

گزیده چکیده مقالات همایش

پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی-اسلامی

یازدهمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر
11th Fajr International Fashion & Clothing Festival

به کوشش:
سیده راضیه یاسینی



انجمن تخصصی
پوشش اسلامی شهرک ایران



انجمن تخصصی مد و لباس فجر
Fajr International Fashion & Clothing Festival



انجمن تخصصی
پوشش اسلامی شهرک ایران



**گزیده چکیده مقالات همایش
پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی**

به کوشش

سیده راضیه یاسینی



انجمن علمی
پژوهش‌های سری‌ایران



پژوهش‌های سری‌ایران
پژوهش‌های سری‌ایران
(Islamic Studies Research Center of Shiraz University)



پژوهش‌های سری‌ایران
پژوهش‌های سری‌ایران
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

عنوان: گزیدهٔ چکیده مقالات همایش «پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی»

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

به کوشش: سیده‌راضیه یاسینی

ویراستار: مهناز احدی

طرح جلد و صفحه‌آرایی: حسین آذری

نوبت چاپ: اول، تابستان ۱۴۰۱

شمارگان: ۱۵۰ نسخه

شابک: ۹۷۸.۶۰۰.۴۵۲.۳۹۷.۴

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پستی: ۶۲۷۴-۱۴۱۵۵ **تلفن:** ۰۸۸۹۰۲۲۱۳ **دورنگار:** ۰۸۸۸۹۳۰۷۶ **Email:** nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

سخن ناشر	۱
مقدمه	
سید مجید امامی (رئیس همایش)	۳
سخن آغازین	
سیده راضیه یاسینی (دبیر علمی همایش)	۷
محورهای همایش بین‌المللی پژوهش‌های راهبردی «پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی»	۱۱

۱. ابعاد فرهنگی اجتماعی سبک پوشش ایرانی اسلامی

حجاب و مبارزه: برآمدن گفتار «حجاب به مثابه آزادی» در آستانه انقلاب اسلامی	
قاسم زائری	۱۷
مطالعه نسلی خوانش دختران نوجوان و مادران از بازنمود سبک پوشش در صفحات زنان خرده‌سلب‌ریتی اینستاگرام	
منصوره حجاری، زینب شجاعیان	۲۱
بررسی پوشاک مردانه در ایران با نظر به شیوه‌های بازنمایی در رسانه‌های تصویری (مورد مطالعاتی: سال‌های ۱۳۷۰-۱۴۰۰)	
آمنه مافی تبار، عبدالله رحمانی	۲۳
تحلیل معناشناختی پوشش سلبریتی هادرش قرمز جشنواره‌های سینمایی از منظر هویتی عبدالله بیچرانلو، معصومه شمس	۲۵
کارکردهای رسانه‌ای لباس با هدف بازنمایی ایدئولوژی و هویت جمعی در سینمای ایران	
بهنام زنگی، مریم فارسی	۲۷
خوانش معناشناسی پوشاک در فیلم با تکیه بر نظریه رولان بارت (مطالعه موردی: فیلم گبه)	
مریم فارسی، بهنام زنگی	۲۹

نقد مبادی خشونت علیه زنان در نظام سرمایه‌داری غرب (مورد مطالعاتی: صنعت رسانه و تبلیغات مُد)

آمنه مافی تبار، فریده رفتاری ۳۱
آستین کوتاه؛ بررسی لباس آستین کوتاه مردانه در گفتمان‌های تاریخی، ادبی، دینی و قانونی

منصوره عرب ۳۳
آیا مدلینگ بانوان از مصادیق اکل مال به باطل (حرام) است؟

مریم شیرزادیان، مجید وزیری ۳۵
تحلیل گفتمان پوشش زن در ایران معاصر با تأکید بر نظریه تعادل جنسیتی

مهدی تکلو، صفورا سادات امین جواهری ۳۷
بررسی رابطه امنیت اجتماعی و گرایش به پوشش ایرانی اسلامی با نقش میانجی هویت‌یابی در جامعه زنان شهر بندرعباس

زینب حمدانی پور ۳۹

۲. مطالعات انسان‌شناختی جامعه‌شناختی سبک پوشش ایرانی اسلامی
زیبایی‌شناسی بومی به‌مثابه گفتمان بدن (خودتزیینی سنتی زنان عشایر عرب کُتی روستای حصار بالا)

طیبه عزت‌اللهی نژاد ۴۳
مطالعه بدن‌مندی، پوشش و ابراز هویت دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی
ریحانه حیدری، زینب خرمنی شاد ۴۵

واکاوی رویکردهای مرتبط با «جنسیت» در طراحی «فتاوری‌های پوشیدنی»
سید علی فارغ، یاسمن حاجیان فروشانی ۴۷

طراحی جواهر بر اساس شخصیت‌های زن در شاهنامه فردوسی
علیرضا اژدری، رائیکا خورشیدیان، صدیقه بیرمی نیا ۴۹
نقش نگرش دروازه‌بانان فرهنگی پوشاک در شکل‌دهی به هویت پوشش اجتماعی بانوان در شهر قم

نگار کاظمی اسفه، فریده طالب‌پور، سپیده یاقوتی ۵۱
فراتحلیل مطالعات متمرکز بر سبک پوشش
زهرا مجدی‌زاده، منصوره حجاری ۵۳

۳. مطالعات تاریخی تطورات سبک پوشش ایرانی
تحلیل نحوه دگرذیسی فرهنگی پوشش و پوشاک زنان دوره قاجار با اتکا بر گفتمان قدرت در اندیشه میشل فوکو

سمیه یزدانی کچویی، سپیده یاقوتی ۵۹

آسیب‌شناسی سوزن‌دوزی بلوچ در منطقه سراوان

- ۶۱..... الهام عصار کاشانی
- فرهنگ‌سازی در پوشاک دوره قاجار بر پایه بازنمایی‌های جنسیتی
- ۶۳..... سمیه یزدانی کچویی، سپیده یاقوتی
- واکاوی اقدامات و بسترسازی‌ها برای روی‌گردانی زنان از سبک پوشش عقیفانه از عهد ناصری تا پایان دوره قاجار
- ۶۵..... هادی یعقوب‌زاده
- بررسی پوشاک بانوان دوره ناصرالدین‌شاه قاجار با توجه به عکس‌های این دوره
- ۶۷..... سید ماهسون سجادی، مرجان قربانی
- تلفیق معماری سنتی با هنر طراحی لباس به سبک معماری اصفهانی خانه بروگردی‌های کاشان در دوره قاجار
- ۶۹..... سید ماهسون سجادی، نرگس علی‌زاده
- مطالعه تحلیلی پوشش عقیفانه زنان قاجار در آیینة قالی‌های تصویری
- ۷۱..... سمانه کااوند، سحر دیانتي

۴. چالش‌های رشد صنعت ملی پوشاک در ایران

نقش نهادهای محلی در مدیریت پسماند پوشاک

- ۷۵..... عرفان شمس
- نقش تعیین‌کننده زنجیره ارزش و زنجیره تأمین در پوشاک ایرانی
- ۷۹..... مریم جاقوری
- رشد صنعت پوشاک با رویکرد مُد پایدار
- ۸۱..... پردیس خیراللهی
- مقایسه چوقای بختیاری و چوقای طبری
- ۸۳..... ملیحه صفار خوزانی، شهره فضل وزیری
- بررسی دستگاه سنتی پارچه‌بافی کرچال و سیر تحول آن
- ۸۵..... ملیحه صفار خوزانی، اکرم ابراهیم بیگی چیمه
- طراحی پارچه بر اساس ساختارهای زنده و غیرزنده در الگوهای رفتاری
- ۸۷..... سحر شیخ
- تأثیر نقوش سوزن‌دوزی‌های ترکمن، طرح و رنگ آن روی ارزش ویژه‌برند در مانتوی اجتماع
- ۸۹..... هانیه عبدالآبادی، پیمان ولی‌پور
- سازیندی و الگوهای آماده روی اندام‌های ایرانی
- ۹۱..... فرحناز نقابت
- چالش‌های رشد صنعت ملی پوشاک در ایران
- ۹۳..... رقیه نصیری

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید. علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به عنوان متولی انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های مورد نیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی

نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود. ضمن آنکه پژوهشگاه اذعان می‌دارد، انتشار این آثار برای آشنایی کارشناسان با جدیدترین دیدگاه‌هاست و به منزله تأیید تمام محتوای آن‌ها نیست.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

مقدمه

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَ لِبَاسَ
التَّقْوَى ذَلِكُمْ خَيْرٌ ذَلِكُمْ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ. (اعراف ۷: ۲۶)

لباس در تاریخ انبیا و ادیان ابراهیمی از مفاهیم مهم در نسبت
و ماهیت زندگی دنیا و آخرت بوده است. هبوط آدم و حوا به دنیا و
آغاز زندگی توأم با تکلیف و امتحان و ابتلای ایشان همزاد افشا و
اشراف بر بدن و لزوم پوشاندن به مثابه فرهنگ فطری بوده است.
در طبیعت، از خاک پنبه می‌روید، از حیوان پشم تولید می‌شود و از
آب دهان کرم ابریشم. این‌ها، همه، از آیات الهی است که می‌تواند
مایه تذکر و بیداری انسان باشد؛ «ذَلِكُمْ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ.»
از سویی دیگر، لباس زمانی نعمت الهی است که بدن را بیوشاند؛
«يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ.» موضوع انزال و امتنان خداوند بر مخلوقات است.
لذا، پوشش و پوشاندن امری الهی است؛ «أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي.»
اما، برهنگی و برهنه‌کردن کار شیطان است؛ «فَوَسْوَسَ... لِيُبْدِيَ لَهُمَا
مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوَاتِهِمَا.» (اعراف ۷: ۲۰) لباس زیبایی است و
درعین حال، لباس تقوی، که طبق روایات ملکه عفاف است، بهتر از
آن و شرط توجه و به رسمیت شناختن آن است. لباس آدمی با عفاف
موجد هویت و زیبایی اوست و بدون آن، مخرب و تنزل‌بخش هویت
و فطرت. و عجب رمزی است که لباس به مثابه انتخابی دنیایی

این چنین مثال‌واره داستان آفرینش و تکامل ماست:

آدمیزاده طرفه معجونی است

کز فرشته سرشته و از حیوان

گر کند میل این، شود به از این

ور کند میل آن، شود پس از آن^۱

آراستگی و پوشش از مؤلفه‌های زیست انسان در دنیا و نمادی از هر نظم فرهنگی است. جامه تن دوّم و بارزترین ظهور از شخصیت و زیستار انسان در جامعه است. لباس نه فقط کالا و محصولی بازارپذیر و متأثر از طبیعت و اقلیم، بلکه آفرینشی خلاق و هنرمندانه است که حامل فخامت، منزلت و زیبایی صاحب آن است. صنعت مد، در بین صنایع فرهنگی و حتی در تحلیل کلاسیک تولید، از نخستین صنایع بزرگ جهان امروز با گردش ۵۰۰ میلیارد دلاری قلمداد می‌شود. فرهنگ عمومی جوامع با سبک پوشش، و اقتصاد امروز با پوشاک عجین است و این هر دو در احاطه صنعت نرم مد و فشن قرار دارند. کانون‌های الهام‌بخش نظام سرمایه‌سالاری در مد و فشن مدرن با تمام توان بر زنجیره ارزش این صنعت. از ایده، آموزش، طراحی، تولید و... گرفته تا صادرات. تسلط دارند و حتی ضایعات این صنعت در قالب محموله‌های لباس استوک یا دست‌دوّم و پسماند این صنعت را مدیریت می‌کنند و به کشورهای جنوب هدایت می‌کنند. در این میان، استقلال هر نظام فرهنگی ایجاب می‌کند، با احیای توأمان میراث و خلاقیت فرهنگی در عرصه‌های سبک زندگی و مصرف، شاهد بازگشت ابتکار عمل به جامعه و تمدن خویشتن باشیم. این مهم بدون بازخوانی تجارب گذشته و معاصر، تدقیق در مبانی و مسائل نظری، شناخت و

رصد و از همه مهم‌تر، تحقیق در راهبردهای تحول‌بخش ممکن نیست. نخستین همایش «پژوهش‌های راهبردی پوشاک ایران و سبک پوشش ایرانی اسلامی» تلاشی است برای تحول‌آفرینی در این میدان فراخ، یعنی پوشش و پوشاک. شورای فرهنگ عمومی و کارگروه سامان‌دهی مُد و لباس کشور افتخار دارد تا تعامل سیاست‌گذاران، نخبگان و هنرمندان را در این مسیر تمهید کند.

خیز و در کاسه زر آپِ طَرَبِناک انداز
بیشتر زان که شَوَد کاسه سَرِ خاک انداز
عاقبت منزل ما وادی خاموشان است
حالیَا غُلْغُلَه در گنبدِ افلاک انداز
چشمِ آلوده‌نظر، از رخِ جانان دور است
بر رخِ او نظر از آینه پاک انداز
به سِرِ سبزِ تو ای سرو که گر خاک شَوَم
ناز از سِرِ پینه و سایه بر این خاک انداز
دلِ ما را که ز ما سِرِ زلفِ تو بِخَسْت
از لپِ خود به شفاخانه تریاک انداز
مُلکِ این مزرعه دانی که ثباتی ندهد
آتشی از جگرِ جام، در املاک انداز
غسل در اشک زدم گاهلِ طریقت گویند
پاک شو اَوّل و پس دیده بر آن پاک انداز
یارب آن زاهدِ خودبین که به جز عیب ندید
دودِ آهیش در آینه إدراک انداز
چون گُل از نَکَهتِ او جامه قباکن حافظ
وین قبا در رَه آن قامتِ چالاک انداز

سید مجید امامی

رئیس همایش

سخن آغازین

حفظ و اعتلای فرهنگ پوشش اصیل ایرانیان، به نحوی که نمایای ذخایر غنی قومی و دینی آن‌ها باشد، از طریق سیاست‌گذاری‌های اثربخش و اقدامات اجرایی، همواره در دستورکار برنامه‌ریزی فرهنگی ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی بوده است. اما، وضع موجود نشان می‌دهد اقدامات متمرکز بر تحقیق و تتبع در عرصه نسبت سیاست با اقتصاد، فرهنگ و هنر، به‌ویژه در عصر جهانی‌شدن ارتباطات، در تبیین و ترویج سبک پوشش ایرانی و برخوردار از هویت ملی و دینی در کلان‌گفتمان انقلاب اسلامی همچنان ضروری است.

