



Faculty of Social Sciences  
Institute of Social Studies and Research

***Quarterly of Social Studies Research in Iran***  
**Vol. 11, No. 3:655-681, Autumn 2022**  
**Doi: 10.22059/JISR.2022.330806.1241**

**The Study of Youth Views on Clothing Policy in Iran\***

Abdollah Bicharanlou<sup>1</sup>

Sahar Aref<sup>2</sup>

Received: October 18, 2021

Accepted: July 14, 2022

**Abstract**

**Introduction:** Clothing studies are an important indication of hidden social and cultural changes in any society. The particular situation of dress politics after the Islamic Revolution has made dress and clothing an important cultural and political phenomenon. The study of changes in dress opens a path to understanding the readings and interpretations of everyday actors, draws the researcher's attention to the resistances and companions of political decisions, and can broadly respond to their success or defeat at a tangible level of daily life. The starting point and goal of this research is to describe the reading of youth in this context. This led us to conclude that, contrary to the primary reading, the policies enforced for youth clothing were effective because the youth interviewed believed that their clothing was not a political and historical matter and the result of many years of struggles and disputes, but they believed that their clothing was personal and apolitical: although they considered some changes in the fashion of youth clothing to be the result of political and social openness and freedom. Young people prefer compromise with their families and political decision makers regarding clothing.

**Methods:** The research method is qualitative. The qualitative approach defines the general orientation of the research. In a qualitative analysis, the exploration of the social world through the insights of the people who are the subjects of the study is essential. The research population consisted of adolescents between the ages of 18 and 30. Theoretical sampling was used for sampling and the sample of respondents included 25 adolescents aged 18 to 30 years.

---

\* The research article, the findings of the article are extracted from the master's thesis of the Department of Cultural and Media Studies of the University of Tehran with the title "Youth Fashion and Politics of Everyday Matters in Iran".

1. Assistant Professor in Social Communication at the University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding author), bikaranlou@ut.ac.ir

2. MA of Media and Cultural Studies, The University of Tehran, Iran, sahar.aref313@gmail.com

**Finding:** The results show that, contrary to the first reading, the cultural policies that have been enforced in the last 2 decades regarding youths' clothing have been effective because the youths interviewed believed that their clothing is not a political and historical matter and the result of many years of struggles and disputes, but they believe that their clothing is personal and non-political: Some of the interviewees consider some changes in the clothing and dress of the youth as a result of social and political freedom and some of them prefer the approach of tolerance, while they oppose the viewpoints of the family and political decision makers regarding the clothing and dress.

**Conclusion:** Although the interviewed youths consider some changes in youths' clothing fashion as a result of political and social opening and freedom, they face some disputes and arguments about their clothing and prefer compromise to their families' and policy makers' views on clothing. It seems that some cultural policymakers take into account the market logic to promote the local and religious clothing of the youth, and the market logic involves the promotion of some styles and fashions through various means, including social and mass media, in addition to celebrities.

**Keywords:** Clothing, Policy Making, Fashion, Youth, Daily life.

#### References

- Anderson, J. E. (2003), **Public Policymaking an Introduction**, Boston: Houghton Mifflin Company.
- Ashraf, A. (1981), **Historical obstacles of the formation of the Capitalism in Iran Tehran**: Zamineh. *(In Persian)*
- Baudrillard, J. (2011), **The Consumer Society**, Trans by: Pirouz Izadi, Tehran: Sales. *(In Persian)*
- Bennett, A. (2005), **Culture and Everyday Life**, London: Sage.
- Caroe, C. (2009), **Islamic fashion, media debates and styles of interaction**. UK: university of Surrey.
- Ebrahimy Salami, GH. (2006), Culture and Policy making in Iran, **Journal of Cultural Studies and Communication**, No. 5: 213-234. *(In Persian)*
- Gronow, J. (2010), **The Sociology of Taste**, Trans by: Masoud Kianpour, Tehran: Markaz. *(In Persian)*
- Habibi, Gh. (2014), **Methodological Insight**, Tehran: Ketabe Hame. *(In Persian)*
- Jorgensen, M., Phillips, L. (2009). **Discourse Analysis as Theory and Method**, Trans by: Hadi Jalili, Tehran: Ney. *(In Persian)*
- rrrrr r L. (2005), yyouth and hhanging baauifoooooo prcc''''''''''''''n **Japan's changing generation: are young people creating a new society?** Edited by Mathews & white, Routledge, pp. 83-97.
- Simmel, G. (2010), **On individuality and Social Forms**, Trans by: Shahnaz Mosammaparast, Tehran: Sales. *(In Persian)*
- Storck, M. (2011), **Fashion as a Communication and Information Method**, Scotland: University of Andrews.
- Tocqueville, A. (1969), **Democracy in America**, New York: Garden city.
- Vernoska, G. (2008), Political statements in Conceptual Fashion: The voice of national sentiments as a self-reference in **the Ready-To-Wear** collections of

Alexander McQueen and Hussein Chalayn, **Annual Review**, No. 2 of European University - Republic of Macedonia, pp: 867–883.

- Wilson, E. (2014). **Fashion and Modernity**, Trans by: Nasereddin Ghorab, Tehran: Elmi Farhangi. (*In Persian*)



## مواجهه جوانان با سیاست‌گذاری پوشش در ایران\*

عبدالله بیچرانلو<sup>۱</sup>

سحر عارف<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۲۳

Doi: 10.22059/JISR.2022.330806.1241

### چکیده

مطالعه پوشش مردم هر جامعه سرنخ‌های قابل توجهی از تغییرات فرهنگی و اجتماعی پنهان هر جامعه و روح زمانه ارائه می‌دهد. وضعیت خاص سیاست‌گذاری پوشش و پوشاک در جامعه ایران پس از انقلاب اسلامی سبب شده است پدیده پوشش و پوشاک در ایران اهمیت سیاسی و فرهنگی مضاعفی بیابد. مطالعه تغییرات پوشش با راهگشایی برای فهم خوانش‌ها و تفسیرهای کنشگران روزمره - که بیشتر در مطالعات و سیاست‌گذاری نادیده گرفته می‌شوند - توجه پژوهشگران را به مقاومت‌ها یا همراهی‌ها در برابر سیاست‌گذاری‌ها جلب می‌کند. همچنین در نگاهی کلان‌تر می‌تواند پاسخگوی پرسش درباره موفقیت یا شکست آن‌ها در ملموس‌ترین سطح زندگی روزمره باشد. هدف این پژوهش، تبیین فهم و دریافت جوانان از سیاست‌گذاری پوشش در چنین بافتی است؛ از این‌رو تحقیق پیش رو به این پرسش پاسخ داده است که جوانان به‌مثابه یکی از مخاطبان هدف اصلی در سیاست‌گذاری پوشش، چه مواجهه‌ای با سیاست‌های اجراشده در این زمینه دارند؟ برای پاسخ به پرسش مذکور از روش مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بهره گرفته شده است. مصاحبه با ۲۵ جوان ۱۸ تا ۳۰ ساله در نهایت ما را به این پاسخ رساند که سیاست‌گذاری‌های صورت‌گرفته درباره نوع پوشش جوانان، برخلاف برداشت اولیه، اثربخش بوده‌اند؛ زیرا در نگاه مصاحبه‌شوندگان جوان امروز، پوشش آن‌ها نه امری سیاسی و تاریخی و حاصل برخوردها و کشمکش‌های طولانی، بلکه امری شخصی و سیاست‌زدوده است؛ هرچند برخی تغییرات در پوشش و پوشاک جوانان را حاصل گشایش‌های سیاسی و اجتماعی می‌دانند. همچنین جوانان در مواجهه با نگاه خانواده‌ها و سیاست‌گذاران به موضوع پوشش، رویکرد مدارا را ترجیح می‌دهند.

**واژه‌های کلیدی:** پوشش، سیاست‌گذاری، مد پوشاک، جوانان، زندگی روزمره.

\* مقاله پژوهشی، یافته‌های مقاله از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه تهران با عنوان «مد جوانان و سیاست‌گذاری امر روزمره در ایران» استخراج شده است.

۱. استادیار گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، bikaranlou@ut.ac.ir

۲. کارشناس ارشد ارتباطات، دانشگاه تهران، تهران، ایران، sahar.aref313@gmail.com

## مقدمه و طرح مسئله

مطالعه پوشش و مد پوشاک در بافت جامعه ایران، نیازمند توجه به مسائل خاص کشور و تاریخچه شکل‌گیری منازعات در این زمینه است. همان‌طور که «مسجد جامع شهر از دوران قاجار در مرکز بازار یا محل برخورد شاهراه‌های اصلی بنا می‌شد و صنایع نساجی پایه‌های اقتصادی این بازارهای اسلامی را تشکیل می‌دادند» (اشرف، ۱۳۵۹: ۵). امروز هم می‌توان نقش نهاد دین را در صنعت مد و پوشاک دنبال کرد. حجاب که در دهه‌های پیش از پیروزی انقلاب برای بسیاری از سیاست‌گذاران، نشانه نبود مدنیت بود، در جریان مبارزات علیه حکومت پهلوی به پوششی انقلابی و شهری بدل شد. در این میان روندی که شوروی-در جمهوری‌های آسیای دور- و همچنین حکومت‌های وقت ایران، ترکیه و افغانستان برای کشف حجاب کردند، نتیجه‌ای معکوس داشت. در این میان سیاست‌گذاران فرهنگی-اجتماعی جامعه نیز وارد عمل شدند و در طول بیش از ۴ دهه سیاست‌های گوناگونی را درباره پوشش و پوشاک اجرا کردند.

