

# شناسایی و تحلیل تنوع فرم و رنگ پوشاک محلی بانوان گیلان به منظور بازنمود در طراحی مانتو بانوان جوان ایرانی

## Identification and analysis the color and form variety of Gilan women local clothes in order to representation in design of social cloth of Iranian young women

ملیحه شفا<sup>۱</sup>، احسان زرین آبادی<sup>۲</sup> و سید محمود طباطبایی<sup>۳</sup>

۱- ایران، یزد، دانشگاه علم و هنر یزد، دانشکده هنر و معماری اردکان، کدپستی ۸۹۵۳۱۴۳۸۲۱، صندوق پستی ۴۱۸

۲- ایران، یزد، دانشگاه امام جواد (ع)، گروه طراحی دوخت و لباس، کدپستی ۸۹۱۵۸۷۳۷۶۴

### چکیده

در این پژوهش سعی شده است با تلفیق طرح و رنگ لباس‌های سنتی و امروزی، لباس‌هایی طراحی شود که نشان دهنده ذوق و سلیقه، تمدن، فرهنگ و هویت اصیل ایرانی باشد؛ بنابراین انواع طرح‌ها و تنوع رنگ‌ها در البسه محلی مناطق مختلف گیلان، بررسی و شناسایی گردید تا با توجه به چگونگی تناسب آن‌ها، در طراحی لباس اجتماع بانوان (مانتو)، به کار گرفته شوند. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه‌ای، و برای تأیید یا رد فرضیات پژوهش، روش پژوهشی استفاده شده است؛ به این منظور، به صورت میدانی و روش پرسشنامه، اطلاعاتی از دو جامعه آماری طراحان لباس و فروشندگان مانتو، به تعداد ۶۰ نفر، جمع‌آوری گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از آمار توصیفی و نیز آمار استنباطی (به کمک نرم‌افزار SPSS<sup>1</sup> v.22) استفاده شده است. آزمون K-S<sup>2</sup> برای نرمال بودن متغیرها، آزمون t تک نمونه مستقل و مقایسه دو جامعه، جهت بررسی فرضیات، آزمون فریدمن<sup>3</sup> جهت رتبه‌بندی متغیرهای طراحی مورد استفاده قرار گرفت. بر اساس نتایج حاصل از پرسشنامه و توجه به تأثیر مولفه‌های معنادار بر طراحی مانتو از دیدگاه جامعه‌های آماری و همچنین با توجه به اصول و عناصر بصری مطرح در پژوهش، بیست طراحی لباس اولیه انجام شد و از میان آن‌ها ۶ طرح منتخب، در نرم افزار CLO Enterprise بصورت گرافیکی، ارائه گردید. در نهایت، شش دوخت مانتو انجام گرفت تا اهداف پژوهش محقق شود.

### مقدمه

معمولی یک سوم معانی اجتماعی از مولفه‌های کلامی و دو سوم دیگر از کانال غیر کلامی منتقل می‌شود [۳]. انتخاب لباس مانند انتخاب واژه‌ها به عهده فرد است و افراد باید مسئولیت هر دو را در عرصه عمومی بر عهده گیرند و عواقب ایجاد هر نوع سوءتفاهمی را نیز بپذیرند. بنابراین، اگر افراد با دیگران ارتباط مؤثر داشته باشند، نمی‌توانند به گونه‌ای رفتار کنند که گویی آنچه پوشیده‌اند بخشی از پیام‌های ارسالی آن‌ها نیست، چرا که دیگران همواره بر مبنای ظواهر و انتخاب‌های افراد قضاوت می‌کنند. پوشش در هر جامعه، بارزترین عنصر و نماد فرهنگ و ارزش‌های آن جامعه است [۴-۵]. تاریخ نشان داده که ایران دارای فرهنگ و هنری غنی و پرپار از گذشته تا امروز می‌باشد و لازم است برای

پوشاک در فرهنگ اصیل ایرانی از تنوع بسیار زیادی برخوردار است. سابقه این فرهنگ غنی را باید در سنت‌های پوشش مردم مناطق مختلف جستجو کرد [۱]. لباس‌های سنتی به دلیل تنوع و زیبایی خاصشان می‌توانند منبع قابل توجهی از الهام برای طراحان و هنرمندان باشند و حفظ آن‌ها به عنوان بخشی از میراث فرهنگی یک کشور، سبب افزایش اعتماد به نفس ملی و جلوگیری از بی‌هویتی نسل جوان می‌گردد [۲].

در واقع در ارتباطات میان‌فردی، بخش عمده تبادل اطلاعات، با ارتباط غیر کلامی انجام می‌شود، به طوری که تخمین زده می‌شود، در برخورد دو نفره

### کلمات کلیدی

طراحی لباس بانوان، رنگ لباس بانوان، هویت فرهنگی، هویت ملی، لباس محلی گیلان

1- Statistical package for the social science

2- Kolmogorov-Smirnov

3- Friedman test

\*مسئول مکاتبات، پیام نگار: e.zarinabadi@gmail.com



شکل (۱) - لباس بانوان تالش منطقه کوهستانی کرگانرود در غرب گیلان (روستای لورون) [۱۷]

بوده و تاریخ ایران را به عنوان مولفه بنیادی هویت ملی برمی‌شمارند. این دسته با الهام از نظریه «ویلیام هنوی» شرق‌شناس و ایران‌شناس مشهور، عقیده دارند «تا ندانیم که بوده‌ایم، نمی‌توانیم بدانیم که کیستیم». مقوله سوم: برخی دیگر بر عنصر دین و مذهب تشیع تاکید دارند.

در مجموع هویت ایرانی دست کم در تاریخ جدید خود همواره از ساختمانی ترکیبی و به بیانی دیگر اختصاصی برخوردار بوده است. در سطح عام آن، ترکیب‌هایی چون هویت ایرانی، اسلامی و غربی را می‌بینیم؛ تجلی این سه عنصر در دوران معاصر، هویت ایرانی معاصر را ساخته است [۱۶].

برای بررسی لباس بانوان، استان گیلان به گیلان شرقی، گیلان غربی و با اندکی مسامحه به گیلان مرکزی تقسیم شد؛ در نتیجه شهرستان‌های آستانه اشرفیه، لاهیجان، لنگرود، رودسر، املش و سیاهکل جزو گیلان شرقی، شهرستان‌های فومن، شفت، تالش، ماسال، رضوانشهر، آستارا جزو گیلان غربی، و شهرستان‌های رشت، رودبار، صومعه سرا و بندرانزلی در گیلان مرکزی قرار گرفتند [۱۷-۱۸].



