



## تأثیر مد بر شکل گیری هویت و نقش محیط و اجتماع در این فرآیند

مهدیس زاهدی

دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه مارلیک نوشهر

دکتر علی محمودی عالمی

استادیار گروه طراحی پارچه و لباس دانشگاه مارلیک نوشهر

### چکیده

مد، به عنوان یکی از عوامل محیطی، تأثیر قابل توجهی بر شکل گیری هویت افراد دارد. این تحقیق، با هدف بررسی تأثیر مد بر شکل گیری هویت و نقش محیط و اجتماع در این فرآیند اجرا شده است. روش تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه شهروندان تهرانی، می باشد. روش نمونه گیری تصادفی ساده بود و ۱۵۴ نفر انتخاب گردید. ابزار اندازه گیری پرسشنامه محقق ساخته مورد آزمون قرار گرفتند. روایی صوری و محتوایی پرسش نامه بررسی و مورد تأیید متخصصان حوزه مربوطه قرار گرفت و جهت تحلیل داده ها از آزمون رگرسیون چندگانه و ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. نتایج پژوهش بیانگر آن است که مد، به افراد کمک می کند تا خود را از دیگران متمایز کنند و هویت فردی و اجتماعی خود را بیان کنند. محیط و اجتماع نیز نقش مهمی در تأثیر مد بر هویت افراد دارند. یافته های این پژوهش نشان می دهد که مد، محیط و اجتماع تأثیر قابل توجهی بر شکل گیری هویت افراد دارند. مد، به افراد کمک می کند تا خود را از دیگران متمایز کنند و هویت فردی و اجتماعی خود را بیان کنند. محیط و اجتماع نیز نقش مهمی در تأثیر مد بر هویت افراد دارند. در جوامعی که مد اهمیت زیادی دارد، افراد بیشتر تحت تأثیر مد قرار می گیرند و تلاش می کنند تا خود را با مد روز هماهنگ کنند. همچنین، همسالان و گروه های مرجع نیز نقش مهمی در تأثیر مد بر هویت افراد دارند. افراد تمایل دارند تا با همسالان و گروه های مرجع خود شباهت داشته باشند و از مدی پیروی کنند که توسط آنها پذیرفته شده است.

واژگان کلیدی: مد، شکل گیری هویت، محیط، اجتماع



## مقدمه

هویت، مفهومی پیچیده و چندوجهی است که به معنای خودشناسی و آگاهی از ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی است. هویت در طول زندگی افراد شکل می‌گیرد و تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله محیط، اجتماع، خانواده، فرهنگ و تجربیات فردی است (کروکتی و همکاران، ۲۰۲۳). مد، به عنوان یکی از عوامل محیطی، تأثیر قابل توجهی بر شکل‌گیری هویت افراد دارد. مد، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، سلیقه‌ها و هنجارهای فرهنگی است که در دوره‌های زمانی مختلف در جامعه‌ای خاص شکل می‌گیرد. مد، به‌ویژه در حوزه پوشش، به عنوان یک ابزار مهم برای بیان هویت فردی و اجتماعی افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد (مارتینز مورسیا، ۲۰۲۳).

لباس افراد پیامی را در مورد اینکه چه کسی هستند منتقل می‌کند (مایر، ۲۰۱۸: ۵۶). مد را می‌توان به روش‌های مختلفی درک کرد. اولاً، مد را می‌توان از دریچه فردیت فیلتر کرد. از دیدگاه فردی، مد را می‌توان به عنوان روشی برای انجام کارها توصیف کرد، الگویی که مردم برای آن شناخته می‌شوند. بنابراین، مردم معمولاً می‌توانند آن را به یک هویت گره بزنند. از سوی دیگر، در یک مفهوم گروهی، آن را به عنوان یک زیبایی‌شناسی خاص که به آن گروه خاص گره خورده است، تعریف می‌شود (کوریکا و بازین، ۲۰۱۹). تعریف استاندارد برای مد مجموعه‌ای از سبک‌ها یا رفتارها، از جمله لباس، مو، دکوراسیون و الگوهای رفتاری، به صورت گروهی یا فردی است (مایر، ۲۰۱۸: ۴).

