




Analysis of the visual discourse of women's coverage in the home television network Emphasizing Iranian-Islamic identity

Azadezeinab Mahmoudian , Department of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: Z.mahmoudian@ut.ac.ir

Abstract

Today, the language of culture has become significantly visual. The culture of the people of this era has become so visual that effectively conveying the message without images is a difficult and far-fetched task. Visual culture is a category beyond the study of the image, which works in two stages in facing the audience. In the first stage, it is like a vision in which the image world produces meaning, creates and preserves aesthetic values, gender stereotypes and power relations within the culture, and in another level, with the expansion of the visual field, a field is created in which cultural meanings are formed. In the days of constantly developing media technologies, the theater network is one of the most influential. The necessity of this research, especially in today's society, which has more and more serious challenges in the field of women's clothing, is because it shows that the patterns presented for women's clothing by the most popular media are related to the components of Iranian-Islamic identity. And its purpose is to study the relationship between the discourse reproduced in the home theater network through the coverage of female actors, with the components of Iranian-Islamic identity. This article is done with a qualitative approach, with the method of visual discourse analysis and by using the conceptual framework derived from the theories of Foucault's discourse analysis and Mirzoev's visual culture. The study of the main and secondary themes and the dominant discourse formed by the coverage of female actors in four popular TV series of home network including *Khatoon*, *Jeyran*, *Qorbaqeh* and *Yaghi* indicates that the producers have neglected the main components of the Iranian-Islamic identity.

Keywords

visual discourse analysis; identity; women's clothing; show network; Cultural policies.



تحلیل گفتمان بصری پوشش زنان در شبکه نمایش خانگی با تأکید بر هویت ایرانی-اسلامی

آزاده زینب محمودیان^۱

چکیده

امروز زبان فرهنگ به میزان قابل توجهی تصویری شده است. فرهنگ مردم این دوران چنان دیداری شده که انتقال مؤثر پیام بدون تصاویر کاری دشوار و دور از ذهن می‌نماید. فرهنگ دیداری مقوله‌ای است فراتر از مطالعه تصویر که در مواجهه با مخاطب در دو مرحله عمل می‌کند. در مرحله اول مانند چشم‌اندازی است که در آن، جهان تصویر به تولید معنا، ایجاد و حفظ ارزش‌های زیباشناختی، کلیشه‌های جنسیتی و روابط قدرت درون فرهنگ می‌پردازد و در سطحی دیگر با وسعت گرفتن دامنه دیداری، حوزه‌ای به وجود می‌آید که در آن معانی فرهنگی شکل می‌گیرند. در روزگار فناوری‌های رسانه‌ای پیوسته در حال توسعه، شبکه نمایش خانگی یکی از پرنفوذترین‌هاست. ضرورت این پژوهش به ویژه در جامعه امروز ما که بیش از پیش در حوزه پوشش زنان دچار چالش‌های جدی شده، از آن روست که نشان می‌دهد الگوهای ارائه شده برای پوشاک زنان از سوی پرمخاطب‌ترین رسانه‌ها، چه قرابت و تناسبی با مؤلفه‌های هویتی ایرانی‌اسلامی داشته‌اند و هدف آن مطالعه نسبت میان گفتمان بازتولید شده در شبکه نمایش خانگی به وسیله پوشش بازیگران زن با مؤلفه‌های هویت ایرانی‌اسلامی است. این مقاله با رویکرد کیفی، با روش تحلیل گفتمان بصری و با به‌کارگیری چهارچوب مفهومی برگرفته از نظریه‌های تحلیل گفتمان فوکو و فرهنگ دیداری میرزوئف انجام شده است. مطالعه مضامین فرعی و اصلی و گفتمان غالب شکل گرفته به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال پرمخاطب شبکه نمایش خانگی شامل خاتون، جیران، قورباغه و یاغی حاکی از آن است که مؤلفه‌های اصلی هویت ایرانی‌اسلامی در ذات‌سازی در سبک پوشش جامعه، سهم بسیار اندکی را به خود اختصاص داده و از سوی تولیدکنندگان این آثار مورد غفلت واقع شده است.

واژگان کلیدی

تحلیل گفتمان بصری؛ هویت؛ پوشش زنان؛ شبکه نمایش؛ سیاست‌گذاری‌های فرهنگی.

مقدمه

از نشانه‌های هویت ملی و دینی یک جامعه نحوه پوشش مردم آن جامعه است. نحوه پوشش در کنار آیین‌ها و سنت‌های عام، ارزش‌های سنتی، نحوه معماری بناها و مظاهر مختلف هنرهای ملی و بومی از جمله شاخص‌های مهم هویت فرهنگی به‌شمار می‌رود (ورجاوند، ۱۳۷۸: ۶۶). همچنین پوشش و هویت اجتماعی با یکدیگر در ارتباط‌اند و پوشاک را تمهیدی دلالت‌گرانه بر جنسیت، موقعیت طبقاتی و منزلت حرفه‌ای دانسته‌اند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۵). از این نگاه، پوشش بازنمایی‌شده با ابزار گوناگون رسانه‌ای در جامعه، در ارتباط مستقیمی با هویت آن جامعه است. در واقع نمایش‌ها درباره هویت اجتماعی سخن می‌گویند و در جایگاه آگاهی‌بخشی قرار دارند. نمایش‌ها قسمتی از آن چیزی هستند که گافمن آن را (رفتار بیان‌گرانه) می‌خواند که از طریق آن به انتقال و دریافت داده‌های هویتی اتفاق می‌افتد (گافمن، ۱۳۹۷).

از سوی دیگر از نظر لاکلاو و موف هر عمل و پدیده‌ای برای معنادار شدن و قابل فهم شدن باید گفتمانی باشد. فعالیت‌ها و پدیده‌ها، وقتی قابل فهم می‌شوند که در کنار مجموعه‌ای از عوامل دیگر در قالب گفتمانی خاص قرار گیرند» (سلطانی، ۱۳۹۲: ۷۲). این امر در این پژوهش از آن‌رو مورد توجه است که ن جهت‌ح «گفتمان، جریان و بستری است که دارای زمینه‌های اجتماعی است» (مک، ۱۳۷۷: ۳۰) و منطبق با رویکرد فوکو ارتباط تنگاتنگی میان گفتمان حاکم در جامعه به‌عنوان قدرت یا دانش وجود دارد. اگرچه نمایش پوشش زنان در دوره‌های مختلف از تاریخ تولیدات نمایشی پس از انقلاب متأثر از گفتمان سیاسی حاکم بوده است (یاسینی و بیچرانلو، ۱۳۹۷)، اما همواره این گفتمان‌های سیاسی خود را به نحوی متأثر از هویت‌های ملی و مذهبی ایران معرفی کرده‌اند. فارغ از رویکردهای سیاسی حاکم در این عرصه، آنچه در این پژوهش مورد واکاوی قرار گرفته است نسبت میان گفتمان شکل گرفته از طریق نحوه بازنمایی پوشش زنان در تولیدات نمایش خانگی با دال‌های مرکزی هویت ایرانی-اسلامی است. هویتی که همواره خود را در طول تاریخ حفظ نموده است و با وجود اینکه دارای فراز و نشیب‌هایی بوده است اما هرگز از بنیاد اصلی خود مبتنی بر ستر و پوشش کامل برای زنان دور نمانده است.

این مقاله پس از شناسایی مؤلفه‌های اصلی هویت ایرانی-اسلامی پیرامون پوشش زنان، با استفاده از روش تحلیل گفتمان بصری، گفتمان بازنمایی‌شده به‌وسیله پوشش زنان در سریال‌های پرمخاطب شبکه نمایش خانگی را شناسایی کرده و نسبت آن با مؤلفه‌های ایرانی‌اسلامی را مطالعه نموده است.

