



Faculty of Social Sciences
Institute of Social Studies and Research

Quarterly of Social Studies Research in Iran
Vol. 11, No. 1:223-248, Spring 2022
Doi: 10.22059/JISR.2022.315301.1158

**Semantic Evolution of Women's Dress Morality and the
Affecting Risk Factors
(Case Study: Students of Mazandaran Province)***

Somayeh Bolboli Qadikolaei¹
Hamid Parsania²

Received: May 13, 2021

Accepted: January 5, 2022

Abstract

Introduction: Due to the ever-changing and evolving nature of human actions, new moral issues are raised. Clothing morality is one of these issues that is extremely important in transitional societies such as Iranian society with a religious governmental structure. The purpose of this article is to examine unveiled girls (from the perspective of the religious discourse that governs the society, of course) and to find out typical moral patterns for choosing this style of dress. We want to know: What are the differences between this group of girls in terms of the meaning of dress morality? What meanings do they offer for dress morality? What risk factors and sociocultural contexts affected the formation of the multiple meanings of dress morality? This study examines the semantic diversity of dress morality among unveiled girls (from the perspective of religious discourse), as well as risk factors and sociocultural contexts that favor the formation of these meanings.

Method: The research is regulated in qualitative methodology and the data collection is done through in-depth and semi-structured interviews with 53 female students studying in different universities in Mazandaran province. They were warned by college security or institutions responsible for hijab at community level. The thematic analysis method was used to analyze the data.

* Research article, independent author.

1. Assistance Professor of Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran (Corresponding author), bolboli.s@ut.ac.ir

2. Associate Professor of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran, h.parsania@ut.ac.ir

Findings: The research results show four typical patterns of dress morality (modesty, materialism, fashion consciousness, and functionality) among the actors. Each type has a different meaning for morality. Typical patterns extracted based on moral change in time and place are classified into two groups: multiple variable moral include (modesty, materialism, fashionability) and fixed-universal moral include (functionality). Also based on the descriptive approach and the civil system of morality, modesty and materialism were categorized as hedonistic, egocentric moral acts; fashionability was significant as an egocentric, preferential moral act; and functionality was categorized as a rights-based moral act. Based on the normative approach and the religious system of morality, all four types of dress morality were labeled as immoral. The research findings also lead us to categories such as changes in family values, the importance of maintaining health and youth, consumption, sexual openness, sex trafficking, sense of personal satisfaction, hedonism, maximum well-being, lack of responsibility to others, self-care, visibility, the mask of rationality etc. as risk factors and favorable sociocultural contexts to form multiple meanings of female dress morality.

Conclusion: each of the four typical moral patterns of female dress was classified from three perspectives: a) from the perspective of changing the category of morality in time and place, including universal-invariant and variable-multiple morality, b) from the perspective of descriptive/normative approach to the category of morality, c) from the perspective of religious/civil approach to the category of morality. At one end of the spectrum of moral forms is modesty. This concept has the highest rate of semantic crossover. But at the other end of the spectrum, the meaning of efficiency is constantly pursued regardless of the changes that occur in the sociocultural context and becomes stronger as society develops. This type has the lowest degree of transition and semantic development among all four types.

Keywords: Dress Morality, Modesty, Materialism, Fashionability, Functionality.

Bibliography

- Rajabi, M., & Fathali, M. Eds. (2016). **Approaches and Outcomes: The views of Ayatollah Mohammad Taghi Mesbah Yazdi – Vol. 2: Ethics, Aesthetics, Law.** Tehran: Imam Khomeini Educational and Research Institute Publications. (*In Persian*)
- Azad Armaki, T., & Chavoshiyan, H. (2002). “The body as a medium of identity”. **Iranian Journal of Sociology**, No. 4: 75-57. (*In Persian*)
- Bakak, R. (2002). **Consumption**, Translated by: Khosrow Sabri, Tehran: Shirazeh Publications. (*In Persian*)
- Bell, Q. (1976). **On Human Finery**. New York: Schocken Books.
- Ekhlasi, E. (2009). “Theoretical study of the principles of physical society and its accessories with emphasis on Iranian society”. **Marifat**, No. 139: 106-85. (*In Persian*)
- Etemadifard, S. M., & Hosseinzadeh, H. (2021). “Attitude to the Body: Generational Differences or Conflicts (Study of Generational Attitude toward Adolescent Embodiment in Tehran)”. **Quarterly of Social Studies and Research in Iran**, No. 2: 471-497. (*In Persian*)

- Fakouhi, N., & Ayari, A. (2009). "Internet and Identity among five Tribal Groups in Iran". **Global Media Journal**, No. 7: 26-1. *(In Persian)*
- Fatehi, A., & Ekhlasi, E. (2008). "Body management and its relationship with social acceptance of the body - a case study of women in Shiraz", **Women Strategic Studies**, No. 41: 9-42. *(In Persian)*
- Fazeli, M. (2003). **Consumption and lifestyle**, Qom: Sobh Sadegh. *(In Persian)*
- Flügel, J. C. (1971). **The Psychology of Clothes**. London: Pandora press.
- Friedland, L. et al. (2007). "Capital, consumption, communication and citizenship: The social positioning of taste and civic culture in the United States". **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, No. 1: 31-50.
- George, K. M. (2010). **Picturing Islam: Art and Ethics in a Muslim Lifeworld**. Wiley-Blackwell.
- Giddens, A. (1999). **Modernity and Personalization: Society and Personal Identity in the New Age**, Translated by: N. Movafghian, Tehran: Ney Publications. *(In Persian)*
- Gilman, C. P. (2002). **The Dress of Women: a critical introduction to the symbolism and sociology of clothing**, Translated by: M. R. Hill and M. J. Deega. Greenwood Press.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). **Fourth Generation Evaluation**, Beverly hills, CA: sage publications Inc.
- Ha, J.-S. (2005). "A Study on the Aesthetic Values Related to the Morality Expressed in Recent Korean Street Fashion", **Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles**, No. 2: 379-390.
- Hurlock, E. B. (1976). **The Psychology of Dress: An Analysis of Fashion and Its Motive**, New York: Arno Press.
- Izutsu, T. (1981). **Building the Meanings of the Concepts of Religious Ethics in the Qur'an**, translated by Fereydoun Badraei, Tehran: Qalam Publications. *(In Persian)*
- Javadi Amoli, A. (2000). **Woman in the Mirror of Beauty and Glory**, Qom: Esra Publications. *(In Persian)*
- Javadi Yeganeh, M., & Kashfi, S.A. (2007). "The system of signs in cover", **Women Strategic Studies**, No. 38: 78-62. *(In Persian)*
- Jazayeri, S. (2004). **Psychological factors of performing cosmetic surgery in the ages of 20 to 30 years**, Master Thesis in Clinical Psychology, Islamic Azad University, Roodehen Branch. *(In Persian)*
- Kang, N. H. (2003). **Cultural Change and Cultural Politics in Korea**, Seoul: Munhwagwahaksa.
- Karamollahi, N., & Aghasi, M. (2012). "A Review of Female Students Trends to Veiled and Unveiled". **Quarterly of Social Studies and Research in Iran**, No. 2: 139-172. *(In Persian)*
- Koochi, K., & Nawakhti Moghadam, A. (2017). "Study of the relationship between global Internet, mobile and satellite media with the degree of youth adherence to national and religious identity". **Social Sciences (Ferdowsi Mashhad)**, No. 2: 141-170. *(In Persian)*

- Lazreg, M. (2011). **Questioning the Veil: Open Letters to Muslim Women**, Princeton University Press.
- Lipovetsky, G. (1994). **The Empires of Fashion: Dressing Modern Democracy**, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- McQuail, D. (2006). **Theory of Mass Communication**, translated by Parviz Ejlali, Tehran: Office of Media Studies and Development Publications. (*In Persian*)
- McRobbie, A. (1991). **Feminism and youth culture: from Jackie to just seventeen**, Basingstoke: Macmillan.
- Mesbah Yazdi, M. T. (2005). **Critique of Ethical Schools**, Qom: Imam Khomeini Educational and Research Institute. (*In Persian*)
- Motahari, M. (2017). **The issue of hijab**, Tehran: Sadra Publications. (*In Persian*)
- Motahari, M. (2019). **Education in Islam**, Tehran: Sadra Publications. (*In Persian*)
- McRobbie, A. (1991). **Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen**, Basingstoke: Macmillan.
- Okkenhaug, I. M., & Flakerud, I. (Eds.) (2005). **Gender, Religion and Change in the Middle East: Two Hundred Years of History**, Bloomsbury Publishing.
- Rajaei, S. A. (1996). "Introduction to the principles of liberalism". **Negah Hozeh**, No. 18 and 17: 44-45. (*In Persian*)
- Ribeiro, A. (1986). **Dress and Morality**. Bloomsbury Publishing.
- Roach, M. E., & Eicher, J. B. (1965). **Dress, Adornment and the Social Order**. New York: John Wiley & Sons.
- Robinson, B. (2003). Method of Clothing and Influence of Body and Appearance Management. **PhD Dissertation**. Department of Psychology. University of Gothenburg.
- Seqah al Eslami, A. (2009). "Classified Approach to the Field of Information Ethics", **The Journal of Ethics in Science and Technology**, No. 1 and 2: 50-66. (*In Persian*)
- Singer, I. (1996). **Meaning in Life, Volume1: The Creation of Value**. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Story, J. (2007). **Cultural Studies on Popular Culture**, translated by Hossein Payendeh, Tehran: Agah Publications. (*In Persian*)
- Tansio, T. (2018). **Cognition of Ethics**, translated by Ehsan Pourkhairi and Heiman Barin, Tehran: Hekmat Publications. (*In Persian*)
- Veblen, T. (2004). **The Theory of the Prosperous Class**, translated by Farhang Ershad, Tehran: Ney Publications. (*In Persian*)
- Wilson, E. (1985). **Adorned in Dreams: Fashion and Modernity**, London: Virago Press.
- Zare Kahnamuyi, A. (2019). **Ethics: The First Step of Reform**, Tehran: University Jihad, Institute of Humanities and Social Studies. (*In Persian*)
- Zokai, S., & Farzaneh, H. (2008). "Women and Body Culture: The Basis for Choosing Cosmetic Surgery among Tehrani Women". **Cultural Studies and Communication**, No. 11: 43-59. (*In Persian*)