اگرچه تلاش می‌شود اسناد سیاستی فرهنگی که با صرف وقت و هزینه‌های گزاف تدوین می‌شوند، تنظیم‌کننده «زندگی روزمره» باشند، به نظر می‌رسد ماهیت لغزنده و سیال امر روزمره، توان افزایش معناسازی مصرف‌کنندگان و همچنین پیچیدگی‌های نظری مفهوم «مد»، کارایی و اثربخشی این اسناد را در عمل با دشواری مواجه می‌کنند. آنچه در بیشتر موارد درباره این اسناد فرهنگی مغفول می‌ماند، این است که «خودشان تحت شرایط و موقعیتی خاص نوشته می‌شوند». به عبارت دیگر، اسناد فرهنگی نه تنها اهمیت اجرایی دارند، بلکه معانی ضمنی و حتی سکوت‌های آن نیز می‌تواند روشنگر ابعاد دیگری از وضعیت اجتماعی تنظیم‌کنندگان آن یا همان «مهندسان فرهنگی» باشد. اگر اسناد را بخشی از محیط اجتماعی و در زمره رویدادهای مهم قرار دهیم، طراحی لباس‌های متعهد به آن اسناد یا سفارش داده‌شده از سوی نهادهای سیاست‌گذار را می‌توان «برساخت اجتماعی» دانست که درک آن بدون فرایندهای انتساب معنا ممکن نیست. اگرچه طراحی لباس بر مصرف آن تقدم دارد، مصرف‌کنندگان با منتسب کردن معانی مختلف، ابژه‌ها را دوباره خلق می‌کنند. مطالعه فرایندهای انتساب معنا این امکان را فراهم می‌کند تا تضاد را در یکی از جلوه‌های زندگی روزمره و در مخفی‌ترین ابعادش دنبال کنیم.

### سیاست‌گذاری پوشش پس از انقلاب اسلامی

سیاست به «مجموعه‌ای از اقدامات هدفمند و نسبتاً پایدار یک کنشگر یا گروهی از کنشگران درخصوص یک مسئله یا موضوع مورد دغدغه، اطلاق می‌شود... و سیاست‌های عمومی به سیاست‌هایی گفته می‌شود که توسط دستگاه‌ها و مقامات دولتی تنظیم و اعمال می‌شود. البته ممکن است کنشگران و عوامل غیردولتی در تدوین سیاست عمومی تأثیرگذار باشند. ویژگی‌های خاص سیاست‌های عمومی از این ناشی می‌شود که آن‌ها به تعبیر نظریه‌پرداز سیاسی، دیوید ایستون<sup>۱</sup> توسط «صاحبان قدرت» یعنی مقامات ارشد، کارگزاران اجرایی، قانون‌گذاران، قضات، مدیران، اعضای شوراها و... در یک نظام سیاسی تنظیم می‌شوند. او می‌گوید این مقامات کسانی هستند که به امور جاری یک نظام سیاسی می‌پردازند و مسئولیت آن‌ها برای پرداختن به این موضوعات، از جانب اغلب اعضای نظام سیاسی به رسمیت شناخته شده است... به‌طور خلاصه، سیاست‌های عمومی سیاست‌هایی هستند که به‌وسیله مقامات و سازمان‌های حکومتی تدوین می‌شوند» (اندرسون، ۲۰۰۳: ۲-۳).

موضوع پوشش و پوشاک در ایران، همواره در معرض اعمال سیاست‌های عمومی بوده است. تغییرات گفتمانی، سیاسی و حکومتی بر نگرش‌ها به پوشش و پوشاک ایران در دوره‌های گوناگون مؤثر بوده است. نوع پوشاک در ایران، افزون بر اینکه از عوامل گوناگونی مانند دین و جغرافیای زیست تأثیر پذیرفته، به‌شدت تحت تأثیر گفتمان حکومت‌های گوناگون و ایدئولوژی آن‌ها، قوانین و مقررات و سیاست‌های اعمال‌شده از سوی آن‌ها بوده است.

پس از انقلاب اسلامی و «ظهور و بازتعریف ارزش‌ها و مفاهیم دینی و شدت تأثیر آن بر جنبه‌های فرهنگی و تحولات ارزشی که در جامعه ایرانی به‌وجود آمد، مفهوم سیاست‌گذاری بیش‌ازپیش تحت تأثیر جنبه‌های ارزشی و اعتقادی قرار گرفت» (ابراهیم بای سلامی، ۱۳۸۵: ۲۲۳)؛ از این‌رو نظام جمهوری اسلامی ایران به‌دلیل ابتدای رویکرد دینی حاکم بر قوانین و سیاست‌های آن، در سیاست‌گذاری و گفتمان‌سازی در حوزه پوشاک و پوشش زنان نیز بر رنگ مایه‌ها و جنبه‌های دینی این موضوع تمرکز بیشتری داشته است. از همان سال‌های آغازین پس از انقلاب، قوانین و سیاست‌های متعددی از جانب نهادهای مختلف حکومتی به‌منظور ترویج و تثبیت گفتمان پوشش دینی مورد نظر اجرا شد. این قوانین در آغاز در اداره‌های دولتی و سپس

1. David Easton

به تدریج در دیگر اماکن و فضاهای عمومی اجرا شد. در واقع پوشش اجتماع زنان ایرانی و نه پوشش فردی آن‌ها در منازل و فضاهای خصوصی، مورد توجه و تمرکز سیاست‌گذاران بوده است و از ابزارهای گوناگون سیاست‌گذاری و گفتمان‌سازی در این زمینه بهره گرفته‌اند.

در سال‌های ابتدایی پس از انقلاب، بحث‌ها و مشاجرات بسیاری درباره جنبه‌های فقهی حجاب و حدود آن در گرفت، اما در نهایت با تصویب قانون مجازات اسلامی (۱۳۶۳) رعایت قواعد پوششی خاص در جامعه الزامی شد. محافظت از این الزام قانونی تنها به نهادهای قضایی یا پلیسی محدود نبود، بلکه طیف وسیعی از دستگاه‌ها و نهادها به تولید، بازتولید و دگرگونی آن پرداختند. پس از پیروزی انقلاب اسلامی برخی نهادها و مؤسسات برای ترویج شکل خاصی از پوشش ایجاد شدند و برخی دیگر نیز عهده‌دار وظایف جدیدی در این حوزه شدند. تنها دو سال پس از الزام حجاب، مجلس شورای اسلامی قانون «نحوه رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی که استفاده از آن‌ها در ملاءعام خلاف شرع است، یا عفت عمومی را جریحه‌دار می‌کند» تصویب کرد. اگرچه این قانون هیچ نوع نگاه تبلیغی یا ترویجی به پوشش نداشت، اما از اواسط دهه ۱۳۷۰ - و تنها چند ماه پس از روی کار آمدن دولت اصلاحات - بعد کالایی پوشش مدنظر قرار گرفت.

مطالعه سند «اصول و مبانی روش‌های اجرایی گسترش عفاف» مصوب ۱۳۷۶ در شورای عالی انقلاب فرهنگی نشان می‌دهد اضافه‌شدن رنگ‌ها به لباس‌های مردم کوچه و خیابان پیش‌تر مدنظر سیاست‌گذاران بود. در مواد ۱۰ و ۱۵ این سند به تکرر و تنوع در تبلیغات توجه شد و به «الزام همگانی برای استفاده از یک نوع رنگ و شکل خاص» هشدار داده شد. همچنین این سند «اتخاذ تدابیری برای هزینه معقول و منطقی» لباس‌های مناسب با موضوع سند را هم مطرح کرد. تولید ده‌ها نوع مختلف چادر تنها چند سال پس از تصویب این سند، اتفاقی نیست، بلکه تلاشی برای تهیه ابزارهای مادی رفرفرم و به‌دنبال آن سرمایه‌داری اسلامی است. سال ۱۳۷۸ «چادر دانشجویی» به بازار آمد تا حجاب را برای نسل جوان راحت‌تر کند. پس از آن هم مدل‌های دیگری با نام‌های «چادر ملی»، «حسننا»، «جلابیب»، «مارال»، «مریم»، «سریر»، «لبنانی»، «اماراتی» و... معرفی شدند تا اینکه در بیستمین نمایشگاه بین‌المللی قرآن (۱۳۹۱) تعداد مدل‌های چادر به ۴۲ رسید. تفاوت این چادرها با یکدیگر در برخی موارد، بسیار جزئی و گاهی منحصراً به رنگ آن‌ها است. این نگاه علاوه بر اینکه تلاش کرد با تنوع‌بخشی به پوشش «چادر»،

آن را با رفتارهای زندگی مدرن زنان مانند رانندگی و کوهنوردی سازگار کند، کالاهای بی سابقه‌ای نیز به بازار عرضه کرد.

«یقه حجاب»، «فیکساتور روسری» و مدل‌ها و رنگ‌های مختلف «ساق دست» که به شکلی مشخص مخصوص زنان شهری است، حاصل توصیه به تولید کالا در حوزه «عفاف و حجاب» است؛ توصیه‌ای که هم‌زمانی آن با بهبود نسبی وضعیت اقتصادی دوران پس از جنگ و میل به تمایزیابی توانست حجاب اسلامی را پیرو مد کند. چادر، به‌مثابه عنصر ثابت پوشش زنان با رنگ‌های مختلف شال‌ها و ساق دست‌ها (عناصر متغیر) هماهنگ شد تا مصرف‌گرایی که در دهه ۱۳۶۰ کاملاً طرد می‌شد، این بار با رنگ و بوی اسلامی توجیه شود. کالاهای جدید دهه ۱۳۷۰، حجاب را بیش‌ازپیش پیرو منطق سرمایه کرد. محبوبیت طرح‌های گل‌دار و خطوط نستعلیق و نقش‌های اسلیمی روی پارچه در بازار «لباس سنتی» و «پوشاک ایرانی» شناخته می‌شوند و طراحان برای نام‌گذاری آنان از واژگان «ایرانی» و «آریایی» کمتر شنیده‌شده و ناآشنا مدد می‌گیرند.