شکل (۲) - لباس بانوان ماسال از روبه رو و پشت [۱۷]

آراستن و احیای مجدد ارزش‌های ملی و قومی نهفته اما حاکم در هنر و فرهنگ ایرانی، آن‌ها را دوباره در زندگی امروز به کار گیرد [۶].

پوشاک گیلان زمین همچون دیگر سکونت‌گاه‌های انسانی، در گذشته‌های این سرزمین ریشه دارد. آثار مکشوفه در گیلان، سوابق زندگی در این منطقه را تا چهار و اندی هزار سال به عقب کشانده است. تامل در آثار مکشوفه، به خصوص در چراغعلی تپه رودبار، کهن‌ترین اسنادی است که تزئین بر روی دامن، پیراهن، پیشانی‌بند، زیورهای سینه و نمونه گوشواره را نشان می‌دهد. آثار مکشوفه از نواحی رستم آباد رودبار، وجود پای‌افزار را نیز، هم‌زمان با یافته‌های تپه چراغعلی نشان می‌دهد. پوشاک به تنهایی، معرف کار، اندیشه، سلیقه و مکان زندگی انسان‌هاست [۷-۸].

نخستین بار، واژه «زیبایی‌شناسی» از سوی «الکساندر گوتلیب بومگارتن»، فیلسوف آلمانی قرن ۱۸ استفاده شد که به شناخت از طریق حواس و علم حسی اطلاق می‌شد. او بعدها این واژه را در معنای فهم زیبایی با احساسات، بخصوص در هنر، به کار برد. هر چند با توجه به معنی آن -درک انسان از زیبایی یک پدیده- می‌توان گفت با اینکه زیبایی واژه‌ای نوین است اما درک زیبایی، پدیده‌ای تازه نیست و قدمتی به عمر تاریخ بشر دارد [۹]. ادراک زیبایی به حساسیت ادراکی یعنی ذوق محتاج است که خود زاییده فرهنگ و محیط اجتماعی است [۱۰].

هویت به معنی «چه کسی بودن» از نیاز طبیعی انسان، به شناخته شدن و معرفی شدن به چیزی یا جایی نشأت می‌گیرد. این احساس نیاز به تعلق، نیازی ذاتی و اساسی است که در هر فرد وجود دارد. به عبارت دیگر هویت، نوعی نمادسازی و پدیده‌ای فرهنگی است که افراد، گروه‌ها، اقوام یا مکان‌ها برای احراز موجودیت خود و تمایز از دیگران اتخاذ می‌کنند. یکی از رایج‌ترین شیوه‌های تعیین هویت همانا گزینش نام و نامگذاری است به طوری که هیچ فرد، گروه، قوم یا مملکتی بدون نام پیدا نمی‌شود [۱۱].

مقوله هویت ملی در ابتدایی‌ترین شکل خود، با نوعی احترام به مرزهای جغرافیایی یک کشور و پذیرش آن توسط کسانی ارتباط دارد که در درون آن مرزها قرار دارند و همگی در میثاقی مشخص و مشترک در باب جامعه‌ای عالی‌ه سهمین‌اند [۱۲]. هویت ملی دایر بر یک واحد مستقل سیاسی به نام کشور است و بر این اساس همه افرادی که دارای تابعیت کشوری باشند، هویت ملی مربوط به آن کشور را دارند [۱۳].

مهم‌ترین عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی، الف) وجود سازمان سیاسی واحد ب) فرهنگ، زبان و دین مشترک پ) پیشینه مشترک تاریخی ت) سرزمین مشترک می‌باشد [۱۴-۱۵].

مولفه‌ها و عناصر هویت ملی در ایران، سابقه دیرینه و طولانی دارد و اندیشمندانی که درباره هویت ایرانی سخن گفته‌اند در مورد مولفه‌های آن اختلاف نظر دارند و هر کدام زاویه‌ای را برای تبیین هویت ایرانی انتخاب می‌کنند که در مجموع در سه مقوله قابل ذکر است، مقوله اول: برخی زبان را پایه‌ای‌ترین مولفه هویت ایرانی می‌دانند. زبانی که با همه آمیختگی‌هایش با زبان بیگانه، اصالت خود را حفظ کرده است. مقوله دوم: برخی دیگر نگاهشان به سوی تاریخ و سرنوشت مشترک ایرانیان



شکل (۵) - چابکی، پیراهن دختران و بانوان جوان املش (روستای دعوای لات) [۱۷]

کلاهیک آن‌ها مشاهده شد. این لباس جهت مهمانی و مجالس شادی استفاده شده و سربند و جلیقه، دارای سکه یا پولک یا تزئینات جهت زیبایی است.

## ۲- ضرورت انجام تحقیق

با رونق محصولات صنعتی، بیم آن می‌رود که سنت‌های اصیل ایرانی به‌دست فراموشی سپرده شود. همان‌گونه که با تغییر زبان یک قوم، هویت فرهنگی آن هم تغییر می‌یابد و یا حتی از میان می‌رود، با تغییر و تحول لباس سنتی یک قوم نیز کم و بیش هویت‌زدایی آن قابل مشاهده است.

## ۳- اهداف تحقیق

- تلفیق طرح و رنگ لباس‌های سنتی گیلان با لباس‌های معاصر و طراحی مان‌تو برای بانوان جوان به تناسب فرهنگ ایرانی.
- شناسایی ساختار عمومی البسه محلی گیلان از بُعد طراحی و مبانی طرح و رنگ.
- بررسی مفهوم هویت اجتماعی، فرهنگی و بازاریابی و تاثیر آن‌ها در لباس‌های ایرانی امروز.



شکل (۶) - لباس مهمانی بانوان املش (روستای دعوای لات) [۱۷]



شکل (۳) - لباس کامل بانوان تالش ویسرود - درودخان (شفت) [۱۷]

در ادامه انواع لباس‌های محلی استان گیلان بر اساس مشاهده و ثبت بوسیله دوربین عکاسی ارائه می‌گردد. شکل (۱) لباس بانوان تالش منطقه کوهستانی کرگانرود در غرب گیلان را نشان می‌دهد.