شناخت نسبت میان سیاست‌های فرهنگی در پدیده پوشاک با واقعیات تاریخی و اجتماعی پیش و پس از پیروزی انقلاب اسلامی؛ شناخت خوانش مخاطبان از برنامه‌های سیاستی در امر پوشش در نسبت با ذائقه‌های متنوع ایرانیان معاصر؛ تدوین برنامه‌های سیاستی در زمینه اقتصاد صنعت ملی پوشاک متأثر از تحولات فرهنگی، هنری و ارتباطاتی؛ دریافت نسبت میان حقوق فرهنگی و مسئله سبک پوشش؛ و دیگر موضوعاتی نظیر این‌ها از جمله حوزه‌های مهم مستلزم مطالعه به‌منظور برنامه‌ریزی راهبردی دقیق در تحقق سبک پوشش ایرانی اسلامی در چشم‌انداز پیش‌روست.

بر این اساس، رویکرد اصلی همایش علمی «پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی» بر رصد و پایش چالش‌های موجود در مسیر گسترش و تعمیق سبک پوشش ایرانی اسلامی قرار داده شد تا در امر سیاست‌گذاری فرهنگی، اقتصادی و هنری، به همفکری پژوهشگران در این عرصه یاری رساند.

محورهای موضوعی در این همایش معطوف به جریان‌سازی اندیشه‌ای برای دستیابی به راهبردهای معطوف به ترویج نظری و عملی سبک پوشش ایرانی اسلامی قرار داده شد؛ درحالی‌که مطالعهٔ راهکارهای تقویت اقتصاد صنعت پوشاک داخلی، با هدف همسویی بازار پوشاک ایران با اقتصاد مقاومتی، نیز در نظر بود. بدین منظور، محورهای چهارگانه: «ابعاد فرهنگی اجتماعی سبک پوشش ایرانی اسلامی»، «مطالعات انسان‌شناختی جامعه‌شناختی سبک پوشش ایرانی اسلامی»، «مطالعات تاریخی تطورات سبک پوشش ایرانی» و «چالش‌های رشد صنعت ملی پوشاک در ایران» در شورای علمی همایش تبیین و در فراخوان همایش اعلام شدند تا زمینهٔ نگارش آثار تحقیقی در این حوزه‌ها نه فقط برای این دوره از برگزاری همایش، بلکه برای دوره‌های دیگر پیش رو فراهم آید. با توجه به بازهٔ زمانی کوتاه میان اعلام فراخوان تا زمان برگزاری همایش، از میان آثار رسیده به دبیرخانه، گزیده‌ای از چکیدهٔ آثار در مجموعهٔ پیش رو ارائه شده است. مجموعهٔ پیش رو مشتمل بر چکیدهٔ مقالات و یک پایان‌نامه از میان همهٔ آثار رسیده به این همایش است که ذیل چهار محور اصلی همایش نظام یافته‌اند. متن مقالات راه‌یافته به همایش در کتاب مجموعه مقالات همایش نیز به انتشار خواهند رسید.

سخن آغازین-۹

امید است زمینه‌های لازم برای پژوهش‌های عمیق، هدفمند و معطوف به مسائل سبک پوشش و صنعت ملی پوشاک در ایران معاصر، بیش از پیش، فراهم شود تا رویدادهایی نظیر این همایش بتوانند محل عرضه حاصل آن‌ها به مدیریت فرهنگی هنری کشور شوند و برنامه‌ریزان فرهنگی را با منابع لازم برای تدوین برنامه‌های عملی و کارساز مواجه کنند.

سیده راضیه یاسینی

دبیر علمی همایش

محورهای همایش بین‌المللی پژوهش‌های راهبردی «پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی»

هم‌زمان با برگزاری یازدهمین جشنوارهٔ مد و لباس فجر، اولین همایش بین‌المللی پژوهش‌های راهبردی «پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی» در بخش جنبی برگزار شد. رصد و پایش چالش‌ها در زمینهٔ گسترش و تعمیق سبک پوشش ایرانی اسلامی برای زنان و مردان ایران در همهٔ گروه‌های سنی و دستیابی به راهبردهای معطوف به ترویج نظری و عملی آن از طریق جریان‌سازی اندیشه‌ای در فضای نخبگانی رویکرد اصلی در برگزاری این همایش بود. این همایش، همچنین، به مطالعهٔ راهکارهای تقویت اقتصاد صنعت پوشاک داخلی، با هدف همسویی بازار پوشاک ایران با اقتصاد مقاومتی، نظر داشت.

۱. ابعاد فرهنگی اجتماعی سبک پوشش ایرانی اسلامی

۱. معناشناسی سبک پوشش عقیف در ادیان توحیدی با تأکید بر اسلام
۲. مفهوم‌شناسی سبک اسلامی پوشش مبتنی بر کتاب و سنت
۳. زیبایی‌شناسی حیا در سبک پوشاک دینی
۴. پوشاک و درونی‌سازی ارزش‌های دینی (مطالعات فقهی و عرفی)
۵. تطورات فرهنگی اجتماعی سبک پوشش ایرانیان در مواجهه با فرهنگ جهانی شده

۶. حکمرانی، اقتصاد پوشاک و سبک پوشش در ایران معاصر
۷. سواد فرهنگی ایرانیان معاصر و انتخاب سبک پوشش
۸. راهبردهای ذائقه‌سازی در ترویج سبک پوشش (رسانه، سلبریتی)
۹. نقد هنری دینی جریان غالب مُد و ترندهای معاصر در جهان

۲. مطالعات انسان‌شناختی جامعه‌شناختی سبک پوشش ایرانی اسلامی

۱. انسان‌شناسی بدن، پوشش و پوشاک معاصر ایرانیان
۲. انسان‌شناسی پوشش دینی در ایران و دیگر جوامع دینی
۳. انسان‌شناسی سبک پوشش سنتی و متعلقات (زیورآلات، دوخت‌ها و...) پوشاک اقوام ایرانی
۴. انسان‌شناسی پوشاک و سلامت جسمی و روانی (لباس و طب)
۵. روان‌شناسی مُد در ایران و نسبت آن با اقتضائات سبک پوشش ایرانی اسلامی
۶. چالش‌های سیاست‌گذاری فرهنگی برای بومی‌سازی سبک پوشش
۷. پوشش و ارتباطات میان فرهنگی اقوام ایرانی

۳. مطالعات تاریخی تطورات سبک پوشش ایرانی

۱. واکاوی معنایی اصالت «حجاب» از منظر تاریخ فرهنگی
۲. راهبردهای بومی‌سازی پوشاک غیرایرانی در ادوار تاریخی ایران
۳. آسیب‌شناسی رویکرد حکمرانی به سبک پوشش ایرانیان
۴. جهانی‌سازی و فرهنگ پوشش در ایران، مقاومت بومی
۵. تطورات هویتی لباس ایرانی در انقطاع تاریخی از سنت‌ها
۶. تطورات زیبایی‌شناسی تاریخی لباس ایرانیان
۴. چالش‌های رشد صنعت ملی پوشاک در ایران
۱. مطالعهٔ آسیب‌شناختی زنجیرهٔ تأمین در پوشاک ایرانی

محوه‌های همایش بین‌المللی پژوهش‌های راهبردی «پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی» ۱۳

۲. راهبردهای حفظ حقوق مالکیت فکری طراحان لباس
۳. راهبردهای رشد صنعت پوشاک ملی مبتنی بر محصولات مُد پایدار
۴. الزامات توسعه و نقش آفرینی نهادهای توسعه‌گر در تولید و عرضه پوشاک ایرانی اسلامی
۵. پیش‌ران‌های اقتصاد خلاق و مدل‌های کارآفرینی در صنعت ملی پوشاک
۶. نساجی ایرانی و صنعت ملی پوشاک
۷. اقتصاد بازار پوشاک و فرهنگ مصرف پوشاک ایرانی
۸. راهبردهای توسعه توان صادراتی و ارزآوری پوشاک ایرانی در منطقه

۱

ابعاد فرهنگی اجتماعی سبک پوشش
ایرانی اسلامی



حجاب و مبارزه: برآمدن گفتار «حجاب به مثابه آزادی» در آستانه انقلاب اسلامی

قاسم زائری^۱

پوشش زنان ایرانی، از اوان آشنایی نخبگان با تجدد، به مسئله تبدیل شد و تاکنون موضوع اصلی سیاست‌گذاری‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی بوده و هست. از مشروطه تا روی کار آمدن رضاخان، حجاب زنان به عنوان نشانه اسارت و بردگی بازنمایی شد و در دوره پهلوی اول، گفتار «حجاب به مثابه عقب ماندگی» غلبه یافت. سیاست «کشف حجاب اجباری» بخشی از تلاش منورالفکران ایرانی برای نجات زن ایرانی و البته مدرن‌سازی ایران بود. با این حال، در اثر مجموع تحولاتی که در نتیجه برکناری رضاخان و در فاصله دهه ۲۰ تا ۵۰ شمسی رخ داد، زمینه برای شکل‌گیری و غلبه گفتار «حجاب به مثابه آزادی» فراهم شد و حجاب به عنوان راه و نشانه‌رهایی و وسیله کمال زن بازنمایی شد؛ در اینجا، با پذیرفتن حجاب، زن وجود انسانی و شخصیت حقیقی خود را بازیابی می‌کند.

این مقاله به توصیف این چرخش گفتاری اختصاص دارد. روندهای متعددی به ظهور این گفتار تازه یاری رسانده‌اند: اولاً، در

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران. ir.ut.ac@qasem.zaeri

نتیجهٔ وقوع جنبش‌های اجتماعی جدید در اروپای غربی و امریکا زمینهٔ شکل‌گیری ادبیات انتقادی مهمی در مورد تجدد و شرایط فرهنگی مدرن فراهم شد. «زنان» و «جوانان» دو محور اصلی این نقد فرهنگی بودند که به دست نخبگانی مسلمان، نظیر علی شریعتی، به فضای فرهنگی ایران انتقال یافتند و در خدمت نقد فرهنگی و اخلاقی جامعهٔ شبه‌مدرن عصر پهلوی دوّم درآمدند. ثانیاً، تحولات پس از جنگ جهانی دوّم و شکل‌گیری نهضت‌های استقلال‌خواهانه و ضداستعماری در کشورهای مستعمره و غیرغربی موجب شکل‌گیری جریان‌های بازبانی خویشتن بومی و به‌ویژه هویت اسلامی در جهان اسلام شد. واسازی تجدد در قالب تاریخ اسلام ذیل مفهوم پرقدرت «جاهلیت جدید» توسط متفکرانی برجسته، نظیر ابوالاعلا مودودی و خاصه سید قطب، نگرش انتقادی تازه‌ای به وضع جوامع مسلمان، به‌ویژه از حیث وضع زنان مسلمان، پدید آورد. ثالثاً، سیاست فرهنگی دولت پهلوی دوّم با محوریت دفتر فرح در انتهای دههٔ ۴۰ و نیمهٔ اوّل دههٔ ۵۰ در قالب فناوری گفتمانی «جشن» (که از آن به «کشف حجاب دوّم» یاد می‌شود) موجب تشدید موضع انتقادی در برابر شرایط فرهنگی جامعهٔ ایران، به‌ویژه در خصوص زنان و استفادهٔ ابزاری از آن‌ها در سینما، مطبوعات و تبلیغات و جشن‌ها شد. «زن به مثابهٔ عروسک» مهم‌ترین گزارهٔ گفتاری منتقدان در مقابل گفتار حکومتی «زن امروزی» در این مقطع است. رابعاً، گسترش دامنهٔ نهضت انقلابی موجب شد علما و متفکران دینی، نظیر امام خمینی (ره) و مرتضی مطهری، امکان‌های درون دینی «مبارزه» با حکومت طاغوت را مورد شناسایی یا بازبینی قرار دهند. مباحثهٔ پرقدرتی پیرامون

حجاب و مبارزه: برآمدن گفتار «حجاب به مثابه آزادی» در آستانه انقلاب اسلامی - ۱۹

اهمیت و ارزشمندی «مبارزه»، و مسئولیت اجتماعی سوژه زن مسلمان پدید آمد که با عبور از الگوی زن سنتی، لوازم ظهور سوژه زن مبارز مسلمان در قیاس با سوژه زن مبارز مارکسیست را مفصل بندی کرد. از این رو، در آستانه انقلاب اسلامی و در نتیجه روندهای پیش گفته و ظهور گفتار تازه، حجاب در حکم کمال یافتگی زن همچون ابزاری در خدمت زندگی حقیقی مبتنی بر مبارزه بازنمایی شد.

در این مقاله، از دیدگاه آیزیا برلین در تمایز بین «آزادی مثبت» و «آزادی منفی»، و شیوه تحلیل گفتار میشل فوکو برای بررسی آثار و نوشته‌های متفکران و نویسندگان، مجلات، تبلیغات و خاطرات افراد بهره برده می‌شود.

واژگان کلیدی: حجاب، مبارزه، آزادی مثبت، جاهلیت مدرن، زن امروزی، حجاب به مثابه آزادی، انقلاب اسلامی، تحلیل گفتار.