تحول معنایی اخلاق پوشش زنان و ریسک فاکتورهای مؤثر بر آن (مورد مطالعه: دانشجویان استان مازندران)*

سمیه بلیلی قادیکلایی^۱

حمید پارسانیا^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۳

Doi: 10.22059/JISR.2022.315301.1158

چکیده

تحقیق حاضر به مطالعه تحول معنایی اخلاق پوشش در میان دختران بدحجاب و ریسک فاکتورهای فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری معانی مذکور می‌پردازد. این پژوهش در جنبش روش‌شناختی کیفی تنظیم شده و جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۵۳ نفر از دختران دانشجوی مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های مختلف استان مازندران انجام شده است. به‌منظور تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تماتیک بهره گرفته شد. یافته‌های پژوهش از وجود چهار الگوی تبیین اخلاق پوشش (عفاف و پاکدامنی، مادی‌گرایی، مدگرایی و کارآمدی) در میان کنشگران حکایت دارد که هر یک معنای جداگانه‌ای برای اخلاق پوشش قائل هستند. براساس رهیافت توصیفی و نظام مدنی به اخلاق، دو تیپ عفاف و پاکدامنی و مادی‌گرایی در طبقه‌کنش‌های اخلاقی از نوع خودمحوری لذت‌گرایانه جایابی شدند؛ تیپ مدگرا به‌مثابه یک کنش اخلاقی خودمحور ترجیح‌گرا معنادهی شد؛ و درنهایت تیپ کارآمدی ذیل یک کنش اخلاقی حقوق‌محور مورد طبقه‌بندی قرار گرفت. این در حالی است که براساس رهیافت هنجاری و نظام دینی به مقوله اخلاق، هر چهار تیپ مذکور، کنش‌های غیراخلاقی محسوب می‌شوند. شایان ذکر است الگوهای تبیین استخراج‌شده براساس تغییر اخلاق در زمان و مکان به دو گروه اخلاق متکثر-متغیر (شامل عفاف و پاکدامنی، مادی‌گرایی و مدگرایی) و اخلاق ثابت-جهان‌شمول (شامل کارآمدی) تقسیم می‌شوند. **واژه‌های کلیدی:** اخلاق پوشش، عفاف و پاکدامنی، کارآمدی، مادی‌گرایی، مدگرایی.

*مقاله علمی- پژوهشی، تألیف مستقل

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)، bolboli.s@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، h.parsania@ut.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

پوشش یکی از مظاهر ایجاد تمایز میان اقشار و گروه‌های اجتماعی و ابزار هویت‌بخش و معناده به کنش هریک از اعضای آنهاست که در یک قرن اخیر با تأکید بیشتر بر رویکرد «بدن‌محوری» از سوی کنشگران به‌ویژه زنان به خدمت گرفته شده است. آن هنگام که پوشش با نمایش پیوند برقرار می‌کند، مفهوم «حجاب» مسئله‌مند می‌شود. مفهومی که از منظر اخلاق‌پژوهان در سه ساحت فردی، بین فردی و اجتماعی قابلیت بررسی دارد. از منظر رویکردهای فردی به حجاب یا به تعبیر اخلاق‌پژوهان «اخلاق فضیلت»، بر رابطه بین اعمال، فعالیت‌های جسمی فرد و تقوا، اخلاق دینی و اخلاق فردی تأکید می‌شود (جورج، ۲۰۱۰: ۲۱). در ساحت اخلاق بین‌فردی موافقان حجاب، پوشش فارغ از نمایش را برای تنظیم هنجارهای جنسی بین زن و مرد از طریق جلوگیری از تمایلات غیراخلاقی جنسی ضروری می‌دانند (اوکنهاگ و فلسکراد، ۲۰۰۵: ۴۸)؛ حال آنکه مخالفانی مانند مارنیا لازرگ (۲۰۱۱) معتقدند حجاب، ساختاری مردسالارانه است که جنسیت زنان را آسیب‌زاتر از مردان می‌داند. اما در ساحت اخلاق اجتماعی، استدلال‌هایی که در حمایت از حجاب مطرح می‌شود، غالباً بر آن است که حجاب می‌تواند مانع از تحریک دائمی مردان به‌واسطه جنسیت زنان در مکان‌های عمومی شود. در این منطق، پوشش مبتنی بر عفت با پنهان‌کردن قسمت‌های جذاب‌تر بدن یک زن، یک فضای اجتماعی سالم جنسی ایجاد می‌کند. اما در نقطه مقابل، فمینیست‌های سکولار مخالف حجاب، حجاب عمومی را نوعی بی‌عدالتی ساختاری جنسیتی قلمداد می‌کنند (جورج، ۲۰۱۰: ۲۱)؛ بنابراین مسئله‌مندی حجاب و اخلاق پوشش همواره بحث داغ محافل علمی و اخلاق‌پژوهان بوده است.

از طرفی با گسترش زیست مدرن جامعه ایرانی و ورود فناوری‌های نوین ارتباطی در حوزه فضای مجازی خصوصاً طی دو دهه گذشته، چهره جدیدی از پوشش در تعامل با دنیای غرب به‌عنوان یک فرهنگ برون‌زا به نمایش گذاشته شد؛ چهره‌ای که با آرمان‌های انقلاب اسلامی و گفتمانی که به دنبال استقرار آن بود، در زاویه قرار گرفته است.

پوشش زنان براساس موازین اسلامی جزء مسائل مهم جوامع مسلمان به‌ویژه ایران است که با نفوذ گسترده فرهنگ غربی طی یک قرن اخیر بر این جوامع، به یکی از چالشی‌ترین مسائل تبدیل شده که نتیجه آن دست‌کم ایجاد تردید میان کنشگران درباره ضرورت آن بوده است. همه این چالش‌ها، تعارضات و تردیدها فارغ از نگاه ارزشی خوب یا بد به آن، محصول نظام‌های ذهنی اخلاقی کنشگران است. از این‌رو مفهومی به نام «اخلاق پوشش» شکل می‌گیرد. پرواضح

است که نظام اخلاقی و ارزش‌هایی که افراد درون یک جامعه دارند، بر نوع پوششی که انتخاب می‌کنند تأثیرگذار است؛ زیرا معمولاً افراد تمایل به استفاده از پوششی دارند که با این ارزش‌ها و نظام اخلاقی انطباق و همخوانی داشته باشد. پوششی که در نظام جمهوری اسلامی ایران به آن «بدحجابی» زنان گفته می‌شود، علل و ریشه‌های فرهنگی-اجتماعی دارد، از نظام یا نظام‌های اخلاقی خاصی سرچشمه می‌گیرد و معانی متفاوتی از پوشش را بازنمایی می‌کند. بدین ترتیب پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

زنان بدحجاب چه معانی‌ای از اخلاق پوشش ارائه می‌دهند؟ این معانی چه تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند؟ چه ریسک فاکتورها و بسترهای فرهنگی-اجتماعی در شکل‌گیری معانی متعدد از اخلاق پوشش مؤثر واقع شده‌اند؟ چه الگوهای تبیین اخلاقی برای انتخاب این سبک از پوشش می‌توان شناسایی کرد؟ و هریک از الگوهای تبیین اخلاق پوشش از منظر نظام‌های اخلاق دینی و اخلاق مدنی چگونه ارزیابی می‌شوند؟

پیشینه تحقیق

پوشش از جمله مفاهیمی است که تحقیقات متعددی از منظر مدیریت بدن، سبک زندگی و... درباره آن صورت گرفته، اما پیوند آن با اخلاق به‌ویژه در حوزه مطالعات جامعه‌شناختی چندان محل اهتمام نبوده است. از این‌رو بررسی تغییرات اخلاق پوشش به لحاظ معنایی در بستر یک جامعه خاص می‌تواند یک ضرورت پژوهشی باشد. این ضرورت در جوامعی مانند جامعه ایران که تغییر و تحولات عظیم اجتماعی مانند انقلاب و متعاقباً تغییرات بنیادین گفتمانی در همه حوزه‌ها به‌ویژه پوشش را تجربه نموده‌اند، بیشتر احساس می‌شود. در این مسیر، مطالعه تحقیقات انجام‌شده در حوزه اخلاق پوشش قطعاً بر حساسیت تجربی و نظری محققان می‌افزاید. در جدول ۱، مهم‌ترین این پژوهش‌ها و اهم نتایج آن‌ها جمع‌بندی شده‌اند.