در شکل (۲) لباس بانوان بخش ماسال از روبه رو و پشت مورد بررسی قرار گرفت. ماسال یکی از مناطق دارای قدمت و سنت استان گیلان می‌باشد. در شکل (۳) لباس کامل بانوان تالش منطقه ویسرود - درودخان مورد بررسی قرار گرفت. یکی از موارد مهم در این لباس، وجود جلیقه بر روی لباس بانوان بوده که نمود خاص خود را دارد.

شکل (۴) لباس کامل بانوان تالش خوشابری مشاهده می‌گردد. در این منطقه بانوان به غیر از استفاده از جلیقه تقریباً روسری خود را شبیه به بانوان ماسال سر می‌کنند با این تفاوت که چانه خود را نیز می‌پوشانند. در شکل (۵) پیراهن دختران و بانوان جوان املش به نام چابکی مشاهده می‌شود. در این روستا از دو نوع لباس استفاده می‌گردد یکی از آن‌ها لباس روزمره یا همان پیراهن چابکی است و دیگری شکل (۶) لباس مهمانی و مجالس عروسی می‌باشد. بر پایین دامن این لباس با نوارهای الوان، طرح‌های رنگی را ایجاد می‌نمایند.

در شکل (۷) پیراهن بانوان جوان منطقه لنگرود و همچنین سربند و



شکل (۴) - لباس کامل بانوان تالش خوشابری [۱۷]



پرسشنامه، اطلاعاتی از دو جامعه آماری طراحان لباس و فروشندگان مانتو، جمع‌آوری گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از آمار توصیفی و نیز آمار استنباطی (به کمک نرم افزار SPSS v22) استفاده شده است. آزمون کولمگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها، آزمون  $t$  تک نمونه مستقل و مقایسه دو جامعه، جهت بررسی فرضیات تحقیق، آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی متغیرهای طراحی مورد استفاده قرار گرفت.

#### ۶- جامعه آماری

یک گروه، متخصصین طراحی پوشاک بانوان و گروه دیگر، فروشندگان فروشگاه‌های معتبر لباس بانوان در گیلان که در بخش‌های طراحی، بازاریابی، تولید و فروش مانتو فعالیت می‌کردند. به دلیل آشنایی با مباحث پرسشنامه به عنوان نمونه به تعداد ۳۰ تن از متخصصین طراحی پارچه و لباس که مسلط به طراحی مانتو بودند و ۳۰ نفر از فروشندگان فروشگاه‌های بزرگ عرضه مانتو، مورد بررسی قرار گرفتند. سرمایه‌گذاری بر روی تحقیق در بازار، برای شناسایی و گردآوری سلیقه مصرف‌کنندگان و طراحی لباس با استفاده از رنگ‌های متنوع و شاد، موجب می‌شود طرفداران پوشاک ایرانی در بازار به مرور افزایش پیدا کنند [۲۰].

#### ۷- روش نمونه‌گیری

با توجه به اینکه مباحث پرسشنامه تخصصی است و پایان‌نامه دارای پتانسیل صنعتی شدن می‌باشد لذا جامعه آماری به استناد تخصص و مهارت پاسخ‌دهندگان، با استفاده از روش نمونه‌گیری گزینشی انتخاب شد.

#### ۸- بحث و نتیجه‌گیری

##### ۸-۱- متغیرهای تحقیق و نحوه محاسبه آن‌ها

متغیرهای تحقیق شامل جواب سوالات پرسشنامه در ۶ بخش از مولفه‌های طراحی مانتو می‌باشد.

##### ۸-۲- نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه

مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۹۱۳ و متغیرها بزرگتر از ۰/۷ بوده است لذا پرسشنامه دارای پایایی قابل قبول است. با توجه به اینکه عدد



شکل (۷)- پیراهن مهمانی دختران و بانوان جوان اتاقور بلوردکان لنگرود [۱۷]

#### ۴- فرضیات و سئوالات پژوهشی

مولفه هویت اجتماعی، هویت فرهنگی، بازاریابی، دیدگاه، طراحی لباس و طرح اصلی لباس بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متأثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد.

#### ۵- روش تحقیق

تحقیقات راز نظر هدف می‌توان به تحقیق بنیادی، کاربردی و اقدام‌پژوهی طبقه‌بندی کرد. روش تحقیق حاضر از این جهت که نتایج آن را می‌توان در فرایند ارتقاء بینش مدیران در زمینه طراحی و دوخت لباس (مانتو برای جوانان) به خدمت گرفت، از نوع «کاربردی» می‌باشد. تحقیقات را از نظر میزان کنترل محقق بر متغیرهای تحقیق می‌توان به آزمایشی و غیرآزمایشی طبقه‌بندی کرد؛ تحقیق آزمایشی روشی نظام‌دار و منطقی برای پاسخ دادن به پرسش پژوهشی «اگر این کار تحت شرایط کنترل شده‌ای انجام گیرد چه خواهد شد؟» این در حالی است که در تحقیق غیرآزمایشی روابط بین متغیرهای دستکاری نشده مطالعه می‌شود و شامل انواع توصیفی، تحقیق علی-مقایسه‌ای یا تحقیق پس‌رویدادی و نیز تحقیق همبستگی می‌باشد [۱۹]. بر همین اساس روش تحقیق حاضر از نوع «توصیفی» است، چراکه به توصیف شرایط و واقعیت‌های موجود می‌پردازد. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه‌ای، و برای تأیید یا رد فرضیات پژوهش، روش پژوهشی استفاده شده است؛ به این منظور، به صورت میدانی و روش

جدول (۳)- آزمون کولمگروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها در سطح اهمیت از دیدگاه فروشندگان