اهداف و سؤالات پژوهش

براساس آنچه بیان شد، هدف اصلی این پژوهش مطالعه نسبت میان گفتمان بازتولیدشده به‌وسیله پوشش بازیگران زن با مؤلفه‌های هویت ایرانی-اسلامی در

پرمخاطب‌ترین سریال‌های شبکه نمایش خانگی است. مفصل‌بندی‌ها و اهداف فرعی آن عبارتند از: ۱. شناسایی مضامین اصلی بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال پرمخاطب در شبکه نمایش خانگی شامل: قورباغه، خاتون، جیران و یاغی. ۲. شناسایی گفتمان‌های غالب بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال فوق.

همچنین سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از: چه نسبتی میان گفتمان بازتولید شده به وسیله پوشش بازیگران زن با مؤلفه‌های هویت ایرانی اسلامی، در پرمخاطب‌ترین سریال‌های شبکه نمایش خانگی برقرار است.

و سؤالات فرعی آن عبارتند از: ۱. مضامین اصلی بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال پرمخاطب در شبکه نمایش خانگی شامل: قورباغه، خاتون، جیران و یاغی کدام‌اند؟ ۲. گفتمان‌های غالب بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال فوق چیستند؟

پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهش‌های متعددی در ارتباط با چگونگی بازنمایی زنان در رسانه‌ها انجام شده است (یاسینی و بیچرانلو، ۱۳۹۷). در مقاله‌ای با عنوان «برساخت سینمایی زیبایی‌شناسی پوشاک زنان در گفتمان‌های ارزش‌گرایی، سازندگی و اصلاح‌طلبی»، با تحلیل محتوای کیفی ۳۰ فیلم سینمای ایران به این سؤال پاسخ می‌دهند که تأثیر گفتمان‌های گوناگون بر زیبایی‌شناسی پوشاک زنان چگونه در این آثار سینمایی بازتاب یافته است.

راودراد و حلاجی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «بصری شدن زندگی روزمره زنان؛» با واکاوی گفتمان غالب زنان اینفلوئنسر در شبکه اجتماعی اینستاگرام نشان دادند که می‌توان با مطالعه تصاویر نمایش داده شده زنان توسط خودشان در اینستاگرام، برساخت و گفتمان متفاوتی از جنسیت ایجاد کرد. بخش عمده مطالعه این تصاویر از طریق نوع پوشش موضوع تصویر بوده است.

عبدلی و محمدیان (۱۴۰۲) در مقاله خود با عنوان «بررسی پوشاک زنان در فیلم‌های قبل و بعد از انقلاب اسلامی ایران» با مطالعه نوع پوشش زنان در فیلم‌های قبل و بعد از انقلاب نتیجه گرفته‌اند که در آثار سینمایی پیش از انقلاب میراث و سنت ایرانی-اسلامی به مرور در اثر ارتباط با اروپاییان و غربی‌ها فراموش شده است و میل عمومی به تقلید از این سبک پوشش فراگیر شده است. اما در سال‌های ابتدایی پس از انقلاب به دلیل فضای مذهبی حاکم بر عرصه هنر و به تبع آن سینما در طراحی پوشاک بازیگران زن گرایش به سوی مؤلفه‌های سنتی و دینی به شدت پررنگ شده است.

مقاله «لباس به مثابه هویت» نوشته الهی، شناسه هویتی پوشاک در جهان امروز را به عنوان یک بحران هویتی بررسی کرده است و به نشانه‌شناسی پوشاک، مطالعه

رابطه دین و هویت و نقش لباس در حفظ این رابطه پرداخته است (الهی، ۱۳۹۳). رفیع پور در پژوهشی با هدف تحلیل محتوای پرفروش‌ترین فیلم‌های سینمایی دهه شصت و هفتاد (برزخی‌ها، بایکوت، عروس و هنرپیشه)، تغییر ارزش‌های جامعه از فرامادی به مادی را در آیین سینما جست‌وجو کرده و فرضیه اصلی خود مبنی بر تغییر نظام ارزشی جامعه ایران از سال ۱۳۶۸ به بعد را تأکید و تأیید نموده است. نتیجه پژوهش وی نشان می‌دهد «یکی از مهمترین نمادهای مذهبی که پس از انقلاب بر رفتار و ارزش‌های افراد بسیار تأثیر داشته، حجاب و پوشش زنان است. این نماد به‌مثابه یک معرف مهم برای نشان دادن میزان اعتقاد هنجاری (نه اعتقاد فردی) و میزان نفوذ نهاد مذهب در جامعه است» (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۱۴-۱۵).

عمده‌تمایز مطالعه پیش‌رو با پژوهش‌های صورت‌گرفته در این حوزه آن است که پژوهش‌های فوق‌هریک به‌نوعی مدخلیت پوشش بازیگران و شهرگان در سبک زندگی و ارزش‌های اجتماعی یا قدرت تولید گفتمان اجتماعی را مطالعه کرده‌اند؛ اما در ابتدا شبکه نمایش خانگی به‌عنوان یکی از پرنفوذترین رسانه‌های دهه‌های اخیر به‌عنوان بستر مطالعه انتخاب شده و نیز این پژوهش به‌طور مشخص گفتمان‌های تولیدشده در سریال‌های شبکه نمایش را از منظر مؤلفه‌های هویت ایرانی-اسلامی مطالعه کرده است. این امر از آنجا می‌تواند بیشتر مورد توجه و ضرورت واقع شود که ایران در سال‌های اخیر بیش از پیش با مقوله پوشاک زنان به‌عنوان یک چالش اجتماعی دست‌به‌گریبان شده است. این مهم که خوراک فرهنگی که ازسوی رسانه‌های رسمی در اختیار مردم قرار داده می‌شود چه مؤلفه‌های هویتی را منتقل می‌کند و چه نسبتی با هویت ایرانی اسلامی برقرار کرده‌اند می‌تواند بخشی از پاسخ این سؤال را که چرا پوشش و سبک زندگی جامعه از این مؤلفه‌ها دور شده‌اند را تأمین نماید.

روش پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی و با روش تحلیل گفتمان بصری انجام شده است. تحلیل گفتمان به‌دلیل بین‌رشته‌ای بودن در حوزه‌های مختلف علوم سیاسی، اجتماعی، ارتباطات و زبان‌شناسی انتقادی، مورد استقبال قرار گرفته است (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۸) و هدف آن آشکار کردن روابط قدرت پنهان و فرآیندهای ایدئولوژیکی موجود در متن‌ها (در این مقاله، سریال‌های نمایش خانگی) است. روش تحلیل گفتمان بصری که در این پژوهش به‌کار گرفته شده است، به تصویر و تأثیرهای اجتماعی آن توجه دقیقی دارد (رز، ۱۳۹۳: ۲۶۷). مفهوم گفتمان در اینجا به منزله چیزی است که از طریق انواع مختلف تصاویر بصری و متون گفتاری مفصل‌بندی می‌شود (رز، ۱۳۹۳: ۲۶۸). در تحلیل گفتمان، گزاره‌ها از دو زاویه مورد مطالعه قرار می‌گیرند: مطالعه تحلیل ساختار گزاره‌های گفتمانی و مطالعه زمینه و بافت اجتماعی این گزاره‌ها؛ به این معنی که چه کسی و در چه شرایطی این گزاره‌ها را بیان می‌کند (Tonkiss, 1998). پس تحلیل

گفتمان بصری تنها به متون دیداری توجه ندارد بلکه متون دیداری را در بستر سایر متون مورد تحلیل و واکاوی قرار می‌دهد. تحلیل گفتمان بصری متکی به خوانشی است که دقت زیادی به جزئیات دارد. این روش به خود تصاویر و شبکه بینامتنی که یک تصویر منفرد در آن قرار گرفته است، توجه می‌کند (رز، ۱۳۹۳).