با وجود همه تلاش‌هایی که برای نظارت بر پوشش صورت گرفت، تا پیش از سال ۱۳۸۵ واژه مد وارد ادبیات رسمی نشد. این واژه نخستین بار در سند «قانون سامان‌دهی مد و لباس» مصوب سال ۱۳۸۵ و تنها یک‌بار مطرح شد. ماده نخست این قانون در سه خطی که به بیان اهدافش اختصاص داده، پنج بار مضمون «ملیت» را مطرح کرده که تنها در یک مورد با صفت «اسلامی» همراه بوده است. تعبیر «هویت ایرانی-اسلامی»، «الگوهای بومی و محلی»، «الگوهای داخلی»، «فرهنگ و هویت ایرانی» به همراه بعد سلبی آن، یعنی «پرهیز از الگوهای بیگانه و نامأنوس» نشان‌دهنده غلبه ایدئولوژی ملی‌گرایی است. این نگاه را می‌توان در همراهی همیشگی واژه «اسلام» و مشتقات آن با واژه «ایرانی» نیز ردیابی کرد. به عبارت دیگر، صفت اسلامی نه‌تنها برخلاف صفت ایرانی در هیچ بخشی از متن مستقل به کار نرفته، بلکه در متن همواره پس از این واژه نیز نشسته است.

از نیمه دهه ۱۳۸۰ و با تمرکز بیشتر سیاست‌گذاران بر موضوع مد و لباس، برخی نهادها و مؤسسات به شکلی خاص برای ترویج پوشش اسلامی ایجاد شدند و برخی دیگر نیز عهده‌دار وظایف جدیدی در این حوزه شدند. نام برخی از نهادها و مهم‌ترین اقداماتی که در این حوزه انجام داده‌اند در جدول ۱ آمده است.



نام نهاد	اقدامات	زیرمجموعه‌های مسئول
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	۱. تدوین قانون سامان‌دهی مد و لباس (۱۳۸۵) ۲. برپایی نمایشگاه‌های فصلی ۳. تشکیل کارگروه سامان‌دهی مد و لباس ۴. تأسیس بنیاد ملی مد ایرانی-اسلامی ۵. اجرای طرح ملی نذر حجاب ۶. برگزاری جشنواره مد و لباس فجر ۷. طراحی کد شیما ۸. تدوین سند لباس حلال	۱. شبکه ملی فرهنگ ۲. شورای فرهنگ عمومی
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	۱. تدوین آیین‌نامه پوشش ۲. تشکیل کمیته عفاف و حجاب ۳. برگزاری کرسی آزاداندیشی با موضوع حجاب ۴. اجرای طرح «چادرهای مشکی» ۵. برگزاری جشنواره ملی اینترنتی ریحانه	۱. معاونت فرهنگی و اجتماعی ۲. شورای اسلامی شدن ۳. کمیته انضباطی
وزارت کشور	۱. تدوین طرح دریا ۲. تدوین بخش‌نامه حجاب کارمندان دولتی و... ۳. تدوین دستورالعمل عفاف و حجاب (۱۳۹۱) ۴. صدور مجوز فعالیت سمن‌های حوزه حجاب (۱۳۹۳) ۵. تشکیل کمیته لباس مشاغل	۱. کمیته مبارزه با قاچاق کالا ۲. معاونت اجتماعی ۳. معاونت امور بانوان ۴. ستاد مرکزی صیانت از حریم امنیت عمومی و حقوق شهروندی ۵. اداره ترویج فرهنگ حجاب
وزارت صنعت، معدن و تجارت	۱. تقدیر از واحدهای صنفی فعال حوزه حجاب ۲. اجرای طرح سامان‌دهی و پتترین مغازه‌ها ۳. تخصیص یارانه چادر مشکی ۴. ایجاد دو کارخانه چادر مشکی	۱. سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ۲. دفتر نساجی و پوشاک
وزارت ورزش و جوانان	۱. ایجاد شبکه «وایحه نجابت» (مازندران) ۲. طراحی پوشش مناسب ورزشکاران زن	۱. معاونت امور بانوان ۲. کمیته فرهنگی فدراسیون‌ها
وزارت آموزش و پرورش	۱. تدوین آیین‌نامه انضباطی ۲. برگزاری جشنواره دختران آفتاب ۳. اجرای طرح آموزش فلسفه حجاب ۴. اجرای طرح خوش‌حجابی	
وزارت امور	۱. یکسان‌سازی پوشش کارکنان بانک‌ها	

نام نهاد	اقدامات	زیر مجموعه‌های مسئول
اقتصادی و دارایی		
وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	۱. برگزاری نشست تخصصی عفاف و حجاب (۱۳۹۳) ۲. ارائه بسته فرهنگی حجاب به بانوان دانشکده پست	۱. شورای فرهنگی
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی	۱. یکسان‌سازی پوشش کارکنان بیمارستان‌ها ۲. الزام چادر در بیمارستان بقیه‌الله ۳. الزام چادر در درمانگاه تخصصی شبانه‌روزی کوثر	
وزارت راه و ترابری	۱. یکسان‌سازی پوشاک در دفتر فروش بلیت	
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	۱. برگزاری نشست	
مجلس شورای اسلامی	۱. تدوین و تصویب طرح صیانت از عفاف و حجاب اسلامی (۱۳۹۴) ۲. تصویب بودجه برای حجاب (۱۳۹۱)	
سازمان تبلیغات اسلامی	۱. تدوین سند عفاف و حجاب ۲. برپایی نمایشگاه حجاب و عفاف ۳. تأسیس پژوهشکده مجازی عفاف و حجاب ۴. اجرای طرح آشنایی با فلسفه حجاب در مدارس ۵. راه‌اندازی ۱۵۰ سایت و ۱۰ نشریه	
سازمان صداوسیما	۱. پخش تبلیغات رایگان برای برندهای مد اسلامی ۲. برگزاری جشنواره بین‌المللی تولیدات رسانه‌ای حجاب و عفاف	۱. دفتر امور زنان
سپاه پاسداران	۱. اجرای پروژه عنکبوت ۲ (دستگیری مدل‌ها)	۱. مرکز بررسی جرائم سازمان‌یافته سایبری ۲. معاونت فرهنگی
سازمان بهزیستی	۱. تدوین و اجرای الگوی عفاف و حجاب مهدکودک‌ها (۱۳۹۰)	۱. معاونت اجتماعی ۲. امور بانوان
سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	۱. برگزاری نشست	۱. کمیته عفاف و حجاب

نام نهاد	اقدامات	زیرمجموعه‌های مسئول
شورای عالی انقلاب فرهنگی	۱. تدوین سیاست فرهنگی کشور (۱۳۷۱) ۲. تدوین اصول و مبانی و روش‌های اجرایی گسترش فرهنگ عفاف (۱۳۷۶) ۳. تدوین سیاست‌های فرهنگی ورزش زنان (۱۳۷۶) ۴. راهبردهای گسترش فرهنگ عفاف (۱۳۸۴) ۵. تدوین نقشه مهندسی - فرهنگی کشور (۱۳۹۲) ۶. تدوین نظام‌نامه پیوست فرهنگی طرح‌های کلان (۱۳۹۲) ۷. تأسیس بنیاد ملی عفاف و حجاب (شورای زنان) ۸. اولویت‌های حوزه فرهنگی ورزش کشور (۱۳۹۵)	۱. شورای فرهنگی و اجتماعی زنان (۱۳۷۶) ۲. شورای فرهنگ عمومی ۳. کمیته ترویج و گسترش فرهنگ عفاف (۱۳۸۴)
آستان قدس رضوی	۱. برگزاری همایش و مسابقه ۲. اهدای گل در خیابان ۳. اجرای طرح قاصدان نجابت ۴. طراحی پوستر ۵. انتشار مجموعه صوتی عفاف و حجاب (۱۳۹۶)	۱. معاونت تبلیغات و ارتباطات اسلامی ۲. تربیت‌بدنی
شهرداری و شورای شهر	۱. اجرای تبلیغات محیطی ۲. احداث اماکن ویژه بانوان ۳. اجرای برنامه جامع عفاف و حجاب در تهران ۴. تأسیس فرهنگ‌سراهای حجاب	۱. معاونت اجتماعی شهرداری ۲. معاونت منابع انسانی ۳. کمیسیون فرهنگی شورا
مرکز امور زنان و خانواده	۱. چاپ و توزیع کتاب در حوزه حجاب	
بسیج	۱. مؤسسه فرهنگی، هنری و کاربردی خیبر ۲. برگزاری راهپیمایی همایش بین‌المللی تجلیل از طلایه‌داران حجاب و عفاف	
نیروی انتظامی	۱. اجرای طرح دریا ۲. اجرای گشت‌های ارشاد ۳. بازدید از آرایشگاه‌های زنانه ۴. جشنواره عکاسی چادرهای آسمانی (۱۳۹۶)	۱. اداره نظارت بر اماکن ۲. معاونت اجتماعی ناجا ۳. پلیس امنیت اخلاقی
قوه قضاییه	۱. دستگیری مدل‌های ناهنجار اینستاگرام	۱. دادسرای جرائم رایانه‌ای

نام نهاد	اقدامات	زیرمجموعه‌های مسئول
مجمع جهانی اهل بیت	۱. همایش بین‌المللی تجلیل از طلاب داران حجاب و عفاف	
حوزه علمیه قم	۱. مؤسسه فرهنگی و پژوهشی طهورا ۲. مرکز تحقیقات طرح‌های کاربردی ریحانه‌النبی (لوازم التحریر اسلامی و...)	
سمن‌ها و غیردولتی‌ها	۱. انجمن تولیدکنندگان محصولات عفاف ۲. گروه سایبری ترویج عفاف و حجاب	