سطح معناداری آزمون	آماره Z	حداکثر تفاوت			متغیرهای نرمال		تعداد	عوامل تشکیل دهنده طراحی مانتو از دیدگاه فروشندگان
		منفی	مثبت	قدر مطلق	انحراف معیار	میانگین		
۰/۱۴۷	۰/۱۳۹	-۰/۱۲۸	۰/۱۳۹	۰/۱۳۹	۰/۶۶۷۹۵	۳/۴۲۶۷	۳۰	بازاریابی
۰/۲۰۰	۰/۱۲۸	-۰/۰۸۹	۰/۱۲۸	۰/۱۲۸	۰/۷۸۰۰۰	۳/۳۲۵۰	۳۰	دیدگاه
۰/۲۰۰	۰/۰۸۸	-۰/۰۸۸	-۰/۰۸۷	۰/۰۸۸	۰/۵۴۰۹۸	۳/۰۵۱۹	۳۰	طراحی لباس
۰/۱۰۶	۰/۱۴۵	-۰/۰۱۲۲	۰/۱۴۵	۰/۱۴۵	۰/۵۳۹۶۲	۳/۰۰۰۰	۳۰	طرح اصلی لباس
۰/۱۳۵	۰/۲۵۰	-۰/۰۲۵۰	۰/۱۵۶	۰/۲۵۰	۰/۶۹۱۴۹	۲/۷۳۳۳	۳۰	هویت اجتماعی
۰/۲۰۰	۰/۱۲۷	-۰/۰۰۹۷	۰/۱۲۷	۰/۱۲۷	۰/۷۰۸۴۴	۲/۱۴۶۷	۳۰	هویت فرهنگی سیاسی

جدول (۴) - آزمون کولمگروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده ها در سطح اهمیت از دیدگاه طراحان

سطح معناداری آزمون	آماره Z	حداکثر تفاوت			متغیرهای نرمال		تعداد	عوامل تشکیل دهنده طراحی مانتو از دیدگاه فروشندگان
		منفی	مثبت	قدر مطلق	انحراف معیار	میانگین		
۰/۲۲۱	۰/۱۷۴	-۰/۱۷۴	۰/۱۷۴	۰/۱۷۴	۰/۵۳۷۵۱	۲/۷۰۶۷	۳۰	بازاریابی
۰/۱۹۳	۰/۱۳۲	-۰/۱۳۲	۰/۰۹۱	۰/۱۳۲	۰/۴۵۵۷	۲/۶۷۵۰	۳۰	دیدگاه
۰/۲۰۰	۰/۱۲۹	-۰/۱۲۹	۰/۰۷۱	۰/۱۲۹	۰/۴۳۰۷۳	۲/۷۵۵۶	۳۰	طراحی لباس
۰/۲۲۷	۰/۱۷۰	-۰/۱۷۰	۰/۰۹۷	۰/۱۷۰	۰/۴۰۳۳۷	۳/۱۵۵۶	۳۰	طرح اصلی لباس
۰/۲۰۱	۰/۲۲۲	-۰/۱۳۸	۰/۲۲۲	۰/۲۲۲	۰/۶۶۸۷۹	۱/۷۲۷۸	۳۰	هویت اجتماعی
۰/۱۲۱	۰/۱۴۳	-۰/۱۱۴	۰/۱۴۳	۰/۱۴۳	۰/۶۰۸۷۵	۱/۷۳۳۳	۳۰	هویت فرهنگی سیاسی

نرمال بودن جامعه و متغیرها قبول شده و فرض ۱ رد می‌شود. در نتیجه کلیه متغیرها در طراحی مانتو بانوان جوان براساس هویت ملی و فرهنگی متاثر از البسه گیلان از دیدگاه طراحان لباس و فروشندگان مانتو از جامعه نرمال برخوردار می‌باشند.

آلفای کرونباخ کل پرسشنامه به ۱ نزدیک است لذا پرسشنامه از وضعیت بسیار عالی پایایی برخوردار می‌باشد.

۸-۳- آزمون کولمگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها برای بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق از آزمون کولمگروف-اسمیرنوف به شرح جدول ۳ و ۴ استفاده شده است.

۸-۴- آزمون t برای آزمون فرضیه‌ها  
برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از آزمون t تک نمونه مستقل به شرح زیر استفاده شده است.

از آنجایی که مقدار سطح معناداری آزمون در تمام متغیرها از دیدگاه طراحان و فروشندگان مانتو از ۰/۰۵ بیشتر است فرض صفر مبتنی بر

جدول (۵) - طراحی آزمون t برای آزمون فرضیه‌ها از دیدگاه فروشندگان

سطح معنادار آزمون	t value=3				تعداد	میانگین	t	تفاوت در سطح اطمینان	عوامل تشکیل دهنده طراحی مانتو
			تفاوت در سطح اطمینان	ت					
	پایینی	بالایی							
۰/۰۰۲	۰/۱۷۷۲	۰/۶۷۶۱	۳/۴۹۹	۳/۴۲۶۷	۳۰	۳/۴۲۶۷	۳/۴۹۹	بازاریابی	
۰/۰۳۰	۰/۰۳۳۷	۰/۶۱۶۳	۲/۲۸۲	۳/۳۲۵۰	۳۰	۳/۳۲۵۰	۲/۲۸۲	دیدگاه	
۰/۰۶۰۴	-۰/۱۵۰۲	۰/۲۵۳۹	۰/۵۲۵	۳/۰۵۱۹	۳۰	۳/۰۵۱۹	۰/۵۲۵	طراحی لباس	
۱/۰۰۰	-۰/۲۰۱۵	۰/۲۰۱۵	۰/۰۰۰	۳/۰۰۰۰	۳۰	۳/۰۰۰۰	۰/۰۰۰	طرح اصلی لباس	
۰/۰۰۰	-۱/۳۹۲۲	-۰/۸۶۳۴	-۸/۷۲۴	۱/۸۷۲۲	۳۰	۱/۸۷۲۲	-۸/۷۲۴	هویت اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۱/۱۱۷۹	-۰/۵۸۸۸	-۶/۵۹۷	۲/۱۴۶۷	۳۰	۲/۱۴۶۷	-۶/۵۹۷	هویت فرهنگی سیاسی	