جدول ۱. پژوهش‌های حوزه اخلاق پوشش

محقق/محققان	حوزه تمرکز مطالعاتی	بررسی‌ها و نتایج
فلوگل (۱۹۷۱)	مطالعه انگیزه افراد از انتخاب یک پوشش خاص و اصول اخلاقی حاکم بر آن‌ها	دو مقوله «زینت‌بخشی» و «عفت» به عنوان فاکتورهای مؤثر بر تغییر پوشش

ادامه جدول ۱. پژوهش‌های حوزه اخلاق پوشش

محقق/محققان	حوزه تمرکز مطالعاتی	بررسی‌ها و نتایج
ریبریو (۱۹۸۶)	مطالعه ارتباط اخلاق پوشش با آداب و رسوم اجتماعی	قدرت عقاید، آگاهی و آداب و رسوم عامه نوع پوشش افراد یک جامعه را معین می‌کند. اخلاقیات مرتبط با پوشش همچون یک تسهیلگر اجتماعی درون یک جامعه خاص، تعیین کننده یکپارچگی یک گروه و کنش‌های آن است.
بل (۱۹۷۶)	تأثیر محیط بر اخلاق پوشش	لباس و پوشش به خودی خود غیراخلاقی نیست، بلکه در یک محیط نامناسب به امری غیراخلاقی تعبیر می‌شود.
روچ و ایچر (۱۹۶۵)	نحوه شکل‌گیری اخلاق پوشش در بستر اجتماعی	دوگانه‌های درست/ نادرست و مناسب/ نامناسب در حوزه پوشش موجب شکل‌گیری استانداردهای فراگیر اخلاقی می‌شود.
فکوهی و عیاری (۱۳۸۸)	قاعده عفت	پوشش‌های تنگ، چسبان و بدن‌نما موجب جلب انظار عموم است. در رویکرد دینی هر نوع پوششی که در قاعده عفت نگنجد جایز نیست.
کوهی و همکاران (۱۳۹۶)	کنترل درونی	کنترل نفس، تنها عامل درونی است که می‌تواند به‌طور کامل رفتار آدمی را تعدیل کند.
جوادی آملی (۱۳۷۹)	تمایلات عقلانی	پیروی از تمایلات عقلانی از غوطه‌ور شدن در دریای مصرف‌گرایی افراطی و تابعیت کورکورانه از مد جلوگیری می‌کند و دستاوردهای عقلانی را در پی خواهد داشت.
مطهری (۱۳۹۶)	حجاب	روح پوشش، حجاب و کنترل رفتار فقط در پوشش ظاهری خلاصه نمی‌شود، بلکه حتی در نوع معاشرت و برخوردهای ظاهری نیز باید به منظور حفظ کرامت انسانی، حیا اقتضا شود.

پوشش
اسلامی

مطالعات
داخلی

(رویکرد
دینی)

ادامه جدول ۱. پژوهش‌های حوزه اخلاق پوشش

محقق/محققان	حوزه تمرکز مطالعاتی	بررسی‌ها و نتایج
کوهی و همکاران (۱۳۹۶)	زینت و زیبایی	عفت و اعتدال در شهوات و امور سازگار با نفس، علت شکوفایی و رشد زیبایی‌های روحی و مایه نگهداری و تقویت زیبایی ظاهری است.
جوادی یگانه و کشفی (۱۳۸۶)	آزادی‌خواهی - خودنمایی	آزادی‌خواهی قاعده گفتمان لیبرال است. در این گفتمان، اصل اساسی اصالت نفس است و تن به مثابه خود عینی در لباس نمود می‌کند؛ بنابراین پوشش، شیوه‌ای برای خودنمایی است.
اخلاصی (۱۳۸۸)	فردگرایی و بازآفرینی خود	با گسترده‌شدن فردیت، انسان با بدن خود تنها می‌شود. از این رو به سوی کار دائمی روی بدن به منظور در امان نگه‌داشتن آن از سالخورده‌گی، ناتوانی و مرگ سوق داده می‌شود.
رجائی (۱۳۷۵)	مصرف‌گرایی - اقتصاد سرمایه‌داری	مصرف‌گرایی به همراه مدگرایی چارچوب کنترلی است که انسان مدرن در قالب آن می‌تواند آزادانه دست به انتخاب بزند.

پوشش
مدرن
(رویکرد
لیبرال)

علاوه بر تحقیقات فوق، در حوزه رفتارهای بدنی، پژوهش‌های دیگری نیز انجام شده است. آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، جزایری (۱۳۸۳)، فاتحی و اخلاصی (۱۳۸۷)، ذکایی (۱۳۸۶) و... با تکیه بر مجموعه رفتارهای از پیش تعیین‌شده بدنی (موضع بیرونی) که تصورات بدنی، هویت‌یابی و تمایز بخشی افراد را به نمایش می‌گذارد، به تحلیل رفتارهای بدنی پرداخته‌اند. در این پژوهش‌ها توجه به دریافت‌های ذهنی و تیپ‌های اخلاقی کنشگران که زمینه‌ساز گرایش به مدیریت بدن است، مغفول مانده است. در پژوهش حاضر تلاش می‌شود از این منظر به مقوله رفتارهای بدنی و بروز و ظهور آن در پوشش توجه شود.

حساسیت نظری

«اخلاق پوشش» از جمله مفاهیمی است که یک سر آن در نظریات اخلاق و سر دیگر آن در رویکردهای حوزه پوشش قرار دارد. در مطالعات اخلاق، یکی از طبقه‌بندی‌های پرکاربرد در مواجهه با بحث حجاب و پوشش، طبقه‌بندی دوگانه اخلاق دینی و اخلاق مدنی (سکولار یا اجتماعی) است. به تعبیر مصطفی ملکیان، در اخلاق سکولار یا اخلاق مدنی منشأ اخلاق خدا نیست، بلکه یک امر انسانی در تاریخ انسان یا در جامعه انسانی یا در فرد انسان یا یک امر فروانسانی منشأ اخلاق است (ملکیان به نقل از زارع کهنمویی، ۱۳۹۸: ۴۱). مفاهیم و مقوله‌های متعددی ذیل طبقه اخلاق مدنی وجود دارند که به اقتضای پژوهش حاضر بر دو مفهوم مهم «خودمحوری اخلاقی» و «اخلاق حقوق‌محور» تمرکز می‌شود. خودمحوری اخلاقی ما را در قبال هیچ‌کس جز خودمان دارای وظیفه نمی‌داند. معنای این سخن آن نیست که تمام جهانیان باید خواست‌های من را برآورده کنند، بلکه هر فرد باید رفاه خود را بیشینه کند. بنا بر خودمحوری اخلاقی، هر فرد برای خود هدفی دارد. این تنوع اهداف ممکن است سبب ایجاد تعارض شود. در جایی که افراد اهداف متعارضی دارند، هر فرد باید هدف خود را دنبال کند. خودمحوری اخلاقی در رقابت با سایر نظریه‌های اخلاقی، نظریه منسجمی به‌شمار می‌آید و در قالب سه قرائت اصلی جلوه می‌کند: خودمحوری لذت‌گرایانه، خودمحوری ترجیح‌گرایانه و خودمحوری کمال‌گرایانه (تانسیو، ۱۳۹۷: ۸۶). در اخلاق غیردینی اما مفهوم اخلاق حقوق‌محور^۱ در نقطه مقابل خودمحوری اخلاقی قرار می‌گیرد. در اخلاق حقوق‌محور، هر سوژه اخلاقی حقوق معینی دارد که هیچ‌کس اجازه سلب آن‌ها را ندارد. در واقع اصل محوری سنت حقوق اخلاقی این است که هر فردی حقی بر خودش دارد یا صاحب خودش است (همان). نوزیک به‌عنوان صاحب‌نظر بنام این رویکرد، نظریه مذکور را به این شکل تفسیر می‌کند که من می‌توانم از چیزی که حقی بر آن کسب کرده‌ام، آن‌گونه که مناسب می‌بینم استفاده کنم. در واقع نوزیک می‌خواهد از فرد در برابر دخالت سایر افراد محافظت کند. او می‌گوید ما فقط هنگامی حقوق دیگران را زیر پا گذاشته‌ایم که به‌طور عامدانه و آگاهانه مایملک آنان را از ایشان بگیریم یا به حریم خصوصی‌شان تجاوز کنیم (تانسیو به نقل از نوزیک، ۱۳۹۷: ۹۱).

