

مصرف پوشش؛ بررسی تجربی پوشش جوانان شهر آمل

مهتری بهار^۱، عذرا محمودی^۲

تاریخ تایید: ۹۵/۲/۹، تاریخ دریافت: ۹۵/۴/۱۲

چکیده

هدف اساسی که در این مقاله دنبال شده است، شناخت چگونگی و چرایی مصرف پوشش (تنوع پوشش و حجاب) دختران جوان در شهر آمل می باشد. به طور ضمنی تلاش بر این است تا نگره دختران جوان نسبت به کدهای پوششی و سنخ شناسی انواع تیپ های پوششی بدست آید. در فهم این پدیده در بخش رویکرد نظری، کوشیده شده است تا انواع گونه های پوششی شامل: «تیپ قدسی»، «تیپ مقاومتی»، «تیپ تلفیقی»، «تیپ عرفی» از هم تشخیص داده شود. رویکرد به کار رفته، کیفی است که با استفاده از تکنیک مصاحبه ای عمیق (فردی-گروهی) برای گردآوری داده ها استفاده شده است. نمونه ها بصورت هدفمند از نوع گلوله برفی با معیار اشباع نظری ۴۲ نفر انتخاب شده است. نتایج این بررسی نشان می دهد که دختران جوان از انتخاب نوع پوشش، معنای متفاوتی داشته و در مجموع نتایج حاصل از مصاحبه در قالب هشت مقوله اصلی شامل: پیروی از کلیشه های حجاب، همذات پنداری با خانواده، تغییر نشانه شناختی، تمایز خواهی، لذت زیبایی شناختی، جامعه پذیری، مقابله با ناامنی های اجتماعی، نگرش جنسیتی به پوشش، می باشد. این مقاله همچنین نگرش شبکه های ماهواره ای را از دیدگاه دختران نمونه مورد بررسی قرار می دهد. به ترتیب بیشترین مصرف کننده آن شامل تیپ مقاومتی، تیپ عرفی، تیپ تلفیقی، اما تیپ قدسی تنها گروهی هستند که مقاومت جدی نسبت به پخش این برنامه ها داشته اند.

واژگان کلیدی: پوشش، دختران، مقاومت، لذت، ماهواره، شهر آمل.

مقدمه

به نظر می‌رسد که در سالهای اخیر در نگرش و رفتار افراد جامعه تغییرات بسیاری پیش آمده است که پوشش از آن جمله است، به گونه‌ای که شاهد جلوه‌های بسیار متنوع و پیچیده‌ای از لباس و حجاب در جامعه می‌باشیم. پوشش در جامعه ایرانی و بر اساس قوانین اسلامی، شامل چادر و جامه‌ای است که با توجه به محدوده و موازین دینی و هویت مذهبی تعریف می‌شود، اما با ورود تنوع و توجه به زیبایی به خصوص در نحوه پوشش به این نتیجه دست می‌یابیم که حجاب در حال حاضر در بین افراد جامعه، ارزش‌های متفاوتی پیدا کرده است به گونه‌ای که در این فرایند هر فرد به ظاهر مطلوب خود توجه کرده و سعی می‌کند تا از اشکال پوشش و جامه‌ای استفاده کند که امر زیبایی و مد در آن تا پوشش صرف، مهم باشد. این امر گاهی تا بدانجا پیش می‌رود که حتی شاهد آن هستیم که پوشش از حد ارزش‌های قانونی، اخلاقی، فرهنگی و دینی جامعه فراتر رفته و مغایر با هنجارهای پذیرفته شده در جامعه استفاده می‌شود. کاهش تعداد دختران با پوشش‌های چادر و سبک حجاب در مقایسه با افزایش تعداد افرادی که با پوشیدن انواع جدیدی از لباس‌هایی که به اندازه به تدریج تنگ‌تر و کوتاه‌تر، و به جلوه‌گری اندام زنانه می‌پردازد در رنگ‌ها و شکل‌های گوناگون در سطح جامعه، نشان می‌دهد این روند نه تنها رشد چشمگیری یافته است، بلکه نشان از توجه به امر زیبایی در جامعه، و حضور زنان با پوششی این گونه را به مرور زمان به امری عادی تبدیل کرده است.

ازسویی فراگیر شدن ارتباطات بشری و گسترش روابط اجتماعی، همچنین هجوم تکنولوژی‌های نوین رسانه‌های جهانی مانند ماهواره‌ها بر شدت و گسترش این امر افزوده است و عرصه فرهنگ پوشش را بیش از پیش تحت تأثیر قرار داده است. زیرا جوانان سبک‌هایی را می‌پسندند که همسو با ارزش‌ها و باورهای خاصه آنان باشد. در این میان رسانه‌ها از جمله پدیده‌های اجتماعی هستند که می‌تواند نقشی مهم در شکل دادن به باورهای جدید آنان ایفا نماید. ماهواره‌ها با القای مدل‌های پوشش و آرایشی که در طی برنامه‌های متنوع عرضه می‌کنند با انعکاس سبک‌های مطلوب خود از زنان جامعه غرب به قدری در میان دختران جوان جا باز نمود که داشتن چنین پوششی برای افراد امری بدست آوردنی شده است. الگوهایی که می‌تواند به دلیل تعارض با هنجارهای جامعه، موجب به چالش کشیدن ارزش‌های سنتی و هویت اجتماعی جامعه گردد.

به یک معنا در جامعه جدید بیشترین تغییرات و تحول فرهنگی و اجتماعی را می‌توان در نقش پوشش دانست. چنانچه امروزه شاهد تغییر این ارزش مهم در سطح جامعه به ویژه شهر آمل می‌باشیم. در حالیکه مصادیق فرهنگی و هنجاری جامعه ایران به رعایت پوشش اسلامی در

اجتماع تأکید می‌ورزد ولی امروزه شهر آمل به دلیل نزدیکی جغرافیایی به کلان شهر تهران، تنوع فرهنگی، و وجود امکانات رفاهی، بهداشتی و آموزشی، همچنین داشتن دانشگاه‌های متعدد که پذیرای افراد با فرهنگ‌های مختلف از شهرهای دیگر می‌باشد در طول زمان دستخوش تغییراتی گردیده که می‌توان در نوع پوشش متنوع جوانان این شهر مشاهده نمود. این تغییرات باعث تفاوت‌های اجتماعی و در نهایت به خلق گونه‌های متفاوت از پوشش در این شهر تبدیل شده است. بر این مبنا مقاله حاضر طی مطالعه و مشاهده انواع حجاب در این شهر، در پی سنخ‌شناسی سبک‌های پوششی دختران جوان شهر آمل و درصد بررسی نگرش ذهنی و معنایی مطلوبی است که افراد از انتخاب سبک پوشش خویش دارند. تحقیق انجام شده در این گزارش بر اساس چند سوال اساسی صورت گرفته است: (۱) در بین جوانان شهر آمل چه نوع سبک‌های پوششی رواج دارد؟ (۲) دختران جوان چه نوع معنا و تفسیری از کدهای پوششی خود دارند؟

رویکرد نظری تحقیق

جان فیسک از محققان اجتماعی است که به رابطه بین مصرف و هویت و مقاومت می‌پردازد. در این مقاله متاثر از رویکرد نظری او، سعی می‌شود تا به چرایی و چگونگی پوشش دختران شهر آمل بپردازیم. بدین لحاظ در آغاز به طرح کلیات نظریه فیسک پرداخته و در ادامه نحوه بهره‌گیری این نظریه در تحقیق حاضر مورد توجه قرار می‌گیرد.

درباره رابطه میان افراد و فرهنگ مصرفی مدرن، این استدلال را مطرح می‌کند، عمل تولید فرهنگی تا حد زیادی بسته به ظرفیت خلاق افرادی دارد که مصرف و استفاده آن‌ها از محصولات و تصاویر فرهنگی منجر به آفرینش معناهای تازه‌ای می‌شود. به گفته وی اگر به اشیاء و تصاویر در سطح تولید انبوه صنعتی بنگریم، محصولات یا تولیداتی هستند که فقط برای نفع اقتصادی تولید شده‌اند. فقط هنگامی که این محصولات وارد حوزه عمومی می‌شوند و افراد از آن‌ها در زندگی روزمره خود استفاده می‌کنند، به لحاظ فرهنگی معنادار می‌شوند: آنچه توزیع می‌شود کالاهای کامل و تمام شده نیست، بلکه منابعی برای زندگی روزمره و مواد خامی است که فرهنگ عامه به وسیله آن به خود شکل می‌دهد. هر عمل مصرفی به نوعی عمل معنا بخشیدنی است. کالاها در مرحله فروش نقش خود را تا به انتها در اقتصاد توزیع ایفا می‌کنند، اما در اقتصاد فرهنگ کار آن‌ها از مرحله فروش به بعد آغاز می‌شود و منبعی برای فرهنگ زندگی روزمره می‌شوند (فیسک، ۱۹۸۹ به نقل از بنت ۱۳۸۶: ۹۱).

فیسک کانون چالش و کشمکش بین فرادستان و فرودستان در جوامع سرمایه‌داری را مبارزه بر سر «معنا» می‌داند؛ مبارزه‌ای که در آن طبقات حاکم تلاش می‌کنند معانی تأمین‌کننده منافع

خود را به صورت «شعور متعارف» جامعه به طور کلی طبیعی جلوه دهند، در حالی که طبقات فرودست در مقابل این روند به روش‌ها و میزان متفاوتی مقاومت می‌کنند و می‌کوشند تا معنای‌ای به وجود آورند که در خدمت منافع خودشان باشد. وی «معنا» را به اندازه اقتصاد یا سیاست‌های حزبی، میدان مبارزه می‌داند. او بر این باور است که ساختار معنا در یک متن، مدل کوچک شده ساختار خرده فرهنگ‌ها در جامعه است. هر دو در یک شبکه قدرت وجود دارند و مبارزه متنی بر سر معنا، معادل مبارزه اجتماعی بر سر قدرت است؛ زیرا طبقات تحت سلطه از این قدرت برخوردارند که از فرآورده‌های صنایع فرهنگی و رسانه‌ای، فرهنگ خود را بسازند، یعنی اینکه چنین فرهنگی را می‌توان نه بر حسب ذات آن، بلکه فقط برحسب رابطه [مقاومت‌کننده] آن با «غالبها» تعریف کرد. کار اصلی ساخت‌شکنی آن است که متن‌ها را ساخت‌شکنی کند تا بی‌ثباتی آن‌ها، شکاف‌هایشان، تضادهای درونی‌شان و متنی بودن دلبخواهی آن‌ها و از این رو ظرفیت آن‌ها را برای قرائت برملا کند. قرائت‌هایی که به وسیله مخاطبان و به وسیله صنعت فرهنگ یا پدیدآورنده متن، پدید می‌آید. (مهدی زاده، ۱۳۹۳: ۲۵۹)

از نظر فیسک در اعمال قدرت اجتماعی، لذتی نهفته است. که به فرودستان قدرت و اختیار می‌بخشد و آنان به این ترتیب به مقاومت مبادرت می‌ورزند؛ حتی اگر برای یک لحظه و فقط در قلمروی محدود [باشد]. (مهدی زاده، ۱۳۹۳: ۲۵۵) «لذت» از رابطه‌ای خاص میان معناها و قدرت ناشی می‌شود. لذت برای فرودستان با تأکید بر هویت اجتماعی‌شان در مقاومت علیه ساختار مسلط و در استقلال از این ساختار به دست می‌آید (مهدی زاده، ۱۳۸۴: ۶۴).

نظریه‌ی لذت منشأ این احتمال شد که ارتباطات، بیشتر می‌تواند تولید لذت کند تا تولید معنا. بعضی لذت‌های افراد به حاشیه رانده شده می‌تواند نفی و مقاومت علیه دیدگاه‌های ایدئولوژیک مسلط باشد. مفهوم لذت به طور فزاینده‌ای در مقابل ایدئولوژی قرار می‌گیرند. فیسک مفهوم «عامه» (مردم) را با لذت‌های آن‌هایی که او معتقد است در مقابل فشارهای ایدئولوژیکی مقاومت می‌ورزند، تعریف می‌کند. از دید وی، فرهنگ عامه در کل و تلویزیون به طور خاص، قادر به تولید لذت‌های «غیرمجاز» و در نتیجه معانی برهم زننده است. (همان) عامه معتقد است که تمام کالاها به دلیل مفهوم درونی و هویت و لذت‌هایشان مصرف می‌شوند بنابراین از نظر فیسک وجه فرهنگی کالاها اهمیت دارد. اگر چه او منکر آن نیست که کالاها، کارکرد مادی نیز دارند. به اعتقاد فیسک لذت‌ها متنوع و نامحدودند اما در یک چیز مشترکند و آن اینکه دو نوع قضاوت درباره آنها وجود دارد. ۱- از یک سو لذت مورد تشویق و تحسین دیگران قرار می‌گیرد. ۲- از سوی دیگر، در نزد برخی محکوم می‌شود و اما همچنان این لذت وجود دارد. به عبارتی اگر چه مولفه‌های منفی محسوب می‌شوند اما پیامد مثبت نزد مخاطب دارند (بهار، ۱۳۹۱). از نظر فیسک، «مردم» هیچ خصیصه‌ی معرف ضروری جز توانایی سرکش خوانش

گفت و گویی، تولید تفاسیر تازه و بازسازی مواد فرهنگی ندارند؛ بنابراین، در برابر نیروهای هژمونیک طبقات مسلط، خلاق‌ترین انرژی‌ها و کارکردهای خوانش نقادانه را باز می‌نمایند (مهدی زاده، ۱۳۹۳: ۲۵۸).

