

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی
واحدتهران مرکزی
دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی
پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)
گرایش: مردم شناسی

عنوان:

بررسی مردم شناختی نقش رسانه ها در پوشاک نوجوانان دختر ۱۴-۱۸ ساله، مورد مطالعه
منطقه ۴ تهران (محلته تهرانپارس)

استاد راهنما:

دکتر عسگری نوری

استاد مشاور:

دکتر فریبا میر اسکندری

پژوهشگر:

نوید گل آرایی فرد

سال تحصیلی ۱۳۸۹

تقدیم به :

به پدر و مادرم

تقدیر و تشکر :

تشکر و سپاس خداوند بلندمرتبه‌ای را سزاست که به انسان نعمت اندیشه و تدبیر را عطا فرمود تا آدمی بتواند تحقیق و تفحص نماید.

تدوین این اثر فرصتی زیننده و بهانه‌ای است برای تقدیر از دستان پر مهر پدر و مادر گرامیم، که از این دستان صبری فزون و محبتی روز افزون گرفته‌ام.

برخود فرض می‌دانم که از زحمات اساتید ارجمند جناب آقای دکتر عسگری نوری و سرکار خانم دکتر فریبا میر اسکندری که راهنمایی و مشاوره این پژوهش را به عهده داشتند هم بخاطر اعمال دقت نظر و هم بخاطر شش سال افتخار شاگردی در محضر این اساتید بزرگوار در دانشگاه از هر دو استاد عزیزم سپاسگزارم.

بسمه تعالی

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب نوید گل آرابی فرد دانشجوی کارشناسی ارشد در رشته علوم اجتماعی و مردم شناسی با شماره دانشجویی ۸۶۵۷۱۳۰۰۰۰۳ اعلام می‌نمایم که کلیه مطالب مندرج در پایان نامه با عنوان بررسی مردم شناختی نقش رسانه ها در پوشاک نوجوانان دختر ۱۴-۱۸ سال مورد مطالعه منطقه تهران دانشجویان حاصل کار پژوهشی خود بوده و چنانچه دستاوردهای پژوهشی دیگران را مورد استفاده قرار داده باشم ، طبق ضوابط و رویه های جاری ، آنرا ارجاع داده و در فهرست منابع و مأخذ ذکر نموده ام . علاوه بر آن تأکید می‌نمایم که این پایان نامه قبلاً برای احراز هیچ مدرک هم سطح ، پایین تر یا بالاتر ارائه نشده و چنانچه در هر زمان خلاف آن ثابت شود ، بدینوسیله متعهد می‌شوم ، در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام توسط دانشگاه، بدون کوچکترین اعتراض آنرا بپذیرم .

تاریخ و امضاء

بسمه تعالی

در تاریخ:

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم نوید گل آرایی فرد از پایان نامه خود دفاع نموده و با

نمره ۱۷ بحروف هفده و با درجه عالی مورد تصویب

قرار گرفت.

امضا استاد راهنما

چکیده:

این پژوهش به منظور بررسی مردم‌شناختی نقش رسانه‌ها در پوشاک نوجوانان دختر ۱۴ تا ۱۸ ساله، (مورد مطالعه منطقه ۴ تهران محله تهرانپارس) انجام گرفت به همین منظور از بین کل دانش‌آموزان دختر مشغول به تحصیل در دوره دبیرستان در این منطقه تعداد ۱۵۰ نفر بصورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. روش انجام این پژوهش، بصورت مشاهده و مشارکت بوده است. در این پژوهش برای مطالعه و بررسی مردم‌شناختی نقش رسانه‌ها در پوشاک نوجوانان دختر از آزمون محقق ساخته استفاده شد. محاسبه همبستگی درونی پرسشها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ محاسبه شده است. و نیز از آزمون اسکوتر، واز آزمون تی مستقل برای مقایسه درصد پاسخهای دانش‌آموزان استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین استفاده از رسانه‌ها و الگوبرداری از رسانه و نحوه انتخاب پوشاک توسط نوجوانان دختر رابطه معنادار وجود دارد.