میترفلنر (۲۰۱۹) بیان می‌کند، "لباس پوشیدن به معنای حالت شخصی است که در آن پوشنده لباسی را می‌پذیرد که توسط گروه اجتماعی اش به او پیشنهاد شده است." مد به این بستگی دارد که مردم چگونه دیگران را درک کنند. سیاستمداران و تأثیرگذاران اجتماعی در موارد زیادی از لباس‌ها برای نشان دادن قدرت و موضع خود استفاده کرده‌اند، مانند آنچه قبلاً در مورد ملکه الیزابت ذکر شد. حتی شخصیت‌های سیاسی، مانند میشل اوباما، با استفاده از کمد لباس‌های خاصی که شامل یک بیانیه اساسی است، به این کار ادامه می‌دهند (میترفلنر، ۲۰۱۹).

علاوه بر این، بارنارد (۲۰۱۸) مفهوم سازی می‌کند که لباس دارای یک پیام درک شده است. نظریه‌ها در مورد اینکه چه کسی فرستنده یا گیرنده هستند ممکن است متفاوت باشد. با این حال، هنوز روشن است که لباسی که مردم برای پوشیدن انتخاب می‌کنند پیامی می‌فرستد (ص ۲۵۹-۲۷۱). فرستنده می‌تواند طراح یا شخصی باشد که آن را انتخاب می‌کند، و گیرنده می‌تواند خریدار لباس یا شخصی باشد که متوجه لباس می‌شود یا آن را به معنای چیزی تفسیر می‌کند. بر اساس مطالعات بارنارد، یک مثال این است که چگونه مطبوعات پیام‌هایی را از آنچه افراد صاحب نفوذ برای پوشیدن انتخاب می‌کنند تفسیر می‌کنند و معنای لباس‌هایشان را رمزگذاری می‌کنند. این مطالعه انتخاب لباس را به عنوان دال توصیف می‌کند که نوعی ارتباط است. مد شیوه‌ای از زبان است که به نظر می‌رسد دارای اهمیت جامعه‌شناختی و پیام خاصی است که روشنفکری، احترام و غیره را نشان می‌دهد. (بارنارد، ۲۰۱۸: ۲۵۹-۲۷۱).

از نظر تاریخی، مد، همانطور که امروزه مردم صنعت آن را درک می‌کنند، در قرن نوزدهم متولد شد، زمانی که مد بالا ساختاری پیدا کرد و در پایه آنچه اکنون است ظهور کرد. پیش از این، لباس نشان دهنده موقعیت اجتماعی بود و در قرن چهاردهم رونق گرفت، زمانی که دربارهای سلطنتی امکان دور شدن از لباس‌های مورد نیاز را فراهم کردند و آزادی بیشتری به معنای انتخاب خود دادند. علاوه بر این، مد لباس از طریق عوامل اجتماعی فیلتر می‌شود که نشان می‌دهد چه اقلامی از لباس رد می‌شوند و چه اقلامی قرار است استفاده شوند، و این بستگی زیادی به زمان و مکان افراد دارد. از این نظر، مد برای هویت گروهی در فرهنگ‌ها یا خرده فرهنگ‌های ملی بسیار مهم است. علاوه بر این، مد نسبت به مکانی است که شخص در آن قرار دارد. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که مد بیان یک جامعه خاص در یک زمان خاص است (وانگ، ۲۰۲۲). با توجه به آنچه گفته شد، مد، به عنوان یک عامل محیطی، تأثیر قابل توجهی بر شکل‌گیری هویت افراد دارد. مد، به افراد کمک می‌کند تا خود را از دیگران متمایز کنند و هویت فردی و اجتماعی خود را بیان کنند. محیط و اجتماع نیز نقش مهمی در تأثیر مد بر هویت افراد دارند. لذا در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که تأثیر مد بر شکل‌گیری هویت چیست و نقش محیط و اجتماع در این فرآیند چگونه است؟



## روش تحقیق

این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع تحقیق و از نظر هدف، تحقیقی میدانی و کاربردی است و از نظر کنترل متغیرها، تحقیقی غیرآزمایشی است زیرا روابط بین متغیرها دستکاری نشده است. همچنین پژوهش از نوع همبستگی بوده و رابطه‌ی میان متغیرها بر اساس هدف تحقیق، تحلیل می‌گردد. جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش شهروندان تهرانی می‌باشند روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی ساده می‌باشد که براساس جدول کوکران ۱۵۴ نفر انتخاب گردید، ۱۰۰ نفر می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه محقق یافته بود که شامل ۴۵ سوال بود که برای ارزیابی متغیرهای مد، هویت، محیط و اجتماع مورد استفاده قرار گرفت. روایی پرسشنامه مورد توسط متخصصان این حوزه قرار گرفت. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده گردید که برای تمامی متغیرها بالای ۰/۷۰ به دست آمد. حضور افراد به صورت داوطلبانه بود و پس از توضیحاتی در خصوص پژوهش در صورت تمایل داوطلبان در پژوهش وارد شده و پرسشنامه را به صورت بی نام تکمیل کرده اند و جهت آزمودن فرضیه‌های تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است.