مطالعهٔ نسلی خوانش دختران نوجوان و مادران از باز نمود سبک پوشش در صفحات زنان خرده‌سلبریتی اینستاگرام

منصوره حجاری^۱، زینب شجاعیان^۲

فرهنگ جهانی شده بازیگران متعدد و متنوعی را وارد عرصهٔ کنشگری کرده است. در زیست جهان جدید، تجربهٔ باز نمود بدن و تن یافتگی در رسانه‌های اجتماعی توسط کاربران فرهنگ بصری جدیدی را خلق کرده است. کاربران زن در شبکه‌های اجتماعی امکان بازنمایی پوشش‌های متنوع در صفحات خود را یافته‌اند که گاه در تقابل با گفتمان رسمی و غالب کشور قرار می‌گیرد. در گذشته، هنجارها و ارزش‌های مربوط به سبک زندگی از طریق نسل قبل به فرزندان منتقل می‌شد؛ در جهان جدید، با بازنمایی‌های گسترده و متنوع سبک زندگی و پوشش در شبکه‌های اجتماعی مواجه هستیم.

این چالش به خانواده‌ها محدود نیست و نهادهای سیاست‌گذار جامعهٔ ایرانی را در زمینهٔ سبک پوشش با مشکل روبه‌رو کرده است. در حالی که با مطالعه و درک ذهنیت نسل‌های مختلف می‌توان امیدوار بود که درک مشترکی از وجوه مختلف پوشش دینی حاصل

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران. hajjari@ut.ac.ir

۲. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه تهران. Zeinab.shojaeian@ut.ac.ir

شود. این امر به سیاست‌گذاران حوزه‌های فرهنگی و دینی نیز برای برنامه‌ریزی و ذائقه‌سازی کمک خواهد کرد.

بنابراین، تبیین خوانش دختران نوجوان و مادران دارای رویکرد دینی از بازنمود پوشش زنان در اینستاگرام توسط کاربران زن فعال هدف این پژوهش است. برای پاسخ به سؤال پژوهش، ضمن مروری بر مفاهیم سبک زندگی، فرهنگ جهانی شده و خرده‌سلبریتی‌های سبک زندگی، از نظریه دریافت استوارت هال استفاده شده است.

در روش پژوهش، مصاحبه‌های کانونی با دو گروه از دختران مذهبی نوجوان و همچنین مادران برای مطالعه و درک خوانش بین‌نسلی انجام شده است. بعد از انجام دادن مصاحبه، با روش تحلیل مضمون مقوله‌های اصلی و فرعی به دست خواهند آمد. این مضامین به درک تفاوت‌های خوانش این دو نسل و نحوه نگرش آن‌ها به پوشش دینی بازنمود شده در شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که در خوانش دختران نوجوان از پوشش بازنمایی شده در صفحات اینستاگرامی مورد مطالعه با خوانش نسل‌های پیشین تفاوت‌هایی وجود دارد. عدم مذاکره بین‌نسلی و کم‌توجهی خانواده‌ها به تطورات فرهنگی اجتماعی چالش‌های متعدد بین‌نسلی پدید آورده است.

واژگان کلیدی: خوانش بین‌نسلی، زنان، بازنمود، سبک پوشش، خرده‌سلبریتی اینستاگرام.

بررسی پوشاک مردانه در ایران با نظر به شیوه‌های باز‌نمایی در رسانه‌های تصویری (مورد مطالعاتی: سال‌های ۱۳۷۰-۱۴۰۰)

آمنه مافی‌تبار^۱، عبدالله رحمانی^۲

بررسی زمینه‌های پویایی، تغییر و تحول پوشاک مردانه در ایران معاصر (دورهٔ جمهوری اسلامی) از موضوعات مغفول در حوزهٔ پژوهش در طراحی پارچه و لباس است. پژوهش پیش رو با هدف مطالعهٔ چگونگی پوشش مردان ایران در سی سال اخیر شکل‌گرفت و پرسش پژوهش آن بود: پوشاک مردانهٔ ایرانی در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۴۰۰ دستخوش چه تحولاتی شده و با چه جزئیاتی تعریف‌شدنی است؟ از آنجا که مستند/مستندات متقن و متعدد با محوریت این موضوع به رشتهٔ تحریر درنیامده است، فیلم‌های سینمایی و مجموعه‌های تلویزیونی ساخته‌شده در این سال‌ها به‌عنوان بستر پژوهش‌گزینش شدند. نتیجهٔ مطالعه به شیوهٔ توصیفی تحلیلی و با تکیه بر روش‌های اسنادی و میدانی نشان داد: از دورهٔ مشروطه به بعد، لباس مردان ایرانی به تدریج هم‌شکل پوشاک جهانی

۱. عضو هیئت علمی گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکدهٔ هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران.
a.mafitabar@art.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکدهٔ هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران.
sam95@gmail.com

شد. اما در اواخر دهه ۱۳۵۰، با پیروزی انقلاب اسلامی و به دنبال آن، وقوع جنگ تحمیلی، پوشش مردان در ایران از این همسویی فاصله گرفت. در دهه ۱۳۷۰، با بازگشت کشور به شرایط عادی، به تدریج مُد و مُدگرایی در لباس دوباره مورد توجه واقع شد. دسترسی به اینترنت نیز در تسریع این روند تأثیر گذاشت. به این ترتیب، در سال‌های دهه ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰، با رشد پوشش در اصطلاح مُد روز بین مردان جوان اوضاع تغییر کرد. خوانندگان موسیقی داخلی و خارجی در شتاب گرفتن این جریان مؤثر واقع شدند؛ به طوری که امروزه لباس جوانان ایرانی همگام با مُد غربی در حال تغییر است و ردپای هویت ایرانی اسلامی در آن ناچیز و به زبان دقیق‌تر، نادیده است.

واژگان کلیدی: مرد ایرانی، پوشاک مردانه، رسانه‌های تصویری،

فیلم سینمایی، سریال تلویزیونی.

تحلیل معناشناختی پوشش سلبریتی‌ها در فرش قرمز جشنواره‌های سینمایی از منظر هویتی

عبدالله بیجرانلو^۱، معصومه شمس^۲

سلبریتی‌های سینمایی، به سبب جایگاه برجسته‌شان در جامعه به ویژه در نگاه هواداران، از ظرفیت تأثیرگذاری زیادی بر مخاطبان برخوردارند. همچنین، آن‌ها بعضاً امکان جریان‌سازی در جامعه را پیدا می‌کنند. یکی از زمینه‌های تأثیرگذاری سلبریتی‌ها در جامعه، به ویژه بر هواداران، در حوزه پوشش و مُد لباس است. گاه کوچک‌ترین جزئیات پوشش سلبریتی‌ها برای مخاطبان و هواداران، که آن‌ها را به مثابه الگوی زندگی خود برگزیده‌اند، اهمیت می‌یابد و از آنجاکه دوست دارند خود را هر چه بیشتر به سلبریتی موردعلاقه‌شان نزدیک و شبیه کنند، در زمینه سبک و الگوی پوشش نیز از او تأثیر می‌گیرند. از سوی دیگر، رویداد فرش قرمز جشنواره‌ها، در داخل و خارج از کشور، از برجسته‌ترین میدان‌هایی است که امکان نمایش پرحجم پوشش و مُد را به چهره‌ها اعطا می‌کند؛ چراکه در این مراسم‌ها توجه بسیاری از دوربین‌ها و رسانه‌ها به سوی آن‌هاست و این در مرکز توجه و تحسین بودن اساساً بخشی

۱. استادیار ارتباطات، دانشگاه تهران. bikaranlou@ut.ac.ir

۲. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه تهران. masoomeh.shams92@ut.ac.ir

از ماهیت سلبریتی است. از این منظر، تحلیل پوشش سلبریتی‌ها در جشنواره‌های سینمایی داخلی و خارجی، مقایسه آن‌ها با یکدیگر، میزان انطباق این پوشش با هویت ایرانی و اسلامی، و دال‌های هویتی مختلف آن اهمیت می‌یابند. در این پژوهش، ابعاد مختلف پوشش سلبریتی‌های ایرانی در جشنواره‌های سینمایی ایرانی و خارجی در دهه ۱۳۹۰ از منظر بازنمایی هویت تحلیل می‌شود. این تحلیل ابعاد تأثیرگذاری سلبریتی‌ها را از این جنبه روشن‌تر می‌کند و امکان مواجهه آگاهانه‌تر با آن را برای مخاطبان فراهم می‌کند.

واژگان کلیدی: پوشش مُد، فرش قرمز، سلبریتی سینمایی، هواداران.

کارکردهای رسانه‌ای لباس با هدف بازنمایی ایدئولوژی و هویت جمعی در سینمای ایران

بهنام زنگی^۱، مریم فارسی^۲

رسانه، به عنوان ابزاری مؤثر، ایدئولوژی و هویت را منتقل می‌کند. هویت جمعی و ایدئولوژی دو مفهوم عمده مرتبط با رسانه‌اند. هویت جمعی مجموعه‌ی مشترکی از نمادها و ارزش‌های مادی و معنوی مانند ادیان، آیین‌ها، بناها، متون مکتوب و تصاویر است. ایدئولوژی اصطلاحی پیچیده است که، بسته به زمینه کاربردش، تعاریف متنوعی دارد. هنرها و پدیده‌های مختلف نیز می‌توانند ماهیت یا کارکردی رسانه‌ای داشته باشند یا در مسیر انتقال پیام به رسانه کمک کنند. از آن جمله، لباس، به عنوان یک ابزار ارتباطی غیرکلامی، در ترویج و بیان هویت جمعی و ایدئولوژی غالب جامعه نقش دارد. این نقش می‌تواند در هنرهای تجسمی و تصویری، از جمله سینما، نیز به کار گرفته شود. مقاله‌ی پیش رو به عملکرد جامعه‌شناختی لباس در تبیین جایگاه هویت اجتماعی در مقایسه با ایدئولوژی می‌پردازد و چرایی و چگونگی کارکرد ایدئولوژی در فیلم‌های سینمایی ایرانی پرسش‌های اصلی آن‌اند. برای

۱. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. behnamzangi@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد فرش، دانشگاه هنر، تهران. Maryam.farsi87@gmail.com

چارچوب نظری مقاله از نظریهٔ لوئی آلتوسر استفاده شده است تا علل دوگانگی لباس در فیلم‌های ملی و بین‌المللی، که به مراتب بیشتر از هویت با تسلط ایدئولوژی مرتبط است، شناخته شود. از سوی دیگر، به سبب ایدئولوژی حاکم بر جامعه، هویتی نامرئی در پوشش وجود دارد. آلتوسر معتقد است: قبل از مدرنیسم، دولت‌ها با کمک ابزارهای قدرت سعی در حفظ حاکمیت خود داشتند؛ اما در عصر مدرن، راه حفظ قدرت ناملموس و از طریق ابزارهای ایدئولوژیک مانند آموزش، ادبیات و رسانه است. در این مقاله، فیلم‌های برگزیدهٔ سینمای ایران در جشنواره‌های جهانی انتخاب شدند و اشکال تلاش برای تبیین هویت جمعی و ایدئولوژی در آن‌ها بررسی شد.

واژگان کلیدی: هویت جمعی، ایدئولوژی، فیلم، پوشاک، سینمای ایران.

خوانش معناشناسی پوشاک در فیلم با تکیه بر نظریه رولان بارت (مطالعه موردی: فیلم گبه)

مریم فارسی^۱، بهنام زنگی^۲

مفهوم هویت از نظرگاه‌های متفاوت، از معناشناسی تا انسان‌شناسی، واکاوی شده است. نظام پوشاک یکی از مهم‌ترین عناصر معناشناسی در درک هر چه بیشتر موقعیت‌های اخلاقی و روانی فردی در نظر گرفته می‌شود که رولان بارت، یکی از شاخص‌ترین نظریه‌پردازان حوزه معناشناسی، آن را مطرح کرده است؛ به‌گونه‌ای که موضوع پوشاک، به‌عنوان یک هویت اجتماعی فرهنگی، قابلیت بازتعریف هویت فردی را داراست. از سوی دیگر، کارکرد نظام پوشاک در زمینه خلق شخصیت‌های یک فیلم موضوعی حائز اهمیت است که باید از منظر معناشناسی بررسی شود. از همین روی، پژوهش پیش رو به تحلیل تأثیرات رنگ لباس گبه در شکل‌دهی حالات شخصیت اصلی فیلم گبه در موقعیت‌های مختلف می‌پردازد. اهمیت این‌گونه پژوهش‌ها برای حفظ هویت فرهنگی و قومی یک جامعه است که به تأکید هر چه بیشتر نقش رنگ‌ها و یا طیف‌هایی متفاوت از یک رنگ در تعریف

۱. کارشناس ارشد فرش، دانشگاه هنر، تهران. Maryam.farsi87@gmail.com

۲. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. behnamzangi@yahoo.com

و تفسیر فضای حاکم بر فیلم منتج می‌شود؛ به طوری که هرکدام به تغییر حالات روحی متفاوت شخصیت‌های فیلم منجر می‌شود. این مقاله از نظر معناشناسی پژوهشی کاربردی است که بر اساس منابع کتابخانه‌ای و به روش توصیفی تحلیلی انجام شده است.

واژگان کلیدی: معناشناسی، ارتباط تصویری، لباس، پوشاک قومی، هویت قومی.