۱	فصل اول : کلیات تحقیق
۲	مقدمه
۳	۱-۱- بیان مسئله
۴	۱-۲- اهمیت و ضرورت انجام پژوهش
۵	۱-۳- اهداف پژوهش
۵	۱-۴- سوالات پژوهش
۶	۱-۵- تعاریف مفاهیم و واژگان اختصاصی طرح
۷	۱-۶- پیشینه پژوهش
۱۰	فصل دوم : مبانی نظری پژوهش
۱۱	مقدمه
۱۲	۱-۲- ادبیات تحقیق
۲۷	۲-۲- پوشاک در دوران معاصر
۲۹	۲-۳- مبانی نظری
۲۹	۲-۴- رسانه های جمعی
۳۲	۲-۵- وسایل ارتباط جمعی
۳۶	۲-۶- آثار کوتاه مدت و بلند مدت رسانه های جمعی
۳۸	۲-۷- گرایش نوجوانان به تلویزیون
۳۹	۲-۸- اصل بلوغ
۴۸	۲-۹- آثار و نقش تلویزیون
۴۹	۲-۱۰- تلویزیون و مذهب
۵۱	۲-۱۱- تلویزیون و خانواده در ایران
۵۶	۲-۱۲- نقش رسانه های جمعی در اجتماع
۵۸	۲-۱۳- انتقال فرهنگی
۶۰	۲-۱۴- نظریه اشاعه گرایی
۶۵	۲-۱۵- تهرانپارس
۶۵	۲-۱۶- تاریخچه منطقه

۷۷	فصل سوم : روش شناسی پژوهش
۷۸	مقدمه
۷۸	۳-۱- روش تحقیق
۷۸	۳-۲- جامعه آماری
۷۸	۳-۳- نمونه آماری و حجم نمونه
۷۹	۳-۴- ابزار تحقیق
۷۹	۳-۵- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۸۰	فصل چهارم : تجزیه و تحلیل یافته ها
۸۲	مقدمه
۸۳	۴-۱- تحلیل توصیفی
۱۰۴	۴-۲- تحلیل استنباطی
۱۱۰	فصل پنجم: خلاصه تحقیق، بحث و نتیجه گیری
۱۱۲	۵-۱- بحث و نتیجه گیری
۱۱۷	فهرست منابع
۱۱۷	منابع فارسی
۱۲۰	منابع خارجی
۱۲۲	پیوست ها

فصل (۱)
کلیات پژوهش

مقدمه

با توجه به آیه قرآن سوره بقره که آدم با خوردن میوه از آن درخت ممنوعه، آگاهی پیدا کرد که برهنه است و خود را با برگی پوشاند. پس می توان گفت که پوشاک قدمتی به اندازه تاریخ بشریت دارد. زمانی لباس برای پوشاندن و گرم کردن بدن استفاده می شد اما امروزه پوشاک برای بشر از نیاز های اولیه و اساسی بشر محسوب می شود. درست مثل خوراک، مسکن، امنیت و امثال آن.

رسانه های تصویری و الکترونیکی با برنامه های تفریحی و وظیفه سرگرم کنندگی ذائقه های قشر های عظیمی از جامعه را بر عهده دارند و از این طریق داد و ستدی فکری را در افکار عامه و گفتگو های مردمی انجام می دهند (موسی پور، ۱۳۷۶، ص ۹۰)

نوجوانی مهم ترین دوره زندگی انسان است چرا که فرد در جستجوی هویت اصلی خود است و سعی می کند خود را به نوعی در خانواده و جامعه مطرح کند و او خود را با پوشیدن لباس هایی که جلب توجه میکند نشان می دهد. در این زمینه الگوبرداری هایی نیز از طریق رسانه هایی مانند تلویزیون، ماهواره و مجله و ... انجام می دهد، حال یا توجه به این مطلب و این که برنامه ها، امروزه بیشتر جنبه تبلیغاتی دارند حتی در سریال ها و فیلمها پوشش بازیگران خصوصاً زنان جنبه تبلیغاتی پیدا کرده است، پس بررسی این نکته ضروری می نماید. که آیا با ساختار های مردم شناختی او مطابقت دارد یا خیر؟

۱-۱- بیان مسئله

وسایل ارتباط جمعی ، مهم ترین شاخصه جامعه مدرن بشمار می آیند و این وسایل می توانند القا کننده هنجارهای فرهنگی باشد که البته این هنجارها بسته به تنوع برنامه های رادیو و تلویزیون ، مجلات و روزنامه ها متفاوت است .