به طور خلاصه، از نظر فیسک این (مصرف‌کننده) است که تعیین می‌کند چه چیزی متناسب و در خور عامه است. اگر تولیدات فرهنگی چون پوشش بر اساس درکی که مصرف‌کننده دارد نباشد، مورد مصرف قرار نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، اگر آنچه تحت عنوان پوشش (اعم از الگوی پوشش، لباس و نحوه مصرف لباس) بی‌ارتباط با زندگی و علائق مصرف‌کننده باشد، و صرفاً بر اساس علایق ایدئولوژیک مسلط باشند و امکان لذت و معانی جایگزین را برای مصرف‌کننده فراهم نکنند، از طرف مصرف‌کنندگان مورد پذیرش قرار نمی‌گیرند. همراهی مصرف کالاها و تولیدات لباس و مانتو و چادر و ... با علائق و نظام معنایی مصرف‌کننده باشد، مصرف آن ممکن می‌شود. در نتیجه، با ارجاع به نظریه معنا و لذت فیسک، بین نوع مصرف پوشش و نگاهی که به آن در نزد دختران آملی وجود دارد و لذتی که از آن می‌برند، بدست می‌آید. توجه به پوشش به نوعی توجه به بدن و هویت شخصی و اجتماعی است. پیدایش و رشد فرهنگ مصرفی در جهان کنونی سبب شده است که افراد به روش‌های مختلف برای داشتن بدن‌هایی خوش ترکیب بکوشند؛ و از جوانی و بدن خود نگهداری کنند. در چنین شرایطی ظاهر زیبا به مهمترین عنصر در پذیرش اجتماعی افراد تبدیل شده است (اباذری و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳۱).

روش‌شناسی

در این مطالعه برای رسیدن به اهداف و پاسخگویی به سوالات تحقیق از رویکرد کیفی و تکنیک مصاحبه عمیق استفاده شده است. جامعه‌ی آماری شامل دختران جوان شهر آمل، که بصورت ناهمگن از مناطق مختلف این شهر شامل: پارک‌ها، مساجد، کافی‌شاپ، دانشگاه‌ها و برخی هم در منزل افراد شرکت‌کننده به صورت هدفمند و از نوع گلوله برفی انتخاب شدند. حجم نمونه به تعداد افرادی که برای مصاحبه انتخاب شدند بر مبنای اصل کفایت داده‌هاست، به این ترتیب پس از انجام ۳۵ مصاحبه عمیق و ساختارنیافته پژوهشگر به این نتیجه رسید که به علت تکراری شدن اطلاعات، نیازی به مصاحبه بیشتر نیست و مصاحبه به اشباع نظری رسیده است، اما برای اطمینان بیشتر، مصاحبه‌ها تا ۴۲ نفر ادامه یافت. در انتخاب مصاحبه‌شوندگان متغییر زمینه‌ای چون: سن، تحصیلات، اشتغال، وضعیت تأهل و دسترسی به ماهواره، در نظر گرفته شد تا هدف مذکور حاصل شود.

پیشینه پژوهش

با مروری بر ادبیات پیشین به ابعاد گوناگون پوشش در ایران و نحوه تغییر آن در بین کاربران پی می‌بریم. در اینجا به برخی از آن می‌پردازیم:

بهجت یزد خواستی (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «حجاب زنان با رویکرد جامعه‌شناختی» از راه انجام مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه با ۱۳۴۰ نفر از زنان مسلمان شهر اصفهان از تمام اقشار و طبقات گوناگون، با سبک‌های مختلف اجتماعی در پی آن بوده است تا به این فرضیه پاسخ دهد که میان ابعاد ظاهری انواع باحجابی در مقابل اجبار جامعه به حجاب و ابعاد باطنی و نگرش‌های ایدئولوژیکی اعتقادی افراد با حجاب رابطه وجود دارد. یافته‌های پژوهش حول محور حجاب می‌باشد که محقق تیپ‌های گوناگونی از حجاب را مشخص نموده است. این پژوهش براساس اصل تکثرگرایی به درک واقعیت‌های حجاب و پوشش پرداخته است. نتیجه مطالعات این پژوهش نشان می‌دهد پنج زیر مجموعه فرهنگی شامل (فردگرا، مصلحت‌گرا، متغیر، هم‌نوگر و پارسا) به صورت کلان از نگرش‌های باطنی افراد اقتباس می‌شود که مسیر انتخاب پوشش حجاب ظاهری را در جامعه زنان تعیین می‌کند.

امید قادرزاده و دیگران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «حجاب در کشاکش سنت و تجدد (تحلیلی کیفی برقرائت‌های زنان خرم آباد)» به صورت تیپولوژی از ۴۰ نفر زنان ساکن شهر خرم آباد با مقوله حجاب مصاحبه نیمه ساخت‌یافته‌ای صورت گرفت. که با روش نمونه‌گیری هدفمند، داده‌های گردآوری شده از طریق تحلیل نظری و موضوعی یا تماتیک تحلیل شده‌اند. تحلیل موضوعی مصاحبه با زنان متعلق به چهار تیپ اجتماعی (معلم، خانه‌دار، دانشجویان و کارمندان) حاکی از آن است که زنان براساس جایگاه اجتماعی، تحصیلات، رده سنی، میزان دسترسی و بهره‌مندی از مجاری نوین ارتباطی و اطلاعاتی (ماهواره)، مقوله حجاب، نوع و اندازه آن را به گونه‌های متفاوتی تجربه و درک می‌کنند. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد علی‌رغم وجود پیوندهای ظریف میان سنت و تجدد در زمینه مسئله حجاب، نوعی بازاندیشی و راز زدایی از سنت به جای پیروی از آن در این زمینه روی داده است که براین اساس سه تیپ: سنتی، نیمه مدرن، و مدرن تشخیص و از هم تفکیک گشت.

امید قادرزاده و سید فهیم ایران دوست (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد» به انواع سبک‌های زندگی در بین جوانان پسر شهر مهاباد، با استفاده از رویکرد تفسیرگرایی اجتماعی، کنش‌ها و ایده‌های شکل‌دهنده سبک زندگی را بررسی می‌نماید. روش کار، کیفی (نظریه مبنایی) است، و داده‌های میدانی با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق و معیار اشباع نظری در بین ۲۵ نفر از جوانان پسر ۱۸ تا ۲۹ سال شهر مهاباد گردآوری شده‌اند. محقق در میان انواع سبک‌های زندگی به دو

سبکی که مورد نظر پژوهش حاضر می‌باشد (مصرف پوشاک و رسانه) را هم مد نظر قرارداد که یافته‌های به دست آمده شامل شش سبک زندگی (پیشامدرن، مدرن، علمی، ورزش محور، شاد زیست و جهان محلی می‌باشد. مطالعه محقق نشان می‌دهد در سبک پیشامدرن، رایج‌ترین کانال‌های ارتباطی و اطلاعاتی رسانه‌هایی چون تلویزیون‌های داخلی و.. و عدم تمایل به ماهواره و پوشش آنان بصورت ساده است. و در سبک زندگی شاد زیست، افراد بیشتر علاقه‌مند به برنامه‌های شادی هستند که از رسانه‌هایی چون ماهواره پخش و از لباس‌هایی استفاده می‌کنند که شیک و تک باشد. اما در سبک‌های علمی، ورزش محور، و جهان محلی از فناوری‌های نوین مانند ماهواره به منظور اهداف (علمی، ورزشی و محلی) و سبک پوشش آن‌ها هم با توجه به شرایط علمی: (متعارف و رسمی)، ورزشی: (اسپرت و لباس‌های مارک‌دار ورزشی)، جهان محلی: (بیشتر به سبک پوشش کردی) علاقه‌مند می‌باشند. اما سبک زندگی مدرن، به شدت از تکنولوژی‌های فناوری ارتباطی مانند ماهواره و اینترنت تاثیر می‌پذیرند طوری که پوشش آن‌ها براساس تقلید و مدگرایی از الگوهای غربی‌ای می‌باشد که از این مجرای ارتباطی پخش می‌گردد. نتایج حاکی از آن است که انتخاب هر سبک زندگی الگوها، هنجارها، کنش‌ها، افکار و به طور کلی هویتی را در فرد شکل می‌دهد که وی را از افرادی که سبک زندگی دیگری را انتخاب می‌کنند، متمایز می‌سازد.

امیر رستگار خالد و دیگران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره» حجاب را به عنوان نوعی کنش در نظر گرفته و به بررسی آن در قالب چهار نوع سبک کنشی (ابزاری، ارزشی، سنتی و عاطفی) مطابق با نظریه و بر می‌پردازد. امروزه، به ویژه تحت تاثیر اینترنت و ماهواره، در نگرش سنتی نسبت به حجاب، تغییراتی رخ داده است. براین اساس سوال اصلی این تحقیق این است که در نتیجه این تغییرات، انگیزه اصلی زنان و دختران در رد و یا قبول حجاب مطابق بانظریه وبر، بر چه سبک کنشی اجتماعی استوار است؟ این پژوهش به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای، با ۳۵۸ نفر از زنان و دختران ساکن در سه منطقه تهران (۱۰، ۲ و ۱۸) به مطالعه پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد مهم‌ترین سبک کنش اجتماعی موثر در رعایت حجاب، کنش ارزشی دینی بوده و سبک موثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مصرف ماهواره و اینترنت در سبک کنش ارزشی (دینی و سکولار) موثرند؛ بدین ترتیب که با افزایش ساعات مصرف باهدف تفریح و سرگرمی، کنش دینی نسبت به حجاب، کاهش و کنش ارزشی نسبت به آن افزایش می‌یابد.

ذکایی و پورغلام ارنجی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای تحت عنوان «خرده فرهنگ یا مصرف فرهنگی» پژوهشی در بین دختران دانش‌آموز شهر تهران که بر روی نمونه‌ای معرف از دانش

آموزان دختر دبیرستانی شهر تهران صورت گرفته، میزان گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی رادر دو سطح عینی و ذهنی بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که درصد بالایی از پاسخ‌گویان از افراد بسیار موافق پوشیدن لباس‌ها و مدهای جدید، داشتن حق انتخاب لباس و مد بوده‌اند. نگرش مثبت به داشتن اندام‌های متناسب از جمله رفتارهای خرده فرهنگی بوده است که در میان پاسخ‌گویان بیشترین موافقت و کمترین مخالفت را داشته است. در بعد عملی نیز تعداد زیادی از دختران به میزان بالایی از موسیقی پاپ و جاز که اغلب از ماهواره پخش می‌شود استفاده می‌کرده، و به میزان زیادی از مدهای جدید لباس و کیف و کفش استفاده می‌کرده‌اند. همچنین یکی از مهمترین متغیرهای تبیین‌کننده این خرده فرهنگ، مصرف رسانه‌ای دختران دانش‌آموز بوده است. به طوری که یک رابطه مثبت و متوسط بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و خرده فرهنگ در دو سطح عینی و ذهنی وجود داشته است.

مهری بهار و مریم زارع (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان «سنخ‌بندی مُد در تهران: با تاکید بر نحوه پوشش زنان» سعی دارد تا صورت‌های گوناگون مُد (لباس و نحوه پوشش موی دختران جوان) در دوره کنونی در شهر تهران را بر اساس مکتوبات و شواهد در قالب عبارات و تصاویر نشان دهد. در این پژوهش به دو سوال محوری «صور گوناگون مُد در ایران چگونه است؟» و «عوامل موثر در نشر و گسترش انواع مُد در حال حاضر چیست و چگونه شکل می‌گیرد؟» پاسخ داده می‌شود. این پژوهش مطالعه‌ای موردی و جامعه‌ی مورد مطالعه مراکز خرید مرتبط با پدیده‌ی مُد است که ضمن ثبت و طبقه‌بندی صور گوناگون مُد در این مکان در قالب پرسش‌نامه نیز به مصاحبه با افراد می‌پردازد. بدین منظور طبقه‌بندی از انواع پوشش لباس و هم‌چنین مو از بسیار ساده تا آخرین مدهای روز انجام می‌شود و در این زمینه سه عامل مصرف‌کنندگان مد، توزیع‌کنندگان و جامعه رابه عنوان عامل موثر بر پدیده‌ی مد سنجش می‌کند. تبیین پدیده مد به لحاظ فرهنگی و اجتماعی بر اساس تئوری زیمل و تکیه بر برداشت عام او از مفهوم مدرنیته صورت می‌پذیرد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد؛ ضمن این که پدیده‌ی مد متأثر از جامعه‌ی جهانی است و توزیع‌کنندگان نیز به نحوی در نشر و گسترش آن تأثیر دارند، اما کنش‌گران اصلی در این حوزه مصرف‌کنندگان هستند که ضمن پذیرش آن تصرفاتی نیز به خصوص در نحوه‌ی کاربری و معنایی آن به عمل می‌آورند.