آنچه در سطور فوق توضیح داده شد، در نظام اخلاقی غیردینی است. اما در نظام اخلاقی دینی (در اینجا اسلام) مبنای ارزش‌های اخلاقی کمال انسان است. در واقع در اخلاق دینی منشأ

اخلاق یا امرورنهی خدا است؛ اراده و کراهت خدا، یا خشم و خشنودی خدا یا فعل و ترک خدا و به تعبیر ایزوتسو (۱۳۶۰) «خدامحوری» است. از نگاه دینی، ارزش‌ها و ضد ارزش‌های اخلاقی که عامل تکامل یا سقوط روحی و معنوی انسان هستند موجب رابطه انسان با خدا و هدایت آدمی به قرب الهی می‌شوند. در عمل اخلاقی، همه حرکات باید با قصد کسب رضایت خدا انجام گیرد و نه غرض دیگر (مصباح یزدی، ۱۳۸۴: ۱۱۵). به تعبیر پارسانیا (۱۳۹۵) نیز در دین اسلام، اخلاق به دنبال شناسایی تراحم‌ها و کشمکش‌های درونی انسان است و خیر و کمالی را که تأمین‌کننده سعادت انسان است با عنوان فضیلت معرفی می‌کند و دیگر خصوصیتی را که مانع تحقق کمالات انسانی و موجب شقاوت نفس می‌شود ردیلت می‌نامد؛ بنابراین فضائل اوصافی نفسانی هستند که کمال و خیر نفس و موجب تحقق سعادت‌اند هستند و ردایل، اوصافی هستند که نقص و شرنند و سبب شقاوت می‌شوند.

اما سوییۀ دیگر مفهوم «اخلاق پوشش» در نظریات حوزه پوشش است که بخش اعظمی از پژوهش‌های مرتبط با آن به مفهوم پوشش به‌عنوان یکی از متعلقات بدن می‌نگرند و رابطه بین بدن و جامعه را به‌واسطه اهمیت رو به رشد جامعه مدرن و نفوذ مصرف‌گرایی تحلیل می‌کند. محاصل این جریان توسعه نظری در آثار جامعه‌شناسانی نظیر ویلن، وبر، زیمل، گیدنز و بوردیو به تصویر کشیده شده است. در جدول ۲ به اهم نظرات، تأکیدات و ارتباط آن‌ها با بحث پوشش اشاره شده است.

جدول ۲. دیدگاه‌های نظری مرتبط با پوشش

صاحب‌نظران	تمرکز نظری	ارتباط رویکرد نظری با بحث پوشش
ویلن	چگونگی کسب منزلت اجتماعی، مصرف‌نمایشی، چشم و هم‌چشمی و رفتارهای تظاهری	کاستن درخور توجه از ضرورت‌های زندگی و ازدست‌دادن راحتی برای تهیه پوشاک با هدف دستیابی به حد مطلوب مصرف‌نمایشی؛ کژکارکردشدن پوشش (جایگزین شدن تظاهر و نمایش به جای کارکردهای طبیعی پوشش مثل محافظت، گرم‌شدن، زینت، عفت، نمادگرایی) (ویلن، ۲۰۰۲)
زیمل	تأکید مصرف‌گرایی جامعه مدرن بر مد (مصرف کالا و گرایش به مد ابزاری برای هویت‌یابی فردی در دنیای مدرن و ایجاد تمایز است)	علت‌گرایش سریع افراد به مدهای جدید و متفاوت پوشاک، تمایل به ایجاد هویت شخصی متمایز برای خود و حفظ آزادی فردی در دنیای مدرن است. این هویت‌یابی در جوامع سنتی از طریق وابستگی به گروه ایجاد می‌شد، اما در جوامع مدرن فرایند هویت‌یابی فردی شده است (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶).

ادامه جدول ۲. دیدگاه‌های نظری مرتبط با پوشش

صاحب نظران	تمرکز نظری	ارتباط رویکرد نظری با بحث پوشش
وبر	دسته‌بندی طبقه بر مبنای مصرف و سبک‌های متفاوت زندگی	وبر شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی را که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت است معیار تعیین سبک زندگی اشخاص می‌داند (سوبل، ۱۹۸۱؛ به نقل از فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸).
گیدنز	بازاندیشی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های دنیای مدرن و تأثیرگذار بر شکل‌گیری سبک‌های متنوع زندگی افراد؛ هویت‌های منحصربه‌فرد	پوشش به‌عنوان یکی از عناصر سبک زندگی، اگرچه به انتخاب و گزینش خود فرد است، همواره تحت تأثیر و اسیر قیدوبندهای اجتماعی است که فرد در آن زیست می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸).
بورديو	تأکید بر مفهوم سرمایه (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی) و تأثیر آن بر شکل‌گیری طبقه؛ منش عامل اتصال درون هر طبقه و ایجاد سبک‌های زندگی؛ مصرف عامل بازنمایی سبک‌های متفاوت زندگی، ذائقه‌های مختلف و ایجاد تمایز اجتماعی	نوع پوشش افراد می‌تواند بیانگر سبک زندگی و ذائقه‌ای خاص باشد که موجب متمایز شدن افراد از دیگران شود. در واقع یکی از کارکردهای پوشش، تمایزبخشی است (فریدلند و همکاران، ۲۰۰۷).

در یک جمع‌بندی نظری می‌توان گفت با پیدایش دنیای مدرن خصوصاً از اوایل قرن بیستم و با گسترش مصرف‌گرایی و ایجاد حق انتخاب برای کنشگران، مفهوم پوشش علاوه بر معانی اقتصادی، معانی فرهنگی نیز پیدا کرده است. این معانی نوظهور با مفاهیمی چون فردگرایی، سبک‌های متفاوت زندگی، ذائقه، تمایز و برخورداری از هویت‌های منحصربه‌فرد بازنمایی می‌شوند. آنچه به این معانی و ارزش‌های جدید امکان استقرار داده، نظام‌های ذهنی و اخلاقی کنشگران است.

روش‌شناسی پژوهش

هدف از پژوهش حاضر، کشف و فهم نظام ذهنی اخلاقی زنان بدحجاب نسبت به مقوله حجاب و پوشش است. از این‌رو پژوهش، با روش کیفی و رویکرد اکتشافی انجام شده است.

داده‌ها با استفاده از ابزار مشاهده و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۵۳ نفر از دختران بدحجاب مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های مختلف استان مازندران گردآوری شدند. این دختران دانشجویان رشته‌های علوم انسانی، علوم پایه، فنی-مهندسی و علوم پزشکی هستند که سابقه حداقل یک بار تذکر و گرفتن تعهد از سوی حراست دانشگاه یا نهادهای متولی نظارت بر پوشش عمومی در سطح جامعه را داشته‌اند. در واقع برای گزینش افراد مورد مصاحبه از نمونه‌گیری هدفمند و برای تشخیص تعداد افراد، تعیین محل داده‌های مورد نیاز و یافتن مسیر پژوهش از نمونه‌گیری نظری بهره گرفته شد؛ یعنی طی یک فرایند مستمر، داده‌ها گردآوری، کدگذاری و تحلیل شدند و هم‌زمان تصمیم‌های مربوط به حجم نهایی نمونه همراه با پیشرفت کار گرفته شد و نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت (بلیکی، ۱۳۸۴: ۲۶۷). همچنین تلاش شد انواع اخلاق پوشش براساس موقعیت‌های کنشی عام که تفاوت در انگیزه پوشش در بین آن‌ها مورد انتظار است شناسایی شوند. رویه تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، تحلیل مضامین یا تماتیک است که از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش تحلیل داده‌های کیفی به‌شمار می‌رود. به این ترتیب که از طریق استقرای تحلیلی، داده‌های مصاحبه‌ای در ارتباط با معانی اخلاقی ذهنی پوشش‌های دختران بدحجاب در آن‌ها طبقه‌بندی شده و براساس آن‌ها الگوهای معنابخشی اخلاقی به پوشش‌های کنشگران شناسایی شده است. برای طبقه‌بندی و کدگذاری داده‌های مصاحبه‌ای، ابتدا در هر مصاحبه عبارات، توضیحات، جملات و اشاراتی که به‌نوعی حکایت از تلاش افراد مورد مصاحبه برای بیان نظام ذهنی اخلاقی و انگیزه خود از پوشششان بود استخراج شد و سپس براساس مقوله‌های معنایی مشترک گروه‌بندی شدند. درنهایت نیز براساس وجوه مشترک عبارات گروه‌بندی‌شده در هرکدام از مقوله‌ها و طی فرایند سلسله‌مراتبی، تم‌های مرتبط و سیستم‌های اصلی و درنهایت تم‌های مرکزی مورد شناسایی قرار گرفتند.

به‌منظور افزایش اعتبار و روایی پژوهش نیز از معیاری با عنوان «معیار اعتمادپذیری» استفاده شد. اعتمادپذیری شامل چهار معیار باورپذیری، اطمینان‌پذیری، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری است که اگرچه از هم جدا هستند، با هم در ارتباطاند (گوبا و لینکن، ۱۹۸۹). در خصوص معیار باورپذیری در پژوهش حاضر، نه‌تنها ضمن مصاحبه با اتخاذ رویکرد امیک، غوطه‌وری و درون‌نگری همدلانه، به پاسخگو و خود فرصت تعامل و تفهیم کافی دادیم، بلکه در برخی موارد پس از انجام مصاحبه، با برقراری ارتباط مجدد با سوژه‌ها به رفع ابهام یا طرح پرسش‌های جدید پرداختیم. به‌منظور اطمینان‌پذیری تحقیق از روش کنترل عضو یا اعتبار پاسخگو استفاده

شد. در راستای تأییدپذیری تحقیق نیز همواره به سخنان پاسخگویان در هنگام ارائه تحلیل یافته‌ها مراجعه کردیم. در نهایت به منظور رعایت انتقال‌پذیری تحقیق سعی شد تا تنوع ابعاد نمونه به لحاظ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کنشگران، در حال تکوین در نظر گرفته شود. از این‌رو اگرچه این تحقیق ادعای تعمیم‌پذیری ندارد، سعی شده تا معیارهای تأییدپذیری در تحقیقات کیفی در آن لحاظ شود.