امروزه انسان در پرتو امواج صوتی و تصویری ، نه تنها در محیط کوچک زندگی خود حاضر است ، بلکه در عین حال در همه نقاط عالم ، در فضا و حتی تا حدودی در زمان حضور دارد . شبکه های وسیع رادیو - تلویزیون که در تمام مدت شبانه روز فعالیت دارند و می توانند تازه ترین خبرها ، تفسیرها و بحث های مختلف اجتماعی را در مقیاسی وسیع در اختیار مخاطبان خود قرار دهند . و یا فیلم ها و سریال هایی که از این رسانه ها پخش می شود تأثیر بسیار عمیق را در مخاطبان خصوصاً نوجوانان داشت (همان منبع، ص ۹۳). نوجوانان بسیاری شخصیت ها و قهرمانان فیلمها را الگوی خود قرار داده و با آنان همانند سازی می کنند .

در واقع یکی از عملکردهای رسانه اشاعه فرهنگ است چرا که نوجوانان با خصوصیات و ویژگی های بسیاری از جوامع دیگر آشنا می شوند و با اعتقادات و آداب و رسوم جوامع خود مقایسه میکند . (معتدناژاد، ۱۳۷۳ ، ص ۲۳).

حال با توجه به مطلبی که ذکر آن رفت، مسئله مهم در این پژوهش این است که رسانه ها که در کنار وظیفه سرگرم کنندگی افکار مردم چه تاثیراتی بر نوع رفتار ، گفتگوها و بویژه در نوع پوشش (که مساله اصلی این تحقیق است) دارند ؟ با توجه به این که پوشاک در طی مراحل مختلف تحولات خاصی را طی کرده است ، باید گفت که نقش این رسانه در این تحول بی تأثیر نبوده است . چرا که رسانه کمیت نوع اشاعه فرهنگی را در جامعه بوجود آورده است. یکی از مواد اثرگذار بر پوشاک ایرانیان تأثیرات و تأثیرات فرهنگی از دیگر کشورها ، بویژه کشوره های غربی است. به این نکته مهم می توان اشاره کرد از سویی با توجه به نفوذ این کشورها بر رسانه ها و از سویی دیگر با توجه به سرمایه گذاری فرهنگی این کشور ها روی دیگرکشورها ، محقق بر آن شده است تا این نفوذ رسانه ای را بر فرهنگ نوجوانان دخترمان در زمینه پوشاک بررسی نماید.

۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت پژوهش بر این است که امروزه رسانه ها نقش بسیار پراهمیت و با ارزشی را در زندگی انسان ها دارند . و باعث تغییر و تحول بسیاری در زندگی روزمره انسان شده اند خصوصاً نوجوانان که دوره نوجوانی که مراحل تکامل و رشد دوره زندگی است که نگرش ها و تعاملات جدیدی در زندگی او به وجود می آید و دیگر این که تقلید پذیری نوجوانان می تواند ارتباط با جنس - سن ، تحصیلات و ... داشته باشد . امروزه به علت نبود الگوهای مشخص موجود که بتواند به نیاز های نوجوانان جواب بدهد و یا دشوار بودن تشخیص آنها از سوی جامعه شاهد تأثیر پذیری بیشتر نوجوانان با پیش گرفتن روش های تقلیدی از رسانه های جمعی خصوصاً تلویزیون و ماهواره هستیم .

۳-۱- اهداف تحقیق

هدف کلی

۱- بررسی تاثیر نقش رسانه ها در انتخاب پوشاک در بین نوجوانان دختر می باشد.