مرضیه آدمیان و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی سبک پوشش زنان» به بررسی پوشش زنان و عوامل مرتبط با آن به صورت گونه‌شناسی پرداخته‌اند. پژوهش از نوع پیمایشی و ابزار مورد استفاده در جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. جامعه آماری شامل زنان ۲۰ تا ۵۰ سال شهر مشهد و حجم نمونه ۲۰۰ نفر

می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای با تخصیص مناسب انتخاب شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS صورت گرفت و از آزمون‌های همبستگی برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. با استناد به مشاهدات و مصاحبه‌های اکتشافی و با ترکیب ابعاد پوشش زنان در استفاده از البسه (پوشیدن/نپوشیدن)، رنگ (تیره/روشن)، نوع مدل، اندازه (بلند، متوسط، کوتاه)، ظرفیت (تنگ، متوسط، گشاد) و ضخامت (نازک، متوسط، ضخیم) و میزان پوشیدگی موی سر، چهار سبک پوشش در بین زنان - «سنتی-مذهبی»، «سنتی شبه مدرن»، «غیرسنتی» و «مدگرا» - متمایز شد. نتایج نشان می‌دهند که سبک پوشش «سنتی شبه مدرن» در بین جامعه مورد مطالعه فراوانی بیش‌تری دارد. هم‌چنین، بین سلیقه، سرمایه اقتصادی و فرهنگی، میزان مصرف و سبک پوشش زنان همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد.

نفیسه حمیدی و مهدی فرجی (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای با عنوان «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران» به صورت گونه‌شناسی درصد یافتن سبک‌های زندگی متفاوتی است که در پوشش زنان در تهران به چشم می‌خورد. بنابراین با روش کیفی و با استفاده از نظریه بوردیو به توصیف نوع پوشش زنان در محیط‌های اجتماعی گوناگون و برخی مولفه‌های زندگی آنان، نظیر میزان انواع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی، پرداخته شده است. پرسش اصلی در این مقاله این است که در جامعه ایران چه سبک پوشش‌هایی وجود دارد و منطق پوشش زنان چیست؟ آیا منطق تمایز، نقش اصلی را در پوشش آنان سربازی می‌کند؟ و یا زنان با سبک پوشش خود، بیشتر نمایش هویت خود را دارند؟ و یا لباس از نظر آنان دارای کارکردهای اولیه و مشخصی همچون محافظت، پوشش، عفت است؟ برای رسیدن به این هدف با چهل نفر از زنان ساکن تهران، مصاحبه و نوع پوشش و وضعیت اجتماعی آنان ترسیم شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نه تیپ اجتماعی از یکدیگر متمایز شده‌اند که تاثیر سرمایه اقتصادی و فرهنگی در نوع پوشش رانشان می‌دهد.

پژوهش‌های خارجی

رحمان (۲۰۱۱) با عنوان «شناخت درک و رفتار مصرف‌کنندگان: مفاهیم طراحی شلوارجین» هدف از این مطالعه کشف نشانه‌های رایج بیرونی و درونی به عنوان عاملی تعیین کننده مصرف‌کنندگان نسبت به خرید شلوارجین می‌باشد. براساس اطلاعات موجود، هیچ گزارشی از مطالعه نتایج دیدگاه مصرف‌کنندگان در کانادا در خصوص درک و رفتار نسبت به شلوارجین وجود ندارد. برای این مطالعه محقق از روش پیمایشی بامقیاس لیکرت و سوالات باز از ۳۸۰ نفر به عنوان نمونه استفاده نمود. که مهمترین عامل و ضریب همبستگی در ۶ نشانه ذاتی و ۳ نشانه بیرونی از شلوارجین بوسیله ابزار SPSS مورد تجزیه تحلیل قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان

داد که در تناسب شلوارجین مهمترین نشانه منتج از سبک و کیفیت می‌باشد. در حالیکه نام‌های تجاری به نسبت ناچیزی می‌باشد. از لحاظ رابطه نشانه تولید پارچه، به شدت با سبک، راحتی و کیفیت در ارتباط می‌باشد. بنابراین در ارزیابی از شلوارجین نشانه ذاتی مهمترین نقش را نسبت به نشانه بیرونی ایفا کرده است. باتوجه به نتایج این مطالعه، مصرف‌کنندگان جوان تمایل به استفاده از نیازهای واقعی و آرمان‌های انتزاعی‌شان می‌باشد.

حرم‌نکایا (۲۰۱۳) به موضوع تأثیر رسانه‌های بصری و چاپی در انتخاب لباس جوانان دانشگاه‌های ترکیه پرداختند. در این مطالعه که برای سنجش تأثیر رسانه‌ها، ابزار رسانه‌ای در جهت میل به انتخاب لباس دانشجویان دانشگاه استفاده شد. لذا برای تشخیص تأثیر رسانه‌ها، در این مطالعه ۴۰۰ نفر به عنوان نمونه از دانشجویان دانشگاه ترکیه بطور تصادفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل و در نتیجه در جدول ارائه شد. باتوجه به یافته‌ها، دیده می‌شود که عناصر رسانه‌های تصویری و چاپی بر روی انتخاب لباس دانشجویان دانشگاه ترکیه تأثیر زیادی دارد. دیده می‌شود که مجله مد و برنامه‌های رسانه‌های بصری و مدل‌های لباس در روزنامه‌ها و فایل پیوست در رسانه‌های چاپی نرخ بالایی (از تأثیرگذاری در نوع پوشش دانشجویان) را به دنبال دارد.

دویر (۱۹۹۸) در مطالعه‌ای که درباره‌ی زنان جوان مسلمان بریتانیایی انجام داده، از حس و قریحه‌ی مشابهی سخن می‌گوید که در میان این زنان مشاهده کرده است، چرا که تعدادی از پاسخگویان تحقیق وی معناهای خشک و کلیشه‌ای لباس‌های آسیایی و غربی را انکار می‌کردند و می‌کوشیدند معناهای تازه‌ای ارائه کنند که تفاوت سنتی و مدرن را زیر سوال می‌برد (اندی بنت، ۱۳۸۶: ۱۸۶).

ریچارد سنت (۱۹۷۸) در مطالعه‌ای تاریخی نشان داده است که مردمان انگلیسی و فرانسوی قرن ۱۸ را می‌توانستید از لباسشان بشناسید. در اینجا به تعبیر او لباس: بر بدن سوار بود و به آن هویت می‌داد. به این لحاظ، شما در محیط عمومی لباسی را می‌پوشید که طبقه شمارا نشان دهد. در اینجا بدن شما و راحتی آن اهمیت نداشت. اما در محیط خصوصی اینطور نبود و شما به عنوان طبقه حسابدار یا تاجر هرطور که می‌خواستید، می‌پوشیدید. در حالی که اگر در خانه خدمتکار داشتید، مانند بیرون بودید. همه اینها نشان می‌دهند که لباس محور بدن و سوار بر آن بود. چون شما بدن آگاه نشده بودید و هویت خود را از طبقه می‌گرفتید. بعدها مسئله عوض شد. برآمدن شلوارجین که مظهر طبقه کارگرو بود، در میان همه اقشارشان از افول لباس محوری و دموکراتیزه شدن جامعه بود و لذا کم بدن سوار بر لباس شد (کازمی، ۱۳۸۷: ۱۸۰).

رابینسون (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای تحت عنوان «شیوه پوشش بر تاثیرگذاری بدن و مدیریت ظاهر» به این نتیجه رسیده است که زنان بیشتر آن نوع لباس‌هایی را می‌پوشند که قسمت‌هایی از بدنشان که از آن رضایت دارند به نمایش بگذارند. همچنین شیوه پوشش با وضعیت تاهل و سن در رابطه است و زنانی که در برنامه کاهش وزن شرکت می‌کنند، از لباس‌هایی استفاده می‌کنند که ظاهر آن را بهتر سازد و تصور آنان را از بدنشان بهبود بخشد. آنان به مرور که در برنامه کاهش شرکت می‌کنند اگر تصور و رضایت آنان از بدنشان افزایش پیدا کند با جدیت آن را دنبال می‌کنند و در کاهش وزن موفق‌ترند.

جمع بندی پیشینه تحقیق

بامرور بر مطالعه پیشین در داخل کشور نشان می‌دهد به دلیل اهمیتی که پوشاک بر زندگی اجتماعی بشر دارد، تاکنون پژوهش‌های فراوانی در این زمینه صورت گرفته است. اما از آنجایی که بحث اصلی پژوهش مربوط به گونه‌شناسی سبک پوشش جوانان می‌باشد، پیشینه این حوزه را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد، بخش اول در مورد آثاری که به صورت گونه‌شناسی به سبک پوشش جوانان به طور عام پرداخته‌اند و بخش دوم آثاری که به صورت خاص به گونه‌شناسی سبک پوشش در رابطه با ماهواره پرداخته‌اند. که در ارتباط با بخش اول پژوهش‌های زیادی می‌باشد که بیشتر این مطالعات بر گونه‌شناسی فلسفه حجاب و عفاف می‌باشد. و در ارتباط با بخش دوم، تحقیقات معدودی انجام گرفت اما در جستجوی محقق پژوهشی که مبنی بر بخش دوم و به صورت گونه‌شناسی پوشش باشد مشاهده‌ای یافت نشد. به این ترتیب مقاله حاضر درصدد است به صورت گونه‌شناسی و با رویکرد کیفی به این مسئله بپردازد که چه نوع سبک‌هایی از پوشش در میان دختران جوانان شهر آمل رواج دارد، تا بتوان براساس نشانه‌هایی که در پوشش آنان، در فضاهای اجتماعی وجود دارد تیپ‌های گوناگون را از هم تفکیک نمود.

یافته‌های پژوهش

در این قسمت به بررسی و نحوه تلقی‌ها، تفسیرها و رمزگشایی دختران جوان از کدهای پوششی که برگزیدند پرداخته می‌شود و در ادامه خوانش آنان نسبت به تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای سنجیده می‌شود. براساس مصاحبه‌های انجام شده، محقق به سنخ‌شناسی تیپ‌های مختلف به لحاظ حجاب و پوشش آنها در جامعه املی می‌پردازد. چهار تیپ انتخاب شدند که عبارتند از:

تیپ قدسی

تیپ قدسی به تیبی گفته می‌شود که پوشش اصلی و متداول بین دختران قدسی چادر است. آنان معمولاً در استفاده از مقنعه یا روسری، موهای آنها در انظار عمومی کاملاً پوشیده و بصورت افرادی محجبه ظاهر می‌شوند. زیر چادر، مانتوهای بلند و آستین‌هایی که تا مچ دست‌ها را می‌پوشاند به‌مراه شلواریهای پارچه‌ای یا کتان در رنگ‌های تیره، بصورت گشاد عمومیت دارد. برای حجاب بیشتر مانند پنهان کردن موها از کلیپس و برای پوشش کف و روی پا از جوراب های ضخیم استفاده می‌کنند.

براساس آنچه در این پژوهش آمده است، نگرش دختران گروه قدسی را نسبت به نوع حجابی که دارند، می‌توان به دو موضوع اصلی زیر صورتبندی نمود.

الف- پیروی از کلیشه های حجاب: زمانیکه ارزش‌های جامعه در حال تغییر باشد و الگوهای سنتی در پوشش حجاب وجود داشته باشد، ممکن است برای برخی از افراد مطابق بودن با این ارزش‌های هنجاری، آنها را دچار مسائلی کند. زیرا استفاده از پوشش برای افراد مختلف از خاستگاه متفاوتی ناشی می‌شود. چنانچه که برای برخی تجربیات فرد است که معنا دارد و برخی دیگر تغییر نگاه ارزشی جامعه مطرح می‌شود. اما نمی‌توان از تاثیر نگاه مردان غافل ماند که همه این موارد می‌تواند نوعی لذت از شرکت در این فرایند را به همراه داشته باشد. که جوانان به صورت آگاهانه و فعال ایفای نقش می‌کنند. فیسک در این مبحث، نیز پوشیدن کفش پاشنه بلند را برای زنان مثال می‌زند. زنان با پوشیدن کفش پاشنه بلند دارای حالت زنانگی بیشتری می‌شوند. برخی از اندام‌های آنها به هنگام راه رفتن برجسته می‌شود که دارای جاذبه‌های جنسی است؛ بنابراین به این روش، زنان خود را در نظر مردان به صورت شیء جنسی جذاب در می‌آورند و در اختیار آنان قرار می‌دهند (مهدی زاده، ۱۳۹۳: ۱۱۲). زیرا آنان به دلیل پاداش‌هایی که در این فرایند کسب نمودند سعی دارند در مقابل با مدیریت چهره و لباس تصویری مثبت از خود به ارزش‌های مردسالارانه عرضه کنند. اما این افراد معتقدند اگر تصورات دنیای امروز تغییر کرده و گرایش‌ها در سمت و سوق غرب‌گرایی باشد، هنوز می‌توان در پرتو حجاب به هویت باطنی و شأن و منزلتی که شایسته‌ی فرد است دست یافت. زمانیکه ارزش‌ها نهادینه باشد نمی‌تواند موجب فاصله از پایبندی‌ها و هنجارهای درونی گردد.