جدول (۶) - طراحی آزمون t برای آزمون فرضیه‌ها از دیدگاه طراحان

سطح معنادار آزمون	t value=3				تعداد	میانگین	t	تفاوت در سطح اطمینان	عوامل تشکیل دهنده طراحی مانتو
			تفاوت در سطح اطمینان	ت					
	پایینی	بالایی							
۰/۰۰۶	-۰/۴۹۴۰	-۰/۰۹۲۶	-۲/۹۸۹	۲/۷۰۶۷	۳۰	۲/۷۰۶۷	-۲/۹۸۹	بازاریابی	
۰/۰۰۱	-۰/۴۹۵۱	-۰/۱۵۴۹	-۳/۹۰۷	۲/۶۷۵۰	۳۰	۲/۶۷۵۰	-۳/۹۰۷	دیدگاه	
۰/۰۰۴	-۰/۴۰۵۳	-۰/۰۸۳۶	-۳/۱۰۸	۲/۷۵۵۶	۳۰	۲/۷۵۵۶	-۳/۱۰۸	طراحی لباس	
۰/۰۴۳	۰/۰۰۴۹	۰/۳۰۶۲	۲/۱۱۲	۳/۱۵۵۶	۳۰	۳/۱۵۵۶	۲/۱۱۲	طرح اصلی لباس	
۰/۰۰۰	-۱/۵۲۲۰	-۱/۰۲۲۵	-۱۰/۴۱۹	۱/۷۲۷۸	۳۰	۱/۷۲۷۸	-۱۰/۴۱۹	هویت اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۱/۴۹۴۰	-۱/۰۳۹۴	-۱۱/۳۹۷	۱/۷۳۳۳	۳۰	۱/۷۳۳۳	-۱۱/۳۹۷	هویت فرهنگی سیاسی	

متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۲/۱۴۶ می باشد، در بازه تاثیر زیاد رو به تاثیر متوسط قرار دارد.

۸-۶- نتایج آزمون t برای آزمودن فرضیه‌ها از دیدگاه طراحان لباس  
فرضیه ۱: از دیدگاه طراحان لباس، مولفه «بازاریابی» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۲/۷ می باشد، در بازه تاثیر زیاد رو به متوسط قرار دارد.

فرضیه ۲: از دیدگاه طراحان لباس، مولفه «دیدگاه» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۲/۷ می باشد، در بازه تاثیر زیاد رو به متوسط قرار دارد.

فرضیه ۳: از دیدگاه طراحان لباس، مولفه «طراحی لباس» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۲/۷ می باشد، در بازه تاثیر متوسط رو به زیاد قرار دارد.

فرضیه ۴: از دیدگاه طراحان لباس، مولفه «طرح اصلی لباس» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۳/۱ است، در بازه تاثیر متوسط رو به کم قرار دارد.

فرضیه ۵: از دیدگاه طراحان لباس، مولفه «هویت اجتماعی» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر

۸-۵- نتایج آزمون t برای آزمودن فرضیه‌ها از دیدگاه فروشندگان  
فرضیه ۱: از دیدگاه فروشندگان، مولفه «بازاریابی» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۳/۴ می باشد و در بازه تاثیر متوسط رو به تاثیر کم قرار دارد.

فرضیه ۲: از دیدگاه فروشندگان، مولفه «دیدگاه» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۳/۳ می باشد، در بازه تاثیر متوسط رو به تاثیر کم قرار دارد.

فرضیه ۳: از دیدگاه فروشندگان، مولفه «طراحی لباس» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معنادار ندارد.

فرضیه ۴: از دیدگاه فروشندگان، مولفه «طرح اصلی لباس» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری ندارد.

فرضیه ۵: از دیدگاه فروشندگان، مولفه «هویت اجتماعی» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به این که میانگین مولفه ۱/۸۷ می باشد، در بازه تاثیر زیاد رو به تاثیر بسیار زیاد قرار دارد.

فرضیه ۶: از دیدگاه فروشندگان، مولفه «هویت فرهنگی - سیاسی» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی

جدول ۷- طراحی آزمون t مستقل مقایسه میانگین دو جامعه

سطح معنادار آزمون	تفاوت در سطح اطمینان ۹۵٪		F	تفاوت میانگین	میانگین	گروه	عوامل تشکیل دهنده طراحی مانتو
	پایینی	بالایی					
۰/۵۱۵	۰/۶۲۳۹۵	۰/۴۸۴۲۷	۰/۴۳۴	-۰/۰۶۹۸۴	۳/۴۴۷۶	مرد	بازاریابی
					۳/۳۷۷۸	زن	
۰/۹۹۰	۰/۴۱۵۷۰	۰/۱۸۶۸۰۸	۰/۰۰۰	-۰/۲۲۶۱۹	۳/۳۹۲۹	مرد	دیدگاه
					۳/۱۶۶۷	زن	
۰/۵۴۳	۰/۳۳۷۹۷	۰/۵۵۶۶۶	۰/۳۸۰	-۰/۱۰۹۳۵	۳/۰۸۴۷	مرد	طراحی لباس
					۲/۹۷۵۳	زن	
۰/۵۴۳	۰/۳۳۷۹۷	۰/۵۵۶۶۶	۱/۰۴۸	-۰/۲۹۱۰۱	۳/۰۸۷۳	مرد	طرح اصلی لباس
					۲/۷۹۶۳	زن	
۰/۴۶۸	۰/۰۷۳۲۴	۱/۰۳۶۹۱	۰/۵۴۱	-۰/۴۷۸۸۴	۲/۰۱۵۹	مرد	هویت اجتماعی
					۱/۵۳۷۰	زن	
۰/۲۸۶	۰/۳۰۵۸۱	۰/۸۵۱۸۴	۱/۱۸۲	-۰/۲۷۳۰۲	۲/۲۲۸۶	مرد	هویت فرهنگی سیاسی
					۱/۹۵۵۶	زن	

جدول ۸- آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی مولفه‌های طراحی مانتو از دیدگاه فروشندگان

تعداد	۳۰
کای - مربع	۹۶/۸۰۱
درجه آزادی	۵
سطح معنادار آزمون	۰/۰۰۰

جدول (۱۰)- آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی مولفه‌های طراحی مانتو از دیدگاه طراحان

تعداد	۳۰
کای - مربع	۸۱/۵۱۵
درجه آزادی	۵
سطح معنادار آزمون	۰/۰۰۰

از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به اینکه میانگین مولفه ۱/۷ است، در بازه تاثیر زیاد قرار دارد.

فرضیه ۶: از دیدگاه طراحان لباس، مولفه «هویت فرهنگی - سیاسی» بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان، تاثیر معناداری دارد و با توجه به اینکه میانگین مولفه ۱/۷ است، در بازه تاثیر زیاد قرار دارد.

#### ۸-۷- آزمون t مستقل مقایسه میانگین دو جامعه

برای بررسی فرضیه ادعای عدم تساوی عوامل موثر بر روی طراحی مانتو بانوان جوان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی از دیدگاه مردان و زنان، از آزمون مستقل مقایسه میانگین دو جامعه به شرح زیر استفاده شده است.

