

## عنوان مقاله:

بررسی ابعاد فرهنگی تولید پوشاک در ایران پس از انقلاب اسلامی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی توسعه و ترویج علوم انسانی و مدیریت در جامعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

فریده طالب پور - دکترای مهندسی نساجی، استاد تمام گروه طراحی پارچه و لباس دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران

سپیده یاقوتی - دکترای پژوهش هنر، مدرس گروه طراحی پارچه و لباس دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران

نگار کاظمی اسفه - کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس دانشگاه الزهرا (س)

## خلاصه مقاله:

پوشاک یکی از مهمترین آن پدیده های فرهنگی است و از زوایای مختلف اجتماعی، هنری، فرهنگی، مذهبی و ... قابل بررسی است. تولید پوشاک در ده های پس از انقلاب اسلامی ایران، علیرغم پیشینه تاریخی، از یک سو با منطق اقتصادی و از سوی دیگر با ملاحظات اجتماعی و سیاسی ویژه ای روبرو بوده که آنرا با چالشهای فراوانی مواجه ساخته است. براین اساس، نهادهای مختلف اجتماعی بر آن شدند تا با فعالیتهای تبلیغاتی و فرهنگی، به هویت و فرهنگ جامعه سمت و سو بخشند. هدف از تدوین پژوهش حاضر پاسخ به این پرسش اساسی است که تولیدکنندگان پوشاک به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی تاثیرگذار در این حوزه، چه جایگاهی در ایجاد و حفظ فرهنگ پوشش در جامعه را دارند؟ روش این پژوهش کیفی، توصیفی- تحلیلی و متشکل از دو تکنیک اسنادی و میدانی است. نتایج حاکی از این است که با سرعت گرفتن تغییر و تحولات دنیای امروز، در کنار پیشرفت و افزایش فناوریهای مرتبط با مد و پوشاک فرصتهای زیادی برای عوامل مرتبط و اثرگذار بر پوشاک از جمله تولیدکنندگان فراهم شده است و آنها میتوانند با تغییر در شیوه های تولید و طرحها، به فرهنگ و هویت جامعه سمت و سو بخشند.

## کلمات کلیدی:

ایران، فرهنگ، پوشاک، تولید و عرضه.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1370651>

