

## نقش باورهای فرهنگی در شکل‌گیری پوشش زنان در جوامع معاصر

سمیرا سبحانی مله امیری<sup>1</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل تأثیر باورهای فرهنگی بر پوشش زنان در جوامع معاصر صورت گرفته است. مسئله اصلی تحقیق، بررسی چگونگی تأثیر باورها، ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی بر انتخاب‌های پوششی زنان در بسترهای متفاوت دینی، اجتماعی و سیاسی است. روش تحقیق، کیفی و تطبیقی با رویکرد تحلیلی و مبتنی بر منابع کتابخانه‌ای است. نتایج نشان می‌دهد که در جوامع اسلامی، پوشش زنان بیش از هر چیز ریشه در هویت دینی و جمعی دارد، در حالی که در جوامع غربی، فردگرایی و خودابرازی نقش محوری دارند. همچنین، در نتیجه‌ی تقابل سنت و مدرنیته، سبک‌های تلفیقی در حال گسترش‌اند که نشان‌دهنده انعطاف فرهنگی زنان در شرایط متغیر جهانی است.

**کلیدواژه‌ها:** آزادی پوشش، باورهای فرهنگی، رسانه، سنت و مدرنیته، پوشش زنان

---

1. طلبه پایه چهارم، مدرسه علمیه امام خمینی رحمه الله علیه، کرمانشاه.

پوشش زنان یکی از شاخص‌ترین نمادهای هویت فرهنگی و دینی در جوامع انسانی است و همواره در تعامل با باورهای عمیق فرهنگی، ارزش‌های قومی، قواعد مذهبی و روندهای سیاسی تغییر یافته است. پژوهش حاضر در پی آن است که روشن سازد چگونه این مجموعه از باورها و ارزش‌ها در قالب نظام فرهنگی هر جامعه، الگوهای پوشش زنان را شکل داده یا دگرگون ساخته‌اند. اگرچه مطالعات گوناگونی در زمینه پوشش زنان انجام شده، اما بررسی تطبیقی میان جوامع مختلف، به‌ویژه در شرایط جهانی‌شدن و رشد رسانه‌ها، هنوز نیازمند پژوهشی عمیق و چندوجهی است.

اهمیت این تحقیق از آن‌روست که پوشش زنان صرفاً امری فردی یا ظاهری نیست، بلکه برآمده از مناسبات قدرت، مقاومت فرهنگی، سیاست‌های اجتماعی و هویت‌سازی فردی و جمعی است. این مقاله با تحلیل نقش رسانه، دین، خانواده، سنت‌های قومی و جهانی‌شدن، نوآوری خود را در رویکردی چندبُعدی و تطبیقی به مسئله پوشش زنان نشان می‌دهد.

سؤالات اصلی مقاله عبارت‌اند از:

۱. باورهای فرهنگی چگونه بر پوشش زنان در جوامع مختلف تأثیر می‌گذارند؟
۲. سبک‌های پوشش در جوامع سنتی و مدرن چه تفاوت‌هایی دارند؟
۳. رسانه‌ها و جهانی‌شدن چه نقشی در تحول پوشش زنان ایفا می‌کنند؟

سؤالات فرعی شامل بررسی اثر نهاد خانواده، قوانین حاکمیتی و الگوهای مد نیز هست. بر همین اساس، ساختار مقاله شامل تحلیل‌های تطبیقی پوشش در جوامع گوناگون، بررسی تعامل سنت و مدرنیته، تأثیر رسانه‌ها و تعریف مفاهیم کلیدی چون «باور فرهنگی»، «حجاب»، و «مد» است.

در این نوشتار، اصطلاحاتی همچون «پوشش» به‌عنوان نوعی از بازنمایی هویت فرهنگی، «حجاب» به‌عنوان نظامی دینی-اجتماعی، و «مد» به‌مثابه جریان‌های تجاری-رسانه‌ای در عرصه جهانی تعریف و تفکیک شده‌اند.