از آنجایی که مقدار سطح معنادار آزمون در آزمون مستقل مقایسه میانگین دو جامعه در تمام مولفه‌های موثر بر طراحی مانتو بیشتر از ۰/۰۵ است پس فرض یک قبول می‌شود لذا تمام مولفه‌ها در طراحی مانتو جوانان بر اساس هویت ملی و فرهنگی ایرانی متاثر از البسه گیلان از دیدگاه زنان و مردان متفاوت می‌باشند.

#### ۸-۸- آزمون فریدمن

به منظور رتبه‌بندی مولفه‌های طراحی لباس از آزمون فریدمن استفاده شده است.

#### الف) آزمون فریدمن از دیدگاه فروشندگان

با توجه به این که مقدار سطح معنادار آزمون کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه وضعیت مولفه‌های طراحی مانتو جوانان، متفاوت است و اختلاف معناداری بین این بخش‌ها وجود دارد. به منظور رتبه‌بندی این عوامل از جدول میانگین رتبه‌ها استفاده شده است.

جدول (۹)- میانگین رتبه‌ها و رتبه‌دهی آزمون فریدمن

عوامل	میانگین رتبه‌ها (فریدمن)	رتبه عوامل
بازاریابی	۵/۰۳	۶
دیدگاه	۴/۶۳	۵
طراحی لباس	۴/۱۰	۴
طرح اصلی لباس	۳/۸۵	۳
هویت اجتماعی	۱/۲۳	۱
هویت فرهنگی سیاسی	۲/۱۵	۲

جدول (۱۱)- میانگین رتبه‌ها و رتبه‌دهی آزمون فریدمن

عوامل	میانگین رتبه‌ها (فریدمن)	رتبه عوامل
بازاریابی	۳/۹۸	۲
دیدگاه	۴/۰۲	۳
طراحی لباس	۴/۱۲	۴
طرح اصلی لباس	۵/۲۲	۵
هویت اجتماعی	۱/۸۳	۱
هویت فرهنگی سیاسی	۱/۸۳	۱

رتبه مولفه‌های طراحی مانتو از دیدگاه فروشندگان به شکل زیر می‌باشد:

- ۱- هویت اجتماعی
- ۲- هویت فرهنگی
- ۳- طرح اصلی لباس
- ۴- طراحی لباس
- ۵- دیدگاه
- ۶- بازاریابی

#### ب) آزمون فریدمن از دیدگاه طراحان لباس

با توجه به این که مقدار سطح معنادار آزمون کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه وضعیت مولفه‌های طراحی مانتو جوانان متفاوت است و اختلاف معناداری بین این بخش‌ها وجود دارد. به منظور رتبه‌بندی این عوامل از جدول میانگین رتبه‌ها استفاده شده است.

رتبه مولفه‌های طراحی مانتو از دیدگاه طراحان لباس، به شکل زیر می‌باشد:

- ۱- هویت اجتماعی و فرهنگی
- ۲- بازاریابی
- ۳- دیدگاه
- ۴- طراحی لباس
- ۵- طرح اصلی لباس

#### ۹- طراحی لباس به وسیله نرم‌افزار CLO Enterprise

در این بخش، پس از بررسی نتایج آماری به‌دست آمده از پرسشنامه و نظرات پاسخ‌دهندگان و همچنین با توجه به اصول و عناصر بصری مطرح شده در تحقیق، شش طراحی مورد توجه قرار گرفت که در زیر ارائه می‌گردد.



شکل ۱۰- طرح نرم‌افزاری شماره ۳، از (الف) نمای جلو، (ب) نمای پشت و (پ) نمای پهلو



شکل ۸- طرح نرم‌افزاری شماره ۱، از (الف) نمای جلو، (ب) نمای پشت و (پ) نمای پهلو



شکل ۱۱- طرح نرم‌افزاری شماره ۴، از (الف) نمای جلو، (ب) نمای پهلو و (پ) نمای پشت



شکل ۹- طرح نرم‌افزاری شماره ۲، از (الف) نمای جلو، (ب) نمای پهلو و (پ) نمای پشت



شکل ۱۳- طرح نرم‌افزاری شماره ۶، از (الف) نمای جلو، (ب) نمای پهلو و (پ) نمای پشت



شکل ۱۲- طرح نرم‌افزاری شماره ۵، از (الف) نمای جلو، (ب) نمای پهلو و (پ) نمای پشت

دارد. آبی و نارنجی، مکمل هم هستند.

#### ۹-۴- طرح نرم‌افزاری ۴

این لباس بر اساس طرح شماره ۸، شبیه‌سازی شده است. رنگ‌های موجود در آن، سرمه‌ای، قرمز و سفید می‌باشد. بین رنگ سرمه‌ای و قرمز، تضاد سرد و گرم و هماهنگی رنگ‌های اولیه، وجود دارد.

#### ۹-۵- طرح نرم‌افزاری ۵

این لباس بر اساس طرح شماره ۱۴، شبیه‌سازی شده است. رنگ‌های سبز، قرمز، آبی و مشکی در آن بکار رفته است. سبز و قرمز مکمل هم هستند. سبز و آبی نیز دارای هماهنگی رنگ‌های مشابه می‌باشند.

#### ۹-۶- طرح نرم‌افزاری ۶

بر اساس طرح اولیه شماره ۱۲ و با کمی تغییرات، شبیه‌سازی شده است. رنگ‌های سرمه‌ای و سرخابی در آن به چشم می‌خورد. بین سرخابی و سرمه‌ای، هماهنگی رنگ‌های هم‌خانواده و تضاد رنگ گرم

#### ۹-۱- طرح نرم‌افزاری شماره ۱

این لباس بر اساس طرح اولیه شماره ۱، به شکل سه بعدی و رنگی، در سه نما شبیه‌سازی شده است. رنگ‌های سفید و خاکستری، تنالیته رنگ‌های خنثی هستند که در کنار رنگ گرم زرشکی، از خنثی بودن آن‌ها کاسته شده است.

#### ۹-۲- طرح نرم‌افزاری شماره ۲

این لباس بر اساس طرح اولیه شماره ۲، شبیه‌سازی شده است. پیراهن در زیر و مانتو روی آن طراحی شده و سه رنگ سفید، خردلی و فیروزه‌ای در آن دیده می‌شود. تضاد رنگ سرد فیروزه‌ای و رنگ گرم خردلی، نوعی تعادل ایجاد کرده است.