معصومه ۲۲ ساله، حسابدار، می‌گوید: «زمان دانشجوییم استادی داشتیم که به اونی که خیلی آرایش می‌کرد یا پوشش باز داشت بیشتر توجه می‌کرد، من با دوتا از دوستانم که چادری بودیم خیلی اذیت می‌شدیم. همیشه رو پروژه‌های ما ایراد می‌گرفت. شده سه بار یه پروژه رو تغییر می‌دادیم اما همون ایرادها برای بقیه بچه‌ها اصلاً به چشم نمی‌اومد. اون‌ها نمره‌های بهتری از

استاد می‌گرفتند. خیلی از بچه‌ها که قَلق استاد رو فهمیده بودند برای گرفتن نمره بیشتر به خودشون می‌رسیدند، بیشتر آرایش می‌کردند.»

بنابراین این تیپ از زنان در انتخاب لباس به زعم طرح‌ها و مدل‌های روز چیزی را بر می‌گزینند که بر ارزش‌های معنوی‌شان لطمه‌ای وارد نشود. به تصور این افراد نوع پوشش آنها باید موجب وقار و سنگینی باشد. از هرگونه پوششی چسبان و رنگ‌های روشن که بدن را به نمایش می‌گذارد و با نشان دادن حجم بدن موجب جلب توجه دیگران گردد، اجتناب می‌ورزند. دلیل خود را از استفاده از رنگ‌های تیره عدم تحریک‌پذیری نگاه مردان غریبه و افراد نامحرم عنوان می‌کنند.

صبا ۲۹ ساله، شاغل در آموزشگاه رباتیک: «کلاً بدن زن طوری هست اگر لباس روشن بپوشه یسری بو از خودش تولید می‌کند که این بو رو فقط یه مرد می‌تواند احساس کند. برای همین من زیاد قبول ندارم، دوست ندارم زمینه گناه دیگران بشم. درست هوا گرمه باید شاد بپوشیم اما اینجوری خودش ثواب هم داره.» آنان معتقدند حجاب اسلامی در پرتو چادر به مثابه‌ی حفاظتی است که هم تنظیم‌کننده‌ی مصونیت اخلاقی است و هم امنیت و آرامش زن را به‌همراه دارد که موجب محرکی نیرومند جهت سلامت اجتماع می‌گردد. ندا، ۲۷ ساله، لیسانس علوم قرآن علی رغم اینکه چادر را حجابی کامل می‌داند در مورد دلیل چادر گذاشتن خود می‌گوید: «من چادر می‌ذارم چون رنگ سیاه یه رنگ کاملیه، حریم یک زن. سیاه یعنی نه، ولی رنگ روشن توجه همه رو جلب می‌کنه اما سیاه این خاصیت و نداره.» مائده ۲۳ ساله، لیسانس میکروبیولوژی: «من تو انتخاب لباسم خیلی دقت می‌کنم، به نظرم چادر هم نشانه‌ی هویت ماست و وظیفه‌ای است که ما باید آن را رعایت کنیم. خودم از لباس‌هایی که جدید و شیک باشه می‌پوشم به شرطی که حجابم حفظ بمونه.»

بنابر نظریه فیسک کنشگران عامه افرادی آگاه هستند که می‌دانند چه چیزی بپوشند و آگاهانه از میان کدهای پوششی مختلف دست به انتخاب می‌زنند. در قرائت این دسته از کنشگران خوانشی که حاصل می‌شود حاوی بار ارزشی وایدئولوژیک به اصول دینی و مذهبی است. گویی از شرکت در این فرایند دینی به دلیل پاداشی که می‌توانند در آخرت کسب نمایند نوعی لذت را به‌همراه دارد. رفتاری لذت بخش که سبب تحسین آنان در جامعه می‌گردد.

ب- همذات‌پنداری با خانواده

ذهنیت پاسخگویان این است که خانواده می‌تواند نقش عدیده‌ای در تعیین پوشش فرزندان خود داشته باشند. به همان اندازه که خانواده می‌تواند در گرایش به حجاب موفق عمل کند در داشتن پوششی به غیر از حجاب خانواد مشوق خوبی است. چنانچه برخی از این دختران خود

را جزو خانواده‌هایی می‌دانند که از اعتقادات دینی بسیار ضعیفی برخوردارند و این عامل باعث شد برخی از آموزه‌های دینی به درستی به فرزندان انتقال نیابد. والدین به ویژه مادر کسی که از دامان وی فرزند پرورنده می‌شود و در انتقال ارزش‌های دینی و هویت‌یابی به دختران خود می‌تواند الگویی مناسب باشند، اما عدم دانش کافی خانواده‌ها نسبت به مسائل دینی موجب ترویج الگوهای می‌شود که مغایر با هنجارها و ارزش‌های رسمی جامعه است. و این مرحله‌ای است که جوان خود را در تقابل دو اندیشه می‌بیند، ابتدا ارزش‌هایی که از طریق خانواده شکل گرفته و از سویی دیگر ارزش‌هایی که جامعه تعیین نموده است.

ستاره ۲۲ ساله، که فروردین ۹۴ تازمه محجبه شد مصداق این مسئله می‌باشد او می‌گوید: « بصورت اتفاقی با بچه‌های انجمنی و بسیجی دوست شدم. اونا یه بار منو بردند به همایشی که تو دانشگاه برگزار شد... همایش شهید حقیقی روحانی امر به معروف، از اونجا بود که دیدگام به حجاب تغییر کرد. کم کم متوجه شدم بین حرف‌هایی که مادرم می‌زند با اون چیزی که تو دین گفته میشه تناقض وجود داره، مامانم از بچگی می‌گفت حجاب باید در حد عرف باشه، نه خیلی با حجاب نه خیلی بدحجاب، اگه یه ذره موهات معلوم بود اشکالی نداره.» برخی هم روند اجبار و تاکید والدین به داشتن حجاب را زمینه‌ای برای بی‌حرمتی به پوشش اسلامی تلقی می‌کنند. همانطور که در گفته‌های معصومه می‌توان نتیجه‌ی روند اجبار را ملاحظه نمود. معصومه می‌گوید: « زمان دانشجوییم هم‌کلاسی داشتم که چادر رو دوست نداشت. اما خانواده‌اش چون خیلی مذهبی بودن اون و مجبور می‌کردند که چادر سرکنند، اونم می‌اومد دانشگاه، اول می‌رفت توی سرویس لاک می‌زد، آرایش می‌کرد، چادرشو در می‌آورد بعد می‌اومد سرکلاس، آخر کلاس هم، لاکشو پاک می‌کرد، چادرشو سرمی‌کرد می‌رفت خونه.»

نگرش به برنامه‌های (ماهواره‌ای)

ماهواره یکی از ابزارهایی است که شرایط تغییر نگاه به پوشش را در بین جامعه رواج می‌دهد. بدین منظور در این مقاله سعی خواهیم کرد تا استفاده از ماهواره و تاثیر آن را بر جامعه املی، از طریق یکی سری سوال‌ها، مورد ارزیابی قرار دهیم. برخی از گونه‌هایی که مورد مصاحبه قرار گرفتند، با نگاهی انتقادی به سریال‌ها و حتی برنامه‌های مذهبی، استفاده از آن را برای عموم جامعه مضر دانسته و از مخالفان سرسخت ماهواره بوده و در برابر آن مقاومت شدیدی می‌کنند. به بیان آن‌ها با توجه به نقش آموزشی که رسانه‌های سمعی و بصری دارند از زمانی که ماهواره وارد حوزه‌های خصوصی زندگی مردم و جامعه‌ی ایران شده است باعث شده تا بسیاری از ارزش‌ها و هویت فرهنگی و دینی در میان جوانان رنگ ببازد. گویی تهیه‌کنندگان این رسانه با صرف هزینه‌های کلان، سبک‌ها و پوشش‌های متنوعی از فرهنگ غرب را در شبکه‌های

فارسی زبان قرار داده است که نه تنها موجب مصرف‌گرایی در جامعه جوانان شده بلکه بیشتر با برجسته ساختن جنسیت‌های زنانه موجب تلقی این نگرش شده‌اند که افراد زیادی در جامعه کنونی، شخصیت زن را تنها براساس جاذبه‌های ظاهری‌اشان طلب کنند، لذا از نظر آنها، پوشیدگی مانع ارتقاء در جامعه است.

به نگاه برخی، در حال حاضر، سایه سنگین فرهنگ ماهواره‌ای در فضای شخصی افراد مشاهده شده که سبب شده تا انتظارات زوجین از یکدیگر افزایش یابد که این امر می‌تواند در مواردی منجر به از هم پاشیدن نظام خانواده املی گردد. در این مقاله ما به برخی از این اظهارهای موافق و مخالف در بابا ماهواره خواهیم پرداخت. خدیجه می‌گوید: «از اقوامون داشتیم کسی که شب و روزش پای سریال های ماهواره و برنامه‌های دینی‌اش می‌نشست. کم کم دچار شبه فکری شد و دائماً دین و ارزش‌های فرهنگی را زیر سوال می‌بره. الان هم مدتی تمایلی به خواندن نماز ندارد. حتی به خانمش می‌گه زمانیکه با هم بیرون می‌ریم دیگه چادر نذار بخوای چادر بیوشی با من نیا.» رویا نیز نگرش خود را نسبت به شبکه‌های ماهواره‌ای این چنین می‌گوید: «به قول استادمون، ما آدم‌ها یه اخلاقی داریم مراقب خوراک خودمون هستیم تا سالم باشیم سلامت باشیم اما (کمی مکث کرده) اما مراقب چشم‌های خودمون نیستیم... مراقب چشمانی که هر چی رو ببینه تو روح و روان ما تاثیر می‌گذارند. تو افکار ما، اعتقادات ما. با چشم‌هامون صحنه‌هایی که نباید ببینیم و می‌بینیم. ماهواره باعث می‌شه کشش معنوی مون سست بشه. ازش دور بشیم.»

تیپ مقاومتی

دومین تیپ از زنان که با آنها مصاحبه شد تیپ مقاومتی نامیده شده اند به دلیل آنکه پوشش آنها مخالف آنچه حجاب در شرع و عرف مقدس اسلامی تعریف شده است می‌باشد. پوشش دخترانی که در این تیپ قرار گرفتند مانتوهای تنگ و کوتاه با آستین‌های کوتاه توصیف شده‌اند که در میان آنها استفاده از شلوار ساپورت در رنگ‌های مختلف و جین‌های تنگ با طرح‌های گوناگون براساس مد سال رواج دارد. معمولاً این دختران بیشتر از شال، جز در شرایط الزام از مقنعه استفاده می‌کنند. اندازه پوشش موی سر آنان در حدی است که در شرایط گوناگون با مدل‌های مختلف بخشی از موها روی پیشانی و بخشی از پشت، رها و نمایان می‌باشد. اکثر آنها علاقه‌ای به جوراب برای پوشش پاها ندارند. بیشتر در صددند از لباس‌های رنگ روشن و شاد استفاده کنند. نگرش بیشتر این گروه از کنشگران براساس مدل نظری فیسک، از نوع مقاومتی می‌باشد. زیرا آنها با قوانینی که در رابطه با پوشش لباس وجود دارد

مخالف هستند. براساس آنچه در این پژوهش آمده است، نگرش دختران گروه مقاومتی را می‌توان به سه موضوع اصلی صورت‌بندی نمود.

الف- تغییر نشانه‌شناختی

این گروه از دختران جوان سعی دارند با خلق معنای مورد نظر، قواعد پوشش را درهم آمیزند. بنابراین آن‌ها مخالفت خود را در قالب لباس به شیوه‌های مختلف در معرض نمایش قرار می‌دهند. در واقع کدهای پوششی یکی از عناصر مهم تعارض میان جوان و محیطی است که در آن به رعایت نوع خاصی از پوشش تأکید می‌شود.

چنانچه که فاصله ۲۳ ساله دانشجوی فوق لیسانس حسابداری از انگیزه خود در رابطه با ترک رشته‌ی مورد علاقه‌اش در دانشگاه سابق خود می‌گوید: «دانشگاه قبلی که قبول شدم و بخاطر اجباری بودن حجاب، با اون که رشته‌ام و خیلی دوست داشتم ادامه ندادم، ترک کردم، واقعا واسم آزاردهنده بود به چیزی که اعتقادی ندارم مجبورم کنند تا اونطوری رفتار کنم. مسخره بود دانشجویها موهاشون بیرون بود، هفت قلم آرایش داشتند، بعد یه چیزی و مثل شنل انداختن رو دوششون. بهشون نمی‌گفتن چرا اینجوری ولی اگه همین چادر رو دوشش نبود می‌گفتن پس چادرت کو، اصلاً مضحک بود چرا باید جوری رفتار کنم که اعتقاد ندارم، به زور می‌خواهند عقیده شونو به ما غالب کنند.»

همچنین نازنین ۲۷ ساله، برنامه‌نویس از دوران تحصیلش می‌گوید. اینکه چگونه با استراتژی که به کار برد توانست در برابر ایدئولوژی خانواده که به صورت غیرآشکار در پی بهنجارسازی وی نسبت به حجاب بودند مقابله نمود: «مامانم خیلی تلاش کرد من چادری بشم. مرتب منو می‌فرستاد مدرسه‌های مذهبی، که چادر اجبار بود. اما من از مدرسه که می‌اومدم سرکوچه چادر سرم نمی‌کردم، تا می‌کردم تو کیفم، دوست نداشتم. عمداً اینقدر این کار و تکرار کردم تا اینکه دبیرستانم تموم شد مامانم گفت دیگه چادر سرنکن، چادر حرمت داره، هرجوری که دوست داری باش.»