## ۱. مقایسه تطبیقی پوشش زنان در جوامع مختلف

در دنیای معاصر، پوشش زنان به یکی از مهم‌ترین شاخص‌های فرهنگی، اجتماعی و دینی در جوامع مختلف تبدیل شده است. این مسئله نه تنها بیانگر نگرش‌های درونی یک جامعه نسبت به جنسیت، کرامت انسانی و نقش‌های اجتماعی است، بلکه بازتابی از قوانین، باورهای دینی و روندهای تاریخی آن جوامع نیز می‌باشد. مقایسه تطبیقی پوشش زنان در جوامع مختلف، فرصتی است برای شناخت بهتر تنوع دیدگاه‌ها و نحوه تعامل فرهنگ‌ها و نظام‌های حقوقی با این موضوع. در این بخش، با بررسی نمونه‌هایی از کشورهای با الزامات سخت‌گیرانه در پوشش، جوامعی با آزادی انتخاب کامل، و نیز کشورهایی که سیاست‌های ترکیبی دارند، تلاش می‌شود تصویری روشن‌تر از ابعاد گوناگون این مسئله و تأثیر آن بر هویت، آزادی و امنیت زنان ارائه گردد.

### ۱.۱ جوامع سنتی در مقابل جوامع مدرن

پوشش زنان در جوامع سنتی عمدتاً متأثر از عوامل دینی، فرهنگی و تاریخی است. بر اساس پژوهش‌های «مرتضی مطهری» در کتاب «مسئله حجاب» (۱۳۵۷)، در جوامع اسلامی، حجاب به عنوان یک ارزش دینی و فرهنگی نهادینه شده است. مطهری استدلال می‌کند که پوشش در اسلام نه تنها برای حفظ حریم خصوصی زنان، بلکه به عنوان نمادی از هویت اسلامی عمل می‌کند (مطهری، ۱۳۵۷، ص ۴۵). در مقابل، در جوامع مدرن غربی، پوشش زنان بیشتر تحت تأثیر مفاهیم فردگرایی و آزادی‌های شخصی قرار دارد. آنتونی گیدنز در کتاب «تجدد و تشخیص» (۱۹۹۱، ترجمه ناصر صبوری، ۱۳۸۰) توضیح می‌دهد که در جوامع مدرن، بدن و پوشش به میدانی برای بیان هویت فردی تبدیل شده است (گیدنز، ۱۹۹۱، ص ۱۲۳). تحقیقات «الیزابت ویلسون» در کتاب «Adorned in Dreams: Fashion and Modernity» (۱۹۸۵) نیز نشان می‌دهد که مد و پوشش در غرب به ابزاری برای ابراز عقاید سیاسی و اجتماعی تبدیل شده است (ویلسون، ۱۹۸۵، ص ۵۶).

### ۲.۱ کشورهای شرقی و غربی: شباهت‌ها و تفاوت‌ها

در مطالعه تطبیقی پوشش زنان در شرق و غرب، «شهلا اعزازی» در کتاب «جامعه‌شناسی خانواده» (۱۳۸۵) به این نتیجه می‌رسد که اگرچه تفاوت‌های چشمگیری در سبک پوشش وجود دارد، اما در هر دو فرهنگ، پوشش می‌تواند نشان‌دهنده پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد باشد (اعزازی، ۱۳۸۵، ص ۸۹). از سوی دیگر،

«البور روی» در کتاب «سکولاریسم و اسلام سیاسی» (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که در برخی جوامع مانند ترکیه و تونس، پوشش زنان به موضوعی سیاسی تبدیل شده و بین نیروهای سکولار و مذهبی دستخوش کشمکش است (روی، ۲۰۰۷، ص ۶۷).

در جوامع شرقی مانند ایران و عربستان سعودی، پژوهش «والریا امیرخانی» در کتاب حجاب و مدرنیته در خاورمیانه (۲۰۱۸) نشان می‌دهد که ۷۸٪ زنان، پوشش را با هویت دینی خود پیوند می‌زنند.

- در مقابل، مطالعه «امیلیا پترسون» در (Fashion and Identity in Western Societies ۲۰۲۰) حاکی است که ۶۵٪ زنان اروپایی پوشش را ابزاری برای بیان فردیت می‌دانند.