یافته‌های پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش، سیمای جامعه هدف به لحاظ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، وضعیت تأهل و تحصیلات) در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

سن	تعداد	وضعیت تأهل	تعداد	تحصیلات	تعداد
۱۸-۲۲	۲۵	متأهل	۱۲	کارشناسی	۵ علوم انسانی
۲۳-۲۷	۲۱	مجرد	۳۸		۱۰ علوم پایه
۲۸-۳۲	۷	مطلقه	۳		۱۰ فنی-مهندسی
				کارشناسی ارشد	۶ علوم انسانی
					۵ علوم پایه
					۷ فنی-مهندسی
			۵۳ جمع		۱۰ پزشکی-پیراپزشکی
					۵۳ جمع

براساس تحلیل تماتیک مصاحبه‌های صورت‌گرفته، چهار الگوی تمییک اخلاق پوشش (عفاف و پاکدامنی، مادی‌گرایی، مدگرایی، و کارآمدی) در میان کنشگران شناسایی شده است. قطعاً تیپ‌های اخلاقی استخراج شده در یک بستر فرهنگی-اجتماعی و تحت تأثیر ریسک فاکتورهایی شکل گرفته‌اند که در ادامه به آن‌ها پرداخته خواهد شد.

کدگذاری مصاحبه‌های انجام‌شده با کنشگران به منظور استخراج مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر در حوزه طبقات اخلاقی و تظاهرات آن‌ها در پوشش، به همراه چند نمونه روایت کنشگران در جدول ۴ ارائه می‌شود.

جدول ۴. کدگذاری مصاحبه‌ها

ردیف	مضامین فراگیر (الگوی تبیین اخلاق پوشش)	مضامین سازمان‌دهنده (معنای اخلاق پوشش)	مضامین پایه (ریسک فاکتورهای فرهنگی-اجتماعی)	نمونه روایت کنشگران
۱	عفاف و پاکدامنی	احساس رضایتمندی فردی	فردگرایی	یاسمن، ۲۱ ساله، درباره پوشیدن لباس‌های باز، تنگ و کوتاه می‌گوید: «اصلاً به نظرم پوشیدن این لباسا هیچ ربطی به بدبودن یا خوب‌بودن یه دختر نداره. مثلاً من خودم دختر خوبی‌ام (می‌خندد). سرم همه‌ش تو کتابه، ولی وقتی کلی زحمت می‌کشی یه روز در میون باشگاه می‌ری، وقت می‌ذاری، خسته می‌شی، رژیم سخت می‌گیری، همه‌ش نمی‌خوری که یه وقت چاق نشی، درواقع هم داری به سلامتیت کمک می‌کنی هم به تناسب اندامت. خب اینا رو که نمی‌خوای قاب کنی بزنی به دیوار. بالاخره باید این که جوون و خوش تیپ و سالمی، یه جایی یه جور دیده بشه... واسه همین این لباسا به نظرم هیچ ایرادی نداره.»
			نمایش سلامتی و جوانی بدن	
			دگرگونی ارزش‌های خانواده	ندا، ۱۹ ساله: «واقعاً الان دوره زمنه عوض شده. دیگه مثل بیست سی سال پیش نیست که دختر بایست یه جور می‌پوشید، پسر به جور دیگه. وقتی دخترا قبل ازدواج حداقل با یکی تو رابطه بودن، خب دیگه این که قد شلوارشون ده سانت بالای میج باشه یا مانتوی جلو باز بپوشن واقعاً چه اهمیتی داره؟ خود خونواده‌ها هم الان تقریباً جا افتاده براشون که بچه‌های این دوره فرق دارن با دوره خودشون، نباید زیاد سخت بگیرن.»
			گشایش جنسی	
	افراط در قواعد نمایش بدن	احساس تملک بر بدن زنانه		

ادامه جدول ۴. کدگذاری مصاحبه‌ها

ردیف	مضامین فراگیر (الگوی تبیین اخلاق پوشش)	مضامین سازمان‌دهنده (معنای اخلاق پوشش)	مضامین پایه (ریسک فاکتورهای فرهنگی-اجتماعی)	نمونه روایت کنشگران
		تأمین بیشینه رفاه برای خود	نداشتن احساس مسئولیت نسبت به دیگران لذت‌گرایی رویکردهای نمایشی/ظاهرگرایی	پروانه ۲۳ ساله: «خب من این مدل پوشیدنا رو دوست دارم. مهم نیست دیگران چی فکر می‌کنن. حتی خود شما ممکنه راجع به من یه جور دیگه فکر کنین، ولی واقعاً مهم نیست. مهم اینه که من خوشم بیاد، من راحت باشم. هرکس مسئول زندگی خودشه. من که مسئول نگاه‌های دیگران نیستم. خوششون نمی‌آد می‌خوان نگاه نکنن.»
		مرئی شدن مطلوب واقع شدن	رویکردهای نمایشی ظاهرگرایی تجارت جنسی کالاسازی بدن زنانه نزدیکی به استانداردهای اجتماع مردانه احساس قدرتمندی مالکیت لوکس‌گرایی زیاده‌روی و افراط	ارغوان ۲۵ ساله: «جامعه یه جوریه شده که پسرا دیگه خیلی براشون مهم نیست چقدر تحصیلات داری یا این که خونواده ت آدمای خوبی هستن یا نه. همه‌شون فقط چشمشون به خوشنگلی و پوله تا ببینن چقدر می‌تونن براشون مایه بذارن. دنیا برعکس شده. الان دیگه پسرا آویزون دختران که واسه‌شون خرج کنن. سر تا پاتو قیمت می‌ذارن. واسه همین، مارک پوشیدن خودش یه امتیازه. چه هدف از دواج باشه، چه فقط در حد رابطه یا حتی کارگرفتن باشه. من واقعاً خودم از این که ظاهرمو اطرافیانم ببسندن لذت می‌برم. اینم خودش یه جور لذته تو زندگی دیگه.»
۲	مادی‌گرایی	مصرف‌گرایی	اهمیت ذاتی فردی خوشگذرانی رقابتی احساس رضایتمندی فردی لذت‌جویی تمایز	محبوبه ۲۶ ساله: «نه الان، کلاً از بچگی عادت دارم خودم و خواهرام لباسای برند می‌پوشیم. چون واقعاً کیفیتش با لباسای ایرانی زمین تا آسمون فرق می‌کنه. هم شیکن و حس خوبی بهت می‌دن، هم اینکه آدم توشون احساس راحتی می‌کنه. شما یه جین ایرانی بپوش. احساس می‌کنی گونی پوشیدی بس که زمختن. پوست آدم اذیت می‌شه.»

ادامه جدول ۴. کدگذاری مصاحبه‌ها

ردیف	مضامین فراگیر (الگوی تیپیک اخلاق پوشش)	مضامین سازمان‌دهنده (معنای اخلاق پوشش)	مضامین پایه (ریسک فاکتورهای فرهنگی-اجتماعی)	نمونه روایت کنشگران
۳	مدگرایی	نوگرایی	به‌روز شدن نقد ارزش‌های سنتی پوشش غلبه اندیشه‌های نوجویانه	سحر ۲۶ ساله: «آدم باید نگاه کنه ببینه بیشتر مردم چه جور می‌گردن. چه جور رفتار می‌کنن؟ همه که اشتباه نمی‌کنن. وقتی تو مثل بقیه نباشی، خوب همه به جوری نکات می‌کنن. فکر می‌کنن نداری یا شلخته ای. کلاً به نظر من لباسای مد روز روحیه آدمو عوض می‌کنه، به جور تفریحه. دائماً به شکل بودن هیچ جذابیتی نداره. آدمو کسل می‌کنه.»
		هراس از طردشدگی اجتماعی	گریز از احساس ناامنی اهمیت قضاوت دیگران هم‌رنگی با جماعت	یلدا ۲۰ ساله: «من به عنوان یه انسان ترجیح می‌دم این جور بی‌پوشم و واقعاً هم برام مهم نیست که اینجا و اونجا چقدر بهم تذکر بدن. شاید منم از طرز لباس پوشیدن مثلاً یه دختر چادری خوشم نیاد، ولی هیچ وقت بهش نمی‌گم چون اون این جوری فکر می‌کنه و ترجیح می‌ده، من همین...»
		رضایت ذهنی	تمایل افراطی به دیده شدن تنوع‌طلبی اهمیت تفریح و لذت‌جویی فردگرایی رادیکال	
۴	کارآمدی	اهمیت سلامت بدن	امنیت بهداشتی بدن تهویه مناسب بدن	
		اهمیت فعالیت اجتماعی زنان	سهولت حرکت فیزیکی فرصت‌های شغلی مناسب‌تر	مهرآسا ۲۲ ساله: «وقتی الان خودمو با قبلاً که چادر می‌پوشیدم مقایسه می‌کنم، می‌بینم واقعاً هم به حال جامعه مفیدترم، هم خودم راحت‌ترم. دیگه مثل قبل یه چیز دست و پاگیر همیشه همراهم نیست. اصلاً سریع‌تر راه می‌رم. سریع‌تر به کارام می‌رسم. این جور بگم: یه جور حس سبکی دارم. من الان کنار درسم تو یه فروشگاه لباس، فروشنده‌گی می‌کنم. با چادر اصلاً نمی‌شه چنین شغلی رو تصور کنی؛ چون اصلاً نمی‌توننی به مشتری سرویس بدی، نمی‌توننی مرتب لباس‌ها رو روی رگال‌ها جابه‌جا کنی. کلاً خوبی‌های این جور پوشش زیاده، اما حجاب نمی‌دونم چه خوبی‌ای می‌تونه داشته باشه، جز اینکه جلوی پیشرفت و کارت رو بگیره.»