## یافته ها

این پژوهش یک مطالعه توصیفی به روش مقطعی بود که بر روی ۱۵۴ نفر از شهروندان تهرانی مورد بررسی قرار گرفتند. اکثر افراد مورد مطالعه در سنین بین ۲۰ تا ۴۰ سال قرار داشتند، ۵۴ درصد زن، ۳۶ درصد بیکار بودند.

## فرضیه اول: مد بر شکل‌گیری هویت شهروندان تهرانی تاثیر گذار است.

به منظور بررسی فرضیه اول از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد، با توجه به نتایج به دست آمده ضریب ماتریس همبستگی در جدول (۱)، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ درصد خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین مد و شکل‌گیری هویت شهروندان تهرانی رابطه وجود دارد. از طرفی با توجه به ۲ محاسبه شده این رابطه که برابر با ۰/۴۹۳ است، به صورت مستقیم (مثبت) می‌باشد.

جدول ۱: نتایج ضریب همبستگی پیرسون مد و شکل‌گیری هویت

| متغیرهای مورد مطالعه | تعداد مشاهدات | ضریب همبستگی پیرسون | سطح معناداری | نوع رابطه    | شکل رابطه | شدت رابطه |
|----------------------|---------------|---------------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| مد و شکل‌گیری هویت   | ۱۵۴           | ۰/۴۹۳**             | ۰/۰۰۰        | معنی دار است | مستقیم    | ۴۹٪       |

## فرضیه دوم: بین محیط و اجتماع و شکل‌گیری هویت رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی فرضیه اول از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد، با توجه به نتایج به دست آمده ضریب ماتریس همبستگی در جدول (۲)، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ درصد خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین مد و شکل‌گیری هویت شهروندان تهرانی رابطه وجود دارد. از طرفی با توجه به ۲ محاسبه شده این رابطه که برابر با ۰/۵۱۰ است، به صورت مستقیم (مثبت) می‌باشد.



## جدول ۲: نتایج ضریب همبستگی پیرسون محیط و اجتماع و شکل گیری هویت

| متغیرهای مورد مطالعه          | تعداد مشاهدات | ضریب همبستگی پیرسون | سطح معناداری | نوع رابطه    | شکل رابطه | شدت رابطه |
|-------------------------------|---------------|---------------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| محیط و اجتماع و شکل گیری هویت | ۱۵۴           | ۰/۵۱۰**             | ۰/۰۰۰        | معنی دار است | مستقیم    | ۵۱٪       |

فرضیه سوم: هویت براساس مد، محیط و اجتماع قابل پیش بینی است.

به منظور بررسی فرضیه سوم از آزمون رگرسیون چند متغیره استفاده شد، نتایج در جدول (۳) مشخص شده است.

## جدول ۳: رگرسیون چند متغیره پیش بینی هویت براساس مد، محیط و اجتماع

| شاخص ها   | مجموع مجذورات | Df  | میانگین مجذورات | F      | R     | R <sup>2</sup> | R <sup>2</sup> اصلاح شده | سطح معناداری |
|-----------|---------------|-----|-----------------|--------|-------|----------------|--------------------------|--------------|
| رگرسیون   | ۲۴/۱۳۷        | ۲   | ۱۲/۰۶۹          | ۳۰/۷۶۹ | ۰/۵۳۸ | ۰/۲۹۰          | ۰/۲۸۰                    | ۰/۰۰۰        |
| باقیمانده | ۵۹/۲۲۶        | ۱۵۱ | ۰/۳۹۲           |        |       |                |                          |              |
| کل        | ۸۳/۳۶۳        | ۱۵۳ |                 |        |       |                |                          |              |

براساس اطلاعات مندرج در جدول (۳) مقدار F محاسبه شده ۳۰/۷۶۹ است که با درجه آزادی ۲ و ۱۵۱ در سطح (p<۰/۰۵) از مقدار بحرانی بزرگتر است. بنابراین بین شکل گیری هویت و مد، محیط و اجتماع همبستگی وجود دارد و مد، محیط و اجتماع در شکل گیری هویت شهروندان تهران موثر هستند. مقدار ضریب همبستگی ۰/۵۳۸ و ضریب تعیین اصلاح شده ۰/۲۸۰ می باشد لذا حدودا ۲۸ درصد از واریانس نمرات شکل گیری هویت از با مد، محیط و اجتماع قابل توضیح و تبیین است.