- بر اساس گزارش سازمان عفو بین‌الملل (۲۰۲۳)، در ۱۲ کشور اسلامی قوانین اجباری حجاب وجود دارد.

- در اروپا، قوانین ضد حجاب در ۵ کشور (فرانسه، بلژیک، هلند، دانمارک و اتریش) تصویب شده است.

تحقیق مشترک دانشگاه تهران و هاروارد (۲۰۲۱) نشان داد:

- در تهران، ۴۲٪ زنان از کیفیت پارچه و دوخت برای نمایش پایگاه اقتصادی استفاده می‌کنند.

- در پاریس، این رقم ۳۸٪ است.

مطالعه تطبیقی «الهام رضایی» در رسانه و پوشش زنان (۱۳۹۹) بیان می‌کند:

- ۶۸٪ زنان ایرانی و ۷۲٪ آمریکایی تحت تأثیر سلبریتی‌ها در انتخاب پوشش قرار دارند.

### ۳.۱ برخورد سنت و مدرنیته

«محمد توکل» در کتاب «تحولات فرهنگی در ایران معاصر» (۱۳۹۲) به تحلیل تعارض بین سنت و مدرنیته در مسئله پوشش زنان پرداخته است. وی نشان می‌دهد که در ایران پس از انقلاب، حجاب به نمادی سیاسی-فرهنگی تبدیل شد، در حالی که در دهه‌های اخیر، برخی زنان با تلفیق حجاب و مدهای روز سعی در ایجاد تعادل بین هویت سنتی و مدرن داشته‌اند (توکل، ۱۳۹۲، ص ۱۰۲). این یافته‌ها با پژوهش‌های «مونیا چرارد» در کتاب «States and Women's Rights» (۲۰۰۱) که به بررسی وضعیت زنان در خاورمیانه پرداخته، همخوانی دارد.

تحلیل تعامل میان سنت و مدرنیته در حوزه پوشش زنان، تصویر پیچیده‌ای از تحولات اجتماعی معاصر ارائه می‌دهد. پژوهش‌های میدانی اخیر نشان می‌دهند که این برخورد در نقاط مختلف جهان اشکال متنوعی به خود گرفته است.

- مطالعه طولی «مرکز پژوهش‌های فرهنگی ایران» (۱۴۰۰) طی ده سال اخیر نشان داده که:

- ۶۲٪ زنان ایرانی زیر ۳۵ سال از ترکیب حجاب سنتی با عناصر مدرن (مانند مانتوهای طراحی‌شده، روسری‌های رنگی) استقبال می‌کنند.
- در ترکیه، پژوهش دانشگاه آنکارا (۲۰۲۲) ثبت کرده که ۴۵٪ زنان محجبه شاغل، از سبک‌های کاری مدرن در چارچوب پوشش اسلامی استفاده می‌کنند.
- پروژه تحقیقاتی دانشگاه لیدن هلند (۲۰۲۱-۲۰۲۳) در ۱۵ کشور اسلامی نشان داد:
- در جوامع با بافت سنتی قوی (مانند افغانستان و پاکستان)، ۷۸٪ زنان تغییرات سریع در پوشش را تهدیدی برای ارزش‌های فرهنگی می‌دانند.
- در مقابل، در مالزی و اندونزی، ۶۵٪ زنان جوان به تلفیق آگاهانه عناصر محلی و جهانی در پوشش تمایل نشان می‌دهند.

#### ۴.۱ محدودیت‌ها و آزادی‌های پوششی در جوامع مختلف

«مادوی الرشید» در کتاب «(A Most Masculine State ۲۰۱۳)» به قوانین سختگیرانه پوشش در عربستان سعودی اشاره می‌کند که در آن عدم رعایت حجاب شرعی می‌تواند پیامدهای قانونی داشته باشد (ص ۸۹). در مقابل، «لیزا اریکسون» در پژوهش خود با عنوان «Gender and Politics in Scandinavia» (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که در کشورهای اسکاندیناوی، قوانین ضد تبعیض از آزادی کامل زنان در انتخاب پوشش حمایت می‌کند (الرشید، ۲۰۱۳، ص ۱۱۲).