هدف جزئی

- ۱- میزان الگو پذیری در زمینه مد از رسانه ها در بین نوجوانان
- ۲- میزان استفاده نوجوانان از رسانه ها برای پر کردن اوقات فراغت
- ۳- ارایه نتایج حاصل از این تحقیق برای استفاده دست اندرکاران صدا و سیما به منظور انتخاب بهترین نوع تبلیغات در زمینه پوشاک

۴-۱- سوال های تحقیق:

- ۱- آیا بین نوع برنامه (تبلیغاتی) تلویزیون و ماهواره و تاثیر آن بر پوشاک نوجوانان رابطه وجود دارد؟
- ۲- آیا بین محل سکونت و تاثیر آن بر پوشاک نوجوانان رابطه وجود دارد؟
- ۳- آیا بین وضعیت اقتصادی خانواده و تاثیر آن بر پوشاک نوجوانان رابطه وجود دارد؟
- ۴- آیا بین نقش همسالان و تاثیر پذیری نوجوانان از رسانه (تلویزیون و ماهواره) در مورد پوشاک رابطه وجود دارد؟
- ۵- آیا بین مدت زمان استفاده از تلویزیون و ماهواره با میزان تاثیر پذیری نوجوانان از رسانه ها در مورد پوشاک رابطه وجود دارد؟

۵-۱- تعریف واژگان تحقیق

• تلویزیون :

یک رسانه گروهی و بین المللی است . دستگاهی که دارای نور ، صدا ، تصویر است و دارای برنامه های مختلف (معتمد نژاد، ۱۳۷۳ ، ص ۷۱).

• نوجوانان

دوره انتقالی میان کودکی و بزرگسالی را نوجوانی گویند (هیلگارد ۱۹۷۹، به نقل از براهنی و همکاران، ۱۳۷۵، ص ۱۵۲).

• نوع برنامه ها :

منظور انواع و اقسام مختلف برنامه هایی است که از ماهواره و تلویزیون پخش می شود مثل فیلم ها ، سریالها و مسابقه ها .

۱-۶- محدودیت های پژوهش

محدودیت مکانی : این تحقیق فقط در سطح مدارس شهر تهران صورت گرفته است

محدودیت زمانی : این تحقیق در سال تحصیلی ۸۹ - ۱۳۸۸ انجام گرفته است

محدودیت جمعیت آزمودنیها: در این تحقیق دانش آموزان فقط در مقطع متوسطه مورد آزمون قرار گرفته اند.

محدودیت موضوع: این تحقیق به بررسی نقش رسانه در پوشاک نوجوانان دختر محدود می شود.

۱- در زمینه تاثیر رسانه بر انتخاب پوشاک نوجوانان در حال حاضر پرسشنامه استاندارد در ایران وجود ندارد.

۲- از محدودیت های این پژوهش می توان عدم دسترسی تمام آزمودنی ها به رسانه ای مثل ماهواره اشاره کرد.

۱-۷- پیشینه پژوهش

از آنجایی که هر تحقیق علمی- کاربردی بر بنیاد تجارب گذشتگان بنا می شود، محقق نیز خود را بی نیاز از تجارب دیگران ندانسته است. بر این اساس، پژوهش های انجام شده داخلی و خارجی که به نحوی با موضوع مرتبط بوده اند را پشتمانه فعالیت تحقیقاتی جاری خود قرار داده است.

۱- فارست^۱ در سال ۱۹۹۴ به « بررسی نمودار میزان استفاده از سرگرمی های تلویزیون در نوجوانان خانواده های بی بضاعت» پرداخت جمعیت نمونه وی شامل ۲۴۵ نوجوان دختر (با میانگین سنی ۱۶/۳) و ۱۶۰ پسر (با میانگین سنی ۱۶/۶) بود. بررسی ها نشان داد که: میزان استفاده از تلویزیون در آزمودنی ها بالاتر از میانگین جمعیت عمومی نوجوانان طبقه متوسط و بالا بود. نهایتاً، محقق لزوم برنامه های آموزشی در تلویزیون را برای جمعیت فوق ضروری دانست. بعلاوه توصیه نمود که برنامه های مذکور لازمست با توجه به ویژگی های فردی و محیطی آزمودنی ها متنوع و متناسب در نظر گرفته شود.

¹ Forst

۲- پژوهشی نیز توسط ویدوم و ایمز^۱ (۱۹۹۴) تحت عنوان «بررسی اثر فریب شبکه های ترویج مد در دوران نوجوانی» بر روی ۱۲۵ آزمودنی انجام شد. در بررسی مذکور مشاهده شد که: که این نوجوانان به بازیگران این شبکه ها نوعی وابستگی نشان داده و از آنان به عنوان الگوی خود یاد می کرده اند.