### چارچوب نظری

زندگی روزمره مردمان عادی تا قرن‌ها امری کاملاً بی‌اهمیت و بدون ارزش مطالعه محسوب می‌شد، اما در نهایت تلاش‌های نظری متفکران نشان داد امر روزمره نقطه آغاز هر تغییر خرد و کلان است. پس از آن همه امور مرتبط با زندگی روزمره به‌ویژه نحوه پوشش و لباس، هویتی تازه یافت و به موضوع مطالعات علمی و سیاست‌گذاری‌های رسمی بدل شد. مد تا سال‌ها امری مبتذل و ناچیز انگاشته شده است، اما در سال‌های اخیر همان اهمیتی را برای مطالعات فرهنگی یافته است که لغزش‌های کلامی و رؤیا برای روان‌کاوی دارد. مطالعات پوشاک می‌تواند مانند زندگی‌نامه اجتماعی<sup>۱</sup> عمل کند و ارتباط گذشته با حال را نشان دهد (ویلسون، ۱۳۹۴: ۳۶۶). کمبود پژوهش‌های مد در ایران سبب شده است تا مطالعه اکتشافی<sup>۲</sup> یکی از اهداف اصلی این پژوهش باشد. به تعبیر بلومر، پژوهش اکتشافی حرکت به‌سوی فهم دقیق‌تر از چگونگی طرح مسئله، درک داده‌های مناسب، کسب ایده‌هایی درباره خطوط و روابط معنادار و به‌دنبال آن کامل کردن ابزارهای مفهومی است (حبیبی، ۱۳۹۳: ۱۳۷). نقطه شروع این پژوهش، درک چستی سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و سنجش تأثیرگذاری غیرمستقیم آن‌ها بر درک جهان و معرفت اجتماعی شهروندان است

مفهوم مد لباس با بسیاری از مفاهیم جنجالی دیگری مانند «مدرنیته»، «شهرنشینی»، «مصرف»، «بدن‌مندی» و «ایدئولوژی» مرتبط است و می‌توان از منظرهای مختلف به آن نگریست. «فرهنگ جوانان»<sup>۳</sup> نخستین بار در دهه ۱۹۲۰ از سوی جامعه‌شناسان آمریکایی و آلمانی

- 
1. Social Biography
  2. Exploration
  3. Youth Culture

برای اشاره به ظهور یک فرهنگ بزرگ‌سالی که در میانه نظام‌های کار و مدرسه قرار داشت، شکل گرفت و با پایان جنگ جهانی دوم و تولد جامعه مصرفی به مفهومی مهم در کشورهای غربی تبدیل شد» (فیکسا، ۲۰۱۲: ۱-۲).

پوشاک و مد در میان کالاهای مصرفی متعلق به فرهنگ جوانان، سازنده پرمناقشه‌ترین مباحث بوده است؛ زیرا «شیوه لباس پوشیدن می‌تواند در جهت تثبیت یا براندازی وجوه گوناگون هویت‌های ما از قبیل جنسیت، نژاد، طبقه اجتماعی و سن عمل کند» (بنت، ۲۰۰۵: ۳) و همچنین ممکن است «مد آغازگر گفت‌وگو درباره مشکلات سیاسی و اجتماعی باشد که لازمه یک فرهنگ دموکراتیک است» (میلر، ۲۰۰۵: ۶).

تقسیم‌بندی مد براساس معیارهای طبقه و جنسیت سابقه‌ای طولانی دارد، اما مفهوم «مد سیاسی»<sup>۱</sup> با وام‌گیری عناصر پیشین افق جدیدی را گشوده است. پیشینه این مفهوم را می‌توان تا دهه ۱۹۳۰ میلادی و استفاده کشورهای درگیر جنگ جهانی -به‌ویژه آمریکا، انگلیس و ژاپن- از لباس به‌مثابه ابزاری تبلیغاتی ردیابی کرد. اگرچه این لباس‌ها اکنون در موزه‌ها نگهداری می‌شوند، این روش تبلیغاتی هنوز هم بسیار محبوب و یکی از چهار شکل مد سیاسی است. دومین و معروف‌ترین شکل این نوع از مد، همه‌گیرشدن پوشش خاص چهره سیاسی مطرح مانند رئیس‌جمهوری، بانوی اول و... است. حتی اگر به‌کارگیری لباس‌هایی با هدف نمایش تمایلات ملی متعلق به یک حزب یا گروه سیاسی مشخص نباشد، باز هم در ذیل این مفهوم جای می‌گیرد. آخرین گروه «مد بیانگر»<sup>۲</sup> است که لباس را به وسیله‌ای برای اظهارنظر و اعتراض درباره یک حادثه سیاسی معین تبدیل می‌کند (استورک، ۲۰۱۱). مد بیانگر با تمرکز بر سویه‌های سیاسی «مد جوانان» و «مد مقابله‌ای» در جنبش‌های دانشجویی و فرهنگ عامه می‌تواند فرایندهای خلق معنا، مذاکره بر سر آن و مقاومت در برابر قدرت را پیگیری کند. موهای آشفته هیپی‌های آمریکایی و امتناع آنان از خوردن گوشت و کواکولا برای پژوهشگر وفادار به مفهوم مد بیانگر، دست‌کم هم‌اندازه بیانه‌های پرشورشان مهم است.

پدیده نسبتاً نوظهور مد و کارکردهای گسترده اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی‌اش به کلیدواژه‌ای برای فهم ابعاد مختلف زندگی مدرن از مصرف گرفته تا هویت‌یابی بدل شده است. فهم این پدیده مستلزم توجه به درهم‌تنیدگی آن با مفاهیم «بدن»، «طبقه»، «هویت»، «کلان‌شهر» و

«مصرف» در بستر تاریخی- اجتماعی مشخص است. زیمل مد را یک فرایند اجتماعی خودکار می‌داند که بدون حضور هر علت بیرونی حرکت می‌کند. در این میان، انگیزه‌هایی که پیشروی این فرایندها را تسهیل می‌کند، همیشه در دل خود فرایند متولد و تقویت می‌شود. همچنین پیش‌بینی یا تنظیم پیشاپیش نتایج آن‌ها برای هر فرد یا نهاد اجتماعی دشوار است؛ زیرا طبیعت آن‌ها اقتضا می‌کند با وجود و در بیشتر موارد برخلاف اراده کنشگران درگیر آن‌ها تحقق یابند؛ گویی که از نقشه‌ای پنهانی تبعیت می‌کند (گرونو، ۱۳۹۲: ۱۰۰).

میل به تمایزیابی نیز با ماهیت طبقاتی مد برطرف می‌شود؛ یعنی طبقه اجتماعی بالاتر به محض آنکه مد خود را در تصاحب طبقه پایین‌تر یافت، آن را رها می‌کند (زیمل، ۱۳۹۲: ۴۵۹). اگرچه ردپای توجه نظری به جسم را می‌توان تا افلاطون و همچنین گفت‌وگوهای الهیاتی پیگیری کرد، مسئله بدن بسیار دیرنگام و با چاپ کتاب «بدن و جامعه» برایان ترنر در سال ۱۹۸۴ وارد حوزه جامعه‌شناسی شد و توانست با تأکید بر تأثیرات ابعاد زمانی و مکانی فرهنگ بر کنترل و مدیریت بدن، چگونگی مخفی‌سازی قرائت‌های نژادپرستانه در پوشش «علم ژنتیک» را افشا کند.

فهم امروزی ما از بدن به‌مثابه بافته‌ای از امر فرهنگی و امر فیزیولوژیک حاصل پژوهش‌های گسترده انسان‌شناختی، جامعه‌شناختی و ارتباطی در این حوزه است. پژوهش کلاسیک ادوارد هال، فرهنگ‌شناس آمریکایی، درباره «فاصله یا فضای ارتباطی» در میان فرهنگ‌های مختلف، باب جدیدی در مطالعات بدن گشود. او با تقسیم روابط انسانی براساس چهار نوع فاصله صمیمانه، شخصی، اجتماعی و عمومی نشان داد کنشگران هر فرهنگی در درک فاصله ارتباطی مناسب، با یکدیگر مشترک و از کنشگران دیگر فرهنگ‌ها متفاوت هستند. پژوهش هال بعدتر به دلیل مرادف دانستن فرهنگ با «ملیت» و غفلت از مفاهیم طبقه، جنسیت و قومیت نقد شد.

### روش‌شناسی پژوهش

در این تحقیق از روش مصاحبه برای دریافت مواجهه جوانان با سیاست‌گذاری در زمینه پوشش استفاده شده و داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها تحلیل مضمون شده است. برای تحقق اهداف پژوهش پیش‌رو، نمونه‌ها بر مبنای طبقه اجتماعی و با در نظر گرفتن دو معیار محل سکونت و سطح تحصیلات از میان جوانانی در سنین ۱۸ تا ۳۰ سال انتخاب شدند، اما پس از ورود به میدان، نابسند بودن معیار انتخاب مصاحبه‌شوندگان نمایان شد. براساس مصاحبه‌های اولیه،

صرف‌نظر از طبقه اجتماعی، افرادی با پوشش‌های یکسان تجربه‌ها و احساسات مشابهی را مطرح می‌کنند؛ به همین دلیل انتخاب مصاحبه‌شوندگان بر مبنای نوع پوشش ادامه یافت و برای مصاحبه‌شوندگان زن سه نوع پوشش «مانتویی»، «چادری» و «محجبه بدون چادر» و برای مصاحبه‌شوندگان مرد دو نوع پوشش «مذهبی» و «معمولی» در نظر گرفته شد. منظور از پوشش مذهبی برای مردان به‌کارگیری هر یک از نشانه‌های مذهبی مانند شیوه پوشش پیراهن و... در ظاهر است که آنان را از مردانی با پوشش «معمولی» یعنی بدون هیچ نشانه مذهبی متمایز می‌کند؛ به طوری که اگر به اعضای دیگر جامعه، تصویر این افراد نشان داده شود، آن‌ها را فردی مذهبی معرفی می‌کنند. همچنین مصاحبه‌شوندگان زنی که ذیل عنوان پوشش «مانتویی» قرار گرفتند، برخلاف زنان «محجبه بدون چادر»، الزامی درونی یا بیرونی به رعایت‌کردن حدود مذهبی - و نه عرفی - در پوشش نداشتند. در جدول ۲ به‌منظور ناشناخته‌ماندن مصاحبه‌شوندگان نام آن‌ها بدون نام خانوادگی ذکر شده است.