این نوع شیوه‌ی خاص چادر سرکردن، برای این گروه از کنشگران، تجلی فضایی همراه با اجبار است که بر آنها تحمیل شده است. به این ترتیب آنان با ترفند مقاومت و تحقیر کردن پوشش چادر به شیوه‌های گوناگون درصددند با توجه به اندیشه فیسک قواعد و ایدئولوژی‌های مسلط را درهم شکنند و از زیر بار آن خارج گردند. تا با طفره رفتن از ایدئولوژی احساس لذت نمایند. لذتی که سعی دارد با رها کردن استانداردهای پوششی، به انتقاد از چنگال قدرت بپردازد.

داشتن پوششی اسلامی، و پوشاندن موها همچنین عدم آرایش‌های غلیظ، بخشی از ایدئولوژی‌های رسمی جامعه و تابوهایی هستند که در برخی از مکان‌ها مانند دانشگاه‌ها،

مدارس و... اجرا می‌گردد، که بعضی از دختران بخاطر بی‌رغبتی به این شیوه از پوشش، به شکلی مخالفت‌آمیز به رمزگشایی می‌پردازند. آنان مقاومت خود را در قالب‌های گوناگون مانند عدم پوشاندن حداقلی موها، گاهی با دستکاری یونیفورم‌های پوششی قاطعانه نشان می‌دهند که تمایلی به هم‌نوایی با قواعد رسمی ندارند. زیرا با ترکیبات پوشش خود و تغییر و ابتکاراتی که در آن ایجاد می‌کنند نشان می‌دهند سوزده‌های مطیعی در برابر ایدئولوژی و هنجارهای رسمی نیستند. خود تولید کننده‌هایی هستند که با معنا و خوانش دلخواه خود قواعد رسمی یکپارچه‌سازی را ناکام می‌گذارند و با باز تولید کالاهای فرهنگی لذت و خوانش خود را باز تفسیر می‌کنند. این دلزدگی حتی گاهی موجب مشاجره و از بین رفتن احترام‌ها می‌گردد.

همانطور که سارا ۱۶ ساله، دانش‌آموز دبیرستانی در رابطه با این مطلب می‌گوید: «تو مدرسه ناظم‌مون کلید کرده بود باید مانتوهاتون گشاد باشه، شلوارتونو تنگ نکنین. اما من قبلش مانتومو تنگ کردم رفتم مدرسه. اون روز هم با ناظم‌مون بدجور دعوا شد، چون شلوارم تنگ بود ایشون هم خیلی به من گیر می‌دادند. می‌گفت شلوارت باید گشاد بشه، همیشه چشمش به من بود. اون روز از سر صف منو کشوند بیرون، تو جمع می‌گه سارا شلوارتو باید گشاد کنی منم گفتم چیزی که تنگ گشاد نمیشه، همین که هست.»

این گروه بیشتر تمایل بر انتخابی بودن پوشش دارند؛ زیرا مرحله‌ی جوانی سنی است که مدیریت بدن در مرکز توجه قرار می‌گیرد تا در قالب آن زیبایی را تجربه کنند. اجبار در پوشش و سبکی که مورد تاکید واقع شود مانند اندازه، رنگ و مدل و... موجب کشمکش و درگیری میان آنان می‌گردد. در واقع این افراد با دست‌اندازی بر کدهای پوششی در نظر دارند نوعی دیگر از لذت که در اندیشه فیسک حاوی داشتن قدرت است، به معرض نمایش بگذارند. سیاست آن‌ها بیشتر معطوف به بحث ساختار قدرت است، نابرابری که در این ساختار وجود دارد. در این میان جوانان مقاومت خود را به شکل‌های گوناگونی مانند تنگ کردن شلوار که برخلاف قواعد ساختار مدرسه است تولید معنا می‌کنند تا به هدف دلخواه خود برسند.

برخی دیگر هم به شیوه‌ای متفاوت در برابر امر غالب مقاومت می‌کنند. با گریز و دور زدن از ایدئولوژی‌های حاکم تن به قوانین می‌دهند، آن‌ها معمولاً در لحظه به رعایت نسبی پوشش می‌پردازند اما به محض فارغ شدن از محیط‌های نظارتی مانند نگهبانان حراست دوباره به همان پوشش سابق بر می‌گردند. نفیسه ۲۹ ساله، لیسانس بازرگانی، شاغل، از زمان دانشجویی‌اش این چنین می‌گوید: «دانشگاه ما به مو و آرایش خیلی گیر می‌داد. من مقنعه که سر می‌کردم، همیشه گوش‌هام مشخص بود. چون دانشگاه گیر می‌داد می‌کشیدم جلو، اما بعد اینکه می‌رفتم کلاس دوباره می‌بردمش پشت گوش.»

آنها با رفتارهای خود درصدد انتقال معناهای دلخواهشان می‌باشند که این تولید معنا موجب لذت آن‌ها می‌شود. همیشه این لذت‌ها برای تغییر روندهای هژمونی نیست. بلکه در مواردی نوعی وجه هیجانانگیز درونی است. تا از قوانینی که در رابطه با پوشش وجود دارد فاصله بگیرند و این معنا را انتقال دهند که تابع ساختارهای قانونی نیستند و خود را مطیع آن قرار نمی‌دهند.

ب- تمایز خواهی

این افراد سبک پوشش خود را بر حول معیارهایی قرارداده‌اند که بتوانند هویتی متمایز و منحصر به فرد را برای خود بازآفرینی نمایند. الگوهای مصرف لباس برخی از آن‌ها الهام از مدهایی دارد که خودشان دست به طراحی زدند. با چینش هم طرح‌ها و مدل‌هایی غیرمعمول بوجود آورده‌اند. ایده‌هایی که احتمالاً نمی‌توان جایی مانند آن را یافت. این گروه به دلیل عدم تمایل به همسانی با پوشش جامعه و تلاش برای تمایز با آنان از تبعیت مدهای رایج به عنوان چیزی که موجب همسویی با جامعه شود می‌پرهیزند. چنانچه که گفته‌های سارا ۲۳ ساله دانشجوی معماری نمونه‌ی این مدعا می‌باشد. سارا می‌گوید: «من تیپام متفاوت، مثلاً به روز می‌بینی کاملاً با لباس لی میرم دانشگاه، به روز هم اسپورت، به روز می‌بینی سر تا پا مشک‌ام. گاهی طرح‌دار هم می‌پوشم. به مانتو دارم که به آستینش تنگ به آستینش گشاد، تازه اون آستین هم که گشاد زیپ می‌خوره، خودم اون و طراحی کردم. حالا اون آستینی که زیپ داره، قرینه‌ی اون، قسمت پایین هم زیپ می‌خوره. که اون قسمتش تنگ‌تر هم هست.»

مهری ۲۸ ساله حسابدار می‌گوید: «عید دو سال پیش به مانتو خریدم، به قسمتش بلند بود، به قسمت دیگه‌اش کوتاه. بعد دوباره پشتش کوتاه می‌شد اصلاً خیلی قُروقاطی بود، آستینش، همه جاش خیلی قاطی پاتی بود، ولی من توش راحت بودم. من از این جور لباس‌هایی که تن هیچکی نیست خوشم می‌آید. دلم می‌خواد هرکی که منو می‌بینه بگه این چقدر عجیبه. یک بار لباسی پوشیدم که هر کی می‌دید می‌گفت این چه لباس مزخرفیه پوشیده کلی هم مسخره‌ام می‌کردند، ولی برای من لذت بخش بود کیف می‌کردم توی این لباس.»

درکنش این دسته از جوانان ذائقه‌های شخصی بیش از پیش افزایش یافته است. ذائقه‌هایی که لذت‌های آنی را به همراه دارد. ممکن است از نگاه جامعه امر نابخشودنی و منفی باشد اما برای افرادی که مخاطبان این امر هستند خوشایند می‌باشد.

نگرش به برنامه‌های (ماهواره‌ای)

کنشگران مقاومتی، افرادی هستند که گرایش به مد داشته و مصرف‌گرا می‌باشند. آنان برای جستجوی هویت خود بیشتر از رسانه‌ها مدد می‌گیرند و به نوعی مصرف رسانه‌ای آنها نسبت به

بقیه بیشتر است. لذا صرف نظر از تاثیرات مثبت و منفی، در خوانش این دسته از کنشگران، نگرش آنان از استفاده این شبکه، داشتن تصویری مطلوب و ایده‌آل از آنچه که هستند می‌باشد. بنابراین رسیدن به این مهم سبب می‌گردد تا همگام با الگوها و مطلوب‌های پوشش و آرایش هنرپیشه‌ها و خوانندگان غربی به سبک دلخواه خود دست یابند. سارا ۲۳ ساله: « من اکثراً وقتم پای برنامه ماهواره می‌گذره یا برنامه مدهای ترکیه. براساس اونها جلو می‌رم. چون خیلی کمکم می‌کنه مثلاً چیزی که من فکر می‌کنم خیلی خوشکله اونجا اونا می‌گویند دمه‌ده است، قشنگ نیست طبیعی می‌رم دنبال چیزی که که طراحان مد دنیا دارند اونا تایید می‌کنند. خب وقتی اونا تاییدش کنند حتما چیز بهتریه. چون اونا درسشو خوندن، مدرکشو گرفتن. با آدم‌های بالا پریدن. اینا درکشون از من بیشتر.»

این دسته از افراد با تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای، دیدن دخترانی که با پوششی آزاد در انتظار عمومی ظاهر می‌گردند با مقایسه آنان و شیوه‌های معمول جامعه ترغیب به دستکاری و تغییر در کدهای پوششی خود شده و با سرکردن شال‌های کم حجم، مانتوهای کوتاه و تنگ به دنبال آن هستند تا ظاهری مطلوب غرب که برهنگی را ترویج می‌دهد برای خود باز تولید کنند. همانطور که آیدا ۱۷ ساله، دانش آموز دبیرستانی می‌گوید: « بین اینا اینقدر آزاد، اینقدر تنوع دارند، یعنی من نمی‌تونم یه کوچولو راحت باشم. منم دوست دارم موهام نفس بکشه، آفتاب بخوره. حالا من تو این جامعه زندگی می‌کنم، حق ندارم همین قدر هم خودمو آزاد کنم.»

تیپ تلفیقی

آخرین تیپ مورد مصاحبه دخترانی است که پوشش آنها در برخی مواقع قدسی است و گاهی مقاومتی. دخترانی که در این سنخ از پوشش قرار گرفتند، معمولاً لباس غالب آن‌ها چادر در انواع مدل‌های ملی، عربی، دانشجویی در طرح و مدل‌های گوناگون توصیف شده‌اند. آنان بر این باورند چادر تمام بدن را می‌پوشاند، بنابراین زیر چادر، از انواع مانتوهای کوتاه و تنگ با شلوارهای جذب ساده در رنگ‌های روشن استفاده می‌کنند. در میان اغلب آن‌ها مانتوهای آستین کوتاه عمومیت دارد. بنابر توارد ذهنی، این دختران در صورت قرار گرفتن در موقعیت‌های مختلف از پوشیدن چادر اجتناب می‌ورزند و با مانتو ظاهر می‌شوند. آنان جز در محیط‌های رسمی که استفاده از مقنعه معمول می‌باشد در سایر محیط‌ها از شال یا روسری با نمایاندن طیفی از موهای سر حاضر میشوند که برای پوشش پا از پوشیدن جوراب‌های ضخیم پرهیز کرده و بیشتر با جوراب‌های رنگی و نازک و در مواردی هم بدون جوراب ظاهر می‌شوند. چنانچه از قرائت این تیپ از دختران رمز گشایی شد تفکر این دسته از دختران جوان نسبت به

حجاب مانند گروه قدسی چندان محکم نمی‌باشد. براساس آنچه در این پژوهش آمده است، نگرش دختران گروه تلفیقی را می‌توان به دو موضوع اصلی صورت‌بندی نمود.

الف- لذت زیبایی منظور از احساس لذت زیبایی این نیست که تیپ‌های قبلی از نوع پوشش خود این احساس را ندارند بلکه از مصاحبه‌های بدست آمده مشخص گردید که ظاهر و زیبایی ملاک مطلوبیت در استفاده از پوشش تلقی می‌گردد و حتی در نزد این افراد، حجاب ابزاری برای موقعیت و ورود به عرصه‌های والاتر می‌باشد. در چنین شرایطی زنان زیبا و قدرتمند تعریف می‌شوند و زیبایی ابزاری برای قدرت زنان می‌شود لذا زیبایی‌شان همراه با پاداش بوده و به آنان قدرت می‌بخشد (ذکایی و فرزانه، ۱۳۸۶: ۴۳-۵۹). این عده از کنشگران دختر در عین حال خود را معتقد به ارزش‌های مذهبی می‌دانند اما از ترکیبات پوشش و ذهنیت درونی آنان بر می‌آید که در پوشش آنان نوعی پارادوکس دیده می‌شود که اولویت عنصر اصلی برای آنان با فرایند زیبایی گره خورده است. چیزی که بیشتر در تعاملات اجتماعی در صدد کسب آن می‌باشند. بنابراین آن‌ها چادر را ابزاری برای زینت می‌دانند که در صورت برآورده نشدن با جایگزین نمودن پوششی جدید جهت جانشینی آن هستند.