مراحل طی شده در این پژوهش بدین صورت است که ابتدا از میان سریال‌های نمایش خانگی به نمایش درآمده در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ در پرمخاطب‌ترین سکویهای پخش یعنی فیلمو و نماوا، چهار سریال به صورت نمونه‌گیری هدفمند با تکیه بر امتیاز مخاطبان که به صورت پسند و نمره از سوی بازدیدکنندگان سکو امکان ثبت دارد، به عنوان محبوب‌ترین سریال‌ها انتخاب شدند و سپس در هریک از این سریال‌ها شخصیت‌های اصلی زن شناسایی و نحوه پوشش آن‌ها در تمامی قسمت‌های آن سریال مورد مطالعه قرار گرفت. لازم به ذکر است این مطالعه نه تنها بر روی تصویر پوشاک بلکه در بستری که شخصیت سریال آن پوشاک را استفاده کرده مورد توجه قرار گرفته است؛ تا برای رسیدن به مفصل‌بندی‌ها سایر متون و زمینه اصلی روایت نیز مورد دقت واقع شود. سپس کدهای تصویری از بیش از ۲۴۰ تصویر گردآوری شده، شناسایی و مضمون‌های فرعی و سپس مضمون‌های غالب که به گفتمان‌های مورد نظر منتهی می‌شود، شناسایی شد. همچنین در انتها ارتباط مضامین فرعی و اصلی با مؤلفه‌های هویتی پوشاک ایرانی اسلامی مورد شناسایی قرار گرفت.

رسانه ابزار قدرت گفتمان

گفتمان اشاره به گروهی از گزاره‌ها دارد که شیوه تفکر درباره یک چیز و نحوه عمل براساس آن را ساختار می‌دهد. گفتمان به شیوه‌های اندیشیدن و عمل کردن سوژه‌ها نظم می‌دهد و این بیانگر نحوه کارکرد قدرت است (رز، ۱۳۹۷: ۲۵۸-۲۶۲). از نگاه فوکو سوبرژکتیویته انسانی می‌تواند از طریق فرایندهای خاص، برساخته شود و مسئله اساسی آن است که چگونه قدرت و دانش برای حاکم شدن بر فرهنگ، مورد استفاده قرار می‌گیرند (روجک، ۱۳۹۰: ۱۱۵). از دید او، اشکال جدید دانش به اشکال جدید قدرت و کنترل منتهی می‌شود و رسانه‌ها مکانیسم‌ها یا دستگاه‌هایی هستند که قدرت گفتمان از طریق آن‌ها اعمال می‌شود. به عبارت دیگر، رسانه‌ها ابزار مراقبت و کنترل دائمی هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۱۵). از این منظر جامعه رسانه‌ای شده، جامعه نمایش نیست، بلکه جامعه مراقبت است. جامعه‌ای که در آن در زیر تصویرها، بدن‌ها عمیقاً در محاصره‌اند. بازی نشانه‌ها تبیین‌کننده نقاط اتکای قدرت است؛ نظم اجتماعی چنین جامعه‌ای کلیت زیبایی فرد را تقطیع، سرکوب یا ضایع نمی‌کند، بلکه فرد در این نظم، به دقت و براساس تاکتیک تمام و کمال نیروها و بدن ساخته می‌شود (فوکو، ۱۳۷۸: ۲۷۰).

در تولید و سامان رتوریک گفتمان که دارای شش مرحله «نگاه نو به منابع و غوطه‌وری در منابع»، «مشخص کردن مضامین اصلی»، «بررسی پیامدها»، «توجه

به پیچیدگی‌ها و تناقض‌ها»، «توجه به چیزهای مرئی و نامرئی» و «توجه به جزئیات» است (رز: ۱۳۹۷: ۲۹۵). فراموش کردن پیش‌داوری‌ها و توجه به ساختار گزاره‌ها و زمینه و بافت اجتماعی گزاره‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد. از این منظر نحوه پوشش بازیگران زن که در قالب سریال‌های نمایش خانگی به تصویر کشیده می‌شود، بیانگر زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در جامعه بوده و نوعی نمایش گفتمانی پیرامون پوشش مورد پذیرش برای زنان در جامعه ایرانی به شمار می‌رود.

متون دیداری، گفتمان، فرهنگ

فرهنگ دیداری مقوله‌ای است فراتر از مطالعه تصویر است که در مواجهه با مخاطب در دو مرحله عمل می‌کند. در مرحله اول مانند چشم‌اندازی است که در آن، جهان تصویر به تولید معنا، ایجاد و حفظ ارزش‌های زیباشناختی، کلیشه‌های جنسیتی و روابط قدرت درون فرهنگ می‌پردازد و در سطحی دیگر، مخاطب متوجه می‌شود که با وسعت گرفتن دامنه دیداری، حوزه‌ای به وجود می‌آید که در آن معانی فرهنگی شکل می‌گیرد. همچنین طیف وسیعی از تجزیه، تحلیل و تفسیر صوتی فضایی را نیز در بر می‌گیرد (Rogoff, 2002: 24). بر این اساس، فرهنگ جامعه امروزی از تصویر و ارتباطات تصویری بیش از گذشته تأثیر می‌پذیرد. زبان امروز فرهنگ، زبان تصویر است و مردم در این دوران بیش از گذشته، به تعبیر «با چشم دیدن، مطمئن‌تر از شنیدن است» صحنه گذاشته‌اند. نیکولاس میرزوئف اندیشمند حوزه فرهنگ دیداری، مردم این عصر را به مردمی تماشاگر تعبیر کرده است: «در جامعه تماشاگر ما خریدار تصویر بیش از موضوع هستیم» (Mirzoeff, 1999: 27).

از سوی دیگر، نظریه پردازان متعددی به نقش گفتمان و زبان در برساخت هویت تأکید می‌کنند. با توجه به غلبه امر بصری در جهان امروز، میرزوئف معتقد است در حال حاضر، این تصاویر هستند که جایگزین زبان شده‌اند. تصویر هنری، وسیله تفسیر جهان به شیوه دیداری است و درونی کردن کنترل اجتماعی قدرت، از طریق هنرهای دیداری صورت می‌گیرد. قدرت، جامعه را کنترل می‌کند و این برای جامعه درونی می‌شود (میرزوئف، ۱۹۹۹ به نقل از راوودراد، ۱۴۰۰). در چنین جامعه‌ای فرهنگ مصرفی تماشا، رشد کرده، آنچنان که تصاویر رشد کرده‌اند (همو: ۲۶). مصرف‌کننده، عامل کلیدی مهمی در جامعه مصرفی پسامدرن است و چشم بینندگان مقصد نهایی جذب سود است و مخاطب، تبدیل به کالا شده و توجه او ارزش اقتصادی پیدا کرده است (همو: ۲۷). در این شرایط نمایش، ابزاری کارآمد در جذب چشم‌ها محسوب می‌شود و مدیران نمایش به وسیله بازیگران برای کسب نگاه‌های بیشتر در رقابت‌اند و از هر آنچه که به دیدنی‌تر شدن بازیگر خود کمک کند بهره می‌برند.

پوشاک به مثابه رسانه

امروزه توجه به پوشاک به عنوان رسانه‌ای برای انتقال پیام و کشف راز و رمزهای موجود در انواع آن، در دوره‌های مختلف و در میان ملت‌های گوناگون دارای اهمیت است.