جدول ۲. فهرست اسامی و مشخصات مصاحبه‌شوندگان

نام	سن	محل سکونت	مدرک تحصیلی	نوع پوشش
۱ مهدی	۲۵	نارمک	دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق	مذهبی
۲ نگار	۳۰	اکباتان	دانشجوی کارشناسی ارشد هنر	مانتویی
۳ فرید	۲۸	هفت‌حوض	فوق‌لیسانس صنایع	معمولی
۴ آذر	۲۳	سعادت‌آباد	دانشجوی ارشد مهندسی مالی	مانتویی
۵ نورا	۱۹	زعفرانیه	دانشجوی کارشناسی ادبیات فارسی	چادری
۶ آتوسا	۲۷	کریم‌خان	لیسانس شیمی	مانتویی
۷ سحر	۲۴	سهروردی	لیسانس حسابداری	محجبه بدون چادر
۸ احمد	۳۰	شهرری	لیسانس عمران	معمولی
۹ امیر	۲۹	نارمک	لیسانس مکانیک	معمولی
۱۰ محمد	۲۳	پونک	لیسانس حقوق	معمولی
۱۱ کیمیا	۲۱	فاطمی (مجردی)	دانشجوی زبان چینی	مانتویی
۱۲ مطهره	۲۶	سعادت‌آباد	دانشجوی کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری	چادری
۱۳ امیر	۲۷	جمهوری	لیسانس ادبیات عرب	مذهبی
۱۴ آیلا	۲۸	ولیعصر	لیسانس علوم سیاسی	محجبه بدون چادر
۱۵ فیروزه	۲۶	پاکدشت	لیسانس روابط عمومی	چادری
۱۶ سروش	۲۲	ولنجک	لیسانس برق	مذهبی

نام	سن	محل سکونت	مدرک تحصیلی	نوع پوشش
۱۷ منصوره	۲۵	خوابگاه (ولنجک)	دانشجوی ارشد حقوق	محجبه بدون چادر
۱۸ احسان	۳۰	تهران پارس	دیپلم	معمولی
۱۹ امیرحسین	۲۱	شهران	دیپلم ردی	معمولی
۲۰ فهیمه	۲۸	نارمک	فوق دیپلم حسابداری	مانتویی
۲۱ محمدمهدی	۲۴	تهران پارس	دیپلم	مذهبی
۲۲ سینا	۲۴	دهکده المپیک	دیپلم	معمولی
۲۳ علی	۱۸	پل چوبی	دیپلم ردی	معمولی
۲۴ زهرا	۱۹	نسیم شهر	دیپلم ردی	مانتویی
۲۵ نرگس	۱۸	نسیم شهر	دیپلم	مانتویی

### یافته‌های پژوهش

در این بخش، دریافت عملی مصاحبه‌شوندگان جوان درباره موضوع پوشش و پوشاک خود و دیگران و نقش سیاست‌گذاری‌ها در آن تحلیل شده است. در واقع در این بخش، بینش شکل گرفته در میان جوانان، درباره پوشش به دنبال اعمال بیش از یک دهه سیاست‌های گوناگون درباره مد و لباس تبیین شده است.

تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد جز یک نفر، سایر مصاحبه‌شوندگان هیچ‌گاه به کسی درباره لباس تذکری نداده‌اند و خود نیز به ندرت از سوی شهروندان - و نه مأموران حراست یا گشت‌های ارشاد- تذکری دریافت کرده‌اند. پاسخ‌های مشترک درباره چرایی تذکرندگان به دیگران از قبیل «من چنین جسارتی نمی‌کنم»<sup>۱</sup>، «خودم را در جایگاهی نمی‌بینم که به کسی تذکر بدهم»<sup>۲</sup>، «دوست ندارم به کسی تذکر بدهم»<sup>۳</sup>، «هرکسی حق آزادی پوشش دارد»<sup>۴</sup> و «اگر کسی بدترین لباس را بپوشد به کسی کاری ندارم»<sup>۵</sup> نشانه‌ای از علاقه و همچنین التزام جوانان به حق انتخاب دیگران و نیز تسامح در قبال آرا و عقاید متکثر است.

۱. نگار، ۳۰ ساله

۲. احمد، ۲۹ ساله

۳. منصوره، ۲۷ ساله

۴. آیلا، ۲۸ ساله

۵. علی، ۱۸ ساله



اعتقاد و احترام به حق انتخاب دیگران و نمود عینی آن در مد و لباس را می‌توان در مخالفت مصاحبه‌شوندگان با نظارت بر لباس و مد نیز دید. با وجود هم‌صدایی مصاحبه‌شوندگان متکثر در ابراز مخالفت با گشت‌های ارشاد که یکی از شکل‌های نظارتی رایج است، می‌توان پاسخ‌ها و دلایل را بر مبنای پوشش گویندگان آن تفکیک کرد. مخالفانی با پوشش معمولی (زنان مانتویی و آقایانی با ظاهری عاری از دل‌بستگی مذهبی) و بی‌اعتقاد به اصل حجاب، مخالفت خود با نظارت بر پوشش و به‌ویژه گشت ارشاد را امری چنان بدیهی می‌دانستند که در برابر پرسش از چرایی این موضع‌گیری نگاه‌هایی حاکی از تعجب داشتند. درست در نقطه مقابل آن، افرادی با ظاهری مذهبی که مخالف گشت ارشاد بودند، این مخالفت را بدیهی نمی‌دانستند و درباره آن بیش از پاسخ سایر سؤالات توضیح دادند. اگرچه مذهبی‌ها نیز دغدغه‌هایی برای حفظ ارزش‌های دموکراتیکی چون فردگرایی و آزادی بیان داشتند، در بیان آن چندان قاطع نبودند. برای مثال نورا، ۱۹ ساله (چادری) می‌گوید: «مخالف نظارت بر لباس هستم؛ چون فکر می‌کنم که هرکسی می‌تواند براساس سلیقه خودش در انتخاب لباس آزاد باشد. حس می‌کنم که گشت ارشاد و رفتارهایی این‌چنینی خیلی کار درستی نباشد.» همچنین فیروزه، ۲۶ ساله (چادری) می‌گوید: «هرکسی هر جور که دوست دارد، باید لباس بپوشد؛ البته عرف‌ها باید رعایت شود، ولی اجباری بودن حجاب را دوست ندارم.»

دلیل عمده مخالفت جوانان مذهبی با نظارت بر پوشش به ناکارآمدی این روش بازمی‌گردد. اگرچه جوانانی با پوشش‌های معمولی نیز به این ناکارآمدی اشاره کردند، با به‌کارگیری ضمیر «آن‌ها» - و نه «ما» - بی‌علاقگی و بی‌تفاوتی خود به هدف نهایی چنین نظارتی را نشان دادند. مقایسه ضمائر به‌کاررفته در دو پاسخ زیر نشان می‌دهد، اگرچه هر دو گروه به ناکارآمدی این روش واقف هستند، همه پاسخ‌دهندگان خود را در این شکست سهیم نمی‌دانند: احمد، ۲۹ ساله (معمولی) می‌گوید: «اگر می‌خواهند لباسی ایرانی - اسلامی تولید کنند، باید ابتدا با طراحان و کارخانه‌ها هماهنگ کنند تا آن لباس وارد بازار شود... اما وقتی چیزی نیست، مردم مجبورند از سایت‌های خارجی و طراحی‌های خارجی استفاده کنند»، اما مهدی، ۲۵ ساله (مذهبی) می‌گوید: «کاملاً مخالفم. به نظرم یکی از دلایلی که باعث شده پوشش‌های نامتعارف شکل بگیرد، همین گشت ارشاد است. ما باید یک مد اسلامی خوب را طراحی و تا می‌توانیم برایش تبلیغ کنیم تا به آن سمت بروند.»

### رویکرد منتقدانه جوانان دیندار به سیاست‌گذاری در زمینه پوشش

بسیاری از جوانان با ظاهر مذهبی نقدهایی به رویه‌های کنونی در سیاست‌گذاری در حوزه پوشش مطرح کرده‌اند؛ برای مثال سحر، ۲۴ ساله (محببه) می‌گوید: «شاید حالا گفتن این مطلب درست نباشد، اما اگر از اول هرکسی خودش انتخاب می‌کرد، الان تعداد افراد باحجاب خیلی بیشتر از این بود.» مهدی، ۲۵ ساله (مذهبی) هم معتقد است که «اگر یک فضای آزادی در جامعه ایجاد کنیم، هرچند ما بحث آزادی و اخلاق را داریم و با درصدی از برهنگی در غرب هم مقابله می‌شود... اگر آزادی ایجاد شود تا هم قشر اسلام‌گرا هم قشر لائیک پوشش خودشان را تبلیغ کنند، قطعاً الگوی اسلامی می‌تواند بر الگوی لائیک غالب شود.»

هرچند جوانان مذهبی به دو دلیل آزادی بیان و ناکارآمدی با گشت ارشاد مخالفت کردند، همچنان می‌توان سویه‌هایی از سنت غیریت‌سازی به‌منزله یکی از موانع تحقق جامعه مدنی را در استفاده از عبارات دید: «باید به شعور فرد واگذار شود»<sup>۱</sup>، «اگر کسی عقلش نمی‌رسد، باید در نادانی بماند تا خودش به این نتیجه برسد که باید لباس بلند بپوشد»<sup>۲</sup> و «مردم باید خودشان بفهمند چه خوب است و چه بد. اگر هم نفهمیدند، نفهمیدند»<sup>۳</sup> این عبارات نشان می‌دهد جوانان مذهبی خود را از حقیقتی بهره‌مند می‌دانند که بقیه هنوز آن را نفهمیده‌اند و نیاز به تبلیغ یا به تعبیر دیگری «فرهنگ‌سازی»<sup>۴</sup> دارند، اما جوانان غیرمذهبی پوشش را در گفتمان دینی قرار نمی‌دهند. در این میان، برای جوانانی که تحصیلات دانشگاهی ندارند، بیش از آنکه مذهب اهمیت داشته باشد، «عرف» تعیین‌کننده است؛ برای مثال تنها فرد کاملاً موافق با فعالیت گشت ارشاد، محمد مهدی، ۲۴ ساله (مذهبی) و دیپلم بود. او که خود به دیگران تذکر می‌دهد، معتقد است: «گشت ارشاد چیز خوبی می‌تواند باشد، چیز بدی نیست؛ چون از یکسری ناهنجاری‌ها جلوگیری می‌کند.»