نقد مبادی خشونت علیه زنان در نظام سرمایه‌داری غرب (مورد مطالعاتی: صنعت رسانه و تبلیغات مُد)

آمنه مافی تبار^۱، فریده رفتاری^۲

خشونت علیه زنان در صنعت رسانه و تبلیغات مُد یکی از انواع نامتعارف اعمال خشونت به ایشان است. این نظام، با همکاری نظام سرمایه‌داری حاکم، زنان را به کالای تزئینی بدل می‌کند تا در رسانه و به فراخور آن در جامعه، با جایگاه فرومانده در اندام به خدمت گمارده شوند. رسانه در ارتباط دوسویه با جامعه این مرتبه نازل را بازتولید می‌کند. این نظام، به مدد تبلیغات و با به‌کارگیری خود زنان، ایشان را به تلاش مفرط برای دستیابی به اندام ایدئال سوق می‌دهد و با آورده سود اقتصادی برای صاحبان سرمایه، بر منافع قدرت‌های حاکم می‌افزاید؛ جریانی که بر نادیده‌گرفتن ویژگی‌های انسانی زنان استوار است و به گسترش دیدگاه کالامحوری ایشان می‌انجامد. هدف از پژوهش پیش رو بررسی وجوه مخرب صنعت رسانه و تبلیغات مُد بر جامعه زنان است. بر این اساس، پرسش مقاله پیش رو آن است: «چگونه می‌توان، از منظر صنعت

۱. عضو هیئت علمی گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران.
a.mafitabar@art.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران.
raftarifaride@gmail.com

رسانه و تبلیغات مُد، خشونت علیه زنان در نظام سرمایه‌داری غرب را تبیین و تحلیل کرد؟» نتیجه پژوهش به شیوه توصیفی تحلیلی و با بهره‌گیری از مطالعات اسنادی نشان می‌دهد: متغیرهای اصلی پژوهش، یعنی صنعت رسانه و تبلیغات مُد، به عنوان ابزار کارآمد در نظام سرمایه‌داری غرب مورد استفاده قرار می‌گیرند تا از این مسیر، با اعمال خشونت پنهان علیه زنان، ایشان را همسو با تأمین منافع خویش جهت دهند و به استثمار بکشند. این تأثیرپذیری به میزانی است که عموم زنان در فشار برآمده از تأثیر رسانه ناآگاهانه به فرامین پنهان تبلیغات هدفمند عرصه مُد تن می‌دهند و ماندگاری و تشدید این خشونت را همراهی می‌کنند.

واژگان کلیدی: خشونت علیه زنان، نظام سرمایه‌داری غرب،

صنعت رسانه، تبلیغات مُد، لباس.

آستین کوتاه؛ بررسی لباس آستین کوتاه مردانه در گفتمان‌های تاریخی، ادبی، دینی و قانونی

منصوره عرب^۱

لباس آستین کوتاه مردانه همواره از پوشش‌های خبرساز در حوزه ارتباطات بوده است و در قوانین عفاف و حجاب دوره‌های مختلف دیدگاه‌های متفاوتی به آن وجود داشته است. در این پژوهش، با رویکردی توصیفی و تحلیلی و استفاده از مستندات کتابخانه‌ای، لباس آستین کوتاه مردان در گفتمان‌های تاریخی، فرهنگی، ادبی، قانونی و دینی بررسی شده است. بررسی گفتمان‌های ادبی و تاریخی و یافته‌های باستان‌شناسی نشان می‌دهد که این نوع جامه‌ها همواره در کنار جامه‌های آستین بلند وجود داشته‌اند و لباس غربی نیستند. در گفتمان دینی نیز، بیشتر مراجع تقلید در پوشیدن آن اشکالی ندیده‌اند و آن را منافی عفت ندانسته‌اند. در گفتمان قانونی هم، تنها در سال ۱۳۶۴ با صراحت به منع پوشیدن جامه آستین کوتاه برای مردان اشاره شده است و در قوانین سال‌های بعد، لباس‌هایی با آستین خیلی کوتاه، مانند حلقه‌ای و رکابی، ممنوع شده است. به نظر می‌رسد در قوانین جدید باید، علاوه بر توجه به گفتمان‌های موجود درباره این نوع پوشش، به

۱. دکتری زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه آزاد اسلامی اراک. mansoreh.arab14@gmail.com

موقعیت جغرافیایی و شرایط فرهنگی و روحی و اقتصادی پوشندگان نیز توجه شود تا سلیقه‌های شخصی افراد پشت مفاهیم اسلام و انقلاب و ارزش‌ها پنهان نشود.

واژگان کلیدی: آستین کوتاه، لباس مردانه، عفاف و حجاب، ادبیات، پوشاک ایرانی.

آیا مدلینگ بانوان از مصادیق اکل مال به باطل (حرام) است؟

مریم شیرزادیان^۱، مجید وزیری^۲

یکی از پدیده‌های نوظهور چندین دهه اخیر در حیطه کسب و کارهای مرتبط با بانوان فعالیت در هنر صنعت مدلینگ است. این هنر صنعت ارمغان غرب و فرهنگ غرب است که به طور نامحسوس از زمان قاجار به محافل خصوصی بانوان ایرانی راه یافت و با توجه به اینکه در قرن اخیر، به خصوص از چند سال گذشته تاکنون، به علت جذابیت‌های ظاهری، شغلی، فردی و اجتماعی که این رشته شغلی برای فعالان آن به همراه دارد، اکثر خانواده‌های دارای خانم‌های جوان و نوجوان رادرگیر خود کرده است. از این رو، یکی از مسائل مهم در این حوزه بررسی فقهی و حقوقی این هنر صنعت از دیدگاه اسلام و به ویژه فقه شیعه، با توجه به منع و نهی قرآنی از تیرج و خودنمایی بانوان در اجتماع و جامعه اسلامی، است. از آنجاکه فعالیت در این حرفه بدون آشکار کردن آرایه‌ها و زینت‌های پوششی، رفتاری، گفتاری، ظاهری و درونی زنانه برای بانوان امکان پذیر نیست؛ در نتیجه، حکم مدلینگ با توجه به آیات و احکام قرآن مجید درباره بانوان مسلمان یا حتی در بعضی موارد برای آقایان حرمت

۱. دانشجوی دکتری تخصصی فقه و مبانی حقوق و اندیشه‌های امام (ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی. shirzadiyan.59@gmail.com

۲. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی. dr.majid.vaziri@gmail.com

است و می تواند زمینه ساز آشوب و تباهی در جامعه باشد و به علت حرمت این فعالیت، هر گونه کسب درآمد از آن نیز بر اساس آیه ۲۹ سوره نساء می تواند از مصادیق اکل مال به باطل باشد. همچنین، با استناد به این امر که این نوع کسب از مبدأ و منشأ باطل است (به سبب شرط خودنمایی و تبرج که از اصول اولیه فعالیت در این حرفه است)، از افعال و رفتار حرام برای بانوان محسوب می شود. البته در صورت ایجاد محدودیت ها و قائل شدن شمول بیشتر برای مدلینگ و انجام دادن فعالیت های سودمند و در نظر گرفتن منفعت های مرتبط در چارچوب آیین اسلامی برای بانوان علاقه مند به این هنر صنعت، می توان از آن در تبلیغات محصولات ویژه بانوان و تبلیغات فرهنگی اسلامی و دینی بهره برد. در این مقاله، روش پژوهش توصیفی تحلیلی تبیینی است. با توجه به حرمت تبرج و خودنمایی برای بانوان در شرع مقدس اسلام و شرایطی که مبسوط در این تحقیق به آن پرداخته شد و فعالیت بانوان در هنر صنعت مدلینگ با تأکید بر شرط تبرج، این حرفه می تواند از مصادیق کسب های حرام و اکل مال به باطل محسوب شود، زیرا تصرف در مال به دست آمده از راه نامشروع است و اصل فعل، که همان تبرج است، از نظر اسلام و اکثر فقها حرام است. اما، به این نکته باید توجه داشت که اگر استفاده از مدل زن در صنعت مدلینگ خارج از چارچوب و حریم عفاف و پوشش اسلامی نباشد و در مسیر الگوسازی و تبیین هنجارهای مطلوب جامعه اسلامی و فرهنگ سازی و سازمان دهی عفاف و حجاب اسلامی قرار گیرد و از آن در ایجاد منفعت های فردی و اجتماعی برای مسلمانان، بالخصوص زنان مسلمان، بهره جسته شود، می تواند یکی از مشاغل مفید برای جامعه اسلامی محسوب شود.

واژگان کلیدی: مدلینگ بانوان، تبرج، عفاف و حجاب، خودنمایی،

اکل مال به باطل.

تحلیل گفتمان پوشش زن در ایران معاصر با تأکید بر نظریهٔ تعادل جنسیتی

مهدی تکلو^۱، صفورا سادات امین جواهری^۲

پوشش مقوله‌ای فرهنگی است؛ زیرا، از دیرباز فرهنگ‌ها در صورت‌بندی معنا و اشکال عینی پوشش نقش داشته‌اند. در ایران معاصر، پیرو تحولات تاریخی و معادلات غربی جهانی شدن، پوشش زنان اهمیت ویژه‌ای یافت و این اهمیت پیوند وثیق تری با هویت زنان پیدا کرد. از این رو، در این مقاله، ذیل مباحث جامعه‌شناسی جنسیت و با تأکید بر نظریهٔ تعادل اجتماعی جنسیت، پوشش زن ایرانی را به لحاظ گفتمانی و در ساحت تاریخ اجتماعی تحلیل می‌کنیم. در واقع، می‌خواهیم بینیم چطور معانی گوناگون این مفهوم با تجزیهٔ جنسیتی در گفتمان‌های مختلف طرد، جذب، تقویت یا تضعیف شده‌اند. سه گفتمان مدنظرمان است: ۱. گفتمان مذکر مُد؛ ۲. گفتمان مذکر تحجر؛ ۳. گفتمان متعادل انقلاب اسلامی. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که در طول تاریخ معنایپردازی‌های هژمون شده از مقولهٔ پوشش زن، اولاً، همواره به معنایی جنسی و با تأکید بر خواست و میل و منظر مردانه بوده؛

۱. کارشناس ارشد دانش اجتماعی مسلمین، دانشگاه تهران. mim.te3@gmail.com

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان. hamdani.zeinab@gmail.com

و ثانیاً، این معانی از پوشش، که با امر جنسی گره خورده، همواره زیست زن مسلمان ایرانی را با چالش‌های متعدد مواجه کرده است. همچنین، نشان داده می‌شود که در گفتمان سوّم، یعنی گفتمان انقلاب اسلامی، به‌رغم دو گفتمان مذکر دیگر، زنان در مرکزیت معناپردازی پوشش و حجاب قرار دارند و این مقوله را به‌نحوی متعادل با هویت خود گره می‌زنند.

واژگان کلیدی: پوشش، حجاب، تحلیل گفتمان، انقلاب اسلامی، تعادل جنسیتی.

بررسی رابطه امنیت اجتماعی و گرایش به پوشش ایرانی اسلامی با نقش میانجی هویت‌یابی در جامعه زنان شهر بندرعباس

زینب حمدانی پور^۱

هدف پژوهش پیش رو بررسی رابطه امنیت اجتماعی و گرایش به پوشش ایرانی اسلامی در جامعه زنان شهر بندرعباس است. این تحقیق از تحقیقات کاربردی است که به شکل میدانی و از طریق پرسش‌نامه به انجام رسید. جامعه مورد بررسی پژوهش پیش رو تمام بانوان شهر بندرعباس بودند که، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای، ۴۰۰ نفر از میان آن‌ها انتخاب شدند. در این پژوهش، از پرسش‌نامه امنیت اجتماعی گیلبرت و همکاران (۲۰۰۹)، پرسش‌نامه حالات هویت بنیون و آدامز (۱۹۸۶) و پرسش‌نامه گرایش به حجاب خوش‌فر و همکاران (۱۳۹۳) استفاده شد. برای بررسی تحلیل داده‌ها از آزمون هم‌بستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. نتایج حاصل از ضریب هم‌بستگی پیرسون نشان داد که بین امنیت اجتماعی و گرایش به پوشش ایرانی اسلامی با هویت‌یابی زنان شهر بندرعباس رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به ضریب تعیین، ۱۹ درصد از واریانس متغیر

۱. کارشناس طراحی لباس، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یزد. Hamdane.zeumb@gmail.com

ملاک (امنیت اجتماعی) به وسیله متغیر پیش‌بین (گرایش به پوشش ایرانی اسلامی) پیش‌بینی می‌شود. همچنین با توجه به ضریب تعیین، ۳۴ درصد از واریانس متغیر ملاک (هویت‌یابی) به وسیله متغیر پیش‌بین (گرایش به پوشش ایرانی اسلامی) پیش‌بینی می‌شود. در این زمینه، پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولان استانی جلساتی در قالب کارگاه‌ها و نشست‌های آموزشی و مشاوره‌ای به صورت فردی و خانوادگی به منظور گرایش به پوشش ایرانی اسلامی و کسب هویت در بانوان برگزار کنند.

واژگان کلیدی: امنیت اجتماعی، پوشش ایرانی اسلامی،

هویت‌یابی.