درواقع رسانه، در معنای عام خود واسطه‌ای است که امکان برقراری ارتباط را فراهم می‌کند و در معنایی وسیع، گفتار، نوشتار، ایماء و اشاره، بیان چهره‌ای، لباس و بازیگری را می‌توان در زمره رسانه‌های ارتباطی جای داد (سولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۲۴-۳۹، به نقل از محبوبی‌منش، ۱۳۸۶). به عبارت دیگر، رسانه شیوه خاص انتقال پیام است که مشتمل بر نظامی از نمادها یا رمزهاست (هارجی و دیگران، ۱۳۸۴: ۲۲) و «نماد» عنصری اساسی در عرصه ارتباطات انسانی است (رک. محسنیان راد، ۱۳۸۵: ۴۷-۴۶) بدن و به تبع آن نحوه پوشش بدن به عنوان وسیله‌ای ارتباطی، تقریباً به همان اندازه و گاه بیش از آن پیام را منتقل می‌کند (کولتتر، ۱۳۶۹: ۱۲۱). به اعتقاد دال لتر «شما با شکل ظاهری خود هویت خویش را به دیگران معرفی می‌کنید» (Leather, 1976: 96). بر این اساس بدن، زبان بدن، پوشش، آرایش و پیرایش بدن، همه نوعی رسانه نمادین‌اند که در قلمروی ارتباطاتی، هویت می‌یابند (محبوبی‌منش، ۱۳۸۶).

پوشاک و نحوه پوشش در انواع ارتباطات میان‌فردی و ارتباط غیرکلامی جایگاه تعیین‌کننده‌ای دارد. ارتباط میان‌فردی فرایندی است که افراد طی آن اطلاعات، معانی و احساسات خود را از طریق پیام‌های کلامی و غیرکلامی با دیگران در میان می‌گذارند (هارجی و دیگران، ۱۳۸۴: ۲۰). درواقع در ارتباطات میان‌فردی، بخش عمده‌ای از تبادل اطلاعات از طریق ارتباط غیرکلامی انجام می‌شود، به طوری که تخمین زده می‌شود در یک برخورد دو نفره معمولی، معانی اجتماعی از طریق مؤلفه‌های کلامی و مابقی از طریق کانال غیرکلامی منتقل می‌شوند (هارجی و دیگران، ۱۳۸۴: ۴۹). ارتباط غیرکلامی به برقراری ارتباطات میان‌مردم با ابزارهایی غیر از گفتار اطلاق می‌شود که از چند منبع اصلی شامل: تماس چشمی (میزان نگاه کردن به بدن و صورت دیگری)، دهان (به خصوص تبسم یا اخم در ارتباط با تماس چشمی)، حالت بدن، حرکت سر و دست و ژست، جهت‌گیری، فاصله بدنی، بو، پوست، مو (از جمله بلندی، بافت و سبک آرایش) و لباس (مخصوصاً با توجه به مد) نشئت می‌گیرد. پوشاک در واقع بخشی از زبان بدن است که برخی از جنبه‌های آن در تحکیم پایه ارتباطات اهمیت بسیاری دارند (سولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۲۷۵-۲۷۴، به نقل از محبوبی‌منش، ۱۳۸۶).

همچنین مطالعات گی‌بینز نشان داده است که افراد درباره یکدیگر برپایه لباس‌هایی که می‌پوشند، داوری می‌کنند و همچنین افراد درباره معانی نهفته در انواع لباس‌ها توافق زیادی دارند. انتخاب لباس مانند انتخاب واژه‌ها با فرد است و افراد ناگزیر هستند که مسئولیت هر دو را در عرصه عمومی بپذیرند و عواقب ایجاد هر نوع سوء تفاهمی را قبول نمایند؛ بنابراین اگر افراد بخواهند با دیگران ارتباط مؤثر داشته باشند، نمی‌توانند به گونه‌ای رفتار کنند که گویی آنچه پوشیده‌اند، بخشی از پیام‌های ارسالی آن‌ها نیست؛ چراکه دیگران معمولاً بر مبنای ظواهر و انتخاب‌های افراد قضاوت می‌کنند (مایرز و مایرز، ۱۳۸۳: ۳۰۶-۳۰۴). در این مطالعه، پوشاک بازیگران زن سریال‌های نمایش خانگی به مثابه یک رسانه ارتباطی و هویتی در نظر گرفته شده است.

پوشاک و هویت

ارزش پوشاک به مثابه شناسه‌ای هویتی، سریع‌الانتقال‌ترین و بارزترین نشانه فرهنگی است که به سرعت تحت تأثیر پدیده‌های فرهنگ‌پذیری بین جامعه‌های گوناگون انسانی قرار می‌گیرد. نظریه کارکرد اجتماعی یا نظریه غیرتاریخی به پوشاک همچون زبانی از نشانه‌ها می‌نگرد و آن را قابل بازخوانی و رمزگشایی می‌داند. این نظریه، رویکردی نمادین به لباس دارد و آن را زبانی ساخته شده از علائم قابل رمزگشایی و بازخوانی، معرفی می‌نماید (متین، ۱۳۸۳: ۳۸ و موسوی بجنوردی، ۱۳۶۷: سیدحسین نصر معتقد است لباس پس از بدن، نزدیک‌ترین چیزها به نفس ماست و هویت ما اغلب وابستگی نزدیکی به لباس مان دارد. لباس ما، بیش از هر امر دیگری مستقیماً نشان دهنده فهم و درک ما از معنای انسانیت است (موسوی بجنوردی، ۱۳۸۵: ۴). پوشاک از راه مجموعه‌ای از علائم مادی، یک نظام ارتباطی فرهنگی در میان مردم جامعه برقرار می‌کند. رمزگشایی از این علائم و دریافت مفهوم آن‌ها در هر گروه و جامعه، نیازمند درک رفتارهای اجتماعی و فرهنگی مردم آن گروه و جامعه و شناخت نظام‌های دینی، اعتقادی و باورهای است که پوشاک ارزش‌های نمادین خود را از آن‌ها گرفته است. این ارزش‌ها نقش مهم و برجسته‌ای در نگهداشت هویت اجتماعی و فرهنگی مردم جامعه و استمرار بخشیدن آن در طول حیات تاریخی نسل‌ها ایفا می‌کنند. پوشاک نشان‌دهنده پایگاه اجتماعی، اقتصادی، مذهبی، شغلی و احوال روحی پوشندگان آن‌ها و بازتاب‌دهنده تفاوت‌های طبیعی، اجتماعی، اقتصادی و... افراد در گروه‌های اجتماعی گوناگون‌اند. نوع، جنس، رنگ، طرز دوخت، شکل و فرهنگ‌واژگان مربوط به تن پوش‌ها با مجموعه‌ای از ارزش‌ها و معیارهای فرهنگی، اخلاقی و معنوی و باورهای دینی، مذهبی و آرمانی درآمیخته است (یارشاطر و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۸). از این منظر یک لباس، نماد مردانگی؛ دیگری نشانه زنانگی؛ یکی نشانه ارزش‌هایی چون حجب، پاکدامنی و لباس دیگر نماد متجدد بودن است. ارزش نمادین پوشش مجموعه‌ای از مباحث اخلاقی و سیاسی را نیز نشان دهد و در عین حال می‌توان انواع گوناگونی از لباس و روابط نمادین میان لباس و ساختارهای اجتماعی یافت؛ مانند لباس‌های نظامیان، کشاورزان، روحانیان، پادشاهان، زنان شریف، اندرونی، بیرونی و حتی نیمه‌اندرونی؛ اما قراردادهای ناظر بر این روابط، سخت تحت تأثیر ثبات ریشه‌دار وضعی سنتی و تغییرناپذیرند (جوادی‌یگانه و کشفی، ۱۳۸۶: ۶۷ و ۶۸). هر قطعه از پوشاک، حامل اندیشه‌ای است که عامل اصلی تولید و طراحی آن بوده است. پیام موجود در هر قطعه لباس، ممکن است فقط دارای جنبه کارکردی یا زیباشناختی باشد یا مجموعه‌ای از رمزگان نمادین برای رساندن پیام‌هایی ژرف با معانی فرهنگی، اسطوره‌ای، اجتماعی و سیاسی بازتاب‌دهنده هویت آن جامعه باشد (موسوی بجنوردی، ۱۳۸۵: ۴۰).