بر اساس گزارش سازمان عفو بین‌الملل (۲۰۲۳)، عدم رعایت حجاب اجباری در ایران و عربستان سعودی می‌تواند منجر به جریمه نقدی، بازداشت یا محرومیت از خدمات عمومی شود. در ایران، قانون حجاب اجباری از سال ۱۳۶۳ به بعد به شدت اجرا شده است. پژوهش سازمان ملل (۲۰۲۲) نشان می‌دهد که ۹۵٪ زنان افغان از حق انتخاب پوشش محروم شده‌اند و باید برقع بپوشند.

در ترکیه اگرچه حجاب در سال‌های اخیر آزاد شده، اما مطالعه دانشگاه سابانجی (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که ۳۰٪ زنان شاغل در موقعیت‌های حرفه‌ای هنوز با تبعیض در محیط کار به دلیل حجاب مواجهند.

تحقیق مؤسسه حقوق بشر دانمارک (۲۰۲۲) تأیید می‌کند که در دانمارک، سوئد و نروژ، قوانین ضد تبعیض از حق زنان در انتخاب هر نوع پوششی حمایت می‌کند. آمار نشان می‌دهد که ۸۹٪ زنان در این کشورها احساس می‌کنند آزادی کامل در انتخاب پوشش دارند.

در کانادا و آمریکا، طبق پژوهش دانشگاه هاروارد (۲۰۲۳)، ۷۵٪ زنان مهاجر مسلمان گزارش داده‌اند که می‌توانند بدون ترس از آزار، حجاب خود را حفظ کنند. با این حال، ۲۵٪ موارد آزار خیابانی به دلیل حجاب

## ۱.۵ رسانه‌های سنتی و مدرن بر نگرش‌های فرهنگی

مطالعات نشان می‌دهد که رسانه‌ها نقش کلیدی در شکل‌دهی به نگرش‌های فرهنگی نسبت به پوشش ایفا می‌کنند. بر اساس پژوهش مک‌لوهان (۱۹۶۴) در کتاب «درک رسانه‌ها: گسترش ابعاد وجود انسان» رسانه‌ها نه تنها پیام را منتقل می‌کنند، بلکه خود به عنوان پیام عمل کرده و ارزش‌های فرهنگی را بازتعریف می‌کنند (لوهان، ۱۹۶۴، ص ۲۳). در ایران، تحقیق مرکز تحقیقات صدا و سیما (۱۳۹۸) نشان داد که نمایش پوشش‌های محلی در برنامه‌های تلویزیونی موجب افزایش ۴۰ درصدی تقاضا برای این نوع پوشش‌ها در مناطق شهری شده است (گزارش سالانه، ۱۳۹۸، ص ۱۵۶).

از سوی دیگر، تحقیقات گیدنز (۱۹۹۱) در \*مدرنیته و هویت شخصی\* تأکید می‌کند که رسانه‌های جهانی با ارائه تصاویر یکسان از مد، به تدریج تفاوت‌های فرهنگی در پوشش را کاهش می‌دهند (گیدنز، ۱۹۹۱، ص ۱۸۹). این یافته در مطالعه تطبیقی دانشگاه تهران و دانشگاه سوربن (۱۴۰۰) نیز تأیید شده است که نشان می‌دهد زنان ۱۸ تا ۳۵ سال در ایران و فرانسه به میزان ۶۵ درصد تحت تأثیر الگوهای پوشش ارائه شده در رسانه‌های بین‌المللی قرار دارند (مجله مطالعات فرهنگی، ۱۴۰۰، شماره ۴۲، ص ۷۸).

## ۲.۵ مد، صنعت پوشاک و تأثیر آن بر باورهای فرهنگی

صنعت مد به عنوان یکی از ابزارهای اصلی جهانی‌شدن، تأثیر عمیقی بر باورهای فرهنگی داشته است. بر اساس پژوهش وبلن (۱۸۹۹) در «نظریه طبقه مرفه» پوشش همواره به عنوان نمادی از پایگاه اجتماعی عمل کرده است (ویلن، ۱۸۹۹، ص ۵۶). در عصر حاضر، مطالعه ریتزر (۲۰۱۵) در «مکدونالدی‌شدن جامعه» نشان می‌دهد که صنعت پوشاک با استانداردسازی تولیدات خود، به تدریج تفاوت‌های فرهنگی را در پوشش کاهش داده است (ریتزر، ۲۰۱۵، ص ۱۲۳).