#### ۹-۳- طرح نرم‌افزاری شماره ۳

این لباس بر اساس طرح اولیه شماره ۷ و دارای رنگ‌های سفید، آبی، سرمه‌ای، سرخابی و نارنجی است. بین رنگ آبی و سرمه‌ای هماهنگی تک‌رنگی، و بین آبی و سرخابی نیز هماهنگی رنگ‌های مشابه وجود



و سرد وجود دارد.

رنگ‌های پرمایه و درخشان را دوست دارند. لباس‌های سنتی به دلیل تنوع و زیبایی خاصشان می‌توانند منبع قابل توجهی از الهام برای طراحان و هنرمندان باشند و حفظ، آراستن و احیای آن‌ها به عنوان بخشی از میراث فرهنگی کشور، سبب افزایش اعتماد به نفس ملی و جلوگیری از بی‌هویتی نسل جوان می‌گردد. به همین دلایل، برای انطباق دادن لباس ایرانی با دوران معاصر و در عین حال دوری از تقلید محض از سایر فرهنگ‌ها، می‌توان از لباس‌های سنتی الهام گرفت. برای دستیابی به این اهداف به شناسایی ساختار عمومی البسه محلی گیلان از بُعد طراحی و مبانی فرم و رنگ، پرداخته شد و با در نظر گرفتن اصول و عناصر بصری در طراحی لباس و همچنین نظر متخصصین

#### ۱۰- تصویر لباس‌های دوخته شده

در شکل (۱۴) تصاویر مانتوهای دوخته شده مشاهده می‌گردد. تمام مانتوها بر اساس طرح‌های نرم افزاری و همچنین متغیرهای مهم در آنالیزهای آماری دوخته شده‌اند.

#### ۱۱- نتیجه‌گیری

مردم استان گیلان، به دلیل تنوع اقلیمی طبیعت، علاقه زیادی به تنوع رنگ‌ها دارند و به دلیل سرسبزی منطقه و آب و هوای معتدل،



شکل (۱۴)- طرح‌های نهایی دوخته شده (الف) نمای جلو طرح ۱۰، (ب) نمای کنار طرح ۱، (ج) نمای پشت طرح ۱۰، (د) نمای کنار طرح ۲، (ز) نمای پشت طرح ۲، (س) نمای کنار طرح ۳، (ش) نمای پشت طرح ۳، (ص) نمای جلو طرح ۴، (ض) نمای کنار طرح ۴، (ع) نمای پشت طرح ۴، (ف) نمای جلو طرح ۵، (ق) نمای کنار طرح ۵، (ک) نمای پشت طرح ۵، (ل) نمای جلو طرح ۶، (م) نمای کنار طرح ۶، (و) نمای پشت طرح ۶

فرهنگی جامعه ایرانی متناسب است که بر اساس نتایج آماری، بالاترین درجه اهمیت را از دیدگاه دو جامعه، دارا می باشد.

#### ۱۲- پیشنهادات

یکی از نمودهای فرهنگ و هنر غنی ایرانی، در ارزش ها و هنرهای قومی نهفته است؛ بازنشاسی، تقویت و آراستن این هنرها، موجب ماندگاری و احیای مجدد آن ها می گردد. در عین حال، بروز ساختن آن ها پویایی را در این عرصه رقم می زند و مهم تر از همه این که در عصر ارتباطات و جهانی شدن، ما را از تقلید محض که معضلی فرهنگی- اجتماعی است، دور نگه می دارد. تلفیق هنر سنتی و مدرن در پوشاک، نوآوری هایی به همراه دارد که بر جاذبه و بازارپسندی لباس می افزاید. از آنجا که علاقه ذاتی انسان به زیبایی و نوآوری، شادابی را به ارمغان می آورد، تولیدکنندگان و طراحان لباس با بکارگیری خلاقیت، در کنار زیبایی بصری و رنگ های شاداب و نیز راحتی در این لباس های تلفیقی، می توانند توجه جوانان را جلب نمایند. همچنین لباس هایی برگرفته از هنر و فرهنگ ایرانی، سبب افزایش اعتماد به نفس ملی و جلوگیری از بی هویتی نسل جوان می گردد.

پوشاک و نساجی، از طریق پرسشنامه و تجزیه و تحلیل اطلاعات آن، طراحی های اولیه انجام شد. سپس شش طرح منتخب در نرم افزار به شکل گرافیکی، اجرا گردید و در نهایت برای رسیدن به اهداف کاربردی پژوهش، شش طرح منتخب دوخته شد.

در تمام این طرح ها تزئین چین و خطوط افقی، که جزء مهمی از لباس سنتی گیلان می باشد، به کار رفته و از فرم برش های جلیقه و الجاقبا و رنگ و طرح پارچه های سنتی الهام گرفته شده است؛ چند تکه بودن لباس به صورت زیر و رو، علاوه بر لباس سنتی گیلان، در لباس های قدیم ایرانی نیز به شکل ردا روی قبا و یا قبا روی قمیص، به چشم می خورد.

در این طرح ها، انواع خطوط عمودی، مورب، افقی و منحنی مشاهده می شود و یکنواختی را از طرح دور می کند. تعادل، تناسب و هماهنگی بین اجزای طرح وجود دارد و رعایت این اصول و عناصر بر زیبایی بصری آن می افزاید؛ گشادی این لباس ها در حد متوسط است و راحتی لازم را برای پوشنده، ایجاد می کند که از دیدگاه هر دو جامعه آماری زیبایی بصری و راحتی، اهمیت بسیار زیاد رو به زیاد دارد. گشادی و بلندی مناسب این طرح ها و پوشش مطلوب آن ها، با هویت اجتماعی و