۲

مطالعات انسان‌شناختی جامعه‌شناختی
سبک پوشش ایرانی اسلامی



زیبایی‌شناسی بومی به‌مثابه گفتمان بدن (خودتزیینی سنتی زنان عشایر عرب کُتی روستای حصار بالا)

طیبه عزت‌اللهی نژاد^۱

در انسان‌شناسی زیبایی‌شناسی، توجه به نگرش مردم به جهان اهمیت فراوان دارد و زیبایی نه‌تنها شیء، بلکه عمل را نیز در بر می‌گیرد. همچنین، توصیف نیروهای الزام‌آور غایی نظم اجتماعی به‌عنوان عادت، لذت، احساسات و عواطف باعث خلق نیروهای شکل‌دهندهٔ تجربهٔ زیبایی‌شناسی می‌شود و بر همین اساس، زیبایی‌شناسی با گفتمان بدن متولد می‌شود. مطالعات زیبایی‌شناسی در ایران از خلأ واکاوی زیبایی‌شناسی بومی و گفتمان بدن حکایت دارد. از سوی دیگر، اغلب این مطالعات بر اساس معیارهای زیبایی‌شناختی غیربومی، به‌ویژه غربی، صورت می‌گیرند و بر همین اساس، موجب شناخت در خصوص چگونگی شکل‌گیری زیبایی‌شناسی و گفتمان بدن زشت و زیبا در جوامع بومی نمی‌شوند. از همین روی، در این پژوهش تلاش شد تا با روش تحقیق تحلیلی توصیفی و رویکردی کیفی به این مسئله پرداخته شود و با مطالعهٔ میدانی مردم‌نگارانه (مصاحبه و مشاهدهٔ مشارکتی) و بهره‌مندی از سابقهٔ تحقیق نظری انسان‌شناسی زیبایی‌شناسی

۱. استادیار پژوهشکدهٔ هنر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. ezatollahi.tayebeh@gmail.com

بومی، مؤلفه‌های زیبایی‌شناختی در گفتمان بدن زنانه یکی از جوامع بومی ایران (عشایر عرب کتی که بزرگ‌ترین عشایر عرب تهران و ساکن روستای حصار بالای ورامین هستند) مورد واکاوی قرار گرفت. پرسش اصلی این پژوهش این است که چه مؤلفه‌های زیبایی‌شناسانه در خودتزیینی سنتی زنان موجب شکل‌گیری گفتمان بدن زشت و زیبا می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که پوشش در گفتمان بدن زشت و زیبا نقش مؤثری ایفا می‌کند. زیبایی و زشتی بدن از دو بُعد مادی و معنوی تشکیل می‌شود. بُعد زیبایی مادی (زین) در پوشش تابع مؤلفه‌هایی همچون قد، عرض، رنگ و جنس است که فراخی و بدن‌نمانبودن (واِسَعَه)، بلندی (ظویل)، رنگ خنثی برای محیط روستا، و جنس طبیعی (غیرپلاستیکی) از آن جمله‌اند. بُعد زیبایی معنوی در پوشش از شاخص‌هایی همچون عدم جلب توجه، رنگ‌های سنگین (لَوْن ثَقِیل)، براق نبودن (غَیْرَلامِع)، سبک نبودن (خَفِیف)، منطبق بر سن (حَسَب الحَیَاة) و پوشیدگی اندام (بِستَر) پیروی می‌کند. در این جامعه بومی، زیبایی معنوی در گفتمان بدن بر زیبایی مادی تقدم دارد و زشتی (مِجِبِر) بدن زنانه زمانی پدید می‌آید که فرد در خودتزیینی سنتی، به‌ویژه پوشش، از پیروی از ملاک‌ها و ارزش‌های مادی و معنوی یادشده امتناع ورزد.

واژگان کلیدی: زیبایی‌شناسی بومی، بدن، خودتزیینی، عشایر

عرب کتی، روستای حصار بالا.

مطالعه بدنمندی، پوشش و ابراز هویت دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی

ریحانه هیدری، ازینب خرمی شاد^۲

در دوران بلوغ و پس از آن، نوجوانان تغییرات زیادی را در بدن خود تجربه می‌کنند و بنابراین، برای نوجوانان بدن محور توجه و عرصه ابراز و بازیابی هویت است. دختران نوجوان، از آغاز تغییرات بدنی دوره بلوغ، با رویکردهای متفاوت و گاه متضادی به بدن مواجه می‌شوند و به همین سبب، بدن و پوشش برای دختران نوجوان اهمیت وافری پیدا می‌کند. مدرسه، خانواده و گفتمان غالب و رسمی دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی را به پوشاندن بدن و عدم محوریت و برجسته‌سازی بدن در خودابرازی تشویق می‌کنند؛ درحالی‌که محصولات رسانه‌ای جهانی و عامه‌پسند تمرکز بر بدن، تظاهر و نمایش آن را تحسین و ترغیب می‌کنند. در این پژوهش، به نگاه دختران نوجوان به بدن و پوشش خود و راهبردهای آن‌ها برای مواجهه با رویکردهای دوگانه یادشده پرداخته شده است.

بدین منظور، مصاحبه‌های ساختارنیافته‌ای با ۱۶ نفر از دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی انجام شد.

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه تهران. reihane.heidari75@gmail.com

۲. کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران. z.khorramishad@gmail.com

دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی با دوگانه‌ای میان پوشاندن و نمایش دادن بدن خود مواجه‌اند. آن‌ها در این بافت پیوسته آموزه‌های متمرکز بر طرد بدن در زندگی روزمره را فرامی‌گیرند، اما راهبردهای آن‌ها در چگونگی پوشاندن و اظهار بدنشان نشان می‌دهد که همچنان بدن برای آن‌ها مسئله‌ای محوری است. بنابراین، در فرایند هویت‌یابی دوره نوجوانی، تمرکز دختران بر بدنشان اجتناب‌ناپذیر است و ضرورت دارد در مواجهه سیاست‌گذارانه، ضمن در نظر گرفتن این واقعیت، فرصت‌هایی متناسب با بافت فرهنگی جامعه ایران برای ابراز هویت بدنمند دختران نوجوان فراهم شود.

واژگان کلیدی: دختران نوجوان، بدن، پوشش، بافت فرهنگی

دینی.

واکاوی رویکردهای مرتبط با «جنسیت» در طراحی «فناوری‌های پوشیدنی»

سید علی فارغ^۱، یاسمن حاجیان فروشانی^۲

با نام‌گذاری سال‌های اخیر با عنوان «سال‌های فناوری‌های پوشیدنی»، این حوزه در ابعاد مطالعاتی گوناگونی نظیر «طراحی مُد و لباس»، «علوم اجتماعی» و «ارتباطات و رسانه» مورد توجه پژوهشگران این حوزه قرار گرفته است. باید در نظر داشت در طراحی چنین فناوری‌هایی نباید تنها به محصولات نهایی نگریست؛ بلکه فرایند طراحی باید به مثابه بخشی از فرایندهای اجتماعی در نظر گرفته شود که میان کاربر، مصنوع و هنجارهای اجتماعی جای می‌گیرد؛ بنابراین، لازم است تا طراحان درک کنند مصنوعات که ایجاد می‌کنند بر شکل‌گیری و تغییر کدهای اطلاعاتی موجود در ساختارهای اجتماعی اثرگذارند. از سوی دیگر، مقوله جنسیت (نه جنس) یکی از کدهای اطلاعاتی مذکور و یک بُعد ویژه در فرایند طراحی و توسعه محصول است و طراحی می‌تواند نقش‌های جنسیتی را در محصولات تجسم ببخشد، بازتاب یا بازتولید کند و نقش‌ها و مفاهیم ابعاد جنسیتی و ساختارهای فرهنگی اجتماعی

۱. استادیار دانشکده طراحی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز. sfaregh@tabriziau.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری طراحی صنعتی، دانشکده طراحی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز.

ya.hajan@tabriztau.ac.ir

را از نو بسازد. از آنجایی که شکل‌گیری ساختارهای گفتمان‌های مقولات جنسیتی در کنش و فرایند طراحی فناوری‌های پوشیدنی نوپاست، مطالعهٔ مروری پیش رو، با رویکردی توصیفی تحلیلی و از نظر گذراندن نمونه‌های موردی، امر شناسایی و صورت‌بندی و اکاوی رویکردهای مرتبط با جنسیت (به مثابهٔ مقوله‌ای اجتماعی) را در این حوزه مورد هدف قرار داد که عبارت‌اند از: رویکردهای «ایجاد دوقطبی جنسیتی در طراحی»، «تک‌جنسیتی یا بدون جنسیت» و «بازنگری در مفاهیم بیانگر جنسیت». همچنین، نوع و میزان توجه به ویژگی‌های «زیبایی‌شناسی»، «عملکردی» و «رفتاری» از عوامل متمایزکنندهٔ رویکردهای یادشده معرفی شده‌اند. گفتمان‌های جنسیتی برای اثربخشی باید در عمل طراحی ادغام شوند؛ به‌گونه‌ای که راه‌حل‌های طراحی‌ای خلق شوند که از ایجاد و تقویت تفکر دوگانهٔ جنسیتی و ایجاد سلسله‌مراتب اجتماعی بر اساس آن یا حذف هویت‌های جنسیتی فراتر روند و قادر به تأمین نیازهای خاص و منحصر به فرد هویت‌های جنسیتی باشند.

واژگان کلیدی: فناوری‌های پوشیدنی، جنسیت، طراحی،

واسازی.

طراحی جواهر بر اساس شخصیت‌های زن در شاهنامه فردوسی

علیرضا اژدری^۱، رائیکا خورشیدیان^۲، صدیقه بیرمی‌نیا^۳

به سبب ورود الگوهای بیگانه در بازار زیورآلات، به تولید آثاری نیاز است که دارای بار فرهنگی باشند و نیز بر هویت زن ایرانی تأکید کنند. انتخاب شاهنامه فردوسی می‌تواند منبع الهام مناسبی باشد. از بین زنان شاهنامه، رودابه با بیشترین توصیف انتخاب شد. پژوهش برای پاسخ به این سؤال است که چگونه می‌توان شخصیت اسطوره‌ای رودابه را برای طراحی جواهر به کار برد و از روش داستان‌سرایی برای طراحی جواهر استفاده کرد. طراحی جواهر برای زن معاصر ایرانی با بهره‌گیری از الگوی زن اساطیری (رودابه) به منظور معرفی این کهن‌الگو صورت گرفت. در روش داستان‌سرایی، تمرکز نه بر کارکرد محصول، که به پیام آن معطوف است. روند پژوهش شامل دو مرحله است: نخست، اسطوره‌پژوهی و تعریف داستان مرتبط با آن (مطالعه زنان شاهنامه، اولویت‌بندی آنان، انتخاب پربارترین نمونه، استخراج نمادها و تعریف داستان بر اساس الگوی داستان‌های کلاسیک)؛ و دوم، مردم‌نگاری و ارزیابی (شناسایی الگوهای مشترک، تدوین مود بُرد، تعریف چهار

۱. استادیار گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران. Alireza.ajdary@ut.ac.ir

۲. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس تهران. Rkhorshidian@alumni.ut.ac.ir

۳. کارشناس ارشد هنر اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز. Sedigheh.beyraminia@yahoo.com

داستان برای کاربران، طراحی بر اساس داستان‌ها و مود بُردها، ارزیابی طرح‌ها توسط کاربران و انتخاب چهار طرح برتر). در ارزیابی آثار، امتیاز کاربران نشان داد که جواهر طراحی شده می‌تواند حامل الگوهای اساطیری و معرف آن برای زن معاصر باشد. به نظر می‌رسد که استفادهٔ مناسب از نمادها در طراحی و توجه به درک استفاده‌کنندگان از فرم‌ها در تداعی مفهوم یک نماد اهمیت دارد و می‌توان برای بهره‌وری از نمادهای اساطیری زنانهٔ ایرانی بهره برد.

واژگان کلیدی: زنان شاهنامهٔ فردوسی، نماد، داستان‌سرایی، اسطوره، زیور.

نقش نگرش دروازه بانان فرهنگی پوشاک در شکل دهی به هویت پوشش اجتماعی بانوان در شهر قم

نگار کاظمی اسفه^۱، فریده طالب پور^۲، سپیده یاقوتی^۳

در چند دهه اخیر، به سبب رشد ارتباطات فرامحلی، زمینه رشد تنوعی از منابع هویت ساز مدرن در ایران به وجود آمده که مراجع و منابع هویت ساز سنتی و دینی را به چالش کشیده است. از این رو، لازم است تا نوع نگرش دروازه بانان فرهنگی پوشش به لباس، به عنوان ابزاری برای ارائه افراد در جامعه، و بالطبع نقشی که می تواند در شکل دهی به هویت فرهنگی داشته باشد بررسی شود. پژوهش پیش رو با هدف بررسی نقش نگرش دروازه بانان فرهنگی پوشاک در شکل دهی به هویت فرهنگی پوشش اجتماع بانوان انجام شد. روش این پژوهش کیفی و از نوع پدیدارشناسی بود. شیوه گردآوری داده ها مصاحبه عمیق ساختار نیافته بود که با ۱۵ نفر از دروازه بانان فرهنگی پوشاک اجتماع (مانتو) بانوان (تولیدکنندگان) شهر قم در سال ۱۴۰۱ انجام شد. نتیجه فرایند کدگذاری ۸۰ مفهوم، ۶ مقوله اصلی، ۲۶ زیرمقوله و ۱ مقوله هسته بود. نتایج نشان داد

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س). nkazemiesfeh@gmail.com

۲. دکتری مهندسی نساجی، استاد تمام گروه طراحی پارچه و لباس، دانشگاه الزهرا (س). Talebpour@alzahra.ac.ir

Sep.yaghooti@gmail.com

۳. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا (س).

که سه عامل درونی، بیرونی و واسطه‌ای نقش مهمی در شکل‌دهی به نگرش دروازه‌بانان فرهنگی پوشاک بانوان (تولیدکنندگان) دارند. عوامل درونی با دروازه‌بانان فرهنگی پوشاک (تولیدکنندگان) مرتبط هستند و شاخص‌های آن تحصیلات، مالکیت، آگاهی، نیروی انسانی، مواد اولیه، نخ و پارچه را در بر می‌گیرد. عوامل واسطه‌ای نیز، مانند نظام‌های توزیع، میان دروازه‌بانان فرهنگی پوشاک و مصرف‌کننده قرار می‌گیرند و نقش واسطه‌ای ایفا می‌کنند. از عوامل بیرونی می‌توان به محیط جامعه، نشان‌های تجاری (برندها)، مُدها، بازار، سیاست‌های فرهنگی اقتصادی، مصرف‌کننده و سلیقه‌اش اشاره کرد. پیامدهای این نوع عوامل نیز غلبه فرهنگ بیگانه، دوری از فرهنگ ایرانی اسلامی و تغییر هنجارهای مسلط بر جامعه است.

واژگان کلیدی: دروازه‌بانان فرهنگی، پوشاک، بانوان، هویت

فرهنگی.

فرا تحلیل مطالعات متمرکز بر سبک پوشش (مطالعه موردی: مقالات ادوار جشنواره مُد و لباس فجر)

زهرامجدی زاده^۱، منصوره حجاری^۲

جشنواره مُد و لباس فجر، به مثابه فعالیتی هنری و پژوهشی، در ادوار گذشته و دوره حاضر، با در نظر گرفتن لزوم ارتقای صنعت ملی پوشاک و اهمیت توجه به ابعاد فرهنگی اجتماعی سبک پوشش ایرانی اسلامی و به منظور ایجاد ارتباط میان فعالان این عرصه با جامعه دانشگاهیان، تقویت اندیشه ورزی علمی در این حوزه‌ها را مدنظر قرار داده است. به نظر می‌رسد مجموعه مقالاتی که به موازات برگزاری برخی از ادوار جشنواره به عنوان آثار برتر پژوهشی انتخاب شده‌اند نیز با همین هدف به انتشار رسیده‌اند.