وانیا، ۳۰ساله، شاغل درمزون عروس می‌گوید: «وقتی چادر سرم می‌کنم قدم خیلی کوتاه‌تر از اینی که هستم میشه واسه همین اصلا از این تیپم خوشم نمی‌یاد حس بدی بهم دست می‌ده انگار نمی‌تونم تو روابط اجتماعی محکم باشم. احساس ضعف می‌کنم لذا برای رفع این مشکل وانیا گاهی از چادر گذاشتن اجتناب می‌کند.»

عاطفه، ۲۷ساله متأهل، دیدگاهی مشابه دارد: «به نظرم این خیلی مهمه در عین حال که چادر می‌گذاری خوشکل هم به نظر بیایی. من خودم امتحان کردم هِد گذاشتم، مقنعه حجاب گذاشتم نمی‌دونم چادر قجری، عربی، همه مدل و سر کردم، همه کار کردم ولی دیدم محجبه بهم نیاد. آدم که نمی‌تونه همین طوری زشت خودشو تو معرض دید بزاره.»

فاطمه، ۲۹ساله خیاط: «وقتی میدونم این جوری خیلی خوشکلترم چرا چادر بزارم. دیگه مثل قدیم نیست یه زمانی با مانتو می‌خواستی باشی خیلی سخت بود. دیگه واسه همه اشباع شد. دخترای دیگه هزار شکل عجیب و غریب خودشونو می‌سازند میان بیرون حالا بخوای بدون چادر باشی چیزی نیست.» لذا می‌توان عنصر زیبایی‌شناختی را با شاخصه‌ی لذت در ارتباط دانست. اگرچه روش فیسک لذت‌ها را به دو مقوله «لذت‌های طفره‌آمیز» که بر بدن متمرکز است. این نوع لذت خوشی‌هایی را شامل می‌شود که میل به حمله، رسوایی و جار و جنجال دارند و «لذت‌هایی که حول تولید معنا»، هویت اجتماعی و مناسبات اجتماعی متمرکزند. (کاظمی، ۱۳۸۷: ۲۰۰) تقسیم کنیم، باز تفسیر لذت‌هایی که دختران مورد بررسی در رابطه با سبک پوششی که برای خود برگزیدند به خوبی نشان می‌دهد این دسته از کنشگران که

پوششی دوگانه را می‌پسندند از پوشیدن لباسی که بتواند ظاهری آراسته و زیبا از آن‌ها باز تولید کند، با این معنا بیشتر لذت می‌برند.

بنابراین آنها الگوهای پوشش حجاب را به شکل‌های متفاوت قبول دارند. بر این باورند در جامعه‌ی کنونی چادر دیگر وجهه‌ی خود را از دست داده است و به اقتضای زمان نگرش جامعه‌ی نسبت به چادری‌ها با برجسب اُمل بودن تغییر یافته است. بنابراین آگاهانه وارد گفتگو در فضای جامعه‌ی جدید می‌شوند، براین مبنا با مدیریت بدن و لباس، تصویری مطلوب و متعارف با جامعه‌ی جدید از خود به نمایش می‌گذارند. تا با این استراتژی بتوانند جایگاهی در اجتماع بیابند. عاطفه ۲۷ ساله، متأهل: « نمی‌دونم شاید جو محیط‌مونه، زندگی‌مون جوری شد چادر بزاری می‌گن اُمل، از اینکه منو امل بدوند بدم میاد. اتفاقاً برام سخت نیست بخوام شلوار گشاد بپوشم یا همیشه چادر بزارم خیلی هم راحت اما جو محیطی محیط نمی‌گذارد تو خودتو یه جور دیگه بپوشونی.»

فاطمه، ۲۰ ساله دانشجوی لیسانس می‌گوید: «تو همین شهر بعضی از پاساژها هست ساده باشی بهت توجه نمی‌کنند. دیدم چادر که نمی‌زارم واسم خیلی بهتر شده، بیشتر بهم محل می‌گذارند، توی ارتباط با هم‌کلاسی‌هام، خیلی جاها.» فاطمه، ۲۹ ساله و خیاط: « چادر و برای همه جا دوست ندارم بنظرم اگه مانتوت بلند باشه مشکلی نیست. یه جاهایی هست که با چادر باشی احساس می‌کنی نگاه‌ها روت سنگینی می‌کنه، مثلاً یه بار همراه یکی از اقوامون رفتیم ویلای خزر شهر، بین شون چادری دیده نمی‌شد، همه طوری نگام می‌کردند که انگار حراستیم، یا حتماً خیلی خلافم که با چادر اومدم، خوب اون روز خیلی اذیت شدم برای همین از اون روز به بعد بعضی جاها رو دیگه با چادر نمی‌روم.»

به زعم مسائل فوق برخی هم جهت مقبول اجتماع بودن بر این استدلال می‌باشند که شیوه‌ی پوشش فرد می‌تواند تاثیر زیادی در یافتن همسر داشته باشد. لذا در پی جلب نظر جنس مخالف، خود را به گونه‌ای می‌آرایند که در نگاه مردان تصویری پسندیده شکل دهند. حدیث، هدف خود را از تغییر پوشش جلب توجه برای ازدواج می‌داند. « قبلنا که خیلی محجبه و بی‌آرایش بودم خدایش خواستگاری به درد بخوری نداشتیم در حالیکه دخترای دیگه اصلاً می‌دیدش خوشگل نبودنا چون آرایش می‌کردند با لباس‌های رنگا و رنگ می‌دیدش خیلی جلب توجه می‌کردن. والا الان موردهای بیشتری میان سراغم حتی خواستگاری الانم اینقدر زیاد شدن با غرور به خیلی‌هاشون میگم نه.»

فاطمه، ۲۰ ساله در ادامه می‌گوید: « اینکه خودت فکر می‌کنی حجاب خوبه اما بین پسرها الان چیزی که عرف ظاهر دختراست، تو ظاهر هم مسلماً محجبه باشی مخصوصاً چادر بزاری دیگه به چشم نمی‌آی، فکر می‌کنن چون چادری هستی آدم پرنشاطی نیستی، غمگینی» بنابراین از

توارد ذهنی این دسته از جوانان برمی‌آید که توجه به پوشش برای آن‌ها بیشتر دستمایه زیبا جلوه دادن بدن می‌باشد. این افراد با تغییر در شیوه‌ی پوشش خود به گونه‌ای رفتار می‌کنند که مورد توجه قرار گیرند. از نظر فیسک آن‌ها برای تولید معنای دلخواه خود متوسل به ظاهر می‌شوند تا با تغییر و زایایی در فرم ظاهری به اهداف مورد نظر خود دست یابند. در این هنگام حس مثل دیگران بودن به مصرف‌کننده دست می‌دهد؛ یعنی داشتن همان چیزی که دیگری دوست دارد داشته باشد. در عین حال فرد دوست دارد خودش حق انتخاب داشته باشد و محصولی که ذائقه و سلیقه خود اوست انتخاب کند. از نظر فیسک این تناقض در ذات جهان سرمایه‌داری، از نوع تناقض امریکایی است که هم مشوق فردگرایی است و هم ارزش جمعی را تقویت می‌کند (بهار بی، ۱۳۹۰: ۹۴).

ب- جامعه‌پذیری

برخی از افراد استفاده از پوشش را در جهت اولی برای جامعه‌پذیری شدن خود استفاده می‌کنند. جامعه‌ی امروز در مسیری قرار دارد که با رشد حوزه‌های فرهنگی و ارتباطی، فرایند جامعه‌پذیری را دچار تغییرات عمده‌ای کرده است. نسلی که شکل‌گیری شخصیت وی در مرحله اولیه زندگی در محیط خانواده صورت می‌پذیرفت در مراحل بالاتر و آشنایی با محیطی جدید به واسطه ارتباط داشتن با دوستان و همسالان دچار تحول شود. بالاخص در دوران دانشجویی که یکی از بزرگترین دوران تحصیل و زندگی جوانان می‌باشد تغییرات در این دوران و الگوپذیری از دوستان بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. رها ۲۹ ساله، متأهل: «خونواده من خیلی مذهبی هستند، همیشه رو حجاب هم یه تعصب خاصی دارند. ولی دانشجویی که شدم دیدم با پوششی که دارم اصلاً حس خوبی ندارم، داشت کلافه‌ام می‌کرد، انگار یه چیزی دائم دست و پام. احساس می‌کردم دوستان خیلی آزادتر از من هستن. بخاطر چادر مجبور بودم کمتر تحرک داشته باشم.»

در این میان برخی به استمرار و سختگیری در رعایت حجاب اشاره داشتند. اینکه سختگیری‌های بیش از حد و اعمال فشارهای بی‌مورد موجب می‌شود فرد زمانی که در محیطی دور از چشم والدین مانند: محیط دانشگاهی قرار می‌گیرد، خود را آزاد و فارغ از هر نوع تحمیلی از پوشش چارچوبی خانواده اجتناب ورزد و در انتظار با پوشش دلخواه خود که بیشتر در گفته‌های این افراد علاقه به پوشیدن مانتو است ظاهر شوند. مانند فاطمه ۲۰ ساله و دانشجوی می‌گوید: «خونواده من خیلی سخت می‌گیرند. مجبورم پیش دایه‌ها و عموهام هم چادر سر کنم، اصلاً نباید با بلوز شلوار بگردم. اومدم دانشگاه راحت شدم، با دوستای دانشگاهم که هستم راحت‌ترم دیگه مجبور نیستم چادر بزارم.»

عاطفه: « من دوست دارم خودم باشم چیزی که دوست دارم و بپوشم. کاری به این نداشته باشم که مردم چی می‌گویند اما شرایط طوریه که واقعاً نمی‌تونم. تا بخواهی بچنبی یه چیزی بپوشی می‌گن ببین دختر فلانی و چه ریختی اومد، مجبورم موقعیت شوهرم، پدرم و درک کنم. به خاطر رعایت خانواده، از چیزی که دوست دارم گاهی می‌گذرم برای همینم خیلی وقتا حرص هم می‌خورم.» لذا سختگیری و فشارهای خانواده همچنین تاثیرات شرایط محیطی که فرد، در آن زندگی می‌کند موجب می‌شود فرد به دلیل ترس از برچسب‌ها و سنت‌شکنی به صورت عادت خود را ملزم به پوششی بداند که برای وی امری تحمیلی است.

نگرش به برنامه‌های (ماهواره‌ای)

کسانیکه گرایش به حجاب تلفیقی دارند به زعم آن که خود مخاطب سریال‌ها و برنامه‌های ماهواره‌ای می‌باشند چنانچه که بخشی از الگوپذیری آنان از این رسانه‌ی جهانی شکل می‌گیرد. اما مصرف آن را برای دیگران منع می‌دانند. فاطمه، ۲۹ ساله: « من همش سعی می‌کنم چیزی که مثبت باشه رو به تجربه‌ام اضافه کنم اما همه که اینجوری نیستند.»

گفته‌های مصاحبه‌شوندگان حاکی از آن است عنصر اقناع‌کنندگی ماهواره باعث می‌شود تلاش آنان برای القا مد و سایر مسائل نوعی آموزش تلقی شود. زیرا با ورود ماهواره به زندگی خصوصی افراد بی‌پرده تمام مسائل زندگی را در برابر دیدگان بینندگان قرار می‌دهد. روابط انسانها را تحت تاثیر قرار داده و راحت بودن روابط را نوعی تجدد تلقی می‌کند. عادی شدن حضور ماهواره در منازل و برنامه‌ها باعث شد برخی حریم‌ها میان والدین و فرزندان از بین رفته و نوع نگاه آنان را به مسائل هنجار و ناهنجار تغییر دهد. مانند هانیه و وانیا که نظرشان را در مورد ماهواره این چنین بیان می‌کنند:

«ماهواره داره طوری کار می‌کند که خیلی سبک لباس پوشیدن‌ها رو عادی کرد. الان خیلی‌ها راحت می‌گردن. بی‌پرده داره تموم مسائل زندگی و جلو چشمون می‌گذارد هیچ حریمی تو پوشش‌شون نیست.»

وانیا: « من قبلا شاید جلوی بابام آگه یه مردی دست زن و می‌گرفت روم نمی‌شد حتی ببینم. ولی الان پدر و مادر نشستن کنار بچه دارن فیلم‌هایی معاشقه می‌بینن. انقدر عادی شده... البته من هنوز هنوز این معذب بودن خودم و دارم.»

آرزو هم می‌گوید: « الان همه موهاشون قرمز و صورتی اصلا رنگ‌هایی می‌زنند که تو فرهنگ ما نیست. قبلا آگه یکی رو این شکلی می‌دیدند می‌خندیدند ولی الان می‌گن مُد، فلان خواننده‌ی خارجی این تیپی مگه ما چه مونه، چی از اونا کم داریم.»

آنان معتقدند رسانه‌ها در تغییر نگرش افراد نقش مهمی را ایفا می‌نمایند. این برنامه‌ها تلاش برای زیباتر شدن را افزایش می‌دهد. با جاذبه‌های مختلفی که خلق می‌کند می‌تواند تمام انسان‌ها را تحت تاثیر خود قرار دهد. باعث می‌شود تا بینندگان با کارکترها همذات پنداری نمایند و در نوع پوشش، آرایش و حتی رنگ لباس‌ها تبدیل به الگو شوند. که اکثر جوانان به دستکاری بدن خود روی می‌آورند و تلاش دارند با رنگ انداختن به موهای خود چهره را به زنان نقش آفرین در ماهواره نزدیک سازند.

