازارهای هدف انجام می‌شود و بخشی از اطلاعات پیش‌بینی مد از این نوع تحقیقات آماری به‌دست می‌آیند؛ در ایران، با

توجه به جوان بودن صنعت پوشاک، این‌گونه روش‌های مطالعات بازار در میان برندها هنوز چندان رایج نیستند. بازهٔ سنی مطالعهٔ انجام شده در این پژوهش جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال را شامل می‌شد که بازه‌ای نسبتاً محدود است و برای حصول دید گسترده‌تر نسبت به مقولهٔ جنسیت در پوشاک می‌توان در تحقیقات مشابه، در بازه‌های سنی متفاوت پرداخت. همچنین نتایج به‌دست آمده مربوط به سال ۱۴۰۲ است و همین نتایج ممکن است به فاصلهٔ زمانی کوتاهی تغییر یابند، چراکه سرعت تغییر نگرش نسبت به مقولهٔ جنسیت و پوشاک، در حال حاضر بالا رفته است. این پژوهش به‌طورکلی مطالعه‌ای کمّی بود که چیستی اقلام پوششی جنسیت‌مدار را در یک محدودهٔ زمانی و مکانی خاص مشخص ساخت، اما در آن به چراییِ جنسیت‌مدار بودن یا نبودن اقلام پوششی پرداخته نشد. از این جهت پیشنهاد می‌شود محققین حوزهٔ پوشاک به دنبال پاسخ به پرسش‌های کیفی برآمده از این موضوع باشند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت‌نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تأمین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است. همچنین این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول است که در دانشگاه هنر ایران انجام شده و نویسندگان دوم و سوم به ترتیب راهنمایی و مشاورهٔ آن را برعهده داشته‌اند.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، مقالهٔ حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع است.

منابع

احدی، فاطمه (۱۴۰۰). *سیر تحول هویت جنسیتی پوشاک در ایران (مطالعه موردی متولدین ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۵)*، به راهنمایی رضا افهمی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس.

باقری، فاطمه (۱۳۹۸). *طراحی لباس مشترک برای زنان و مردان (مطالعهٔ موردی دختران و پسران ۱۸-۲۸ سالهٔ تهرانی)*، به راهنمایی علی فانی‌سالک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر ایران.

تانگ، رزمری (۱۳۹۸). *درآمدی جامع بر نظریه‌های فمینیستی*. ترجمهٔ منیژه نجم‌عراقی. تهران: نی.

حق بین، فریده؛ منفرد، نرجس (۱۴۰۱). «گفتمان دیداری جریان مد بی‌جنسیت در برندهای پوشاک ایرانی». همایش بین‌المللی یافته‌های نوین در علوم انسانی، تهران، https://civilica.com/doc/1573408

عابدینی، اعظم (۱۳۹۸). *مبانی طراحی لباس*. تهران: آبان.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی*. ترجمهٔ حسین چاوشیان. چاپ دوم، تهران: نی.

لو برتون، دیوید (۱۳۹۸). *جامعه‌شناسی بدن*. ترجمهٔ ناصر فکوهی، چاپ چهارم، تهران: ثالث.

مریدی، محمدرضا؛ رهگذر، فائزه (۱۳۹۵). تحولات زیباشناختی مد لباس در ایران پس از انقلاب. *مبانی نظری هنرهای تجسمی*، ۲، ۹۵-۱۰۷.

یاسینی، راضیه و بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۷). برساخت سینمایی پوشاک زنان در گفتمان‌های ارزش‌گرایی، سازندگی و اصلاح‌طلبی. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۱۰ (۲)، ۱-۳۷.

References

Arnold, R. (2001). *Fashion, Desire, and Anxiety*. London; NY: I.B. TAURIS.

Arida, N. V. (2017). *It's All a Blur: Exploring Gender Expressive Fashions*. Guidance of Dr. Gwendolyn Hustvedt, Thesis for Graduation in the Honors College, College of Texas State University.

Arvanitidou, Z. (2013). "Construction of Gender through Fashion and Dressing", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4 (11), 111-115.

Bardey, A., Achumba, J. (2020). Exploring The Third Gender in Fashion: From Consumers' Behavior to Designers' Approach Towards Unisex Clothing. *Fashion Practice*, 5 (10), 1-19.

Bradley, L., Rudd, N., Reilly, A., Ferson, T. (2014). A Review of Men's Body Image Literature: What We Know and Need to Know. *International Journal of Costume and Fashion*, 14 (1), 29-45.

Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. NY: Routledge.

ذالکیان، محدثه؛ محمدی، منظر؛ حاجیانی، فریده (۱۴۰۵). تأثیر هنجارهای جنسیتی جامعهٔ شهری ایران بر نمودهای جنسیتی پوشاک روزمره (مطالعهٔ موردی: جوانان ۱۸-۳۵ ساله). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۳)، ۷۱- ۸۷.

Chen, S. (2011). Androgynous Style in Fashion. *Advanced Materials Research*, 175, 976-980.
English, B. (2013). *A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries.* NY: Bloomsbury
Faizyab J. I. (2018). *Contemporary Approaches to Gender-fluidity in Fashion and Clothing.* Guidance of Dr. Mehmet Kahyaoglu, Thesis for Graduate School of Social Sciences Art and Design, Yasar University, Izmir.
Halberstam, J. (2018). *Trans: A Quick and Quirky Account of Gender Variability*. Berkeley: University of California Press
Lower, J. (2018). *Style Speaks: Clothing Judgments, Gender Stereotypes, and Expectancy Violations of Professional Women.* Guidance of Dr. Harry Wegar, Thesis for Master of Arts in the Nicholson School of Communication, University of Central Florida, Orlando.
Murphy, T. (2000). *Reader's Guide to Lesbian and Gay Studies*. Chicago: Fitzroy Dearborn.
Palmer, A. (2017). *A Cultural History of Dress and Fashion in the Modern Age*, NY: Bloomsbury
Reilly, A. (2021). *Introducing Fashion Theory, From Androgyny to Zeitgeist.* NY: Bloomsbury.
Reis B., Miguel, R., Pereira M., Azevedi S., (2018). Genderless Clothing Issues in Fashion. 1st International Textile Design Conference, Lisbon, Portugal.
Steele, V. (2005). *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, NY: Thomson Gale.
Steele, V. (1997). *Fifty Years of Fashion*. New Heaven: Yale University Press.
Vasan, S., Pujar, S.R., Gopalakrishnan, S. (2017). Awareness on Unisex Clothing Among Fashion Designers: a study. *International Journal in Management and Social Science*, 5 (2), 14-23.
Vinken, B. (2005). *Fashion Zeitgeist: Trends and Cycles in the Fashion System*. NY: Berg.

منابع تصویری

URL1: https://www.levi.com/US/en_US/search/unisex%20collection
URL2: https://www.vogue.co.uk/news/article/zendaya-oscars-after-party-2022
URL3: https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/news/a36678/zara-ungendered/