۳- پوماریگا، جانسون و شریدن^۲ (۱۹۹۵) پژوهشی تحت عنوان «بررسی دیدگاه های مردمی مربوط به برنامه های تلویزیون» انجام دادند. در این پژوهش ۲۲۹ نفر بین سنین ۱۸-۵۸ سال شرکت داشتند که در زمینه های تاریخی، فراوانی برنامه های خشن، تعارض های جدی خانوادگی ناشی از برنامه های نامناسب تلویزیون، مورد بررسی قرار گرفتند. مهمترین نتایج پژوهش عبارت بود از:

۱- بین تعارض خانوادگی، و برنامه های تلویزیون رابطه معنی دار از نظر آماری وجود داشت.
۲- اعتقاد به شیوع خشونت توسط این برنامه ها در سطح جامعه از نگاه آزمودنی ها بصورت معنی داری بالا بود.

۳- ۶۲٪ آزمودنی ها تاکید بر کنترل برنامه ها توسط مدیران اسن شبکه ها داشتند.
۴- گرگری، بدری، طرح تحقیقاتی را در بین سالهای ۸۲-۱۳۸۳ تحت عنوان «تاثیر شمال و جنوب شهر برمد و لباس مردم» که نگرشی مردم شناختی به ویژگی ها و وضعیت زنان و دختران در زمینه پوشاک انجام داده است.

جامعه آماری این پژوهش را کلیه زنان و دختران شهر تهران تشکیل داده اند. تحقیق مذکور از این جهت که بین وضعیت خانوادگی و نگرش های اجتماعی زنان رابطه معناداری را بیان می کند حائز اهمیت است و نشان می دهد که عمده افراد مورد بررسی، میزان درآمد و وضعیت اقتصادی خانواده را در بهبود پوشاک خود دخیل می دانند.

۵- تحقیقی تحت عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر انتخاب پوشاک» توسط محمدنبی در سال ۷۶ انجام شده است. جامعه آماری ۱۵۴ نمونه از زنان تهران بودند که به وسیله پرسشنامه و مصاحبه به جمع آوری اطلاعات پرداخته است. تحلیل نتایج نشان می دهد فرضیه تحقیق که به اهمیت وضعیت اقتصادی و انتخاب پوشاک پرداخته مورد تایید قرار گرفته است که در این زمینه با تحقیق حاضر همسو می باشد.

¹ Widom & Ames

² Sheridan, Jonson & Pumariega

فصل (۲)

مبانی نظری پژوهش

مقدمه:

امروزه رسانه ها از وضعیت پوشش کشورهای دیگر به افراد جامعه اطلاع می دهند و مهم تر آنکه سرعت تغییر نشانه ها در جهان امروز بسیار مهم است و از مصرف کا لا های زیبا شنا سانه مانند سینما و کلوپ ویدو همچنین طرح های گرافیکی نیز برای این امر استفاده فراوان می شود و مسئله چنان با سرعت در تغییر است که ذائقه ی مصرف کنندگان دیگر قابل پیش بینی نیست این مسئله بحث مهمی در خوانش مد است اگر در گذشته مثلا فلان طرح لباس مد می شد الان سرعت دگرگونی چنان زیاد است که خود نظام مد از ساختار خاصی پیروی نمی کند و همچنین تکثر در آن بسیار شدید است .

در این فصل بنا به ماهیت موضوع در قسمت اول به تشریح ابعاد پوشاک و لباس ، تاریخچه آن، در قسمت دوم به توضیح درباره رسانه ها مانند تلویزیون، ماهواره ، رادیو، مطبوعات و اینترنت و در قسمت سوم به تاریخچه منطقه تهرانپارس پرداخته می شود.

بخش اول: ادبیات و تاریخچه پژوهش

سرگذشت اولین لباس و چگونگی تکوین آن بدرستی مشخص نیست . بطوری که مانند بسیاری از جنبه های ناشناخته زندگی بشر برای دانشمندان و صاحب نظران مورد شک و تردید بسیاری است . بسیاری از دانشمندان و صاحب نظران معتقدند نیاز باعث بوجود آمدن لباس گردیده است . بسیاری شرم و خجلت نظری بشر را در این امر دخالت داده اند(کاکس^۱، ۱۹۸۵، ص ۵۵).