این مقاله در نظر دارد به فرا تحلیل مجموعه مقالات منتشر شده در دوره‌های پیشین این جشنواره بپردازد تا، با بازشناسی نقاط تمرکز و عصاره تحقیقات انجام شده، نسبت آن‌ها را با اهداف جشنواره مُد و لباس فجر و ذیل مأموریت کارگروه سامان دهی مُد و لباس نشان دهد. فرا تحلیل این مقالات دو نتیجه دارد: نخست، شرکت‌کنندگان آتی در رویدادهای مشابه را قادر می‌کند تا نتایج

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه تهران. Zahra.majdizade.ut.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران. hajjari@ut.ac.ir

مطالعات پیشین مربوط به این حوزه را در اختیار داشته باشند و با اطلاع از آن‌ها، مطالعاتی نوآورانه‌تر انجام دهند. دوّم اینکه، این پژوهش تصویری از رویکردهای جشنواره‌های پیشین به نقاط موردتوجه برنامه‌ریزان رویداد، در حوزهٔ دانش‌افزایی برای صنعت پوشاک ملی و سبک پوشش ایرانی اسلامی، ترسیم می‌کند و در اختیار برنامه‌ریزان آتی این رویداد قرار می‌دهد.

جامعهٔ تحقیق در این مقاله مجموعه مقالات منتشرشده در جشنواره‌های اوّل تا دهم است. نمونهٔ تحقیق نیز تمام مقالات برگزیدهٔ انتشاریافته در چهار دورهٔ این جشنواره (سال‌های ۱۳۹۵، ۱۳۹۱) است. روش تحقیق تحلیل مضمون است که در ضمن آن، مضامین اصلی و فرعی مجموعه مقالات و مهم‌ترین رویکردهای موضوعی مجموعه‌های انتشاریافته شناسایی و استخراج شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد در مطالعات علمی حوزهٔ مُد و لباس این دوره‌ها از برگزاری جشنواره چه مضمون‌هایی برجسته شده و چه مضمون‌هایی به حاشیه رفته است. همچنین، نتایج سیر تغییرات مضامین محوری را در پژوهش‌های یادشده در طول این دورهٔ پنج‌ساله نشان داده است.

درنهایت، مضامین محوری به‌دست‌آمده با محورها و مضامین موردتأکید در همایش علمی «پژوهش‌های راهبردی پوشاک ایرانی و سبک پوشش ایرانی اسلامی» مقایسه و تحلیل می‌شود. هدف این تحقیق، از یک سو، شناسایی مهم‌ترین موضوعات و تطورات آن‌هاست که در این تحقیقات بدان‌ها توجه شده و از سوی دیگر، تحقیق بر آن است تا نشان دهد محورهای مطالعاتی در همایش جاری چه تشابه‌ها و تمایزهایی در میدان مطالعات این عرصه

فرا تحلیل مطالعات متمرکز بر سبک پوشش - ۵۵

با آثار منتشرشده در گذشته دارد. نوع این تحقیق توسعه‌ای و کاربردی است و دستاورد آن می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های آتی مورد توجه متولیان این رویداد قرار گیرد.

واژگان کلیدی: سبک پوشش، پوشاک ایرانی، صنعت ملی پوشاک، جشنواره مُد و لباس فجر.

۳

مطالعات تاریخی تطورات سبک پوشش ایرانی



تحلیل نحوه دگر دیسی فرهنگی پوشش و پوشاک زنان دوره قاجار با اتکا بر گفتمان قدرت در اندیشه میشل فوکو

سمیه یزدانی کجویی^۱، سپیده یاقوتی^۲

سابقه تعاملات فرهنگی میان ایران و اروپا به دوره صفویه بازمی‌گردد. این تعاملات در دوره قاجار گسترده‌تر شد و دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی عمیقی را در ایران به دنبال داشت. تغییر سبک پوشاک زنان ایرانی یکی از این تغییرات بود؛ تغییراتی که ناگزیر دیر یا زود به درون جامعه راه پیدا کرد و پیامدهای آن تا به امروز مشهود است. اما، چنین تغییر عمیق و پایداری چگونه روی داد؟ قدرت‌های اروپایی چگونه توانستند زمینه لازم را برای تغییر دائم و پایدار در حوزه پوشاک زنان ایرانی مهیا کنند؟ این جستار، با تکیه بر تأملات میشل فوکو در باب گفتمان قدرت، به تحلیل چگونگی کارکرد قدرت انضباطی و نگاه خیره بهنجارساز، که برای اعمال قدرت و تغییر رفتار و دگرگونی افراد ابزاری مناسب است، می‌پردازد و با تحلیل و واکاوی پوشش زنان دوره قاجار از منظر مأموران اروپایی، نشان می‌دهد که چگونه گفتمان قدرت با راهبردهای

۱. دانشجوی کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر. Somaye.yazdani5086@gmail.com

۲. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا (س). Sep.yaghooti@gmail.com

۶۰- گزیدهٔ چکیده مقالات همایش

خاص خود دگرگونی پوشش سنتی زنان را باعث شده است.
واژگان کلیدی: دورهٔ قاجار، پوشاک، لباس زنان، فرهنگ سازی،
گفتمان قدرت، فوکو.

آسیب‌شناسی سوزن‌دوزی بلوچ در منطقه سرآوان

الهام عصار کاشانی^۱

این پژوهش با موضوع آسیب‌شناسی سوزن‌دوزی بلوچ در منطقه سرآوان انجام شد تا به این پرسش پاسخ دهد که عوامل آسیب‌رسان به سوزن‌دوزی منطقه سرآوان از مراجع و مراکز سوزن‌دوزی بلوچ کدام‌اند. هدف از این تحقیق بازیابی عوامل آسیب‌زا و تأثیر آن‌ها بر هنر سوزن‌دوزی بلوچ است. این تحقیق از نوع کاربردی است که با روش توصیفی تحلیلی به بازشناسی آسیب‌های وارد شده بر پیکره سوزن‌دوزی بلوچ، به‌عنوان هنر و فرهنگ ساکنان منطقه بلوچستان، می‌پردازد. روش گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و میدانی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که عوامل اقتصادی و فرهنگی نامناسب حاکم مهم‌ترین مؤلفه‌های آسیب‌زننده به سوزن‌دوزی بلوچ‌اند؛ زیرا، در حوزه اقتصاد با عواملی منفی مانند: بالابودن قیمت تولید و عرضه، حضور واسطه‌های فروش، زمان‌بر بودن تولید، ماشینی و چاپی شدن سوزن‌دوزی‌ها، تغییر کاربری از لباس به متعلقات لباس (اکسسوری) بدون مطالعه، عدم سیر تحولی صحیح از شیء فرهنگی به کالای تجاری و عدم بازاریابی جامع و پیوسته مواجهیم.

۱. استادیار گروه پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال. elhankashani27@yahoo.com.

در حوزه فرهنگی: عدم مشارکت حداکثری زنان شهری در تولید؛ محدودیت زنان - خاصه زنان روستایی - در تولید کلان به علت نگرش سنتی مردانه؛ بروز تمایل فرهنگی به بلوچستان پاکستان به علت اشتراکات مرزی، زبان، سنن، تبادلات خانوادگی، سهولت در رفت و آمد و مبادلات گوناگون در کنار تأثیرات قوی رسانه این کشور؛ نبود شهرهای صنعتی، کشاورزی و گسترش پدیده فقر؛ و پیدایش خرده فرهنگ های کوچک در قالب سبک های جدید زندگی، همه، از عوامل آسیب رسان به سوزن دوزی این منطقه اند.

واژگان کلیدی: سوزن دوزی بلوچ، آسیب شناسی فرهنگی، هویت قومی، سراوان، فرهنگ بلوچ.

فرهنگ‌سازی در پوشاک دوره قاجار بر پایه بازنمایی‌های جنسیتی

سمیه یزدانی کچویی^۱، سپیده یاقوتی^۲

در خلال سبک‌های مختلف پوشش و لباس افراد یک جامعه، اطلاعات وسیعی از واقعیت‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی آن جامعه نهفته است. بسیاری از تحولات فکری و فرهنگی جامعه ایرانی نیز از نحوه پوشش و لباس آن‌ها قابل ارزیابی است. در دوره قاجار، که با اوج انقلاب صنعتی و دگرگونی فضای فکری و فرهنگی اروپا مصادف شد، شاهد دگرگونی گسترده‌ای در عرصه پوشاک هستیم؛ تغییراتی که ابتدا در لباس مردان قاجار آشکار شد. بر این اساس، آنچه به عنوان هدف در روند این مقاله پیگیری می‌شود مطالعه و بررسی نحوه پوشش و لباس مردان قاجار و دگرگونی آن با توجه به دو دوره جداگانه است. این پژوهش با اتکا به روش تحلیل متون تاریخی انجام شده و بررسی و تحلیل این دگرگونی بر مبنای تغییر مفهوم جنسیت در دوره قاجار و عوامل وابسته به آن صورت گرفته است. روش تجزیه و تحلیل در این پژوهش بر پایه تحلیل متن استوار بوده و گردآوری اطلاعات به

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر. Somaye.yazdani5086@gmail.com

۲. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا (س). Sep.yaghooti@gmail.com

روش کتابخانه‌ای و با تکیه بر منابع و اسناد مکتوب شکل گرفته است. طبق یافته‌های این پژوهش، شاهد تجلی عناصر زنانه در سبک پوشش مردان در اوایل سلطنت قاجار هستیم؛ به طوری که فقدان بازنمایی‌های جنسیتی در آن به چشم می‌خورد. اما، به تدریج و با تأسی از سبک لباس مردانهٔ اروپایی که در آن زمان کاملاً از لباس زنان متمایز شده بود، دستخوش تحولات چشمگیری شد؛ تحولاتی که از جنسیتی شدن پوشاک حکایت دارند.

واژگان کلیدی: دورهٔ قاجار، مُد و لباس، پوشاک، جنسیت، فرهنگ سازی.

واکاوی اقدامات و بسترسازی‌ها برای روی‌گردانی زنان از سبک پوشش عفیفانه از عهد ناصری تا پایان دوره قاجار

هادی یعقوب‌زاده^۱

سبک پوشش عفیفانه به نوعی از پوشش اشاره دارد که، علاوه بر پوشانندگی، بیانگر عفت و پاک‌دامنی زن و پرهیز او از ارتباط خارج از موازین با بیگانگان است. این سبک از پوشش، که در ادوار مختلف تاریخ ایران حضوری معنادار داشته، از نیمهٔ دوم عهد ناصری دستخوش دگرگونی‌هایی شد. این دگرگونی‌ها برابند اقداماتی بود که به دنبال زدودن عفت از پوشش زنان در ایران آن عهد بوده است. از این رو، هدف این مقاله تبیین سبک پوشش عفیفانه و نیز واکاوی اقدامات و تلاش‌هایی است که در عهد ناصری تا اواخر دورهٔ قاجار برای کنارگذاشتن سبک پوشش عفیفانه صورت گرفت. بدین قرار، پرسش اصلی مقاله این خواهد بود: چه اقدامات و بسترسازی‌هایی از عهد ناصری تا پایان دورهٔ قاجار برای کنارگذاشتن سبک پوشش عفیفانه در جامعهٔ ایران صورت گرفت؟ این مطالعهٔ کیفی با بهره‌گیری از روش توصیفی تحلیلی به سامان می‌رسد. این پژوهش به لحاظ هدف در زمرهٔ تحقیقات بنیادی قرار می‌گیرد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد سفر جهت‌دار ناصرالدین شاه به فرنگ، گفتمان‌سازی برای زدودن حجاب و عفاف از جامعه،

۱. استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه هنر، تهران. yaghoubzadeh@art.ac.ir

اقدامات اروپایی‌ها در حمایت از مخالفان حجاب و بسترسازی برای رواج بی‌عفتی در ایران، اقدامات باییه و بهاییه در عفاف‌زدایی، و برداشتن تدریجی حجاب از سوی برخی از وابستگان به رجال حکومتی از جمله اقدامات و بسترسازی‌هایی بود که از عهد ناصری تا اواخر دورهٔ قاجار برای کنارگذاشتن سبک پوشش عقیفانه در جامعهٔ ایران دنبال شد. از این‌رو، می‌توان گفت تلاش برای عفت‌زدایی از جامعهٔ ایران از عهد ناصری آغاز شد و با کشف حجاب در دورهٔ پهلوی اول، به اوج خود رسید.

واژگان کلیدی: سبک پوشش عقیفانه، قاجار، حجاب، عهد

ناصری، عفاف‌زدایی، تجددخواهی، مشروطه.