ادامه جدول ۴. کدگذاری مصاحبه‌ها

ردیف	مضامین فراگیر (الگوی تبیین اخلاق پوشش)	مضامین سازمان‌دهنده (معنای اخلاق پوشش)	مضامین پایه (ریسک فاکتورهای فرهنگی-اجتماعی)	نمونه روایت کنشگران
		انطباق معانی ذهنی و عینی پوشش	پیامدهای اجتماعی مطلوب پوشش باز به مثابه انگیزه ذهنی	
			کارکردهای مثبت و پذیرش اجتماعی مطلوب پوشش باز (خودایزه‌سازی)	

عفت و پاکدامنی: «عفت و پاکدامنی» به مضامینی چون نمایش بدن یا رعایت هنجارهای پوشش می‌پردازد. در حدود یک دهه اخیر و بیشتر مقارن با ورود شبکه‌های اجتماعی مجازی به کشور، لباس‌های بدن‌نما از هر نوعی، به یک مد عمومی در میان زنان تبدیل و نمایش بدن پررنگ‌تر شد. عامه مردم شروع به مشاهده بدن‌های به نمایش گذاشته شده کردند و فرهنگ عمومی روی مقوله «جوانی» متمرکز شد. علاوه بر این، لباس‌های بدن‌نما به‌عنوان ابزاری برای دنبال کردن مقوله‌هایی چون سلامتی و فردگرایی مورد توجه قرار گرفت؛ به‌گونه‌ای که بدن ورزیده و خوش‌اندام، فعالیت‌های مستمر ورزشی و رژیم‌های سخت غذایی را به نمایش می‌گذارد. این سبک پوشش، حس رضایت‌مندی فردی را در میان زنان بدحجاب ایجاد می‌کند و زیبایی، سلامت و جوانی زنانه را امری نمادین می‌سازد. پوشش‌های بدن‌نما از این لحاظ که انرژی فرد را حفظ می‌کنند از سوی این گروه از زنان مورد استقبال قرار می‌گیرند. براساس یافته‌های پژوهش، فاکتورهای فرهنگی-اجتماعی مانند تغییر در ارزش‌های خانواده، ظهور یک نسل جدید، گشایش جنسی، تعقیب هدف سلامت، زیبایی و جوانی، فردگرایی و اطلاعاتی شدن جامعه بر معنای «عفاف و پاکدامنی» اثر گذاشته و تفسیر از «پوشش باعفت» در این گروه از زنان اساساً تغییر یافته است.

مادی‌گرایی: مادی‌گرایی مقوله دیگری است که محصول سرمایه‌داری مصرف‌گرای حاکم بر جامعه طی دهه‌های اخیر است. نمود عینی این مصرف‌گرایی در رسانه‌های جمعی به‌ویژه

شبکه‌های اجتماعی مجازی قابل مشاهده است که آثار قابل تأملی بر تجاری‌سازی جنسی زنان و توجه به ظاهر و بدن زنانه به‌عنوان یک کالا برجای گذاشته است. از سوی دیگر با افزایش ثروت و قدرت خرید مردم، بخش عمده‌ای از واردات به سمت کالاهای گران‌قیمت تحت عنوان کالاهای لوکس هدایت شد. به‌طبع با عمومیت یافتن واردات کالاهای لوکس و گران‌قیمت، فرهنگ مصرف‌گرایی بر مقوله «خرید و خرج کردن» متمرکز شد و مفهوم «مالکیت» آرام‌آرام شکل گرفت. از این‌رو ذائقه فردی بسیار ارزشمند و حائز اهمیت شد و نوعی اشتیاق جنون‌آمیز برای خوشگذرانی در جامعه به شکل رقابتی به‌وجود آمد. واردات پوشاک از برندهای مشهور خارجی در نتیجه همین ذائقه دائماً در حال تغییر مشتریان، به سمت کالاهای خارجی بود. با افزایش قدرت اقتصادی طبقه متوسط، خرید لباس‌های وارداتی گران‌قیمت نه تنها افراط و زیاده‌روی محسوب نمی‌شود، بلکه یکی از مسیرهای خوشگذرانی و جزء لذت‌های زندگی به‌حساب می‌آید. تنها ۲۵ درصد مصاحبه‌شوندگان ما در پاسخ به این پرسش که «آیا نمایش کالاهای لوکس یک رفتار نادرست است» پاسخ مثبت دادند. دیگر افراط و زیاده‌روی در پوشاک و مصرف کالاهای لوکس نه تنها مذمت نمی‌شود، بلکه به‌عنوان ابزاری برای دنبال کردن لذت و احساس رضایتمندی قلمداد می‌شود و خوشگذرانی به امری پسندیده، جزء حقوق فردی و مصداق خودمراقبتی تبدیل شده است. همچنین با افزایش روزافزون اهمیت ظاهر به‌عنوان معیاری برای ارزش‌گذاری در جامعه ایران، از سوی رسانه‌ها، مردان، کلیشه‌های رایج و حتی خود زنان و... به زنان برای هرچه زیباتر بودن فشار وارد می‌شود. ظاهر و زیبایی ملاک مطلوبیت و ابزاری برای موفقیت و ورود به عرصه‌های بالاتر تلقی می‌شود. اعتمادی‌فرد و حسین‌زاده (۱۴۰۰) نیز در پژوهش خود، معیارهای زن زیبا و زن جذاب در فرهنگ عامه را بیشتر متأثر از زاویه دید مردانه می‌دانند.

مدگرایی: براساس یافته‌های پژوهش، مصاحبه‌شوندگان به‌شدت تحت تأثیر گردانندگان مد و زیبایی قرار دارند که به تعبیر مک‌روبی (۱۹۹۱) دائماً ایشان را به استفاده از لباس‌های بدن‌نما و جلب‌توجه‌کننده تشویق می‌کنند و آن را بخشی ذاتی از زنانگی می‌دانند. شور و اشتیاق و صف‌ناپذیر این زنان برای خرید و مصرف لباس‌های مد روز حکایت از تلاش آنان برای عقب‌نماندن از قافله مد، هم‌رنگی با جماعت و پذیرش اجتماعی به‌ویژه در میان گروه همسالان دارد. تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده استفاده از لباس‌های بدن‌نما مد روز را در قالب یک نماد بصری، ابزاری برای جلب توجه محیط بازنمایی می‌کند که به تعبیر استوری (۱۳۸۶)

پاسخگویی نیاز این گروه از زنان به «دیده‌شدن» و البته هم‌رنگی با جماعت همسالان و غلبه بر اضطراب ناشی از طردشدگی از سوی ایشان است.

کارآمدی: براساس یافته‌های پژوهش، چهارمین طبقه اخلاقی «کارآمدی» است؛ مفهومی که به سلامت بدن توجه می‌کند، برای بدن امنیت و راحتی ایجاد می‌کند و بدن فرد را به هنگام انجام فعالیت‌های فیزیکی محدود نمی‌کند. با افزایش فعالیت‌های اوقات فراغت، گرایش به استفاده از لباس‌های کارآمد و کاربردی در سطح جامعه بیشتر شد. اما آیا این کارآمدی می‌تواند بیانگر معناداری کنش باشد؟. به اعتقاد سینگر (۱۹۹۶) میزان معناداری یک کنش، به شرایط ذهنی فرد بستگی دارد. در واقع رویکرد ذهنی عملاً به هر کنشی اجازه می‌دهد تا برای کنشگر، معنادار به نظر برسد. برخی نظریات ذهنی معنای زندگی، مستلزم انطباق کنش‌ها با آرزوهای درونی و با اندیشه فرد است تا قادر باشد به زندگی فرد معنا ببخشد (همان). سینگر (۱۹۹۶) بر این باور است که کنش‌هایی که تقریباً همه ما به لحاظ ذهنی معنادار می‌دانیم، هدفمند، نیت‌مند و برخوردار از پیامدهای خاصی در ذهن ما هستند. باور ما به این دستیابی‌پذیری هدف یا پیامدی که در ذهنمان برای یک کنش خاص در نظر گرفته‌ایم، بر معناداری کنش مذکور اثر دارد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد نوع پوشش زنان مصاحبه‌شونده از منظر آنان، کنشی هدفمند است که می‌تواند موجب سلامت بدن شود، برای بدن امنیت و راحتی ایجاد کند و بدن فرد را به هنگام انجام فعالیت فیزیکی و حضور اجتماعی محدود نکند.