احسان، ۳۰ ساله (معمولی) معتقد است: «حالا بعضی‌ها خیلی از حد می‌گذرانند و دیگر طرز لباس پوشیدن را بلد نیستند یا در خانواده ایشان این جور جا افتاده است؛ بعضی تذکرها مناسب است و بعضی دیگر نه. نظارت باید باشد، اما نه اینکه خیلی هم سختگیری شود.»

۱. مطهره (چادری)، ۲۶ ساله

۱. فهیمه (معمولی)، ۲۹ ساله

۲. امیر (مذهبی)، ۲۷ ساله

۳. منصوره (محببه)، ۲۷ ساله

## نسبت جغرافیا و پوشش

تمام مصاحبه‌شوندگان زن بی‌اعتقاد به حجاب اظهار کردند اگر ساکن شهر بزرگی خارج از ایران باشند، حتماً نوع لباس پوشیدن خود را تغییر می‌دهند، اما این هماهنگی در پاسخ آن‌ها به تغییرات احتمالی حاصل از سکونت در شهری کوچک‌تر یا روستا وجود نداشت. به عبارت دیگر، بیشتر افراد متعلق به طبقه متوسط حدی از همراهی را در پاسخ‌های خود نشان می‌دادند، اما سایر مصاحبه‌شوندگان این تغییر را ضروری نمی‌دانستند. نگار، ۳۰ ساله می‌گوید: «اگر به شهر بزرگ‌تری مثل واشنگتن بروم، مانتو نمی‌پوشم یا اگر به شهر کوچک‌تری بروم قطعاً سعی می‌کنم برای حفظ حرمت خودم در جمع، لباس جمع‌تری بپوشم.»

آتوسا ۲۷ ساله می‌گوید: «قبلاً سه ماه تابستان که به خانه خاله‌ام در بابلسر می‌رفتیم، من هیچ‌گاه از لباس‌هایی که در تهران می‌پوشیدم استفاده نمی‌کردم؛ چون هم مردم در خیابان تذکر می‌دادند- البته برای من پیش نیامد، اما دیدم که به دخترخاله‌ام تذکر دادند- و هم خیلی بد نگاه می‌کردند و هم گشت خیلی زیاد بود و خیلی راحت می‌بردند و هم اینکه خیلی شهر مذهبی بود و نمی‌توانستم با خیال راحت مانتوی کوتاه بپوشم.»

با وجود همراهی مصاحبه‌شوندگان زن متعلق به طبقه متوسط با عرف شهری کوچک‌تر، زنان متعلق به طبقه مرفه حاضر به این تغییر نبودند. کیمیا، ۲۱ ساله، می‌گوید: «خب اگر خارج بودم، حجاب نداشتم. من خودم شیرازی هستم و تبیم در شیراز با تهران هیچ فرقی ندارد و اگر به شهر کوچک‌تری هم بروم اصلاً تغییری در لباسم ایجاد نمی‌کنم.»

تحلیل پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان مرد نشان می‌دهد پوشیدن شلوارک، رؤیای مشترک مردان «معمولی» است و در اینجا نیز نسبتی میان طبقه و میزان همراهی احتمالی با عرف هر محیط را می‌توان دنبال کرد. به عبارت دیگر مردان متعلق به طبقه متوسط به پایین، بیشترین و مردان متعلق به طبقه بالا کمترین همراهی را برای اعمال تغییرات احتمالی از خود نشان دادند. احمد ۳۰ ساله می‌گوید: «صد درصد تغییر می‌کند... مثلاً اگر لباس‌هایی را که در تهران می‌پوشی و به چشم نمی‌آیی، همان را در یک شهر کوچک بپوشی به چشم می‌آیی و مجبوری برای این‌که از آن نگاه فرار کنی، مثل خودشان باشی. در تابستان خیلی از پسرها دوست دارند با شلوارک بیایند، ولی در تهران نمی‌توان چنین کاری کرد، اما در نیویورک می‌توان.»

فرید، ۲۸ ساله می‌گوید: «اگر با لباس‌هایی که الان می‌پوشم، در یک شهر کوچک انگشت‌نما شوم، فکر کنم به مرور شبیه بقیه آدم‌ها شوم. خیلی دوست دارم که لم‌خارج از ایران آقایان خیلی راحت در خیابان شلوارک و آستین حلقه می‌پوشند، اما این در ایران جا نیفتاده است.» احسان، ۳۰ ساله می‌گوید:

«لباس را باید طبق همان شهر انتخاب کرد؛ مثلاً اگر لباسی را که در تهران می‌پوشی، در شهرستان بیوشی یک نگاه خاص دیگری بهت دارند. باید خود را با شهر وفق داد.»

اگرچه مصاحبه‌شوندگان مرد طبقه متوسط به تأثیر فشار اجتماعی بر چگونگی پوشش اذعان داشتند، گاهی مقاومت‌هایی نیز نشان می‌دادند. مصاحبه‌شوندگان مرد مرفه‌تر نیز عموماً بیان کردند چندان اهمیتی به عرف شهر کوچک‌تر نمی‌دهند. همچنین مصاحبه‌شوندگان مرد مذهبی بیان کردند که نوع پوشش خود را در هیچ مکانی تغییر نمی‌دهند، اما زنان مذهبی - و مخصوصاً چادری - رویکرد متفاوتی در برابر مردان درپیش گرفتند.

### شهرهای بزرگ‌تر و بازاندیشی در پوشش زنانه

در مصاحبه‌ها دختران چادری برخلاف زنان عرب که حتی در کشورهایی با قانون ممنوعیت برقع حاضر به تغییر پوشش سنتی خود نیستند، برای تغییر در پوشش اظهار آمادگی کردند و علت اصلی آن را «عرف» و «پذیرش اجتماعی» دانستند. اگرچه آنان برای ورود به شهر یا محیطی کوچک‌تر مانند ایلات، روستاها و... حاضر به ایجاد تغییر در پوشش خود نبودند، برای دریافت پذیرش اجتماعی محیطی بزرگ‌تر به تغییر تن دادند. مطهره، ۲۶ ساله می‌گوید: «مطمئناً اگر از ایران بروم، حجابم را کنار نمی‌گذارم، اما چادر هم نمی‌پوشم؛ چون ممکن است که جامعه آنجا مرا نپذیرد.» منصوره، ۲۵ ساله می‌گوید: «اگر خارج از ایران باشم، نوع پوششم تغییر می‌کند؛ مثلاً اگر اینجا مانتو می‌پوشم آنجا شاید بلوز بپوشم، ولی حجابم را خواهم داشت؛ چون به هر حال بخشی از پوشش را عرف تعیین می‌کند و اینجا مانتو نشان‌دهنده محجبه‌بودن است، اما اگر خارج از ایران یک تونیک پوشیده تن کنم، آن هم حجاب تلقی می‌شود. همان‌طور که اگر به برخی از کشورهای حوزه خلیج فارس بروم یک تونیک، حجاب نیست.»

می‌توان نتیجه گرفت که زنان و مردان متعلق به طبقات بالاتر یا دست‌کم آنانی که با وجود وابستگی به این طبقه منزلت‌جو هستند، تنها زمانی پوشش خود را تحت الزام فشارهای اجتماعی تغییر می‌دهند که آن فضای جدید را ارزشمندتر تلقی کنند.

### پوشش و احساس آزادی

مصاحبه‌شوندگان چادری بر آزادی عمل خود هنگام خرید تأکید داشتند؛ برای مثال مطهره، ۲۶ ساله می‌گوید: «من هیچ محدودیتی نمی‌بینم؛ چون ما در خانواده و مجالسمان هر جور که بخواهیم، لباس می‌پوشیم و جلوی محارم هم چون حجاب نداریم، می‌دانیم که هر چه در جامعه وجود دارد، ما

یک جایی برای پوشیدن آن داریم.» از سوی دیگر، زنان بی‌اعتقاد به حجاب نه تنها احساس آزادی پوشش نداشتند، بلکه در مواردی قانون حجاب را مختل‌کننده زندگی روزمره خود ذکر کردند و درباره آن به شدت خشمگین بودند: آذر، ۲۳ ساله می‌گوید: «برای من گشت ارشاد عامل محدودکننده‌ای است... و من هم خیلی بدم می‌آید که کسی به من توهین کند یا با لحن نامناسبی حرف بزند. این محدودیت خیلی من را عصبانی می‌کند؛ چون بعضی جاها را که نمی‌توان با ماشین شخصی رفت {طرح ترافیک} من از ترس گشت کلاً نمی‌روم.»

آتوسا، ۲۷ ساله می‌گوید: «اصلاً احساس آزادی نمی‌کنم؛ گشت، خانواده و جامعه محدودم می‌کنند. خیلی به این محدودیت‌ها عادت کردیم؛ چون به هر حال با آن‌ها بزرگ شدیم، اما گاهی اوقات خیلی بهم فشار می‌آید که نمی‌توانم هر چه دلم می‌خواهد در خیابان بپوشم؛ مثلاً شلوارهای پاره خفن.»

زهره، ۱۸ ساله می‌گوید: «احساس محدودیت می‌کنم و آن‌طور که دلم می‌خواهد نمی‌توانم لباس بپوشم؛ نه فقط به خاطر کسانی که این قوانین را گذاشتند، بلکه داخل خانواده هم یک افکار قدیمی وجود دارد.»

مردانی با ظاهر مذهبی که هیچ‌گاه تذکری از سوی خانواده‌های خود دریافت نکرده بودند، در انتخاب لباس احساس آزادی داشتند و برخی از آن‌ها حتی طرح این سؤال را عجیب و موضوعی بیشتر «زنانه» می‌دانستند؛ برای مثال مهدی، ۲۵ ساله گفت: «این را اگر از خانم‌ها بپرسید، بهتر است»، اما مردانی با ظاهر غیرمذهبی علاوه بر آنکه در پاسخ به سؤالی دیگر ابراز کردند که به دلیل «قضاوت‌ها» نمی‌توانند آن‌گونه که می‌خواهند (با شلوارک) در خیابان ظاهر شوند، درباره این سؤال نیز چهار عامل محدودکننده نام بردند:

۱. استانداردها و قوانین محیط کار
۲. ارزش‌های خانوادگی
۳. شرایط بازار (غیبت برندهای مطرح در ایران)
۴. بدن.