بررسی پوشاک بانوان دوره ناصرالدین‌شاه قاجار با توجه به عکس‌های این دوره

سید ماهسون سجادی^۱، مرجان قربانی^۲

پوشاک نمایشگر آداب و عادات مردمان یک جامعه است و از طریق ویژگی‌های موجود در خود، می‌تواند با انسان‌ها ارتباط برقرار کند. وقوع تحولات همه‌جانبه در اروپا در دوره قاجار و سفرهای ناصرالدین‌شاه به فرنگ و ارتباط ایران با غرب آغازگر چالش‌هایی برای پوشاک بانوان قاجار شد. در کنار این‌ها، از آنجاکه هنر و صنعت عکاسی در اواخر دوره محمدشاه قاجار وارد ایران شد و مراحل رشدش هم بنا بر حمایت ناصرالدین‌شاه طی شد، از پوشاک این دوران عکس‌های زیادی در زمینه پوشاک بانوان وجود دارد. در این مقاله، لباس بانوان قاجار در سه بخش سرپوش، تن‌پوش و پاپوش در دو محور اندرونی و بیرونی و در دوره ناصرالدین‌شاه بر اساس عکس‌ها از ابتدا تا انتها مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش، به تحولاتی اشاره می‌شود که در لباس زنان ایران در دوره قاجار صورت گرفت. یکی از علل مهم وقوع این تحولات سفرهای

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر، تهران. msajjadib@yahoo.com

۲. دانشجوی کارشناسی طراحی لباس، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کاشان. marjanghorbni@gmail.com

ناصرالدین‌شاه به فرنگ و تحصیل هنرمندان در غرب است که باعث پدیدآمدن سبک‌های جدیدی در هنر و پوشاک ایران شد؛ تا جایی که این دوره به دورهٔ تجدد و گذار معروف است. هدف مقالهٔ پیش رو بررسی پوشاک زنان دورهٔ قاجار بر اساس عکس‌های به‌جامانده از این دوره است. اهمیت این پژوهش در این است که، با دستیابی به نحوهٔ پوشش زنان آن دوره، می‌توان از پوشش آن زمان در دورهٔ حاضر استفاده کرد که به نوعی باعث حفظ آن و هویت بخشی به پوشاک ملی می‌شود و در ساخت فیلم‌ها و تئاترهای تاریخی نیز کاربرد دارد. در این پژوهش، با روش توصیفی تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، کتب، مقالات و عکس‌های این دوره پوشاک بانوان دورهٔ ناصرالدین‌شاه بررسی شد.

واژگان کلیدی: پوشاک بانوان، دورهٔ قاجار، ناصرالدین‌شاه،

عکاسی، لباس قاجار.

تلفیق معماری سنتی با هنر طراحی لباس به سبک معماری اصفهانی خانه بروجردی‌های کاشان در دوره قاجار

سید ماهسون سجادی^۱، نرگس علی‌زاده^۲

پدیده مُد در دوره معاصر از اهمیت زیادی برخوردار بوده است و از معماری تأثیرات زیادی گرفته است. در میان سبک‌های معماری ایرانی، سبک اصفهانی آخرین سبک معماری و یکی از زیباترین آن‌هاست. این سبک را به خوبی می‌شود در خانه بروجردی‌های کاشان مشاهده کرد. این پژوهش ماهیت رابطه بین مُد و معماری را توصیف می‌کند. منطقی‌ترین رابطه این است که هم مُد و هم معماری سرپناهی برای افراد در ابعاد مختلف اجتماعی فراهم می‌کنند. از طرفی، در ویژگی‌های مواد شباهت‌های بسیاری وجود دارد، اگرچه در هر دو از مواد اولیه کاملاً متفاوت در مقیاس مختلف استفاده می‌شود. علاوه بر این، نمونه‌های بسیاری وجود دارد که تأثیر یک زمینه را بر دیگری نشان می‌دهد. بسیاری از معماران برای طراحی ساختمان از یک لباس الهام می‌گیرند. عکس همین امر نیز امکان‌پذیر است؛ ما در این پژوهش از سبک معماری خانه بروجردی‌های کاشان در طراحی پوشش ایرانی اسلامی (مانتو)

msajjadib@yahoo.com

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر، تهران.

۲. دانشجوی کارشناسی طراحی لباس، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کاشان
Alizadehfelora1990@gmail.com

استفاده کرده‌ایم و در روش کاربردی نیز آن را آزموده‌ایم. هدف این پژوهش بررسی ویژگی‌های سبک معماری اصفهانی و استفاده از برخی عناصر خانهٔ بروجردی‌ها در طراحی مانتوست. اهمیت این پژوهش در آن است که استفاده از سبک‌های معماری ایرانی در صنعت مُد، علاوه بر احیای آن سبک‌ها در صورتی دیگر، سبب هویت‌بخشی به صنعت مُد و لباس می‌شود. این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و روش گردآوری اطلاعات آن استفاده از منابع کتابخانه‌ای و میدانی است.

واژگان کلیدی: مُد، معماری، سبک اصفهانی، خانهٔ بروجردی‌ها،

کاشان، معماری سنتی، دورهٔ قاجار.

مطالعه تحلیلی پوشش عفیفانه زنان قاجار در آئینه قالی‌های تصویری

سمانه کاکاوند^۱، سحر دیانتی^۲

تحولات سریع و شتاب‌زده در سده گذشته چارچوب فکری و اعتقادی و صدا البته، پیشینه‌دار جوامع سنتی را تحت تأثیر قرار داد و میل به همسان‌سازی سبک زندگی اعم از پوشاک، گویش، لهجه، معماری، نحوه حضور در جامعه و ابعاد بی‌شمار دیگری را متحول کرد. غافل از آنکه عامل بقای فرهنگ توجه به تنوع عناصر است. مؤلفه‌هایی اصیل و ریشه‌دار مانند پوشش و گویش و برخی هنرهای بومی که در گذر اعصار قالب گرفته بودند منسوخ شده‌اند و از میان رفته‌اند. چشم‌پوشی از پوشاک سنتی و توجه به البسه‌ای متغایر با مبانی اخلاق ایرانی اسلامی، از یک سو، و اهمیت قالی‌های تصویری به عنوان سندی اصیل و ناب، از سوی دیگر، پژوهشگران را بر آن داشت تا مصادیق پوشاک حیاورز را در قالی‌های تصویری دوره قاجار مطالعه کنند. به ظاهر، پوشاک زنان دربار بهرام‌گور مورد مطالعه قرار می‌گیرد؛ اما، با علم به بازتاب ذائقه دوره قاجار در قالی‌های تصویری بهرام‌گور، تلویحاً لباس زنان قاجار تحلیل می‌شود. به

۱. استادیار گروه فرش، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران. samanehkakavand@ymail.com

۲. کارشناس ارشد فرش، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران. sahar.dianati@gmail.com

نظر می‌رسد پوشاک زنان قاجار، علاوه بر اینکه عفاف و حیاورزی را به نمایش می‌گذاشته، از خلق مظاهر زیبایی در طراحی و دوخت نیز بی‌بهره نبوده است. این پژوهش از نوع کیفی است و ماهیتی بنیادی دارد. گردآوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای انجام شده و تحلیل و جمع‌بندی داده‌ها بر الگوی توصیفی تحلیلی مبتنی است. یافته‌ها دال بر نمایش دو گونه پوشاک بیرونی (اجتماع) و درونی (خانگی) در قالی‌های تصویری دوره قاجار در مقیاس شهری، روستایی و عشایری است.

واژگان کلیدی: قالی‌های تصویری دوره قاجار، بهرام‌گور، پوشش عقیقانه، پوشاک اجتماع (بیرونی)، پوشاک درونی (خانگی).

۴

چالش‌های رشد صنعت ملی پوشاک در ایران



نقش نهادهای محلی در مدیریت پسماند پوشاک

عرفان شمس^۱

امروزه، مدیریت پسماند صنعت پوشاک یکی از چالش‌های نهادهای مدیریت محلی و شهری به‌ویژه در کلان‌شهرهاست. کمبود امکانات نهادهای محلی و فقدان آموزش‌های لازم شهروندی در خصوص نحوه مواجهه با این دسته از پسماندها چالش مذکور را تشدید می‌کند. نهادهای مدیریت شهری در بسیاری از کشورها به دنبال کاهش میزان دفن پسماند پوشاک در اراضی شهری و افزایش میزان بازیافت آن‌ها هستند و به این منظور، از ابتکارات حقوقی و مدیریتی مختلف استفاده می‌کنند. برای مثال، در اتحادیه اروپا، از کشورهای عضو خواسته شده تا در خصوص پسماند پوشاک از یک «سلسله‌مراتب پسماند» استفاده شود که در رأس آن، پیشگیری از تولید پسماند قرار دارد. استفاده مجدد، بازیافت، تولید انرژی از پسماند و دفن پسماند، به‌عنوان راه‌حل آخر، به‌ترتیب در این سلسله‌مراتب قرار می‌گیرند.

مطالعه نظام‌های حقوقی مختلف نشان‌دهنده ابتکارات متعدد و متنوعی است که در سطح نهادهای محلی و شهری برای مدیریت پسماند پوشاک در نظر گرفته شده‌اند. این ابتکارات هم

۱. استادیار گروه حقوق محیط‌زیست، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی. shams.erfan@gmail.com.

در سطح سازمانی وجود دارد. یعنی اینکه مشخصاً چه نهاد یا سازمانی مسئولیت اصلی یا محوری این امر را بر عهده داشته باشد. و هم در سطح ابزارها و شیوه‌های به‌کارگرفته‌شده در هر سطح از «سلسله‌مراتب پسماند». در سطح سازمانی، ابتکاراتی مانند تأسیس شرکت‌های تخصصی از سوی مقامات محلی برای مدیریت متمرکز پسماند پوشاک، انعقاد قرارداد و برون‌سپاری به شرکت‌های خصوصی، و اختصاص واحدی در شهرداری‌ها به‌منظور مدیریت این امر را می‌توان برشمرد. در برخی نظام‌های حقوقی نیز، بر ابتکارات مشارکتی و همکاری صنایع، سازمان‌های داوطلب زیست‌محیطی و نهادهای محلی تأکید می‌شود. نقش همهٔ این نهادها تضمین آن است که با پسماند پوشاک خانگی و صنعتی بر اساس سلسله‌مراتب پسماند رفتار می‌شود که کمترین میزان آسیب زیست‌محیطی را در پی خواهد داشت. در سطح ابزارها نیز، به ابتکاراتی مانند تحویل پوشاک جمع‌آوری‌شده به فروشگاه‌های شهری فروش پوشاک دست‌دوم، تفکیک انواع پوشاک با توجه به نوع آن، تأسیس مراکز بازیافت شهری خاص پوشاک، استقرار واحدهایی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای و شهری برای جمع‌آوری پوشاک شهروندان، تأمین سطل‌های مخصوص پسماند پوشاک و تحویل آن به شهروندان، و ایجاد واحدهای سیار جمع‌آوری پسماند پوشاک می‌توان اشاره کرد. هدف از این نوشتار ارائهٔ چارچوبی است که در آن، نقش نهادهای محلی و شهری در مدیریت پسماند پوشاک به بحث گذاشته می‌شود. از این رو، پرسش اصلی نوشتار پیش رو آن است که، در پرتو حمایت زیست‌محیطی، نهادهای مدیریت شهری چه وظایفی در قبال پسماندهای صنعتی و خانگی

پوشاک بر عهده دارند و چگونه می‌توانند این وظایف را بهینه و کارآمد به انجام برسانند. برای پاسخ‌دادن به این پرسش، ضروری است ابتدا مفهوم و عناصر سلسله‌مراتب یا هرم پسماند مطالعه شود تا بتوان نقش نهادهای مدیریت محلی و شهری را عمیق‌تر درک و تحلیل کرد.

واژگان کلیدی: حقوق محیط‌زیست، پسماند، نهادهای محلی، آلودگی، صنعت پوشاک.

نقش تعیین‌کننده زنجیره ارزش و زنجیره تأمین در پوشاک ایرانی

مریم جاقوری^۱

تولید منسوجات و پوشاک از جمله صنایع کلیدی به شمار می‌رود. تولید پنبه (الیاف طبیعی) و تأمین نیاز داخل و توانمندی‌های صنعت پتروشیمی (الیاف مصنوعی) انتظار جایگاه رقابت‌پذیری را برای محصولات این صنعت در بازار داخلی و خارجی رقم می‌زند. صنعت پوشاک، به واسطه نقش راهبردی‌اش در تأمین یکی از اقلام اساسی خانوار و ویژگی اشتغال‌زای آن توأم با هزینه پایین، به‌عنوان یکی از کانون‌های ایجاد اشتغال صنعتی همواره مورد توجه بوده است. صنعت پوشاک، به‌رغم هزینه اشتغال‌زایی پایین و وابستگی وارداتی کم در قیاس با سایر صنایع، سهم ناچیزی در اشتغال و ارزش‌افزوده صنعتی دارد. تمرکز گسترده بر بازارهای داخلی، وجود نقص‌هایی در زنجیره ارزش آن، تهدید بازارهای داخلی از ناحیه قاچاق اجناس خارجی، و ضعف در نگاه صادراتی موجب شده این صنعت توان رقابتی چندانی نداشته باشد و با سهم‌گیری کاهنده از اقتصاد مواجه باشد. در طی سه دهه گذشته، بخش اعظمی از صادرات و تولید پوشاک به ترکیه اختصاص پیدا

۱. کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی یزد.

کرده و این در حالی است که دست ایران از این بازار کوتاه مانده و فرصت‌های اشتغال‌زایی را از دست داده است. هدف پژوهش پیش رو معرفی اجمالی زنجیرهٔ ارزش صنعت نساجی کشور و شناسایی برخی از چالش‌های تکمیل این زنجیره در کشور است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد تکمیل زنجیرهٔ ارزش صنعت نساجی از ابعاد مختلفی، از جمله اشتغال‌زایی و ارزش‌آفرینی، دستاوردهای بسیاری برای کشور دارد و در صورت جایگزینی صادرات محصولات نساجی به جای مواد اولیهٔ پتروشیمی مصرفی در این صنعت، به‌طور متوسط ارزشی در حدود پنج برابر عاید کشور می‌شود. در این پژوهش، با استفاده از روش تحلیل، مشخص شد که توانایی رقابت در صنعت نساجی تحت‌تأثیر زنجیره‌ای از علل ساختاری در طول یک بازهٔ زمانی صورت گرفته است که متأسفانه این علل در ایران به صورت جدی نمود پیدا نکرده است.

واژگان کلیدی: پوشاک، آسیب‌شناسی، زنجیرهٔ تولید، زنجیرهٔ

ارزش.