پوشش در ایران و اسلام

اسناد تاریخی پیرامون پوشش در ایران حاکی از آن است که «حجاب در فرس (فارس) قدیم وجود داشته است» (شاه عبدالعظیمی، ۱۳۶۲، ج ۱۰: ۴۹۰). مورخان و جامعه‌شناسان غربی نیز بر این امر اذعان دارند که «خواستگاه پوشش و حجاب در جهان اسلام به پیش از دوره اسلامی می‌رسد؛ و کمابیش در میان اقوام جنوبی حاشیه مدیترانه مانند یونانیان و ایرانیان رایج بوده است» (چتی، ۱۹۹۴: ۱۲۸). ویل دورانت نیز چنین نقل کرده است که نقش پوشش و حجاب زنان در ایران باستان چنان برجسته است که می‌توان ایران را منشأ اصلی پراکندن حجاب در جهان دانست (دورانت، ۱۳۳۷، ج ۲: ۷۸). سبک پوشش زنان در ایران باستان گرچه دارای فرازو نشیب‌هایی در طول تاریخ خود است، اما هرگز از بنیاد اصلی خود مبتنی بر ستر و پوشش کامل برای زنان دور نمانده است (یاسینی، ۱۳۹۳: ۴۷).

در مبانی دین اسلام نیز پوشش از ملزومات اولیه زندگی بشری به‌شمار می‌آید و در زمره امور مؤثر بر روح انسانی تلقی می‌شود. از این رو، در تعالیم دینی به دقت درباره چگونگی آن بحث شده است. امام محمد غزالی از حکیمان بزرگ عالم اسلام اهمیت پوشاک را به‌عنوان یکی از سه نیاز حقیقی و اصیل انسان در طول زندگی مورد توجه قرار داده است و معتقد است نوع و چگونگی پوشش انسان‌ها اعم از زن و مرد به‌طور مستقیم بر روح انسان‌ها و منش و رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد (غزالی، ۱۳۸۰، ج ۱: ۷۵). مطالعه مبانی دینی و مراجعه به آیات، روایات و احادیث متعدد موجود در این حوزه نشان می‌دهد که پوشش در اسلام مبتنی بر پنج دستور عملی است که عبارتند از: مستوری مو و اندام، مستوری زینت و زیبایی ظاهری، پرهیز از خودنمایی، پرهیز از پوشش مردانه و حفظ حریم نگاه (یاسینی، ۱۳۹۳: ۶۵).

مؤلفه‌های پوشش در هویت ایرانی اسلامی

دقت در کارکردهای پوشش نشان می‌دهد پوشاک جز پوشاندگی فیزیکی از کارکردهای نمادین، فرهنگی، اعتقادی، تمیزبخشی و ارتباطی مؤثری برخوردار است. شناخت این قابلیت‌ها در پوشش‌های انسانی می‌تواند بستری را فراهم کند که با شناخت نتایج حاصل از کاربست نوع پوشش زنان (شامل تمامی مؤلفه‌های شکلی و غیرشکلی) و نیز حدود آن بر مبنای معیارهای اخلاقی، فرهنگی و معنوی، اثربخشی نوع لباس بر هویت ملی و فردی آشکار می‌شود (یاسینی، ۱۳۹۳: ۹۵).

مطالعه پوشش اجتماعی رایج زنان در متون دینی و ملی ایرانیان نشان می‌دهد که این پوشش همواره به گونه‌ای بوده است که در تمامی حالات ایستاده و نشسته، در عین برخورداری از آزادی عمل در انواع حرکت‌ها و حالات، اندام را نیز کاملاً پوشش می‌دهد و چیزی از مستوری و پوشیدگی آنان نمی‌کاهد. حالات مختلف زنان در حین انجام دادن کارهایشان، با طمأنینه و آرامشی که غالباً در سیمای آن‌ها نشان داده می‌شود، همراه است و نوعی وقار را متبادر می‌کند (یاسینی، ۱۳۹۳: ۲۲۷ و ۱۴۰).

مطالعه تطبیقی مهمترین ویژگی‌های پوششی زنان در متون دینی، ادبی و تصویری، دال‌های مرکزی هویت ایرانی اسلامی پوشش را آشکار می‌کند که برجسته‌ترین آن‌ها عبارتند از: در متون دینی: حافظ حریم وجود و حریم جسم با ممانعت از تعرض بداندیشان و گنهکاران؛ حفظ سلامت روان با محافظت در برابر نگاه ناپاک؛ تجلی بخش آراستگی و پیراستگی. در متون ادبی: مدد رسان جسم برای تعالی روح؛ حافظ عفت پاکدامنی؛ حائلی برای حفاظت از کثی و ناراستی. در متون تصویری: لباس زیبای رنگارنگ با تزیینات فراوان و گوناگون؛ پوشش‌های گوناگون و در عین حال پوشاننده (پیراهن‌ها، سربندها، دامن‌ها، جلیقه‌ها، انواع بالاپوش و چادر و روبنده...)؛ پوشش‌های متناسب با حضور در فضاها و فعالیت‌های گوناگون. (یاسینی، ۱۳۹۳: ۱۹۸).

همچنین ارتباط منش و پوشش، ارتباطی غیرقابل انکار است و می‌توان اخلاق را منشأ بروز رفتار دانست. از این منظر نوع و نحوه پوشش انسان را می‌توان برگرفته از خلق و خوفا و خصلت‌های او به شمار آورد.

در مطالعه تطبیقی که نتایج آن در جدول شماره یک آمده است، مهمترین ویژگی‌های پوششی و منشی زنان در متون دینی، ادبی و تصویری مورد شناسایی قرار گرفته‌اند که در پژوهش حاضر تنها مواردی که می‌تواند در پوشش بازتاب داشته باشد، مورد توجه قرار گرفته است. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود این موارد عبارتند از: در متون دینی: پارسایی، عفت و حیاورزی؛ وقار و متانت؛ و دینداری. در متون ادبی: آرامش‌دهندگی؛ پارسایی؛ متانت‌ورزی؛ حضور محجوبانه در میان جمع؛ شرم‌داری و حیاورزی؛ حافظ دینداری مرد. در متون تصویری: حجب و عفت در حالات و رفتار در فضای عمومی و خصوصی؛ پوشیدگی همواره اندام؛ متانت در سیما؛ وقار در حالات و حرکات؛ آراسته‌رویی؛ تجسم معنویت وجودی و متانت رفتاری و پرهیز از تمرکز بر اندام‌های جنسیتی؛ ستر و پوشیدگی از منظر نامحرمان (یاسینی، ۱۳۹۳: ۲۲۹-۲۳۰). بر این اساس، پوشش بانوان در سریال‌های مورد نظر از زاویه مؤلفه‌های پوششی فوق‌الذکر مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

جدول ۱. دال‌های مرکزی هویت ایرانی اسلامی پوششی زنان (منبع: یاسینی، ۱۳۹۳)