### مدلول‌های بدون دال

بیشتر مصاحبه‌شوندگان صرف‌نظر از میزان پایبندی مذهبی معتقد بودند ظاهر چندان ارتباطی به تفکرات ندارد یا دست‌کم این ارتباط، مطلق نیست: نگار، ۳۰ ساله می‌گوید: «لباس نشان‌دهنده ارزش‌ها و اعتقادات نیست؛ اصلاً شاعر هم می‌گوید نه همین لباس زیباست نشان آدمیت (با خنده).» فیروزه می‌گوید: «نشان‌دهنده اعتقادات آدم هست، اما نه همیشه؛ الان یکسری‌ها چون دورو هستند یا جای خاصی کار می‌کنند، یک چیزهایی می‌پوشند که قبول ندارند.» آتوسا، ۲۷ ساله می‌گوید: «لباس هم

می‌تواند نشان‌دهنده اعتقادات باشد و هم می‌تواند ربطی به آن نداشته باشد؛ مثلاً خیلی‌ها را می‌بینیم که چادر را به زور خانواده سر می‌کنند و به آن اعتقادی ندارند.»

امیر، ۲۹ ساله می‌گوید: «نه واقعاً؛ چون نمونه‌هایی که من دیدم این‌طور نبودند؛ مثلاً دخترعموهای من که در دسته بدحجاب‌ها طبقه‌بندی می‌شوند و در فامیل هم شاید حجاب نداشته باشند، نمازشان را می‌خوانند و عقیده دارند. حالا کاری به درست و غلط آن ندارم، ولی این‌طور است.»

همچنین دو نفر از مصاحبه‌شوندگان ارتباط لباس با اعتقاد را تنها درباره روحانیون صادق دانستند. یک نفر نیز آن را مرتبط با سن می‌دانست و تنها یک نفر از پاسخ‌دهندگان قائل به ارتباط قطعی میان اعتقادات و ظاهر بود و سه نفر دیگر با درجه‌ای کمتر این دو را چندان بی‌ارتباط به یکدیگر نمی‌دانستند.

### سیاست‌زدایی از پوشش

اگرچه پوشش و نحوه حضور در اماکن عمومی پس از انقلاب موضوع بحث‌ها و سیاست‌گذاری‌ها بوده است، بیشتر جوانان چندان ارتباطی بین سیاست و لباس نمی‌بینند و آن را به کلی حوزه‌ای بی‌ارتباط به امر اجتماعی و سیاسی در نظر می‌گیرند. برخی نیز گام را از این فراتر گذاشته و مدعی شدند: «ما در این حوزه اصلاً سیاست‌گذاری نداریم.» همچنین مطالعه پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان به پرسش نسبت پوشش آن‌ها با سیاست‌های رسمی نشان می‌دهد، برخی افراد که از حیث پوشش مشابه یکدیگر بودند، برداشت‌هایی متفاوت از این نسبت ارائه می‌کردند؛ در نتیجه خوانش یکسانی درباره پوشش مطلوب وجود ندارد.

احمد، ۳۰ ساله می‌گوید: «شاید سیاست کشور در دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ روی لباس پوشیدن تأثیر داشت، اما از یک جایی به بعد آن‌ها به این نتیجه رسیدند که راه را اشتباه رفته‌اند و فکر نمی‌کنم الان روی لباس پوشیدن مردم حساس باشند؛ مگر اینکه شغل دولتی داشته باشی یا یک درس‌کد / قواعد پوشش خاصی حاکم باشد. من فکر می‌کنم هیچ ربطی به سیاست کشور ندارد و مردم را هم اگر در کوچه و خیابان نگاه کنی، می‌بینی هر که هرچه دلش می‌خواهد می‌پوشد.»

مهدی، ۲۵ ساله می‌گوید: «حاکمیت نرم شده و ول کرده است؛ اینکه آقای مطهری می‌گوید ما محدودیت پوشش نداریم، از نادانی‌اش نیست، بلکه می‌گوید جامعه ما به سمتی رفته که طرف تا در ماشین می‌نشینی، روسری‌اش را درمی‌آورد و حاکمیت هم نمی‌تواند بگوید که همه باید از یک الگو پیروی کنند.»

محمد، ۲۴ ساله می‌گوید: «من سعی می‌کنم که هنجارشکن نباشم و طبق عرف عمل کنم. ما در بحث مد سیاست‌گذاری نداریم که بگویید مردم چه چیزی را بپوشند و چه چیزی را نپوشند و این سؤال را باید از خانم‌ها پرسید؛ چون برای آقایان چنین چیزهایی نداریم؛ مثلاً درست است کسی که در اداره بازرگانی کار می‌کند با تی‌شرت سرکار برود؟ اصلاً جالب نیست، قشنگ هم نیست.»

همان‌طور که در پاسخ محمد اشاره شده است، بیشتر مصاحبه‌شوندگان با وجود اختلاف‌های ظاهری مدعی بودند به «عرف» توجه می‌کنند و نه تنها هیچ نگاه انتقادی درباره چگونگی شکل‌گیری آن نداشتند، بلکه به صورت تلویحی حدی از سرکوب را برای نقض‌کنندگان آن جایز می‌شمردند. به عبارت دیگر «عرف» برای برخی جوانان به منبعی تبدیل شده است تا از تفکر درباره سیاست بگریزند. سینا، ۲۴ ساله گفت: «آدم نسبت به هر جایی که می‌رود، باید یک پوشش داشته باشد و با توجه به درایت خود و آن مکان لباس بپوشد. خیلی به سیاست‌ها فکر نمی‌کنم و راحتی خودم مهم است.»

امیر ۲۹ ساله که «استانداردهای محیط کار را بیش از اندازه» می‌داند، معتقد است: «با انگشت‌نمایی چه بدحجابی به اصطلاح امروز و چه از آن طرف بام مخالفم. استاندارد محیط حالا چه دانشگاه و چه پیک‌نیک مهم است.» همچنین جوانان دین‌دار در پایبندی به اصل حجاب و پوشش بیش از آنکه به متون و آرای فقهی ارجاع دهند، بر درک و تجربه‌های خود تأکید می‌کردند و به نوعی حجاب را فردی‌سازی کرده‌اند. همچنین آنان برخلاف گفتمانی که حجاب را به «انقلاب» یا «دفاع مقدس» پیوند می‌دهد، آن را به اعتقادات مذهبی و عاری از سیاست وصل کردند. دختران طبقه متوسط که خود تجربه‌هایی از برخورد با ضابطان انتظامی داشته‌اند، بیش از سایر مصاحبه‌شوندگان به وجه سیاسی و اجتماعی پوشش قائل هستند و ضمن آنکه میان پوشش خود با پوشش مطلوب حاکمیت تفاوت قائل می‌شوند، از وجود این فاصله ابراز رضایت می‌کردند.

نگار، ۳۰ ساله می‌گوید: «در مجموع خیلی خرسندم که مورد تأیید سیاست رسمی نیستم و اصلاً دنبال تأیید گرفتن هم نیستم.» آذر، ۲۳ ساله می‌گوید: «لباس پوشیدن من آن‌قدر با سیاست رسمی هماهنگ نیست، اما آن‌قدر هم دور نیست؛ چیزی بینابین است و راضی هستم از اینکه با سیاست‌های رسمی فاصله دارم و دوست دارم این فاصله را هم بیشتر کنم.»

### طرد مد بیانگر

بیشتر مصاحبه‌شوندگان تجربه‌ای از بیان اعتراض سیاسی و اجتماعی توسط لباس نداشتند. براساس مصاحبه‌های صورت‌گرفته می‌توان بی‌میلی جوانان به مد بیانگر را در چهار دلیل زیر خلاصه کرد: پندار سیاست‌گریزی، فردگرایی، باور به نبود تأثیر مد بیانگر و خطرآفرینی.

### پندار سیاست‌گریزی و مد بیانگر

نکته مهم درباره افراد دارای پندار سیاست‌گریزی این بود که برخلاف تبلیغات رایج، رأی‌دادن را ابداً یک کنش سیاسی نمی‌دانستند و با وجود مشارکت در انتخابات، خود را «غیرسیاسی» و گاهی متنفر از سیاست و مباحث مرتبط با آن معرفی می‌کردند. فرید، ۲۸ ساله می‌گوید: «زمان انتخابات هم که بعضی از رنگ‌های خاص استفاده می‌کردند، من مثل همیشه بودم؛ چون اصلاً تمایلی به مسائل سیاسی چپ و راست و سبز و قرمز و آبی و بنفش ندارم و شاید آخرش یک رأی دادم و دنبال نکردم، یعنی نه در تظاهرات شرکت کردم و نه در ستاد کسی فعالیت کردم».

کیمیا، ۲۱ ساله می‌گوید: «نه، هیچ‌وقت. اصلاً در سیاست نیستم» و احسان، ۳۰ ساله می‌گوید: «اصلاً به سیاست علاقه خاصی ندارم و برای من مهم نیست».

### فردگرایی و مد بیانگر

آذر، ۲۳ ساله می‌گوید: «من کاملاً مخالف این هستم که بخواهم برای یک گروه خاص طرز لباس پوشیدن خودم را تغییر دهم».

امید، ۲۷ ساله می‌گوید: «می‌شود چنین کرد، ولی من اصلاً چنین کاری نکردم؛ حتی در زمان انتخابات چون این رفتار باعث می‌شود که آدم مثل همه باشد.» احمد، ۳۰ ساله می‌گوید: «زیاد دوست ندارم؛ چون اصلاً آدم فرقه‌ای و سیاسی نیستم که دنبال کسی راه بیفتم؛ حتی زمان انتخابات هم چنین کاری نکردم».