تیپ عرفی

در تیپ عرفی، پوشش براساس عرف جامعه تعریف می‌شود. به این ترتیب که پوششی که در بین مردم رایج و شایع است مورد توجه قرار می‌گیرد. فرم ظاهری پوشش دخترانی که در این دسته قرار گرفتند اغلب مانتوهای جلو باز بدون هیچ زیپ و دکمه‌ای معمول می‌باشد. آنان بیشتر از مدل‌های تنگ و کوتاه و در مواقع محدود مانتوهایی که خیلی کوتاه نیست استفاده می‌کنند. از شلوار جین با مدل‌های پاره و طرح‌دار در برخی موارد با ساپورت در رنگ مشکی ظاهر می‌شوند. معمولاً از شال‌های نازک و حریر با عرض کم که به صورت زینت است تا پوشش موها عمومیت دارد. اکثر این تیپ از دختران لباس‌هایی را می‌پسندند که بیش از همه برای آن‌ها خوشایند و لذت‌بخش باشد. در واقع با توجه به اندیشه فیسک آنچه که از نگره ذهنی این دسته از افراد حاصل می‌شود اینکه پوشیدن لباس‌های مارک‌دار و برندهای خارجی برای آن‌ها موضوعی بسیار مهم و قابل اهمیت است، معمولاً در انتخاب لباس خود بیشترین توجه را به مسئله‌ی مارک دار بودن آن می‌دارند. چنانچه در خوانش دختران عرفی بر می‌آید پوشیدن برند می‌تواند نوعی لذت فردی و خوشی‌هایی را برای آن‌ها به همراه داشته باشد. و انگیزه‌ی اغلب آن‌ها از انتخاب لباس‌های برند، انتقال هویت فرهنگی و ارزش‌های خانوادگی شان می‌باشد تا متناسب با شرایط و جایگاه اجتماعی خود بتوانند درلوی آن احساس راحتی نمایند.

ساحل می‌گوید: «چیزی که برام مهمه برند لباس. همه لباسام برند خارجیه بدون مارک ندارم. چون از بچگی اینجوری بزرگ شدم اگه برند نباشه احساس می‌کنم یه چیز بونجول خریدم. لباس‌های مارک حس خوبی به آدم دست می‌ده.» براساس آنچه در این پژوهش آمده است، نگرش دختران گروه عرفی را می‌توان به دو موضوع اصلی صورتبندی نمود.

الف-مقابله با بی‌اعتمادی

نکته قابل تأمل که در نگرش این گروه از پاسخگویان وجود دارد دیدگاه متفاوت ذهنی آنان نسبت به محیط پیرامون‌شان می‌باشد. که در صورت بیگانه بودن با محیط‌های جدید به دلیل

عدم امنیتی که در آن حوزه احساس می‌کنند ممکن است برخلاف میل باطنی خود روی به پوششی بیاورند که بتواند اعتماد و امنیت ناشی از عمرنگی با جماعت را برای آنها تأمین کند. زیرا برخی از محیط‌ها از دید بسیاری از دختران جوان شهر آمل مکانی نامناسب است که تهدید و نگاه‌های کلامی و حتی جنسی وجود دارد و آن‌ها برای مقابله و اینکه در معرض این اتفاقات قرار نگیرند نحوه‌ی پوشش خود را در حد متعادل مطابق با پوشش متعارف در می‌آورند. تا بطور موقتی در برابر ناامنی‌های موجود در اجتماع خود را حفظ نمایند.

سحر، ۲۷ ساله فروشنده پوشاک می‌گوید: «من زمان دانشجوییم چون دانشگاه‌مون توحومه بود همیشه مانتوهای بلند مو می‌پوشیدم هیچ وقت جلف نمی‌رفتم، ساعت‌هایی که تعطیل می‌شدم خیلی شب بود. تازه الگو هم دستم می‌گذاشتم، بیشتر می‌ترسیدم، آدم مذهبی نیستم ولی معتقدم.»

نیلوفر، ۲۵ ساله متاهل می‌گوید: «وقتی بخوام برم خرید مثل تره بار فروشی، آرایش نمی‌کنم، مانتو بلند رو می‌پوشم. چون کسبش همه مرد هستن، همه قشر آدمی هم اونجا رفت و آمد دارن.»

بنابراین برخی از این جوانان به دلیل عدم احساس امنیت، برای گریز از خطر سعی می‌کنند با تغییر تاکتیکی پوشش، خود را هم‌نوا با قواعد رسمی جامعه درآورند. در حالیکه در شرایطی دیگر در همین مکان‌ها در صورتی که فردی همراه آن‌ها باشد با پوشش دلخواه خود ظاهر می‌شوند. زیرا بجای تغییر در کدهای پوششی خویش وجود نزدیکان و همراه را جایگزین پوشش خود دانسته، بدن خود را متناسب با لباس‌ها و شیوه‌ای که به میل شخصی است بازنمایی می‌کنند. طوری که نیلوفر در ادامه می‌گوید: «ولی موقعی که همراه دارم یا شوهرم هست می‌دونم کسی مزاحمم همیشه راحت‌ترم، تو لباس‌هام، یا آرایشم به میل خودمه.» آنچه که در گفته‌های این دسته از کنشگران مشهود است شیوه‌ی موقعیت‌سنجی آن‌هاست. اینکه آن‌ها در هر شرایطی بی‌درنگ و بدون شناخت موقعیت دست به انتخاب نمی‌زنند لذا با حفظ هویت مستقل خود، با منطق و موقعیت‌سنجی، برحسب شرایط خاص اجتماع و محیطی که در آن حضور می‌یابند پوششی متعارف بر می‌گزینند.

سمیرا ۲۵ ساله کارمند آزمایشگاه محیط زیست می‌گوید: «محیط کار فرق می‌کنه آدم باید با پوشش مناسب باشه. در حد عرف باشه چون اینجا مجبوریم برای اینکه از استخدام یا خیلی کارهای دیگه محروم نشیم یه چیزایی رو رعایت کنیم. اما تو خیابون وقتی راه می‌رم بامردم در ارتباط نیستم قرار نیست با کسی حرف بزنم.»

بنابراین آن‌ها با بازبینی در شیوه لباس پوشیدن خود در تلاشند تا تعریفی جدید از پوشش ارائه دهند. چنانچه که یکی از نکته‌های مهم در نگرش کنشگرانی که در این گروه قرار گرفتند عدم

سازش فرایض و احکام دین با میل و خواسته‌ی آنهاست که آنها نمی‌پذیرند. حجاب و پوشش اسلامی یکی از این احکام است که آن را قبول ندارند. آنها شیوه‌ی پوشش را موضوعی فردی می‌دانند که به جای پوشانندگی جسم، مهم اندیشه و نیت باطنی است که باید مورد تأکید واقع شود.

ساحل: «من می‌گم حجاب آدمها تو دل آدمهاست، به چشمشونه، اونى که داره نگاه می‌کنه، اون بی‌حجاب نه من. منم با دلم تشخیص می‌دم پاکم یا الان این جمع جمع پاکى یا نه. اگه احساس کردم جمعی که توش هستم جمع پاکى نیست اصلا میرم از جمع، نمی‌مونم.» سمیرا به نکته‌ای قابل توجه اشاره می‌کند چیزی که به وفور در میان برخی دختران جوان دیده می‌شود او نگرش جامعه‌ی امروز را اینگونه بیان می‌کند: «الان دیگه مردا چشماشون پاک‌تر شده اینجوری نیست که تو بگویی دستم دیده بشه اون تحریک‌پذیری رو برای مردا داشته باشه. اون روزا گذشت. شاید تا چند سال پیش یه زره از موهاش دیده می‌شد جلب نظر می‌کرد ولی حالا مردا همچین چشمی ندارند، می‌تونن راحت باشی مردا چشمشون بیشتر باز شده نسبت به قبل پاک‌تر الان تو رو خواهر خودش به حساب می‌آره.»

ب- نگرش جنسیتی به پوشش

اکثر این پاسخگویان معتقدند در جامعه ما زمانی که بحث از پوشش می‌شود تنها زنان مورد خطاب قرار می‌گیرند در حالیکه در مضامین دینی احکام حجاب رفتاری است که تنها مختص زن نبوده بلکه هر دو جنس، هم زن و هم مرد باید به رعایت آن بپردازند. در نظر پاسخگویان کاملاً مشهود است موضوع حجاب که مورد تبلیغ نهادهای مختلف فرهنگی است هیچ نقشی در رفتار پوششی مردان ندارد بلکه تمام اعمال محدود کننده شامل زنان می‌شود. زیرا همانگونه که الزام‌هایی در تعیین نوع پوشش و برای زنان اعمال می‌گردد مردان هم باید از حدود و معیاری مشخص برخوردار باشند تا منجر به تبعیض و نابرابری میان زنان و مردان نگردد. سمیرا، در این رابطه می‌گوید: «چرا مرد محدود نیست، مردی که نمی‌تونه نگاهشو نگهداره، من باید محدود باشم. اگه راحتی برا همه راحتی. اون اینجوری بیاد من گناه نمی‌کنم اما من آزاد برم اون گناه میکنه؟ به مردا خیلی خوش میگذره.»

در گفتمان اکثر این تیپ از دختران پیداست موضوع پوشش که در کشور ما به رغم آنکه در بسترهای اجتماعی شکل گرفته است در پی همگون‌سازی افراد جامعه به پوششی معیار، موجب گردید ارزش‌های فردگرایانه‌ی این تیپ از دختران، مورد پذیرش جامعه قرار نگیرد. شیوه‌ی پوشش و تنوعاتی که در ترکیبات رفتار کدهای پوششی آنان دیده می‌شود به اشکالی مختلف

سبب شکل‌گیری مثل‌هایی شد که بسیاری از افراد جامعه آنان را به عنوان دختران ناپاک خطاب می‌کنند و در دستگاه‌های دولتی برچسب افراد بدحجاب زده شد. گفته‌های سهیلا، گویای همین مطلب می‌باشد: «حجاب پدر مارو درآورد کارمون بجایی رسیده که ما رو با شکلات و آقایون و با مگس مثال می‌زنند این بدبختی جامعه ماست که بجای خود کنترلی میان دیگر کنترلی می‌کنند حالا من اونطوری زیاد اهل نماز و روزه اینا نیستم ولی اینکه مثل خیلی از آقایون و خانم‌ها قرآن نخونده نیستم. من اعتقاد اونطوری ندارم ولی حداقل قرآن و یه بار خوندم. قرآن و که شما بخونید اول می‌گه‌ای پیامبر به مردان با ایمان بگو که چشم خودتونو ننگه دارند پس چی شد؟ اول به آقایون گفت چشمتونو ببندید بعد به خانم‌ها گفته جلابینتونو بلند کنید همین، اما کدوم قانونی می‌تونه جلوی نگاه کردن مردا رو بگیره.»

نگرش به برنامه‌های (ماهواره)

آن‌ها بیشتر مخاطب برنامه‌های ماهواره‌ای بوده و تعابیر آنان از گرایش به این شبکه نتیجه مقایسه‌ای و تفاوت فاحش بین سریال‌های ایرانی با فیلم‌های ماهواره‌ای است. بنابر نگرش این دسته از پاسخگویان بازنمایی زن در تولیدات متون برنامه‌های تلویزیونی به گونه‌ای است که نقش‌های نامناسب و تحقیرآمیز را به افراد غیر محجبه در نقش‌های خلافکار و منفی بوده در حالیکه در سریال‌های ماهواره‌ای شیک بودن و آراستگی ظاهر خصوصیات یک فرد است، ارتباطی به هویت فرد در نقشی که ایفا می‌کند ندارد بلکه معیار سنجش در نحوی رفتار شخص دیده می‌شود که قابل تحسین است.

نیلوفر می‌گوید: «شما فیلم‌های ایرانی را نگاه کنید توی تلویزیون داخل همیشه نقش‌های مثبت و خوب رو کسانی بازی می‌کنند که محجبه‌اند ولی نقش‌های خلاف و می‌دهند به کسانی که حجاب خوبی ندارند. در حالیکه تو سریال‌های ماهواره‌ای ربطی به نقش نداره همه به ظاهرشون اهمیت می‌دهند.»

این دسته از تماشاگران در برنامه‌های ماهواره‌ای به دنبال تصویری آرمانی از ظاهر خود می‌باشند. و از آنجا که این رسانه در نگرش جوانان نسبت به تصویرسازی از بدنی ایده‌آل را مورد تشدید قرار می‌دهد، اغلب آن‌ها برای دست یافتن به تناسب اندام و آشنایی با سبک زندگی فرهنگ‌های دیگر استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای را نیاز طبیعی خود دانسته بدین منظور بیشتر خود را بیننده‌ی برنامه‌هایی که از رسانه خارجی پخش می‌گردد قرار می‌دهند. پریسا می‌گوید: «من بیشتر برای داشتن تناسب اندام با برنامه‌های ورزشی این شبکه ورزش می‌کنم. آخه اگه می‌خواهی لباس برازنده تنت باشه، توش راحت باشی باید اندام رو فرمی داشته باشی.» سمیرا هم می‌گوید: «به نظر من اصلاً دلیل نداره استفاده از برنامه‌های

ماهواره‌ای ممنوع باشد باید استفاده از ماهواره تو کشور ما آزاد باشد. هر جوونی وقتی به مرحله خود آگاهی رسید می‌دونه چه برنامه‌ای مناسبش است. این حق منه بدون محدودیت بدونم تو دنیا چه خبر. مردم دیگه چی می‌پوشند.»