بسیاری تقلید از حیوانات را عامل بوجود آورنده لباس دانسته اند و بسیاری نیز لباس را هدیه ای از جانب خداوند دانسته اند. بطور کلی این جنبه از زندگی بشر پر از ابهام است و آن را شبیه اسطوره می سازد هر چند که پیدایش آن نیز شبیه اسطوره ای پر از ابهام است. بهر تقدیر منشأ و مبدأ این نظریات بصورتی نسبی و ذهنی ساخته ذهن بشر است هر چند که مذاهب الهی خود کیفیات خاصی در تبیین این موضوع داشته و نقطه نظرهای خاصی را پیرامون پیدایش لباس بشر مطرح می سازند (ارمکی آزاد، ۱۳۷۵، ص ۴۶).

پس خداوند خدا، آدم را از خاک زمین صورت داد و نسیم حیات را بر دماغش دمید ، و خداوند خدا گفت : بودن آدم تنها خوب نیست ، جهت او یاری را بسازم که با او باشد و خداوند خدا ، از استخوان پهلویی که آدم گرفته بود ، زنی ساخت و او را به آدم آورده و آدم و زنش هر دو برهنه

¹ Ckaakes

بودند و شرمندگی نداشتند. آنگاه چشمهای هر دوی ایشان گشوده شد دانستند که برهنه اند و برگ های درخت انجیر را دوخته از برای خود غوطه ساختند.

تاریخچه پوشش در ایران

بدون تردید جهان بینی و انسان شناسی هر فرهنگ و مکتب، نقش اساسی و مهمی در انتخاب نوع و کیفیت پوشش دارد. تاریخچه پوشش در ایران نیز پیوندی عمیق با حجاب، به معنای پوشش کامل و زیبایی شناسی و زیبایی دوستی دارد. سرزمین ایران سرآمد زیبایی ها و ظرافتهاست، مردم ما حامل فرهنگی عمیق و ریشه دار، با آمیزه ای از دین و تاریخ هستند. تاریخی که در اقصا نقاط عالم ریشه دوانده است. هر اندازه فرهنگ و هنر یک سرزمین با بنیانهایی اعتقادی و فکری و دیرپای ملتی مرتبط باشد، بر عمق عظمت حس زیبایی شناختی مردم آن سرزمین تاثیر می گذارد.

تجلیات پوشش در میان زنان ایران چنان چشمگیر است که برخی از اندیشمندان و تمدن نگاران، ایران را منبع اصلی ترویج حجاب در جهان معرفی کرده اند. زنان ایران زمین از زمان مادها (که نخستین ساکنان آریایی ایران زمین بوده اند) حجاب کاملی شامل پیراهن بلندچین دار و شلوار تا مچ پا و چادر و شنلی بلند روی لباس ها، داشته اند. این حجاب در دوران سلسله های مختلف پارس ها نیز معمول بوده است. در زمان زرتشت و قبل و بعد از آن، زنان ایرانی از حجابی کامل برخوردار بوده اند.

برابر متون تاریخی، در همه آن زمان ها پوشاندن موی سر و داشتن لباس بلند و شلوار و چادر رایج بوده است و زنان با آزادی در محیط بیرون خانه رفت و آمد می کردند و هم پای مردان به کار می پرداختند. و این امور با حجاب کامل و پرهیز شدید از اختلاط های فساد برانگیز همراه بوده است.

جایگاه فرهنگی پوشش در میان زنان نجیب ایران زمین به گونه ای بوده است که در دوران سلطه کامل شاهان، هنگامی که خشایار شاه به ملکه «وشی» دستور داد که بدون پوشش به بزم بیاید تا حاضران زیبایی او را بنگرند، وی امتناع کرد و برای این سرپیچی، به حکم دادوران، عنوان «ملکه ایران» را از دست داد.