دال‌های مرکزی هویت ایرانی اسلامی پوششی زنان در متون			
مهمترین ویژگی‌ها	دینی	ادبی	تصویری
پوششی	حافظ حریم وجود و حریم جسم با ممانعت از تعرض بداندیشان و گنهکاران؛ حفظ سلامت روان با محافظت در برابر نگاه ناپاک؛ تجلی بخش آراستگی و پیراستگی.	مدد رسان جسم برای تعالی روح؛ حافظ عفت و پاکدامنی؛ حائلی برای حفاظت از کثی و ناراستی.	رنگارنگ با تزیینات فراوان؛ گوناگون و در عین حال پوشاننده (پیراهن‌ها، سربندها، دامن‌ها، جلیقه‌ها، انواع بالاپوش و چادر و روبنده...)؛ متناسب با حضور در فضاها و فعالیت‌های گوناگون
منشی	پارسایی، عفت و حیاءورزی؛ وقار و متانت؛ و دینداری.	آرامش دهنده‌گی؛ پارسایی؛ متانت و ورزی؛ حضور محجوبانه در میان جمع؛ شرم‌داری و حیاءورزی؛ حافظ دینداری مرد.	حجب و عفت در حالات و رفتار در فضای عمومی و خصوصی؛ پوشیدگی همواره اندام؛ متانت در سیما؛ وقار در حالات و حرکات؛ آراسته‌رویی؛ تجسم معنویت وجودی و متانت رفتاری و پرهیز از تمرکز بر اندام‌های جنسیتی؛ ستر و پوشیدگی از منظر نامحرمان

شبکه نمایش خانگی

در سال ۱۳۸۹، «قلب یخی» با تیراژ یک میلیون نسخه به عنوان اولین سریال تولید شده مختص شبکه نمایش خانگی در ایران توزیع شد. تا امروز این شیوه نوظهور پخش فیلم و سریال، فراز و فرود زیادی داشته است. در ابتدا مخاطب ایرانی شبکه نمایش خانگی را جدی نمی‌گرفت. به نظر می‌آمد سریال‌هایی در شبکه نمایش خانگی توزیع می‌شوند که کیفیت پایینی دارند. اما پس از گذشت مدتی، این شبکه رقیب بسیار سرسختی برای تلویزیون شد. ممیزی‌ها و سخت‌گیری‌های مرسوم محتوایی در تلویزیون، کمتر در این سریال‌ها اعمال می‌شد. ظهور VODها^۲ یا سرویس‌های پخش آنلاین فیلم، نقطه عطف برای پخش خانگی بود و پخش و تماشای آن‌ها در دنیای سریال‌های جدید پخش خانگی را آسان‌تر و سریع‌تر کرد و شبکه نمایش خانگی را به یک صنعت میلیاردی و دارای مخاطب میلیونی تبدیل نمود. این امر پیشرفت سرویس‌های استریم را به همراه داشت. کمپانی و شبکه‌های بزرگ شروع به توسعه سرویس پخش آنلاین فیلم و سریال کرده و با استقبال بی‌نظیری از سوی مخاطبین مواجه شدند، این سرویس‌های اشتراکی با دریافت هزینه‌ای اندک، اجازه دسترسی به تمامی آثار خود را به مخاطب می‌دهند و آن‌ها را به تماشای آثار این سرویس‌ها دعوت می‌کنند. فیلم‌نت از قدیمی‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه پخش آنلاین فیلم متعلق به «مؤسسه فرهنگی و دیجیتال آینه جادو» است و فعالیت خود را در سال ۱۳۹۳ آغاز کرد. تلویزیون اینترنتی ایران در بخش خصوصی است که در سال ۱۳۹۴ با مجوز رسمی آغاز به کار کرد و از اولین‌ها در عرصه پخش آنلاین برنامه‌های مختلف و فیلم در ایران محسوب می‌شود. کاناپه پلتفرم انتشار و پخش محتوای کودک و محصولی از شرکت‌های صبا،

رهگشا و آوین است. لنز متعلق به شرکت ایرانسل که حجم ترافیک رایگان برای مشترکان این اپراتور در نظر گرفته است. فیلمو در بهمن ۱۳۹۳ آغاز به کار کرد. این سامانه یکی از محصولات شرکت صباایده است که براساس رتبه بندی الکسا، چهاردهمین سایت پربازدید در ایران است. فیلمو دارای بیش از ۴۰۰ هزار مشترک ماهانه با سهم بازار بیش از ۵۰ درصدی در میان رقبا است. در ماه ۴۵۰ میلیون دقیقه محتوای ویدیویی توسط کاربران فیلمو مشاهده می‌گردد. او خود نیز اقدام به سرمایه‌گذاری برای ساخت سریال می‌کند و در کنار نماوا با تولید محتوای اختصاصی گوی سبقت را از رقبا ربوده است. نماوا اوایل سال ۹۳ نخستین سریال اختصاصی خود یعنی سریال سال‌های دور از خانه را در ۳۱ فروردین سال ۱۳۹۸ عرضه کرد. سینمامارکت، تیوا، اپیدو، پلان، آی سیما، دیجیتون، تماشاخونه، سیمای همراه از دیگر تلویزیون‌های اینترنتی یا سامانه نمایش درخواستی اشتراکی در ایران هستند. در جدول شماره دو فهرستی از محبوب‌ترین سریال‌های شبکه نمایش خانگی در دو سال اخیر در دو سکوی فیلمو و نماوا معرفی شده‌اند. در این پژوهش با توجه به محبوبیت هر دو سکو، از هر کدام دوسریال که در رأس پرمخاطبان قرار دارند انتخاب شده است.

فیلمو و نماوا پرمخاطب‌ترین سرویس اشتراکی پخش آنلاین ویدئو در کشور هستند که تقریباً هم‌زمان در سال ۹۳ معرفی شدند. برند فیلمو متعلق به بنیان‌گذاران سایت آپارات یا همان گروه صباایده است. نماوا نیز از زیر مجموعه‌های گروه شاتل محسوب می‌شود که در ابتدا با عنوان شاتل‌لند و با هدف ارائه خدمات سرگرم‌کننده شروع به کار کرد و بعداً به نماوا تغییر نام داد.

جدول ۲. سریال‌های شبکه نمایش خانگی در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ (منبع: تارنمای فیلمو و نماوا)

سریال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ شبکه نمایش خانگی	
فیلمو	نماوا
۱. دیرین دیرین	۱. نوبت لیلی
۲. نارگیل	۲. شبکه مخفی زنان
۳. برنامه ۱۳ شمالی	۳. مهمونی
۴. جزیره	۴. روزی روزگاری مریخ
۵. جیران	۵. حرفه‌ای
۶. خوب، بد، جلف: رادیواکتیو	۶. خاتون
۷. دل	۷. سیاوش
۸. زخم کاری	۸. قورباغه
۹. ساخت ایران ۳	۹. گیسو
۱۰. برنامه شب‌های مافیا	۱۰. مانکن
۱۱. قبله عالم	۱۱. ممنوعه
۱۲. مانکن	۱۲. هفت خان
۱۳. مردم معمولی	۱۳. همرفیق
۱۴. می‌خواهم زنده بمانم	۱۴. هم‌گناه
۱۵. میدان سرخ	۱۵. آنتن
۱۶. نهنگ آبی	
۱۷. بی‌گناه	
۱۸. یاغی	
۱۹. جوکر	

از آنجا که فیلمو و نماوا در ارائه آمار بینندگان سریال‌های خود محافظه‌کاری به خرج می‌دهند و تنها آمار رکوردشکنی‌ها را منتشر می‌کنند، میزان بیننده سریال‌ها چندان مشخص نیست؛ بنابراین برای شناسایی موفق‌ترین و پربازدیدترین سریال‌ها به آمار رضایت مخاطبان از سریال‌ها که در صفحه هر محصول در هر پلتفرم موجود است، مراجعه کردیم؛ براساس امتیاز مثبت و منفی که کاربران پلتفرم‌ها می‌توانند به هر قسمت سریال‌ها به صورت جداگانه، و به کلیت یک سریال بدهند مشخص شد که از میان ۳۷ سریال که پخش کامل یا بخشی از آن‌ها در سال ۱۴۰۰ بوده است، دو سریال یاغی و جیران از فیلمو، و دو سریال قورباغه و خاتون در نماوا توجه بیشتری مخاطبان را به خود جلب کرده‌اند. در این پژوهش به مطالعه و تحلیل گفتمان بصری پوشاک بازیگران زن این چهار مجموعه پرداخته‌ایم.