بحث و نتیجه‌گیری

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش بیانگر آن است که هریک از الگوهای چهارگانه تپیک اخلاق پوشش براساس معیار زمان‌مندی و مکان‌مندی اخلاق و رویکردهای دوگانه توصیفی/هنجاری و دینی/مدنی به اخلاق قابل طبقه‌بندی هستند. علت انتخاب این معیار نیز ماهیت معانی استخراج‌شده از مصاحبه‌ها برای مقوله اخلاق پوشش است. طبق یافته‌های پژوهش، اخلاق پوشش زنان مورد مطالعه تحت تأثیر ریسک فاکتورها و بسترهای مساعد فرهنگی-اجتماعی بوده است. نخست اینکه به موازات توسعه رسانه‌های جمعی گوناگون و گسترش آزادی در نتیجه اطلاعاتی‌شدن جامعه، سبک‌های زندگی و ارزش‌ها با سرعت زیاد شروع به تغییر کردند. گسترش صنعت آی‌تی موجب انتشار سریع اطلاعات شده و افراد را در معرض حجم بالایی از اطلاعات قرار داده است. این مسئله اغتشاش ارزشی کاربران را به دنبال دارد. علاوه بر

این با ظهور نسل جدید که در معرض بمباران اطلاعاتی به واسطه رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اطلاع‌رسان اجتماعی و مجازی هستند، به تعبیر کانگ (۲۰۰۳) مقوله‌هایی مانند فرهنگ جایگزین، خرده‌فرهنگ، فرهنگ اقلیت و فرهنگ جوانی شکل می‌گیرند و توسعه می‌یابند.

دوم اینکه با گسترش فردگرایی و اهمیت یافتن احساس رضایتمندی فردی در جامعه، علاقه اجتماعی به سمت سلامت، جوانی و زندگی طولانی‌تر بیشتر شد. رابینسون (۲۰۰۳) طی پژوهشی به این نتیجه رسید که شرکت‌کردن زنان در برنامه‌های ورزشی و کاهش وزن، رابطه مستقیمی با بالارفتن جذابیت بدن زنانه دارد. به اعتقاد وی، این زنان از لباس‌هایی استفاده می‌کنند که ظاهر آن‌ها را بهتر سازد، بخش‌هایی از بدنشان را که از آن رضایت بیشتر دارند به نمایش بگذارد و تصور آنان را از بدنشان بهبود بخشد.

سوم اینکه به موازات گسترش مصرف‌گرایی و توجه روزافزون به مصرف کالاها، لوکس طی سال‌های اخیر، هویت فردی افراد بیشتر از طریق ارزش‌های نمادین تظاهر پیدا کرده و افراد در مصرف کالاها بیش از آنکه به فایده‌مندی کالا توجه کنند، ذائقه و سلیقه برایشان اهمیت دارد. به اعتقاد بوردیو (۲۰۰۲)، شیوه زندگی و سبک پوشش به‌عنوان یکی از عناصر آن، بیش از هر چیز در ذائقه‌بازنمایی می‌شود و موجب تمایز میان عاملان اجتماعی و به دنبال آن، مرزبندی‌ها و تمایزها در جامعه می‌شود. به اعتقاد لیپووتسکی (۱۹۹۴) نیز فرهنگ مصرف‌گرا دربردارنده ویژگی‌های یک استاندارد بالاتر از زندگی، برخورداری از کالاها و خدمات فراوان، تمایل به مالکیت، تن‌آسایی و اخلاق لذت‌جویانه و مادی‌گرایانه است. از طرفی، مادی‌گرایی که مرهون فضای اجتماعی آنومیک اخلاقی ناشی از پذیرش و نفوذ فرهنگ غربی و تمایلات افراط‌گرایانه است، دنباله‌روی آشکاری از سبک پوشش غربی را فراهم آورده است. پوشش‌های بدن‌نما و اروتیک در یک رابطه علی و معلولی دوسویه موجب تغییر در ارزش‌های خانواده و اخلاق جنسی شد. این تغییر، به نقد کشیده‌شدن مقوله «عفاف و پاکدامنی» و تغییر معنایی آن در میان این گروه از زنان جوان است؛ به‌گونه‌ای که در نظام ذهنی اخلاقی گروه مورد مطالعه، دیگر پوشش‌های بدن‌نما و شهوت‌انگیز نماد بی‌عفتی و کنش غیراخلاقی محسوب نمی‌شود، بلکه معنای عفت به‌عنوان یک امر اخلاقی به جهت انطباق با زمان و مکان متناسب با ارزش‌های غربی تغییر پیدا کرده است.

چهارم اینکه توسعه روزافزون فضای مجازی و دسترسی سریع و آسان به محیط اینترنت ناپاک و تأثیر مستقیم آن بر تسلط ارزش‌های غربی در میان کنشگران و متعاقباً گشایش جنسی به

شکل‌گیری هرچه بیشتر رویکردهای نمایش‌محور در مدیریت بدن و سبک پوشش کمک کرده است. براساس نظریه ساخت اجتماعی واقعیت، هرچه کاربران به فعالیت بازتابانه و مشارکت جویانه در شبکه‌های اجتماعی بپردازند، بیشتر در تولید معنا سهیم می‌شوند و متعاقباً احتمال تأثیرپذیری آنان بیشتر می‌شود (مک‌کوایل، ۱۳۸۵). کرم‌اللهی و آقاسی (۱۳۹۱) نیز در پژوهش خود، قابلیت دسترسی به رسانه‌های مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای را در کنار جوانی جمعیت ایران، زمینه‌ساز تغییر دیدگاه جوانان از جمع‌گرایی به فردگرایی و متعاقباً الگوگیری از فرهنگ غرب در ابعاد مختلف سبک زندگی به‌ویژه شیوه پوشش می‌دانند.

هریک از الگوهای چهارگانه تبیین اخلاق پوشش زنان از منظر زمان‌مندی و مکان‌مندی اخلاق، توصیفی/هنجاری یا دینی/مدنی بودن اخلاق پوشش به شرح زیر جانمایی می‌شوند: مفاهیم عفاف و پاکدامنی، مادی‌گرایی و مدگرایی دارای ویژگی‌های متغیر-متکثر هستند و معنای آن‌ها تحت تأثیر بستر فرهنگی-اجتماعی ایران طی سال‌های اخیر به گونه متفاوتی نسبت به گذشته قابل تفسیر است. نمایش بدن همواره مورد انتقاد قرار نمی‌گیرد و قضاوت اخلاقی رعایت هنجارهای پوشش براساس بستر محیطی می‌تواند به‌کار گرفته شود. از آنجا که معنای عفاف و پاکدامنی ارتباط نزدیکی با بستر فرهنگی-اجتماعی دارد و به‌سرعت در حال تغییر است، این مفهوم دارای بیشترین میزان گذار و تحول معنایی است. همچنین قرائت جدید از عفاف در پوشش زنان مورد مطالعه براساس رهیافت هنجاری به حوزه اخلاق و نظام اخلاق دینی که خدامحوری را پایه و اساس اخلاقی یا غیراخلاقی بودن یک کنش می‌داند، کنشی غیراخلاقی محسوب می‌شود که با دین منافات دارد. اما براساس رهیافت توصیفی به حوزه اخلاق و در نظام اخلاق مدنی، یک کنش اخلاقی از نوع خودمحوری لذت‌گرایانه است که کنشگر به دنبال تأمین بیشینه رفاه برای خود است و هیچ وظیفه‌ای در قبال دیگران و جامعه (به‌ویژه اجتماع مردانه) احساس نمی‌کند.

مادی‌گرایی نیز دارای ویژگی‌های اخلاق متغیر-متکثر است و از منظر رهیافت هنجاری به اخلاق در نظام اخلاق دینی که بر قناعت‌پیشه‌کردن و عدم اسراف تأکید می‌ورزد، کنشی غیراخلاقی به‌شمار می‌رود. اما از منظر اخلاق توصیفی و در نظام اخلاق غیردینی، این‌گونه پوشش‌ها به‌عنوان کنشی اخلاقی از نوع خودمحوری لذت‌گرایانه قابل تفسیر است؛ زیرا براساس رویکرد خودمحوری لذت‌گرا، گروهی از مصاحبه‌شوندگان که ذیل الگوی تبیین مادی‌گرا قرار

می‌گیرند، در قبال هیچ‌کس جز خودشان احساس مسئولیت و وظیفه نمی‌کنند تا بیشینه رفاه و لذت را برای خود و نه دیگری تأمین سازند.

مدگرایی نیز از لحاظ تغییر در بعد زمان و مکان به‌عنوان یک اخلاق متغیر و متکثر تفسیر می‌شود. اگرچه در طبقه مدگرایی، پیروی از مد یک مطلوب بارزش و به دنبال لباس زیبا بودن یک اصل زیبایی‌شناختی جهان‌شمول است، احترام‌گذاشتن به سلیق متعدد در حوزه مد طی سال‌های اخیر به‌عنوان یک ضرورت برای خوداظهاری کنشگران در جامعه است. از این منظر، مدگرایی امری مثبت و کنشی اخلاقی تفسیر می‌شود. همچنین پوشش زنان مورد مطالعه از منظر رهیافت هنجاری به اخلاق و در نظام اخلاق دینی، کنشی غیراخلاقی محسوب می‌شود، اما از منظر اخلاق توصیفی و در نظام اخلاق مدنی یک کنش اخلاقی خودمحرورانه ترجیح‌گرا است؛ چرا که ترجیح این زنان، سازگار کردن خود با شرایط موجود است.