دوره مادها

مادها اولین حکومت فراگیر در فلات ایران بودند آنان از هر طبقه و قومی که بودند برای جلوه گری هر چه بیشتر خود به هر چیزی که گمان می بردند خودآرایی است مانند یک نیاز حتمی و حیاتی دست می یافتند و در هر زمان وسایل موجود را از طلا، نقره، مفرغ، آهن تا گچ و سنگ و صدف می ساختند. «اصلی که باید در نظر داشت، این است که طبق نقوش برجسته و مجسمه های ما قبل میلاد، پوشاک زنان آن دوره از لحاظ شکل، با کمی تفاوت، با پوشاک مردان یکسان است.» و «مرد و زن به واسطه اختلافی که میان پوشش سرشان وجود دارد، از هم تمیز داده می شوند.»

دوره پارسی‌ها (هخامنشیان)

پارسی‌ها به وسیله کوروش، دولت ماد را از میان برداشته و سلسله هخامنشی را تأسیس کردند. آنها از نظر لباس همانند مادها بودند. در مورد پوشاک خاص زنان این دوره آمده است: «از روی برخی نقوش مانده از آن زمان، به زنان بومی برمی‌خوریم که پوششی جالب دارند. پیراهن آنان پوششی ساده و بلند یا دارای راسته چین و آستین کوتاه است.

به زنان دیگر آن دوره نیز برمی‌خوریم که از پهلو به اسب سوارند. اینان چادری مستطیل شکل، بر روی همه لباس خود افکنده و در زیر آن، یک پیراهن با دامن بلند و در زیر آن نیز، پیراهن بلند دیگری تا به مچ پا نمایان است.» تصویر به جا مانده بر روی تخته سنگهای دوره هخامنشی نشان می‌دهد که شباهتی بین لباس زنان و مردان پارسی وجود داشته است. زنان پارسی به جز لباس شبیه آنچه ملکه می‌پوشیده، لباس دیگری نیز داشته‌اند، پیراهن آنان پوششی ساده، بلند یا دارای راسته چین و آستین کوتاه بوده که دامن از زانو به پایین شرابه‌هایی از مچ پا آویزان داشته، علاوه بر اینها زنان پارسی از چادر نیز استفاده می‌کردند، و آنرا بر روی تن خود می‌انداختند به طوری که تمام لباسهای زیر را می‌پوشانید. نقوشی که روی فرش پازیریک که در سیبری پیدا شده و آنرا مربوط به ایران در دوران هخامنشی می‌دانند، این مطلب را تصدیق می‌کند زیرا زنانی که بر روی این فرش نقش کرده‌اند پوششی سراندر پا چیزی شبیه چادر روی همه پوشاک خود داشته‌اند.

دوره اشکانیان

در این دوره نیز همانند گذشته، پوشش زنان ایرانی کامل بوده است. در این باره چنین می‌خوانیم: «لباس زنان اشکانی پیراهنی بلند روی زمین، گشاد، پرچین، آستین دار و یقه راست بوده است و پیراهن دیگری روی آن را می‌پوشانیده است. قد پیراهن دوم نسبت به اولی کوتاه و ضمناً یقه باز بوده است و روی این دو پیراهن چادر به سر می‌کردند.»

پیراهن‌ها از پارچه‌های منقش (مخصوصاً قلابدوزی شده) تهیه می‌شده است. آنان کفش ساده دوران اشکانی را به پا می‌کردند و کمر بندشان منحصر به نواری بوده که برای جمع کردن گشادای پیراهن در زیر سینه می‌بستند. نقش برجسته پالیر در موزه لوور زنی از دوره اشکانی را نشان می‌دهد. این زن چادر به سر دارد و زیر آن عمامه‌اش به خوبی نمایان است. بر بالای پیشانی (پایین عمامه) فلزی پهن منقوش و برجسته چون نواری موهای جلوی سر را پوشانده و با وضع مطلوبی به عقب سر برده است. چادر زنان اشکانی به رنگ‌های شاد و ارغوانی و یا سفید بوده است. گوشه چادر در زیر یک تخته فلزی بیضی منقوش یا دکمه که به وسیله زنجیری به گردن افکنده شده، بند است. این چادر به نحوی روی سر می‌افتاده که عمامه (نوعی کلاه زنانه) را در قسمت عقب و پهلوها می‌پوشانیده است.