رشد صنعت پوشاک با رویکرد مُد پایدار

پردیس خیراللهی^۱

انسان به پوشاک و لباس به عنوان یکی از نیازهای اساسی جهت دوام و بقای خود محتاج است. دانش فنی و فناوری‌ها امکان استفاده و تبدیل مواد بازیافتی به محصولات ارزشمند را فراهم آورده و مُد پایدار از رویکردهای جدید در زمینه مُد است که به عنوان پاسخ به مصرف‌گرایی و آلودگی زمین مطرح شده است. این پژوهش، با هدف ترغیب تولیدکنندگان به تبدیل مواد بازیافتی به کالای کاربردی و ارزشمند و با استفاده از روش توصیفی تحلیلی و مراجعه به منابع کتابخانه‌ای و مقالات و...، در پاسخ به این سؤال انجام شد که برای توسعه مُد پایدار در صنعت پوشاک ایران چه راهکارهایی می‌توان پیشنهاد داد. نتایج حاصل از این پژوهش به امید ادامه یافتن راه تحقیق و گسترش فرهنگ‌سازی و اصلاح دانش مردم درباره مُد پایدار است. برخی از راهبردها و رویکردهای طراحی و توسعه پایدار که می‌توانند طراحان پوشاک و تولیدکننده‌ها را به استفاده از مواد بازیافتی و تبدیل آن به کالایی ارزشمند و کاربردی ترغیب کنند که مورد استقبال برندهای گوناگون و دستداران محیط‌زیست قرار گیرد عبارت‌اند از: استفاده از الیاف خالص

۱. کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف‌آباد
pardiskheirolahi@chmail.ir

و مواد تجدیدپذیر؛ به اشتراک‌گذاری لباس‌ها؛ شخصی‌سازی و سفارشی‌سازی لباس‌ها؛ طراحی لباس با توجه به عوامل زیباشناختی؛ طراحی مشارکتی؛ ارزش‌گذاری فرهنگی اجتماعی؛ و بازیافت.

واژگان کلیدی: پوشاک، مُد پایدار، صنعت پوشاک، طراحی و توسعه پایدار، طراحان لباس.

مقایسه چوقای بختیاری و چوقای طبری

ملیحه صفار خوزانی^۱، شهره فضل وزیری^۲

چوقا نام پارچه‌ای است که زنان عشایر در مناطق مختلف ایران همچون: لرستان، کرمانشاه، مازندران، اصفهان و... با دستگاه بافندگی داری یا خوابیده می‌بافند و با آن بالاپوش مردانه می‌دوزند. در پژوهش‌های زیادی تنها از یک نوع چوقا در لرستان نام برده شده که به لباس مردان ایل بختیار مربوط است؛ اما، بررسی‌ها نشان می‌دهد نمونه‌ای دیگر از آن در مناطق روستایی شمالی ایران نیز در حال بافت و مورداستفاده مردان آن منطقه است. علت وجود دو نوع چوقا در مناطق مختلف ایران با تمایزها و تشابهات زیاد هنوز مبهم مانده، ولی با مقایسه این دو می‌توان به شناسایی بهتر منسوجات سنتی ایران پرداخت و نقشی در احیای آن داشت. هدف از این پژوهش شناختن و شناساندن دو نوع از دست‌بافته‌های درحال فراموشی به نام چوقای بختیاری و چوقای طبری است که در این نام و بعضی محتوا مشابه و در بعضی موارد از هم متمایزند. در این پژوهش، که به روش تحلیلی تطبیقی صورت گرفت، به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم: چوقای بختیاری و چوقای طبری چیست‌اند؟

۱. کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشگاه علم و فرهنگ. sfarm419@gmail.com

۲. دکتری هنر، عضو هیئت علمی دانشگاه علم و فرهنگ. Vaziri2009@gmail.com

علت نام‌گذاری این دو چیست و چه تمایزاتی با هم دارند؟
نتایج پژوهش نشان می‌دهد که هر دو چوقا دارای نام، مواد
اولیه، نوع بافت، میزان استحکام و نوع کاربرد مشابه به یکدیگرند
و از لحاظ نوع نخ‌ریسی، دستگاه بافندگی، طرح، رنگ و مدل
بالاپوش تفاوت‌های چشمگیری با هم دارند.
واژگان کلیدی: چوقا، بختیاری، طبری، لرستان، مازندران.

بررسی دستگاه سنتی پارچه‌بافی کرچال و سیر تحول آن

ملیحه صفار خوزانی^۱، اکرم ابراهیم بیگی چیمه^۲

یکی از دستگاه‌های سنتی بافت پارچه کرچال است که بیشتر در شمال ایران از آن استفاده می‌کنند. بافندگان این دستگاه را با ساده‌ترین ابزارها می‌سازند و زیباترین پارچه‌ها همچون: گلیمچه، گلیج، جاجیم، ساچیم، ساچین، حمام سری، چنته، چادر شب، شمد، سفره، شالیکی، شله، حوله، چوقا و سوف را تولید می‌کنند و سعی دارند از این هنر بومی حفاظت کنند. در پژوهش‌های مشابه، غالباً ویژگی‌های ظاهری و کاربردی پارچه‌های مذکور بررسی شده‌اند؛ اما در این پژوهش، تنها دستگاه پاچال و کرچال و تمامی اجزا و مراحل کار با آن مورد توجه قرار گرفته شده است. محور اصلی این پژوهش بررسی دستگاه پارچه‌بافی کرچال در زمان‌های گذشته و امروزی و معرفی اجزای آن است. تفاوت میان کاربرد این دستگاه‌ها در زمان‌های گذشته و حال در زمینه پیشرفت صنایع دستی بسیار مؤثر بوده است؛ زیرا، سبب احیای هنر بافت پارچه‌های سنتی در بین علاقه‌مندان شده است. این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی تطبیقی

۱. کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشگاه علم و فرهنگ. sfarm419@gmail.com.

۲. دکتری نساجی، استادیار دانشگاه علم و فرهنگ. beigi@shariaty.ac.ir.

است. گردآوری اطلاعات از طریق عکاسی، مطالعات کتابخانه‌ای و بخش اعظمی از آن به صورت میدانی و از طریق مراجعهٔ حضوری به نواحی کوهستانی (بندی بابل) و مصاحبه با هنرمندان بافنده با دستگاه کرچال انجام گرفته است.

واژگان کلیدی: چوقا، بختیاری، طبری، لرستان، مازندران.

طراحی پارچه بر اساس ساختارهای زنده و غیرزنده در الگوهای رفتاری

سحر شیخ^۱

انسان در زندگی همواره به دنبال پیشرفت و تکامل و فهم بهتر محیط اطراف خود بوده است و این پیشرفت و تکامل در همه زمینه‌ها، از جمله طراحی پارچه و لباس، به چشم می‌خورد. این فهم بهتر از محیط در طراحی باعث ایجاد تنوع و پیشرفت بسزایی خواهد شد. طراحان اغلب در ارائه طرح به دنبال انتقال حس مورد نظر خود هستند. الگوبرداری از ساختارهای موجود در طبیعت راه را برای این منظور هموار کرده است؛ چراکه طبیعت منبع صور طبیعی و دارای الگوهایی با هدف خاص و حس‌های مختلف است. با توجه به اینکه طراحان پارچه اغلب به ساختارهای زنده و الگوهای رفتاری طبیعت بی‌توجه بوده‌اند و در این باره شناخت کافی نداشته‌اند، از تنوع طرح‌ها کاسته شده است. هدف اصلی از این پژوهش طراحی پارچه بر اساس ساختارهای زنده و غیرزنده در الگوهای رفتاری است. در این پژوهش، با استفاده از روش کتابخانه‌ای و میدانی (مشاهده)، نمونه‌هایی از آثار طراحان در رشته‌های مختلف هنری گردآوری شده است. روش تجزیه و تحلیل

۱. کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
Saharsheikh1204@gmail.com

داده‌ها و اطلاعات و تبیین سؤالات توصیفی تحلیلی تطبیقی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که پارچه‌های زنده، که با دست تولید می‌شوند، با روح و روان و حس انسان مواجه‌اند و در قیاس با پارچه‌های صنعتی، دارای ارزش‌های زیبایی‌شناختی و معنوی مضاعف‌اند.

واژگان کلیدی: الگو، الگوهای طبیعی، طراحی، طراحی پارچه.

تأثیر نقوش سوزن دوزی‌های ترکمن، طرح و رنگ آن روی ارزش ویژه برند در مانتوی اجتماع

هانیه عبدالآبادی^۱، پیمان ولی‌پور^۲

یکی از راه‌های شناسایی ویژگی‌های فرهنگی هر قوم مطالعه پوشاک، روش‌های حفظ و اشاعه فرهنگ و ورود به مقوله‌های هنری اعم از کاربردی یا تزیینی است. با تحلیل مهم‌ترین عناصر بصری تشکیل‌دهنده اثر هنری می‌توان بسیاری از عقاید خالق آن اثر و فرهنگ جامعه متعلق به آن را شناخت. این پژوهش برای تحلیل تأثیر نقوش سوزن دوزی‌های ترکمن، طرح و رنگ آن روی ارزش ویژه برند در مانتوی اجتماع، با هدف حفظ میراث فرهنگی خراسان شمالی و ترغیب بانوان و دختران به استفاده از پوشش‌هایی که همواره به حفظ سوزن دوزی‌های ترکمن تأکید دارد، انجام شد. با مطالعه و بررسی نقوش می‌توان پی برد که بیشتر نقوش سوزن دوزی در عقاید و اقلیم و باورهای ترکمن ریشه دارد و به صورت هندسی و قرینه و در رنگ‌های خاص به کار رفته است. نوع این پژوهش کاربردی و روش آن اسنادی و کتابخانه‌ای

۱. کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس. h.abdolabadi64@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد قائم شهر، رشته نساجی. drpeiman.valipour@gmail.com

و میدانی است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که رنگ، طرح، نقش و سوزن دوزی با میانجیگری شخصیت برند بر ارزش برند تأثیر معناداری دارند.

واژگان کلیدی: نقش، طرح، رنگ، سوزن دوزی، ارزش برند.

سایزبندی و الگوهای آماده روی اندام‌های ایرانی

فرحناز نقابت^۱

یکی از نیازهای اولیه بشر نیاز به پوشاک و پوشش بدن در زندگی فردی و اجتماعی است. انسان در فطرت خود ویژگی زیباخواهی و تأیید شدن و امنیت خواهی دارد و به دنبال آن، خواهان رضایتمندی اجتماعی است. برندهای مختلفی در زمینه پوشاک، با توجه به نیازهای فردی و اجتماعی بشر، به طراحی و تولید و عرضه لباس اقدام می‌کنند.

بهترین مواد تشکیل دهنده پوشاک اعم از پارچه، نخ و ملزومات دیگر در تولید نقش بسیار مهمی دارند. تولیدکننده پوشاک ایرانی در جهان در رتبه پایینی قرار دارد. واکاوی این مورد در سال ۶۳ در قالب پژوهش توصیفی پیمایشی آغاز شد و با پرسش نامه روایی و پایایی ضریب آلفای کرونباخ نتایج سودمندی حاصل شد.

ابتدا، حدود ۸۰۰ پرسش نامه استاندارد بین افراد جامعه هدف و تولیدکنندگان و فروشندگان توزیع شد. از این تعداد، ۷۶۳ پرسش نامه تحلیل شد. نتایج به دست آمده نشان می‌داد که سایزبندی واحد و الگوی مؤثری که مناسب اندام‌های ایرانی باشد وجود ندارد و این خلأ باید بررسی و تحلیل شود. پس از تحلیل و بررسی و آزمایش و

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه پیام نور.

پردازش موارد گوناگون به نتایج ساینبدی ایرانی و الگوهای ایرانی و روش مناسب الگوکشی ایرانی دست یافتیم و ثبت اختراع آن را دریافت کردیم (شماره ثبت اختراع ۵۶۵۲۰ از اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی).

واژگان کلیدی: پوشاک، تولیدکنندگان، ساینبدی ایرانی، زنان، الگوهای ایرانی، روش الگوسازی، ثبت اختراع.

چالش‌های رشد صنعت ملی پوشاک در ایران

رقیه نصیری^۱

محصولات صنعت نساجی، پس از مواد غذایی، در درجهٔ دوم اولویت برای هر خانواده است. صنعت نساجی در طول تاریخ نقشی تعیین‌کننده در رشد و شکوفایی اقتصادی و صنعتی کشورها و جوامع گوناگون ایفا کرده است؛ به‌گونه‌ای که بسیاری از کشورها بخشی از موفقیت اقتصادی خود را مدیون رشد و پیشرفت در زمینهٔ محصولات نساجی می‌دانند. در ایران نیز، نساجی جزء صنایعی محسوب می‌شود که از سابقه‌ای طولانی برخوردار است. با وجود اینکه صنعت نساجی کشور از نظر اشتغال‌زایی پس از صنعت نفت قرار دارد، همچنان با مشکلات بسیاری نظیر بهرهٔ بانکی، قاچاق کالا، عوارض سنگین، واردات بی‌رویه، کمبود نقدینگی و نحوهٔ نامطلوب اجرای قانون نوسازی صنایع مواجه است. با رشد جمعیت کشور و افزایش نیاز به پوشاک و سایر محصولات صنعت نساجی و برای جلوگیری از واردات غیرقانونی و خروج ارز از کشور، لازم است به واحدهای نساجی داخلی بیشتر توجه شود. با این حال، کم‌توجهی به صنعت نساجی و پوشاک داخلی موجب شد تا این صنعت در

۱. کارشناس ارشد روزنامه‌نگاری، دانشگاه پیام‌نور. darya8800@gmail.com

سال‌های اخیر با رکود مواجهه شود.

پژوهش پیش رو، که با رویکردی مروری و ترویجی نگاشته شده است، در صدد است، با کنکاش دقیق و ریزبینانه صنعت نساجی ایران، چالش‌های کنونی آن را شناسایی کند و راهکارهایی کاربردی در این زمینه پیشنهاد دهد.

واژگان کلیدی: صنعت نساجی، چالش‌ها، راهکارها، ایران.