#### مراجع

۱. پایدار فرد آ؛ نامور مطلق، ب. و محجوبی، ف.، طراحی لباس ملی با الهام از پوشاک سنتی مردم خراسان جنوبی، فصلنامه مطالعات ملی، ۴، ۱۵۰-۱۳۳، ۱۳۹۴.
  ۲. [۲] نریمانی ابر م. مطالعه تطبیقی حفظ البسه سنتی و بومی در دو کشور ایران و ژاپن، کنفرانس بین المللی معماری، شهرسازی، مهندسی عمران، هنر و محیط زیست؛ افق های آینده، نگاه به گذشته، تهران: دبیرخانه دائمی کنفرانس، ۱۳۹۴.
  ۳. هار جی ا. و دیگران، مهارت های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ترجمه مهرداد فیروز بخت و خشایار بیگی، انتشارات رشد، ۱۳۸۶.
  ۴. همایون م. و ساقینی، م.، سیاست گذاری فرهنگی و مدیریت پوشش: مطالعه موردی حجاب، رهیافت انقلاب اسلامی، ۱۵، ۱۴۷-۱۲۵، ۱۳۹۰.
  ۵. زاهد س. و کاوه، م.، گفتمان های پوشش ملی در ایران، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۴، ۷۴-۴۹، ۱۳۹۱.
  ۶. شایسته فر م. کاربرد ارزش های تزئینی هنر اسلامی بر عناصر شهری و تاثیر آن بر توسعه فرهنگی- اجتماعی، همایش ملی توسعه و تحول در فرهنگ و هنر، تهران، ۱۳۸۷.
  ۷. ضیاء پور ج.، پوشاک زنان ایران تا آغاز پهلوی، وزارت فرهنگ و هنر، ۱۳۶۷.
  ۸. بابایی پ. و اکبری، ف.، بررسی مبانی نظری طراحی مد لباس زنانه در الگوی ایرانی اسلامی، فصلنامه نقد کتاب، ۲ و ۱، ۲۵۸-۲۴۱، ۱۳۹۳.
  ۹. گلدمن آ.، زیبایی شناسی، ترجمه روح الله عطایی، مجله رواق هنر و
۱۰. ندیسه، ۵، ۸۸، ۱۳۸۵.
  ۱۱. نقی زاده م.، ادراک زیبایی و هویت شهر (در پرتو تفکر اسلامی)، نشر سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، ۱۳۸۶.
  ۱۲. مجتهدزاده پ.، هویت ایرانی در آستانه سده بیست و یک، اطلاعات سیاسی- اقتصادی، ۱۲، ۱۳۰-۱۲۹، ۱۳۷۷.
  ۱۳. پای ل. و دیگران، بحران ها و توالی ها در توسعه سیاسی، ترجمه غلامرضا خواجه سروی، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰.
  ۱۴. قاسمی ف.، مراتب و مولفه های هویت در مبانی نظری هویت و بحران هویت، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۳.
  ۱۵. گودرزی ح.، مطالعات بنیادین در مطالعات قومی، انتشارات تمدن ایرانی، ۱۳۸۵.
  ۱۶. بایبوردی ا. و کریمیان، ع.، جهانی شدن فرهنگ و تاثیر آن بر هویت ملی ایران، فصلنامه مطالعات روابط بین الملل، ۲۸، ۱۰۲-۷۷، ۱۳۹۳.
  ۱۷. میرمحمدی د.، گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران، موسسه مطالعات ملی، ۱۳۸۳.
  ۱۸. طالبش انسان دوست ف.، پوشاک مردم گیلان، فرهنگ ایلینا، ۱۳۹۳.
  ۱۹. ابراهیمی میمند ن.؛ داوودی، ا. و صفی یاری، ن.، بررسی نقوش چادرشب قاسم آباد (گیلان)، فصلنامه علمی- پژوهشی هنرهای تجسمی نقش مایه، ۱۳، ۴۴-۳۵، ۱۳۹۱.
  ۲۰. پاشا شریفی ح. و شریفی ن.، روش های تحقیق در علوم رفتاری، چاپ چهارم، انتشارات سخن، ۱۳۸۳.
  ۲۱. والامقام ف. و ولی پور پ.، روش های بازاریابی در عرضه پوشاک، مجله نساجی امروز، ۱۶۳، ۶۵، ۱۳۹۵.

۲۱. داندیس د، مبادی سواد بصری، ترجمه مسعود سپهر، انتشارات سروش، ۱۳۹۵.
۲۲. حلیمی م، اصول و مبانی هنرهای تجسمی، احیا کتاب، ۱۳۹۳.
۲۳. رهبرنیا ز، ورستمی ز، تدابیر بصری در طراحی پوشاک زنان، انتشارات مرکب سفید، ۱۳۹۵.

# Identification and analysis the color and form variety of Gilan women local clothes in order to representation in design of social cloth of Iranian young women

Malihe Shafa<sup>1</sup>, Dr.Ehsan Zarin Abadi<sup>\*,2</sup>and Dr. Seyed Mahmoud Tabatabaei<sup>1</sup>

1. Iran- Yazd- Science and Arts University of Yazd- Art and Architecture Faculty of Ardakan- Postal code: 8953143831- post box:418

2. Iran- Yazd- Young Researchers and Elite Club unit of Yazd- Islamic Azad University of Yazd- Postal code: 8916871967

## Abstract

In this research, it has been tried to design clothes that shows art and taste, civilization, culture and original identity of Iranian people. In this way, types of designs and variety of colors in traditional clothes of different regions in Gilan are examined and identified, so that they can be used in designing women's uniform cloth (gown) according to how they fit into visual primary principles and results of questionnaires. A method of this research is a descriptive way and its purpose is an "applied" one. The library method and the research methodology have been used, respectively, to collect information on the subject literature and research background, and to collect data on confirmation or disproof of research hypotheses; for this purpose, a field-work questionnaire was used to collect from two statistical communities: clothes designers and gown sellers included 60 individuals. Descriptive- statistical analysis and inferential statistics were used to analyze the questionnaire data. In the inferential statistics, SPSS software was used to perform statistical analysis of the questionnaire. So, the Kolmogorov-Smirnov test was used for normalization of variables; consequently, independent one sample t-test and comparison of two communities, and Friedman's test were applied respectively to study and examine hypotheses and to rank designing variables. According to study of major statistical results obtained from the research questionnaire, consideration of significant components effects on design of gown, based on statistical community's viewpoints, as well as considering the visual principles and elements presented in the research, twenty dress designs was done with Etude, among which six selected designs were presented graphically in CLO Enterprise software. Finally, six types of gowns are sewn in order to fulfill the research objectives, based on these six designs.

## Keywords

women's garments design,  
cultural identify,  
national identify,  
gilans local garments

(\*) Address Correspondence to E. Zarin Abadi, Email: e.zarinabadi@gmail.com