یافته‌های پژوهش

با تحلیل داده‌های موجود در چهار سریال انتخاب شده، هفت مضمون اصلی به دست آمد که در ذیل سه گفتمان «تضاد طبقاتی»، «مردسالاری» و «زن‌سالاری» تعریف شده‌اند. این مضامین به تفکیک هر سریال در جدول شماره سه نشان داده شده است:

جدول ۳. مضمون‌های اصلی ذیل گفتمان‌ها (منبع: پژوهشگر)

سریال	یاغی - جیران - خاتون	قورباغه - جیران	خاتون
مضامین اصلی	فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرو دست	زن، عنصر منفعل و وابسته به تأیید مرد	زن، عنصر فعال در امور سیاسی، اجتماعی و فرهنگی
مضمون غالب (گفتمان)	تضاد طبقاتی	مردسالاری	زن‌سالاری

تحلیل بصری پوشاک بازیگران زن سریال خاتون

سربال (خاتون) از ۱۸ مرداد ۱۴۰۰ آغاز و فصل اول آن پس از ۲۳ قسمت پایان یافت. سریال خاتون با امتیاز کلی ۹۱ درصد رای مثبت مخاطبان، همراه با «قورباغه» تا کنون محبوب‌ترین سریال نماوا بوده است.

در برهه تاریخی نمایش داده شده در سریال خاتون، یعنی دهه ۱۳۲۰ شمسی، مد و لباس ایرانیان تحت تأثیر مد اروپایی، تغییرات جدی کرد. اگرچه در خود اروپا به واسطه رکود اقتصادی این روند کاهشی بود و صنعت پارچه و به تبع آن پوشاک، تحت تأثیر قرار گرفت. دولت‌ها برای جلوگیری از هدر رفتن سرمایه در پی تولید لباس‌هایی بودند که کاربردی، کم هزینه، تیراژ بالا و بدون تزیین باشد و استفاده از پارچه‌هایی مثل تور و گلدوزی و... ممنوع بود و این اقدام تأثیر جدی بر مد و فشن آن زمان اروپا گذاشت. همچنین یکی از دلایلی که مد در دوران تاریخی داستان سریال خاتون در ایران پر رونق

بوده، جریان کشف حجاب و حذف چادر از پوشش زنان است که آثار آن آشکارا در پوشاک و استایل خاتون از مدل مو تا اکسسوری‌هایی مثل توربان و کلاه که همه ترند آن زمان‌اند، بروز دارد. در این پژوهش با واکاوی و تحلیل نحوه پوشش دو شخصیت زن اصلی و مؤثر این سریال یعنی خاتون و پروین، مفصل بندی‌های گفتمانی که پوشاک این دو کاراکتر در شکل‌گیری آن تأثیرگذار بوده‌اند مورد شناسایی قرار گرفته است. خاتون شخصیت اصلی این داستان است که مطالعه پوشش او در طول سریال اطلاعات دقیقی از اهداف این سریال و مفصل بندی‌های گفتمانی این داستان فراهم می‌آورد. پوشاک این کاراکتر در بخش ابتدایی داستان به خوبی مکمل رفتار آن بوده و او را شخصیتی متجدد و مدرن معرفی می‌کند. او کتاب می‌خواند، در تصمیمات ریز و درشت شخصی‌اش مستقل است، رانندگی، تیر اندازی و زبان فرانسه می‌داند و در لباس پوشیدن شبیه اطرافیان نیست. در بسیاری از صحنه‌ها، پوشاک خاتون در اجتناب از «تجملات ظاهری و زینت مجالس قرار گرفتن» و یا «بخشی از آشپزخانه بودن»، در کنار اکسسوری‌ها و نیز رفتار او و «اهل ادبیات و هنر بودن» و «اشتقاق برای حضور سیاسی اجتماعی»، تابلوی روشنفکری شخصیت اول سریال را بالا می‌برد. او در چند قسمت اول سبک پوشش یک زن مدرن و فرانسوی را دارد. یکی از استایل‌های خاص او کت یقه انگلیسی کوتاه دو دکمه به همراه دامن است که یقه‌های پهن و تیز آن نشان از یک شخصیت قدرتمند و جسور دارد (تصویر ۱).



تصویر ۱. خاتون در سریال خاتون (منبع: گالری تصاویر نماوا)^۳

پروین دیگر شخصیت زن برجسته در این سریال است که یکی از دوستان صمیمی خاتون محسوب می‌شود که در جریان مخالفت با دولت شوروی ترور می‌شود. او برای

رسیدن به اهدافش و آزادی تلاش می‌کند. لباس‌های رسمی و خنثی و در عین حال شیک می‌پوشد و انتخاب اصلی او کت یقه انگلیسی بلند و مردانه است؛ زیرا سعی می‌کند همیشه مردانه و قدرتمند به نظر برسد (تصویر ۲).



تصویر ۲. پروین در سریال خاتون (منبع: گالری تصاویر نماوا)

اما تفاوت خاتون و پروین در روحیه زنانگی است؛ خاتون به شدت بر قابلیت‌های زنانه‌اش تمرکز دارد؛ درحالی‌که پروین از روحیه مبارزه برخوردار است. جزئیات و تنوع بیشتری در جنس پارچه و استایل لباس خاتون دیده می‌شود. پالت رنگی لباس‌های این دو نفر متفاوت است. پروین از رنگ‌های خنثی و خاتون از رنگ‌های ملایم و زنانه استفاده می‌کند. دوخت نیز کاملاً متفاوت است؛ مثلاً یقه لباس‌های خاتون ظریف‌تر و برش‌های منحنی و لطیف‌تری دارند؛ درحالی‌که بدون هیچ استثنایی یقه لباس‌های پروین تیز و بزرگ است. پروین سراغ پترن نمی‌رود و روسری خود را عادی می‌بندد؛ در صورتی‌که خاتون از پترن استفاده می‌کند و روسری خود را مدل‌دار می‌بندد و یا از توربان و کلاه استفاده می‌کند که همگی نمادی از توجه به وجوه زنانگی است. در قسمت‌های انتهایی سریال کارگردان به کمک تغییرات گسترده در پوشاک قهرمان داستان، تغییر شرایط زندگی او را برای مخاطب کاملاً ملموس می‌کند. در این بخش با افزایش مشکلات استقلال شخصیتی و مالی قهرمان به شدت تهدید شده است و آثار آن در لباس‌های او هویدا می‌شود. پوشش خاتون به طور اساسی دگرگون می‌شود و رنگ و لعاب لباس‌های مد فرانسوی جای خود را به پوشاک معمولی یک زن ساده‌پوش با رنگ‌های تیره و بدون پترن می‌دهد. زنی که روسری را ساده بر سر می‌بندد و به جای حریر، ساتن، گیپور و لمه، لباسی از کتان به تن می‌کند. که نمایشی از تفاوت طبقاتی اتفاق افتاده برای خاتون است (تصویر ۳).