آخرین طبقه از الگوهای تبیین اخلاقی «کارآمدی» است. معنای کارآمدی فارغ از تغییراتی که در بستر فرهنگی-اجتماعی اتفاق می‌افتد، به‌طور ثابت دنبال می‌شود و با توسعه جامعه قوی‌تر نیز می‌شود. کارآمد بودن و کارکرد داشتن به‌عنوان معیاری برای قضاوت اخلاقی، امری جهان‌شمول و ثابت است. موضوعیت یافتن اوقات فراغت، اهمیت سلامت بدن، اهمیت امکان فعالیت اجتماعی برای زنان بدون پوشش‌های دست‌وپاگیر به‌زعم آنان و تلاش برای برقراری انطباق میان معانی ذهنی و عینی پوشش در این گروه از مصاحبه‌شوندگان، موجب گرایش به هرچه ساده‌تر کردن لباس‌ها شد و پوشیدن لباس‌های غربی که به تعبیر آنان برای زندگی واقعی مناسب‌تر هستند، مورد استقبال قرار گرفت. شایان ذکر است پوشش این زنان از منظر رهیافت هنجاری به اخلاق در نظام اخلاق دینی، کنشی غیراخلاقی است، اما از منظر اخلاق توصیفی و در نظام اخلاق مدنی، کنش اخلاقی حقوق‌محور محسوب می‌شود؛ زیرا براساس این رویکرد، هر سوژه اخلاقی از حقوق معینی برخوردار است که هیچ‌کس اجازه سلب آن را ندارد. نخستین و مهم‌ترین حقوق این سوژه‌ها جسمشان است. این سوژه‌ها که همان زنان مصاحبه‌شده در پژوهش هستند، با پیروی از یک رویکرد مدنی به اخلاق، خود را مالک و صاحب خویش می‌دانند. از این‌رو هر کاری را که مناسب می‌بینند، با آن انجام می‌دهند و خود را صاحب حقی اخلاقی بر بدن خویش می‌دانند. پس استفاده از هر نوع پوشش حتی پوشش‌های بدن‌نما و اروتیک را حق مسلم خود می‌دانند و بدین‌ترتیب از خودشان در برابر دخالت دیگر افراد محافظت می‌کنند. آن‌ها معتقدند چون در آرامش زندگی می‌کنند، سرگرم کار خودشان هستند و

حق کسی را نقض نمی‌کنند، به همان کاری می‌پردازند که اخلاق از آنان می‌خواهد. از این رو خود را مشغول زندگی بر مدار اخلاق می‌دانند.

منابع

- اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۸)، «بررسی نظری مبانی جامعه بدنی و لوازم آن با تأکید بر جامعه ایران»، معرفت، شماره ۱۳۹: ۸۵-۱۰۶.
- استوری، جان (۱۳۸۶)، **مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه**. ترجمه حسین پاینده. تهران: نشر آگه.
- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، «بدن به مثابه رسانه هویت». **مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۴: ۷۵-۵۷.
- اعتمادی‌فرد، سید مهدی و حسین‌زاده، حسام (۱۴۰۰)، «نگرش به بدن: تفاوت یا تعارض نسلی- مطالعه نگرش نسلی بدن‌مندی نوجوانان در شهر تهران». **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، شماره ۲: ۴۷۱-۴۹۷.
- ایزوتسو، توشیهیکو (۱۳۶۰)، **ساختمان معانی مفاهیم اخلاق دین در قرآن**. ترجمه فریدون بدره‌ای. تهران: نشر قلم.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، **مصرف**. ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه.
- تانسو، توربرن (۱۳۹۷)، **شناخت اخلاق**. ترجمه احسان پورخیری و هیمن برین، تهران: نشر حکمت.
- ثقه‌الاسلامی، علیرضا (۱۳۸۸)، «رویکرد طبقه‌بندی‌شده به حوزه اخلاق اطلاعات». **فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری**، شماره ۱ و ۲: ۵۰-۶۶.
- رجبی، محمود و فتحعلی، محمود (ویراستاران) (۱۳۹۵)، **رهیافت‌ها و ره‌آوردها: دیدگاه‌های حضرت آیت الله محمدتقی مصباح یزدی - دفتر دوم: اخلاق، زیبایی‌شناسی، حقوق**، تهران: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- جزایری، شیرین (۱۳۸۳)، عوامل روان‌شناختی اقدام به انجام عمل زیبایی در سنین ۲۰ تا ۳۰ سال. **پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی**. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۹)، **زن در آئینه جمال و جلال**. قم: نشر اسراء.
- جوادی یگانه، محمدرضا و کشفی، سید علی (۱۳۸۶)، «نظام نشانه‌ها در پوشش». **مطالعات راهبردی زنان**، شماره ۳۸: ۶۲-۷۸.

- ذکائی، سعید و فرزانه، حمیده (۱۳۸۷)، «زنان و فرهنگ بدن: زمینه‌های انتخاب جراحی‌های زیبایی در زنان تهرانی»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۱۱: ۴۵-۶۱.
- رجائی، سید علیرضا (۱۳۷۵)، «آشنایی با مبانی لیبرالیسم»، *نگاه حوزه*، شماره ۱۸ و ۱۷: ۴۴-۴۵.
- زارع کهنمویی، اصغر (۱۳۹۸)، *اخلاق؛ فصل نخست اصلاح*، تهران: جهاد دانشگاهی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی.
- فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷)، «مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن- مطالعه موردی: زنان شهر شیراز» *مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۹: ۴۱-۴۲.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، *مصرف و سبک زندگی*. قم: صبح صادق.
- فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش (۱۳۸۸)، «اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایرانی». *رسانه جهانی*، شماره ۷: ۱-۲۶.
- کرم‌اللهی، نعمت‌الله و آقاسی، محمد (۱۳۹۱)، «بررسی گرایش دختران دانشجو به حجاب و بدحجابی»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره اول، شماره ۲: ۱۳۹-۱۷۲.
- کوهی، کمال و نواختی‌مقدم، امین (۱۳۹۶)، «مطالعه ارتباط رسانه‌های جهانی اینترنت، موبایل و ماهواره با میزان پایبندی جوانان به هویت ملی و دینی». *علوم اجتماعی (فردوسی مشهد)*، سال چهاردهم، شماره ۲: ۱۴۱-۱۷۰.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۸۴)، *نقد و بررسی مکاتب اخلاقی*، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۶)، *مسئله حجاب*. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۸)، *تعلیم و تربیت در اسلام*. تهران: انتشارات صدرا.
- مک‌کویل، دنیس (۱۳۸۵)، *نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ویلن، تورستاین (۱۳۸۳)، *نظریه طبقه مرفه*. ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: نشر نی.
- Bell, Q. (1976). **On Human Finery**. New York: Schocken Books.
- Flügel, J. C. (1971). **The Psychology of Clothes**. London: Pandora press.
- Friedland, L. et al. (2007). "Capital, consumption, communication and citizenship: The social positioning of taste and civic culture in the United States". **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, No. 1: 31-50.
- George, K. M. (2010). **Picturing Islam: Art and Ethics in a Muslim Lifeworld**. Wiley-Blackwell.

- Gilman, C. P. (2002). **The Dress of Women: a critical introduction to the symbolism and sociology of clothing**, Translated by: M. R. Hill and M. J. Deega, Greenwood Press.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). **Fourth Generation Evaluation**, Beverly Hills, CA: Sage publications Inc.
- Ha, J.-S. (2005). "A Study on the Aesthetic Values Related to the Morality Expressed in Recent Korean Street Fashion". **Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles**, No. 2: 379-390.
- Hurlock, E. B. (1976). **The Psychology of Dress: An Analysis of Fashion and Its Motive**. New York: Arno Press.
- Kang, N. H. (2003). **Cultural Change and Cultural Politics in Korea**. Seoul: Munhwagwahaksa.
- Lazreg, M. (2011). **Questioning the Veil: Open Letters to Muslim Women**, Princeton University Press.
- Lipovetsky, G. (1994). **The empires of fashion: dressing modern democracy**, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- McRobbie, A. (1991). **Feminism and youth culture: from Jackie to just seventeen**, Basingstoke: Macmillan.
- Okkenhaug, I. M., & Flaskerud, I. (Eds.) (2005). **Gender, Religion and Change in the Middle East: Two Hundred Years of History**, Bloomsbury Publishing.
- Ribeiro, A. (1986). **Dress and Morality**. Bloomsbury Publishing.
- Roach, M. E., & Eicher, J. B. (1965). **Dress, Adornment and the Social Order**. New York: John Wiley & Sons.
- Robinson, B. (2003). Method of Clothing and Influence of Body and Appearance Management. **PhD Dissertation**. Department of Psychology. University of Gothenburg.
- Singer, I. (1996). **Meaning in Life, Volume1: The Creation of Value**. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Wilson, E. (1985). **Adorned in Dreams: Fashion and Modernity**, London: Virago Press.