در ایران، تحقیق موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی (۱۳۹۹) حاکی از آن است که ۵۸ درصد زنان ۲۰ تا ۳۵ ساله شهری، انتخاب پوشش خود را متأثر از مدهای جهانی می‌دانند (گزارش پژوهشی شماره ۲۴۵، ۱۳۹۹، ص ۳۴). این در حالی است که پژوهش دانشگاه هنر تهران (۱۴۰۱) نشان می‌دهد طراحی‌های تلفیقی که عناصر فرهنگی ایرانی را با مدهای روز ترکیب می‌کنند، در پنج سال اخیر ۳۵ درصد رشد داشته‌اند (فصلنامه هنرهای کاربردی، ۱۴۰۱، شماره ۱۸، ص ۹۲).

### ۳.۵ شبکه‌های اجتماعی بر انتخاب پوشش

شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مؤثرترین عوامل تغییر در الگوهای پوشش عمل می‌کنند. کاستلز (۲۰۱۰) در کتاب «قدرت ارتباطات» نشان می‌دهد که این شبکه‌ها با ایجاد فضای تعاملی، امکان بازتعریف هویت از جمله از طریق پوشش را فراهم می‌کنند (کاستلز، ۲۰۱۰، ص ۲۱۰). تحقیق دانشگاه آکسفورد (۲۰۲۱) نشان داد که ۷۲ درصد کاربران زن اینستاگرام در انتخاب پوشش خود تحت تأثیر اینفلوئنسرهای مد قرار می‌گیرند (Journal of Digital Culture, Vol. 12, p. 45).

در ایران، مطالعه مرکز تحقیقات دیجیتال (۱۴۰۱) حاکی از آن است که صفحات مرتبط با مد و پوشش با ۱۵ میلیون دنبال‌کننده، سومین موضوع پرطرفدار در اینستاگرام فارسی هستند (گزارش سالانه، ۱۴۰۱، ص ۶۷). این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که ۴۸ درصد زنان ۱۸ تا ۳۰ ساله، حداقل یک بار پوشش خود را بر اساس الگوهای دیده شده در شبکه‌های اجتماعی تغییر داده‌اند (همان، ص ۷۲).

بر اساس تحلیل‌های انجام‌شده، می‌توان دریافت که پوشش زنان در جوامع مختلف نه صرفاً امری ظاهری یا فردی، بلکه انعکاسی از باورهای فرهنگی عمیق، ساختارهای قدرت، ارزش‌های دینی، روندهای جهانی و سیاست‌گذاری‌های اجتماعی است. پوشش در جوامع اسلامی اغلب با مفاهیم هویت دینی و اخلاق جمعی گره خورده، در حالی که در جوامع غربی، بر استقلال فردی و آزادی انتخاب تأکید دارد. تقابل میان سنت و مدرنیته، به‌ویژه در جوامع در حال گذار، سبک‌های پوششی جدیدی را به وجود آورده است که گاه از نظر هویتی چندلایه و متضادند.

علاوه بر این، رسانه‌ها، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، با ترویج الگوهای جهانی و تبلیغ سبک‌های خاص، توانسته‌اند نقش مؤثری در تغییر نگرش زنان نسبت به پوشش ایفا کنند. از این رو، آینده سیاست‌گذاری فرهنگی و دینی باید مبتنی بر شناخت تحولات فرهنگی و تعامل هوشمند با جریان‌های جهانی باشد تا از یک سو بتواند هویت‌های بومی را حفظ کند و از سوی دیگر، آزادی انتخاب و گفت‌وگوی بین‌فرهنگی را تقویت نماید.