دوره ساسانیان

در این دوره اردشیر دین زرتشت را دین رسمی کشور قرار داد. اوستا را ترجمه و آتشکده‌های ویران را بازسازی نمود. زنان در این دوره همچنان دارای حجاب کامل بودند. در مورد پوشاک

زنان این دوره چنین آمده است: «چادر که از دوره‌های پیش مورد استفاده بانوان ایران بوده است، در این دوره نیز به صور مختلف مورد استعمال داشته است. (موسی پور، ۱۳۷۶) از آنجا که زرتشت در زمینه اصل حجاب و پوشش زنان در ایران کمبودی نمی‌دیده است، با تأیید حدود و کیفیت حجاب رایج آن دوران، کوشید تا با پندهای، خود ریشه‌های درونی حجاب را تعمیق و مستحکم نموده، عامل درون را ضامن اجرا و پشتوانه استمرار و استواری حجاب معمول قرار دهد. بررسی نقوش سنگی و طرح‌هایی از چندین بشقاب باستانی نشان می‌دهد که بانوان ساسانی پیراهنی بلند با آستین یا بدون آستین، پرچین و گشاد می‌پوشیده‌اند و آن را با نواری در زیر سینه مانند زنان اشکانی جمع می‌کردند، از طرز قلم زنی و چین‌سازی پیراهن و دامن پیداست که در انتهای دامن بر پشت پا، پارچه‌ای اضافه و پرچین به آن دوخته‌اند یقه پیراهن آنان اغلب گرد ولی یقه جلو باز تا پایین تر از سینه نیز دیده می‌شود زنان ساسانی گاهی چادر گشاد و پرچین سر می‌کردند که تا ساق پا می‌رسیده است.

دوره صفویان

به دلیل توجه صفویان به آداب و رسوم و مذهب خاص ایرانی و مذهب اثنی‌عشری، رشته‌های گوناگون صنعت و هنر، پیشرفت شایانی داشته است، که در این میان پوشاک بانوان، با توجه به بافت خاص اجتماعی - مذهبی آن روزگار شکل خاصی به خود گرفت.

پیراهنها، اغلب رنگارنگ و گلداز و زربفت ابریشمی بود و روی آن قبای جلو باز بلندی تا مچ پا به پا می‌کردند و کمر بندی به کمر می‌بستند بصورتیکه محکم روی کمر قرار نگیرد، کلاه کوچک، چارقد، شلوار پنبه دوزی شده، جوراب ساقه کوتاه پارچه‌ای از جمله پوشاک بود که در فصل زمستان مورد استفاده زنان قرار می‌گرفتند. زنان هنگام بیرون رفتن از خانه چادر بزرگ سفید یا بنفش رنگی، به سر می‌کردند که تمامی بدن آنان را می‌پوشاند و فقط جلوی صورت باز می‌ماند که بوسیله آن می‌توانستند پیش روی خود را ببینند.

دوره زندیه

در دوره نادرشاه افشار و خاندان او از تجملات لباس‌ها کاسته شد و جامه‌ها فرمی ساده‌تر به خود گرفتند. از خصوصیات جامه‌های این دوره کوتاه شدن دامن پیراهن‌ها (بلوز) و قبا بود و فرم شلوار (تنگ یا گشاد) و جنس و تزئینات آن اهمیت بیشتری پیدا کرد. در دوره زندیه عموماً زنان پیراهن تنگی در بر می‌کردند که پارچه آن اغلب از نخ و ابریشم بود. یقه گرد (بدون یقه) که در وسط آن چاک بوسیله روبان یا دکمه در زیر گلو بسته می‌شد. در مواقع احتیاج روی پیراهن، اغلب ارخالق (کت بلندی است که تا نصف بدن را می‌پوشاند) آستین سنبوسه یا کلیجه (کت بلندی که تا روی ران می‌رسید روی ارخالق می‌پوشیدند) آستین کوتاه می‌پوشیدند. زنان این دوره مانند مردان، شلوار گشاد و بلندی که از پارچه‌های راه‌راه که بطور مورب دوخته می‌شد به پا می‌کردند و روی آن دامن گشاد و نسبتاً بلندی می‌پوشیدند که تا وسط ساق پا می‌رسید. زنان در این دوره روی سر خود توری یا پارچه زیبایی را بطور آزاد انداخته و با زیور و زینت، موهای خود را می‌آراستند. کفش آنها نعلین یا ساغری نوک برگشته بود که فقط اندکی از سر