### باور به نبود تأثیر مد بیانگر

آتوسا ۲۷ ساله می‌گوید: «من هیچ‌گاه از لباس برای تبلیغ سیاسی استفاده نکردم، حتی در زمان انتخابات هم با اینکه برای یک کاندیدا تبلیغ می‌کردم، اما از رنگ و لباس خاصی استفاده نکردم چون با تغییر لباس که چیزی تغییر نمی‌کرد».

مطهره، ۲۶ ساله می‌گوید: «به هیچ‌وجه. این حالت‌ها را بیشتر جوگیری می‌دانیم. اگر کار عملی بتوانم انجام دهم و یک جایی تأثیر مثبت داشته باشم، حتی روی یک نفر، انجام می‌دهم، ولی نوع پوشش



را شعاری می‌دانم. من در دوران انتخابات در کمپین‌های کاندیدای مورد علاقه خودم شرکت کردم، اما پوشش با قبل و بعد هیچ تفاوتی نداشت.»

### خطر آفرینی و مد بیانگر

سحر، ۲۴ ساله می‌گوید: «همان دو روز آخر منتهی به انتخابات در مراسم‌ها شرکت کرده‌ام، اما چون هیچ اعتباری به این‌ها نیست، لباسم را به خاطر آن‌ها تغییر ندادم و از رنگ خاص و دستبند استفاده نکردم.» محمدمهدی، ۲۴ ساله می‌گوید: «نه. حتی در ایام انتخابات چون به دلیل کارم باید حواسم باشد.» تنها یک نفر از مصاحبه‌شوندگان که زندگی خود را عجین با سیاست می‌دانست، تجربه‌ای از به‌کارگیری لباس برای بیان اعتقادات در بازه‌ای غیر از ایام انتخابات داشت. هرچند او نیز بعد از مدتی به دلیل «ایدئولوژیک شدن زندگی‌اش» این رویه را تغییر داد.

### خرده‌فرهنگ جوانان و مدارا

اگرچه خرده‌فرهنگ جوانان با فرهنگ هژمونیک و همچنین فرهنگ خانواده در کشمکش است، مصاحبه‌ها نشان می‌دهد جوانان همان‌طور که در به‌کارگیری مد بیانگر، محافظه‌کارانه عمل می‌کنند، در مقابله با فرهنگ هژمونیک نیز پنهان‌کاری را بر مقابله رودررو ترجیح می‌دهند و عموماً با خانواده‌های خود نیز مدارا می‌کنند. احمد، ۳۰ ساله می‌گوید: «موقعی که جوان‌تر بودم، وقتی تی‌شرتی می‌گرفتم که یقه‌اش خیلی باز بود، یا شلواری که کمی زاپ‌دار بود، پدر یا مادرم می‌گفتند نپوش، خوب نیست! یا به مدل موی من گیر می‌دادند و من هم چون خیلی روی پدر و مادرم حساس هستم، آن لباس را دیگر نمی‌پوشیدم.» سینا، ۲۴ ساله می‌گوید: «چند وقت پیش من یک شلوار داشتم که سر پروژۀ کارگاهی می‌پوشیدم و پاره و شبیه شلوارهای زاپ‌دار شد و مامانم گفت فکر می‌کنم با توجه به شخصیتی که داری، این لباس در قالب شخصیت تو نمی‌گنجد. من به احترام مادرم نپوشیدم.» زهرا، ۱۸ ساله می‌گوید: «سر روسری‌پوشیدن خیلی با خانواده مشکل دارم. هر جا بتوانم و خانواده نباشند روسری‌ام را درمی‌آورم؛ مثلاً هیچ‌وقت توی ماشین روسری سرم نیست.»

بیشتر مصاحبه‌شوندگان به‌سختی حاضر می‌شدند درباره‌ی برخوردهایشان با خانواده گفت‌وگو کنند و اختلافات عموماً از خلال دیگر پرسش‌ها آشکار می‌شد. همچنین پذیرش معیارهای خانواده در جوانان طبقه پایین، بیشتر دیده می‌شود؛ برای مثال اگرچه امیرحسین، ۲۱ ساله مدعی بود که بیشتر خانواده‌ها همین‌طورند، مصاحبه‌شوندگان طبقه متوسط و مرفه، تذکرات کمتری از خانواده خود دریافت کرده‌اند و از اطاعت سر باز زده‌اند.

## نتیجه‌گیری

تحلیل مصاحبه‌ها وجود تکثر معنایی و هم‌پسته‌بودن آن با طبقه اجتماعی مصاحبه‌شوندگان را نشان می‌دهد. همچنین لباس، برای بسیاری از جوانان پدیده‌ای اجتماعی و زیباشناختی تلقی شده و سویه‌های سیاسی خود را برای آن‌ها از دست داده است. آنان پوشاک و سبک پوشش را کمتر با حوزه‌های ارزشی خود مرتبط می‌دانند. روند سیاست‌زدایی چنان بر ذهن زیست‌کنندگان و جوانان دهه ۱۳۹۰ مؤثر بوده است که بسیاری از آن‌ها به کلی مناقشات سیاسی در این زمینه را فراموش کرده‌اند و تصور می‌کنند پوشش انتخابی کاملاً فردی است و - بدون آگاهی از اسناد سیاستی موجود برای تغییر پوشش و نهادسازی‌های مرتبط با آن- هیچ سویه سیاسی برای آن قائل نیستند. در پژوهش پیش‌رو موفقیت سیاست‌گذاری‌ها نه با اهداف کلی ذکر شده در آن، بلکه بر مبنای اقتصاد سیاسی مطالعه شده است؛ بنابراین اگرچه مشاهدات عینی و اظهارنظرهای مسئولان مختلف از شکست سیاست‌گذاری‌ها درباره پوشش از جمله پوشش جوانان خبر می‌دهند، به دلایل زیر باید اعلام کرد که آن‌ها موفق بوده‌اند:

۱. اگر طبیعی‌سازی و تاریخ‌زدایی را نقطه غایی و هدف مطلوب سیاست‌گذاری‌ها بدانیم، یافته‌های پژوهش مؤید پیروزی و موفقیت سیاست‌گذاران است.
۲. یافته‌ها نشان می‌دهد، هم سیاست‌گذاری‌ها و هم فرایند سیاست‌زدایی در راستای اهداف بازار بوده است و با فاصله‌گرفتن از آرمان‌گرایی، مصرف‌گرایی را تشویق کرده‌اند. این امر با الزامات دولت‌های لیبرالی کاملاً هماهنگ است.

به نظر می‌رسد در بخشی از سیاست‌گذاری فرهنگی کشور در راستای ترویج فرهنگ پوشش بومی و دینی میان جوانان، از منطق بازار بهره گرفته شده است که مستلزم ترویج سبک‌ها و مدهایی از پوشش در مقطعی خاص با ابزارهای گوناگون از جمله رسانه‌های جمعی و اجتماعی و نیز سلبریتی‌ها و چهره‌های مشهور است. این موضوع در کوتاه‌مدت، موفقیت‌ها و دستاوردهایی را دربردارد و سیاست‌گذاران را به دستیابی به اهداف فرهنگی - اجتماعی مورد نظر خود در زمینه سبک پوشش و پوشاک ترویج‌شده امیدوار می‌کند؛ چرا که در عمل، نمودهای بارزی از پوشش ترویج‌شده را میان جوانان مشاهده می‌کنند، اما مسئله به این نحو بروز می‌یابد که رسانه‌های اجتماعی و جمعی، براساس منطق بازار عمل می‌کنند و به‌منظور تقویت پویایی‌های اقتصاد، پیوسته، مدها و سبک‌های گوناگونی از پوشش را ترویج می‌کنند. در این میان، ابزارهایی مانند سلبریتی‌ها نیز در خدمت آن قرار می‌گیرند و همین روند به مصرف

گرایی درباره پوشاک دامن می‌زند. این موضوع با اهداف اساسی فرهنگی در این زمینه، در تعارض است و ممکن است در کوتاه‌مدت به تولید سبک پوشش برآمده از زمینه فرهنگی بومی و ایرانی منجر شود، اما در بلندمدت، دامن‌زدن به فرهنگ مد، مدگرایی و مصرف‌گرایی در این زمینه، امری در تضاد با زمینه‌های فرهنگی بومی و تقویت‌کننده رفتارهای برآمده از اقتصاد سرمایه‌داری است.

### منابع

- ابراهیم‌بای سلامی، غلام‌حیدر (۱۳۸۵)، «فرهنگ و سیاست‌گذاری در ایران»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، شماره ۵: ۲۱۳-۲۳۴.
- اشرف، احمد (۱۳۵۹)، موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران. تهران: زمینه.
- بودریار، ژان (۱۳۹۰)، جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: ثالث.
- حبیبی، غلام‌حسین (۱۳۹۳)، بینش روش‌شناختی، تهران: کتاب همه.
- زیمل، گئورگ (۱۳۹۳)، درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی، ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: ثالث.
- گرونو، یوکا (۱۳۹۲)، جامعه‌شناسی سلیقه، ترجمه مسعود کیان‌پور، تهران: مرکز.
- ویلسون، الیزابت (۱۳۹۴)، مد و مدرنیته، ترجمه ناصرالدین غراب، تهران: علمی و فرهنگی.
- یورگنسن، ماریا و فیلیپس، لوئیز (۱۳۸۹)، نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- Anderson, J. E. (2003), **Public Policymaking an Introduction**, Boston: Houghton Mifflin Company.
- Bennett, A. (2005), **Culture and Everyday Life**, London: Sage.
- Caroe, C. (2009), **Islamic fashion, media debates and styles of interaction**. UK: university of Surrey.
- Miller, L. (2005), "youth and changing beautification practices" in **Japan's changing generation: are young people creating a new society?** Edited by Mathews & white, Routledge, pp. 83-97.
- Storck, M. (2011), **Fashion as a Communication and Information Method**, Scotland: University of Andrews.
- Tocqueville, A. (1969), **Democracy in America**, New York: Garden City.
- Vernoska, G. (2008), Political statements in Conceptual Fashion: The voice of national sentiments as a self-reference in **the Ready-To-Wear** collections of Alexander McQueen and Hussein Chalayan, **Annual Review**, No. 2 of European University - Republic of Macedonia, pp: 867-883.