نتیجه‌گیری

در این مقاله براساس اهداف و سوال‌های مطرح شده و تکیه بر نظریه جان فیسک، و جامعه آماری دختران شهر آمل و بررسی‌های انجام شده، چهار نوع گونه‌ی پوششی از هم باز شناخته شد شامل: تیپ قدسی، تیپ مقاومتی، تیپ تلفیقی، تیپ عرفی. بنابر نتایج، یافته‌های پژوهش در قالب هشت مقوله اصلی صورت‌بندی شده است. به ترتیب عبارتند از: پیروی از کلیشه‌های پوشش حجاب، همذات‌پنداری با خانواده، تغییر نشانه‌شناختی، تمایزخواهی، لذت زیبایی‌شناختی، جامعه‌پذیری، مقابله با ناامنی‌های اجتماعی، نگرش جنسیتی به پوشش. در کل اولین یافته این است که تناسب و ارتباط بین نگره و معنای ذهنی دختران جوان نسبت به کدهای پوششی و برنامه‌های ماهواره‌ای وجود دارد. دومین یافته نشان از این دارد که از نظر برخی پوشش صرفاً پنهان کردن ویژگی‌های ظاهری از دید افراد نامحرم می‌باشد و رفتارهای درونی که حاوی بار ایدئولوژیک و ارزشی به اصول مذهبی است نیز دخیل می‌باشند. از نظر این گروه، تغییر شرایط نمی‌تواند باعث سست شدن هنجارهای ارزشی به حجاب تلقی گردد. سومین یافته نشان از این دارد که الگوهای ارزشی در خانواده از عواملی است که سبب ایجاد انگیزه در افراد برای انتخاب پوششی مناسب می‌باشد. بدیهی است دختران جوان با رشد و تربیت همراه با آموزه‌های دینی در راستای ارزش‌هایی قدم بر می‌دارند که بتوانند ابعاد دینی زندگی‌شان را بازتولید کنند. یافته چهارم گویای آن است پوشش به زعم آنکه دارای نقش هویتی است، برای برخی، تغییر معنا و یا مخالفت با تصویری است که در فهم عمومی یا نگاه رسمی نسبت به پوشش وجود دارد. از نظر این گروه، در برابر طبیعت یکدست و ایجاد پوششی همگون با سبک‌های ناپهنجار و رفتارهای تحقیرآمیز در نمادهای پوششی خود به نوعی رفتار مقاومت تبدیل شده است. زیرا هدف آن‌ها از وارونگی نشانه‌های پوشش در ظاهر خلق معنای لذت در آزادی و رهایی از قید و بندها می‌باشد. بیشتر این افراد به دلیل بی‌رغبتی به رعایت پوشش سنتی، گاهی با دستکاری بر کدهای پوششی این معنا را انتقال می‌دهند که تابع ساختارهای قانونی نیستند و خود را مطیع آن قرار نمی‌دهند. بر اساس موضوع چهارم یکی از نشانه‌هایی که در پوشش دختران جامعه ما وجود دارد تفاوت‌پذیری است که جوانان املی با استفاده از این استراتژی به ایجاد طرح‌های نوین پرداخته تا در صدد القا لذت‌های آنی از یکنواختی‌های یکدست حاکم بر جامعه، فاصله یابند. یافته پنجم نشان می‌دهد که داشتن

ظاهری زیبا پدیده‌ای است که در جامعه ما با الگوهای پوششی گره خورده است. زیرا امروزه پوشش، ابزاری است که افراد با دست اندازی‌های گوناگون و تغییر در نوع آن می‌توانند از نفوذ بیشتری برخوردار باشند. این دسته از کنشگران برای ابراز حضور خود الگوی پوشش و نوع آراستن‌شان را در نگاه دیگران می‌سنجند و این نوع نگاه دیگران است که برای آن‌ها ارزش می‌شود. همچنین براساس موضوع ششم نوع پوششی که بسیاری از دختران جوان بعنوان پوشش مرجع انتخاب کردند از طریق عناصر جامعه‌پذیری از همان سنین پایین از سوی والدین به فرد تحمیل شده است. اما در سنین بالاتر در محیط‌های جدید فرد با غریبه‌ها هم آشنا می‌شود مانند گروه‌های همسالان که فرایند جامعه‌پذیری وی را دگرگون می‌سازد. یافته هفتم نیز نشان می‌دهد که یکی از مهمترین نگرش در میان دختران جوان مقابله در برابر تعرض و جسارت‌های خیابانی است. این دسته از دختران جوان برای گریز از خطر و در مواردی رسیدن به امتیازات شغلی با تغییر تاکتیکی پوشش خود و محدود کردن نحوه‌ی آرایش بدن در صد انتقال این معنا می‌باشند که جسم ابزاری جنسیتی و ابژه‌ای در دست مرد سالاری نیست. زیرا تقویت حجاب رفتار و نیت باطنی است که برای این افراد امری قابل اهمیت می‌باشد. در نهایت یافته آخر دال بر این است که پوشش در جامعه ما رفتاری است در ارتباط با زنان و مردان درحالی‌که بیشتر قوانین و واکنش‌های محدود کننده شامل حال زنان است تا مردان.

در مورد خوانش دختران مورد بررسی نسبت به استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای این مطالعه نشان می‌دهد که در میان تیپ قدسی به دلیل گرایش به ارزش‌های دینی، استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای به منزله از بین رفتن ارزش‌های معنوی و دینی تلقی می‌شود. در تیپ تلفیقی هم هرچند آنها مخالف استفاده و تاثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بوده و تماشای آن را برای دیگران منع می‌دانند اما خودشان عملاً از ایده‌ها و الگوهایی که در این شبکه به نمایش گذاشته می‌شود بهره می‌برند. در این میان تیپ مقاومتی ماهواره‌ها را به دلیل ایده گرفتن از الگوها و طرح‌هایی نوین و مدهای جهانی امری خواستنی تلقی می‌کنند. در نهایت تیپ عرفی هر چند مانند تیپ مقاومتی، خواستار استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای است اما تفاوتی که با گونه‌های دیگر دارد این است که برنامه‌های ماهواره‌ای را بخاطر مفاهیمی که متناسب با ارزش‌ها و نیازهای‌شان است جزو حقوق طبیعی خود دانسته و درصددند تا بدون محدودیت‌های قانونی از برنامه‌های متنوع آن استفاده کنند.

باتوجه به مرور ادبیات در باب پوشش، بررسی سبک زندگی و پوشش زنان در تهران تا حدود زیادی به لحاظ موضوعی و روشی با پژوهش حاضر شباهت دارد. جامعه‌ی مورد بررسی در این مطالعه، فقط دختران جوان در شهر آمل می‌باشد که با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه‌ساخت یافته و استفاده از عکس برای تبیین سبک‌های مختلف جوانان، علاوه بر عوامل تاثیرگذار متعدد، به

ماهواره به عنوان یکی از عوامل موثر در سبک پوشش، به مطالعه بپردازد. پژوهش‌های خارجی حاکی از آن است که نگاه به پوشش در جوامع، متفاوت بوده که ضروری هر جامعه تلقی می‌شود. در یک فرهنگ به حجاب به عنوان فرهنگ دینی و ارزشی و در جایی دیگر به بُعد زیبایی‌شناختی پوشش توجه می‌شود.



منابع

- آدمیان، مرضیه، عظیمی هاشمی، مژگان، صنعتی شرقی، نادر (۱۳۹۱) «تحلیل جامعه‌شناختی سبک پوشش زنان»، *فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه*، سال سوم، شماره چهارم.
- آزاد ارمکی، تقی، شریفی ساعی، محمد حسین، ایثاری، مریم، طالبی، سحر (۱۳۹۰) «سنخ‌شناسی الگوهای روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران»، *جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، سال دوم، شماره دوم، پاییز و زمستان، صص ۱-۳۴.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۷۶) *تبادل و تقابل فرهنگ در عصر ماهواره*، مجموعه مقالات رسانه و فرهنگ، (۲) تهران، انتشارات سروش.
- اباذری، یوسف، حمیدی، نفیسه، (۱۳۸۷)، «جامعه‌شناسی بدن و پاره‌ای از مناقشات»، *مجله پژوهش زنان*، ش ۴، ۱۶۰-۱۲۷.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱) *مصرف*، ترجمه خسرو صبری، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- بنت، اندی (۱۳۸۶) *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- بهار، مهری، (۱۳۹۰ B)، *مصرف و فرهنگ*، تهران، سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی. بهار، مهری، زارع، مریم (۱۳۸۸)، *سنخ بندی مد در تهران: با تاکید بر نحوه ی پوشش زنان، پژوهش زنان*، دوره ی ۷، شماره ی ۳، پاییز، صص ۲۷-۴۸.
- حرم‌نکایا (۲۰۱۳) به موضوع تأثیر رسانه های بصری و چاپی در انتخاب لباس جوانان دانشگاه های ترکیه رحمان (۲۰۱۱) "شناخت درک و رفتار مصرف کنندگان: مفاهیم طراحی شلوار جین" دکایی، محمد سعید، پورغلام ارنجی، زهرا (۱۳۸۴)، *خرده فرهنگ یا مصرف فرهنگی* (پژوهشی در بین دختران دانش آموز شهر تهران)، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال ۱، ش ۴، صص ۱-۲۶ دکایی، محمد سعید، فرزانه، حمیده (۱۳۸۶)، *زنان و فرهنگ بدن*، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ش ۱۱، صص ۴۳-۵۹.
- فیسک، جان (۱۳۸۱)، *فرهنگ تلویزیون*، ترجمه مژگان برومند، *ارغنون*، ۱۹.
- قادر زاده، امید، ایراندوست، سید فهیم (۱۳۹۳)، *مطالعه کیفی سنخ شناسی سبک زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد، جامعه شناسی کاربردی*، سال بیست و پنجم، شماره پیاپی ۵۵، شماره سوم، پاییز، صص ۱۳۵-۱۶۱.
- قادر زاده، امید، محمدپور، احمد، احمدپور، مریم (۱۳۸۹)، *حجاب در کشاکش سنت و تجدد* (تحلیلی کیفی بر قرائت های زنان خرم آباد)، *دوفصلنامه علمی-تخصصی اسلام و علوم اجتماعی*، س ۲، ش ۳، بهار و تابستان، صص ۱۴۱-۱۷۰.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۷)، *مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران*، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی، واحد تهران.

محمدی، بیوک (۱۳۸۷)، *در آمدی بر روش تحقیق کیفی*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران.

مهدی زاده، محمد، (۱۳۸۴)، *مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات*، تهران، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی، مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه ای.

مهدی زاده، محمد (۱۳۹۳)، *نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی*، تهران، همشهری.

یزدخواستی، بهجت (۱۳۸۶)، *حجاب زنان با رویکرد جامعه شناختی*، کتاب زنان دهم، زمستان، شماره ۳۸.

Braun, V. and Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101.

Cambridge Dic. Online (2004).

Dey, Ian (1993). *Qualitative Data Analysis: A user friendly Guide for social scientists*. London & New York: Routledge

Fisk, John. (1994). *Television Culture*. London: Routledge

Guest, Greg & MacQueen, Kathleen M. & Namey, Emily E. (2012) *Applied Thematic Analysis*, SAGE Publications

HARMANKA, H. (2013) Effects of Visual and Print Media on Clothing Preferences of Turkish University Youth, *The Macrotheme Review* 2(5), A multidisciplinary journal of global macro trends

Inglehart, Ronald, et al. (2004), *Human Beliefs and Values*, Buenos Aires, Argentina:

SigloVeintiuno Editores.

Inglehart, Ronald and Wayne E. Baker, (2001), *Modernization Cultural Change and the Persistence of Traditional Value*, *American Sociological Review*, Vol.65, February, 19-51.

Joffe, Helene, & Yardley, Lucy (2003). Content and thematic analysis. In D. Marks & L. Yardley (Eds.), *Research methods in clinical and health psychology*. London: Sage Publications, 56-68.

Koskela, Hille (1999) "Gendered Exclusions", *Women's Fear of Violence and Changing Relations to Space*. *Geografiska Annaler*, 81, pp:111-124

osmud Rahman. (2011), *Understanding Consumers Perceptions and Behaviors: Implications for Denim Jeans DESIGN*, *Journal of textile and Apparel*, VOL.7, Issue 1, spring 2011

Rapoport Amos, (1990), *Vernacular Architecture*, in Turan M., (eds.); *Current Challenges in the Environmental Social Sciences*, Avebury, Aldershot, England.

Robinson, B. (2003), *Method of clothing and influence of body and appearance management*. department of psychology, university of Gothenbu g.

Tarlo, E. (2007), "Hijab in London: Metamorphosis, Resonance and Effects", *Journal*

Of Material Culture, Vol. 12, No. 2, pp 131-156.

Webster Online, Dic., (2004)