## جدول ۴: رابطه بین هویت براساس مد، محیط و اجتماع

| آماره         | B     | خطای معیار | Beta  | T     | سطح معناداری |
|---------------|-------|------------|-------|-------|--------------|
| مدل           |       |            |       |       |              |
| مقدار ثابت    | ۱/۴۸۲ | ۰/۲۳۰      |       | ۶/۴۴۵ | ۰/۰۰۰        |
| مد            | ۰/۲۴۵ | ۰/۰۹۸      | ۰/۵۶۵ | ۲/۵۰۶ | ۰/۰۱۳        |
| محیط و اجتماع | ۰/۳۲۲ | ۰/۱۰۳      | ۰/۳۲۰ | ۳/۱۲۹ | ۰/۰۰۲        |

با توجه به آماره های جدول (۴)، ضرایب بتا متغیر مد ۰/۲۴۵ و متغیر محیط و اجتماع ۰/۳۲۲ می باشد که در سطح (p<۰/۰۵) معنادار می باشد و می توان الگوی پیش بینی را بدین صورت نشان داد:

$$Y = 1/482 + 0/245X_1 + 0/322X_2$$



## بحث و نتیجه گیری

هویت به معنای درک فرد از خود و جایگاه خود در جهان است. هویت فردی شامل ویژگی‌های شخصی، ارزش‌ها، باورها، و اهداف فرد است. هویت اجتماعی نیز شامل هویت‌های گروهی مانند قومیت، ملیت، جنسیت، و طبقه اجتماعی است. مد به معنای الگوهای تغییرپذیر در سبک زندگی، از جمله لباس، آرایش، موسیقی، و فرهنگ عامه است. مد اغلب به عنوان یک پدیده سطحی و بی‌اهمیت تلقی می‌شود، اما در واقع می‌تواند تأثیر عمیقی بر شکل‌گیری هویت افراد داشته باشد. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که مد، محیط و اجتماع تأثیر مثبتی بر شکل‌گیری هویت شهروندان تهرانی دارند. این یافته‌ها با یافته‌های تحقیقات پیشین (موکوتی-سیکنی و همکاران، ۲۰۲۳؛ رابرتسون، کوپات، و مسترز، ۲۰۲۳) در این زمینه مطابقت دارد. موکوتی-سیکنی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که هویت به عنوان متغیر و مایع درک می‌شود که می‌تواند جنبه‌های هویت را بسته به مشارکت کنندگان در تعامل منعکس کند. مد، به طور متفاوت، شکلی از ارتباط جمعی است که پیام را بسته به گیرنده تغییر نمی‌دهد. رابرتسون، کوپات، و مسترز (۲۰۲۳) به این نتیجه رسید که مد همچنین می‌تواند به افراد کمک کند تا احساس اعتماد به نفس و تعلق داشته باشند. زمانی که افراد از مدی استفاده می‌کنند که احساس می‌کنند مناسب آنهاست، ممکن است احساس کنند که بهتر به نظر می‌رسند و با دیگران ارتباط بهتری برقرار می‌کنند. لذا در تبیین این نتیجه می‌توان گفت که مد، به افراد کمک می‌کند تا خود را از دیگران متمایز کنند و هویت فردی خود را بیان کنند. افراد با انتخاب لباس‌ها، زیورآلات و سایر لوازم جانبی مد روز، می‌توانند تصویری از خود به دیگران ارائه دهند که منعکس‌کننده شخصیت، ارزش‌ها و علایق آنهاست. برای مثال، یک فرد جوان ممکن است با پوشیدن لباس‌های اسپرت و راحت، هویت فردی خود را به عنوان یک فرد فعال و پرانرژی بیان کند. یا یک فرد بالغ ممکن است با پوشیدن لباس‌های رسمی و شیک، هویت فردی خود را به عنوان یک فرد موفق و باکلاس بیان کند. مد، همچنین به افراد کمک می‌کند تا هویت اجتماعی خود را بیان کنند. افراد با پیروی از مد روز، می‌توانند خود را عضوی از یک گروه یا فرهنگ خاص نشان دهند. برای مثال، یک فرد جوان ممکن است با پیروی از مد روز نوجوانان، خود را عضوی از گروه نوجوانان نشان دهد. یا یک فرد بزرگسال ممکن است با پیروی از مد روز افراد مسن، خود را عضوی از گروه افراد مسن نشان دهد. محیط و اجتماع نیز نقش مهمی در تأثیر مد بر هویت افراد دارند. در جوامعی که مد اهمیت زیادی دارد، افراد بیشتر تحت تأثیر مد قرار می‌گیرند و تلاش می‌کنند تا خود را با مد روز هماهنگ کنند. همچنین، همسالان و گروه‌های مرجع نیز نقش مهمی در تأثیر مد بر هویت افراد دارند. افراد تمایل دارند تا با همسالان و گروه‌های مرجع خود شباهت داشته باشند و از مدی پیروی کنند که توسط آنها پذیرفته شده است. بر اساس نتایج این تحقیق، می‌توان توصیه‌های زیر را ارائه داد:

- مد می‌تواند به عنوان ابزاری برای تقویت هویت فردی و اجتماعی افراد استفاده شود.
- محیط و اجتماع می‌توانند در شکل‌گیری هویت افراد نقش مهمی ایفا کنند.
- آموزش و آگاهی بخشی در مورد تأثیر مد بر هویت افراد می‌تواند مفید باشد.



## منابع

- Barnard, M. (2020). *Fashion theory: A reader*. Routledge.
- Crocetti, E., Albarello, F., Meeus, W., & Rubini, M. (2023). Identities: A developmental social-psychological perspective. *European Review of Social Psychology*, 34(1), 161-201.
- Korica, M., & Bazin, Y. (2019). Fashion and Organization Studies: Exploring conceptual paradoxes and empirical opportunities. *Organization Studies*, 40(10), 1481-1497.
- Mair, C. (2018). *The psychology of fashion*. Routledge.
- Martinez Murcia, K. A. (2023). How Do International Students in a University in the United States Relate Their Cultural Identity to Fashion Trends.
- Mitterfellner, O. (2019). *Fashion marketing and communication: Theory and practice across the fashion industry*. Routledge.
- Mockutė-Cicėnė, S., & Žilinskaitė-Vytė, V. (2023). Philosophy of Identity in Fashion Phenomenon: Codes, Structures and Integrity. *Filosofija. Sociologija*, 34(3).
- Robertson, C. M., Kopot, C., & Mestres, J. L. (2023). Beyond Afros and activism: Analysis of Black and African American women and fashion, style, dress and identity in fashion studies literature. *Fashion, Style & Popular Culture*.
- Wang, J. (2022). Spencer-Oatey, Helen and Dániel Z. Kádár: Intercultural Politeness: Managing Relations across Cultures.



## The Impact of Fashion on Identity Formation and the Role of Environment and Society in This Process

Mahdis Zahedi

Master's Student at Marlik University of Nowshahr

Dr. Ali Mahmoudi Alami

Assistant Professor, Department of Textile and  
Apparel Design, Marlik University of Nowshahr

### Abstract

Fashion, as one of the environmental factors, has a significant impact on the formation of people's identity. This study was conducted to investigate the impact of fashion on identity formation and the role of the environment and society in this process. The research method is descriptive of the correlation type. The statistical population of the study was all Tehran citizens. The sampling method was simple random and 154 people were selected. The measurement tool was a researcher-made questionnaire. The face and content validity of the questionnaire was examined and approved by experts in the relevant field, and multiple regression test and Pearson correlation coefficient were used to analyze the data. The results of the study show that fashion helps people to distinguish themselves from others and express their individual and social identity. The environment and society also play an important role in the impact of fashion on people's identity. The findings of this study show that fashion, environment, and society have a significant impact on the formation of people's identity. Fashion helps people to distinguish themselves from others and express their individual and social identity. The environment and society also play an important role in the impact of fashion on people's identity. In societies where fashion is important, people are more influenced by fashion and try to keep up with the latest fashion. Peers and reference groups also play an important role in the impact of fashion on people's identity. People tend to be similar to their peers and reference groups and follow fashion that is accepted by them.

**Keywords:** Fashion, Identity formation, Environment, Society