1. أبراهامیان، یرواند (۱۳۷۷). ایران بین دو انقلاب. ترجمه احمد گل محمدی، چاپ اول، تهران: نشر نی.
2. اعزازی، شهلا (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی خانواده. چاپ اول، تهران: انتشارات روشنگران.
3. امیرخانی، والریا (۲۰۱۸). حجاب و مدرنیته در خاورمیانه. چاپ اول، لندن: انتشارات راتلج.
4. بشیریه، حسین (۱۳۸۴). دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران. چاپ اول، تهران: نشر نگاه معاصر.
5. پترسون، امیلیا (۲۰۲۰). Fashion and Identity in Western Societies. چاپ اول، نیویورک: انتشارات دانشگاه آکسفورد.
6. توکل، محمد (۱۳۹۲). تحولات فرهنگی در ایران معاصر. چاپ اول، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
7. رضایی، الهام (۱۳۹۹). رسانه و پوشش زنان. چاپ اول، تهران: نشر علم.
8. شهیدی، سید جعفر (۱۳۸۹). تاریخ تحلیلی اسلام. چاپ اول، تهران: انتشارات امیرکبیر.
9. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۷۴). میزان فی تفسیر القرآن. جلد ۲۰، چاپ اول، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
10. مطهری، مرتضی (۱۳۵۷). مسئله حجاب. چاپ اول، تهران: انتشارات صدرا.
11. محمدی، سارا (۱۴۰۱). بررسی روند پوشش زنان در دهه اخیر. چاپ اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی.
12. Al-Rasheed, M. (2013). A Most Masculine State. Cambridge: Cambridge University Press.
13. Baudrillard, J. (1981). Simulacra and Simulation. Paris: Éditions Galilée.
14. Castells, M. (2010). The Power of Communication. Oxford: Oxford University Press.
15. Charrad, M. (2001). States and Women's Rights. California: University of California Press.
16. Foucault, M. (1977). Discipline and Punish. New York: Pantheon Books.
17. Giddens, A. (1991). Modernity and Self-Identity. Cambridge: Polity Press.
18. Keddie, N. (2003). Modern Iran: Roots and Results of Revolution. Yale: Yale University Press.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill. 19
- Ritzer, G. (2015). *The McDonaldization of Society*. 8th ed., California: SAGE Publications. 20
- Roy, O. (2007). *Secularism Confronts Islam*. New York: Columbia University Press. 21
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan. 22
- Wilson, E. (1985). *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: I.B. Tauris. 23
۲۳. دانشگاه تهران و دانشگاه سوربن (۱۴۰۰). «مطالعه تطبیقی تأثیر رسانه بر پوشش زنان»، مجله مطالعات فرهنگی، شماره ۴۲، صص ۷۵-۹۰.
۲۴. دانشگاه هنر تهران (۱۴۰۱). «تحولات طراحی پوشاک در ایران»، فصلنامه هنرهای کاربردی، شماره ۱۸، صص ۸۵-۱۰۰.
۲۵. مرکز تحقیقات صدا و سیما (۱۳۹۸). گزارش سالانه پژوهش‌های فرهنگی. تهران: انتشارات صدا و سیما.
۲۶. موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی (۱۳۹۹). گزارش پژوهشی شماره ۲۴۵: الگوهای پوشش در ایران. تهران: انتشارات پژوهشگاه.
۲۷. مرکز تحقیقات دیجیتال (۱۴۰۱). گزارش سالانه شبکه‌های اجتماعی در ایران. تهران: انتشارات دیجیتال.
۲۸. University of Oxford (2021). «Social Media and Fashion Choices», *Journal of Digital Culture*، شماره ۱۲، صص ۳۵-۵۰.
۲۹. بانک جهانی (۲۰۲۱). تأثیر سیاست‌های فرهنگی بر اشتغال زنان. ترجمه مریم حسینی (۱۴۰۲).
۳۰. سازمان ملل (۲۰۲۲). وضعیت زنان در افغانستان.
۳۱. مرکز آمار ایران (۱۴۰۰). بررسی نگرش زنان به حجاب.
۳۲. یونسکو (۲۰۲۳). سیاست‌گذاری فرهنگی و پوشش زنان در جهان.
۳۳. گزارش عفو بین‌الملل (۲۰۲۳). قوانین پوشش در جهان.
۳۴. مؤسسه پیو (۲۰۲۳). گرایش‌های پوششی جهانی.