تصویر ۳. خاتون در سریال خاتون (منبع: گالری تصاویر نماوا)

از دیگر نشانه‌هایی که تفاوت طبقاتی به کمک پوشاک نشان داده شده است، تفاوت لباس طبقه متوسط مثل خانواده گلی با ارباب یعنی خانواده شیرزاد ملک است. بسیاری از عناصر فشن آن زمان یعنی روسری دستباف، پارچه‌های رنگارنگ، کلاه، مانتو، کت فرانسوی و انگلیسی، مدل‌های پرنسسی و اغراق در استفاده از اکسسوری‌ها مثل جواهرات و... معرف تمام نمای طبقه اجتماعی هر کاراکتر است. طراحی لباس این سریال تمام حرف‌های نگفته را زده است و گزارشی مصور از شرایط و احوال کاراکترهاست. مفصل بندی‌ها؛ تضاد طبقاتی؛ استقلال زنان؛ تجدد؛ ایستادگی؛ فمینیسم؛ قدرت زنانگی؛ مثلث عشقی.

در مطالعه پوشش دو کاراکتر اصلی زن این مجموعه در بستر هویتی ایرانی اسلامی می‌توان به این مورد اشاره کرد که تأکید بر استفاده از طرح و نقش‌های غربی آنچنان پررنگ است که در صورت عدم الزام به استفاده از سرپوش به سختی می‌توان متوجه ایرانی بودن این دو کاراکتر شد. البته نمی‌توان آن را یک سره از عناصر منشی پوشش چون پارسایی، عفت و حیورزی، وقار و متانت خالی دانست. اما مؤلفه دینداری در آن دیده نمی‌شود، به‌ویژه در بخش اول و قبل از تغییرات اساسی که ذکر آن رفت. همچنین همان‌طور که در جزئیات لباس‌های خاتون اشاره شد نمی‌توان آن را مطابق با مؤلفه‌های پوششی هویت ایرانی اسلامی شامل: حافظ حریم وجود و حریم جسم با ممانعت از تعرض بداندیشان و گنهکاران و حفظ سلامت روان با محافظت در برابر نگاه ناپاک دانست؛ زیرا پوشاک این کاراکتر بر افزایش زیبایی‌های بصری متکی بر بدن تلاش مشخصی دارد و تنها دارای مؤلفه تجلی‌بخشی آراستگی است. نکته دیگر آنکه پوشاک خاتون اگرچه رنگارنگ، متنوع و گاهی با تزیینات است، اما مؤلفه پوشانندگی

را در تمام سکانس‌ها تأمین نکرده است و نیز تفاوت خاصی که نشان‌دهنده توجه به مؤلفه ستر و پوشیدگی از منظر نامحرمان باشد دیده نمی‌شود. در جدول شماره چهار مضامین اصلی و فرعی پوشش در سریال خاتون به همراه کدهای تصویری حامل این مضامین و نیز گفتمان برخاسته از مضامین ارائه شده است.

جدول ۴. مضامین فرعی و اصلی سریال خاتون (منبع: پژوهشگر)

گفتمان (مضمون غالب)	اصلی	مضمون فرعی	کد تصویری
زن سالاری	زن عنصر فعال در امور سیاسی، اجتماعی و فرهنگی	نحوه حضور و فعالیت در محافل روشنفکری زنانه + استفاده از قدرت زنانگی	پوشش متجددانه (فرانسوی)؛ استفاده از پترن؛ پوشش مردانه (رنگ و فرم) برای زن مبارز (پروین)؛ استفاده از اکسسوری‌ها مثل جواهرات
تضاد طبقاتی	فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرودست	نمایشی از نحوه حضور و فعالیت دو طبقه مختلف فقیر و غنی در اجتماع	تفاوت برجسته پوشاک طبقات فرودست و فرادست؛ استفاده از اکسسوری‌ها مثل جواهرات

تحلیل بصری پوشاک بازیگران زن جیران

این سریال که هنوز پایان نیافته، از ۲۴ بهمن ۱۴۰۰ شروع شده و با امتیاز کلی ۹۲ درصد از پرمخاطب‌ترین‌های فیلمو است. برهه تاریخی مورد نمایش در این سریال دوران پادشاهی ناصرالدین‌شاه قاجار است و روایت‌های بصری آن متکی بر ویژگی اصلی این شاه قاجار یعنی تعدد همسران او است. راوی اگرچه در تلاش است که برخلاف واقعیت تاریخی روایتی متفاوت از قهرمان خود جیران، سوگولی شاه قاجار، به عنوان زنی با افکاری مستقل ارائه دهد، اما مخاطب چه در وقایع و چه در نحوه پوشاک، از قهرمان شخصیتی متمایز از سایر همسران شاه مشاهده نمی‌کند. آنچه در پوشاک کاراکترهای زن (و البته مرد) این سریال به وضوح بازنمایی می‌شود، تفاوت طبقاتی است که درگیری کاراکترهای داستان نیز در خرده روایت‌های متعدد بر آن تأکید می‌کند. پوشاک جیران در دو برهه از داستان سازوکاری کاملاً متفاوت دارد تا به خوبی تمایز دو جایگاه متفاوت زنان در جامعه عهد ناصری را به تصویر بکشد. زنی روستایی از طبقه‌ای پایین با زنی درباری از حرمسرای شاهانه. این تفاوت‌ها از پالت رنگی و نیز جنس پارچه نمایش داده شده در دو بخش مذکور، به وسیله به‌کارگیری رنگ‌های خنثی و پارچه‌های کتان، در مقابل رنگ‌های پاستلی پررنگ و به شدت متنوع به خوبی به تصویر کشیده شده است. البته اکسسوری‌های کاراکترهای متعلق به هر یک از این دو جایگاه، چون طلا و جواهرات و دستمال‌های زینتی و... نیز مؤید این معناست. همچنین از آن جایی که ناصرالدین شاه علاقه زیادی به غرب و فرهنگ غربی داشت می‌توان دید که آرایش زنان شاه و درباری به نسبت رعیت بیشتر است (تصویر ۴).



تصویر ۴. جیران در سریال جیران (منبع: گالری تصاویر فیلمو)^۴

ناگفته نماند که نمی‌توان وفاداری این سریال به شیوه پوشش زنان آن دوره در محافل عمومی و مقابل مردان غریبه (و نه با تأکید بر نامحرم بودن آنان) را نادیده گرفت. نمایش همسران و ندیمه‌های آنان و نیز مادر شاه با چادر مرسوم عصر قاجار نوعی تصویر وفادارانه به تاریخ محسوب می‌شود (تصویر ۵) که به باور کارشناسان در سایر بخش‌ها تحت تأثیر عناصر زیبایی‌شناسی و افزایش جذابیت بصری چندان رعایت نشده‌است. بدان معنا که برخی مؤلفه‌های پوششی نمایش داده شده به‌ویژه در پوشاک و استایل همسران شاه با واقعیت فاصله گرفته است. لباس‌هایی با برش‌های ترک که بر جذابیت بدن بیش از پوشاک تأکید می‌کند، مکمل نمایش زنانی لاغر اندام، متناسب و خوش قد و قواره با ابروانی زیبا و بعضاً روشن، به جای زنان چاق و قد کوتاه با ابروهای پر و به هم پیوسته با موهای کمی ژولیده و حتی سبیل است که از عکس‌های متعدد این افراد در تاریخ مستند شده‌است. اگرچه این نحوه تصویرسازی، مصنوعی و غیر واقعی بودن داستان را برجسته می‌کند و مانع غوطه‌وری مخاطب در روایت می‌شود، اما این امر در کنار خرده‌روایت‌های داستان بر مردسالاری رایج در این دوران و جایگاه زن به عنوان جنس درجه دوم که نیازمند زیبا دیده شدن از سوی مرد هستند، دلالت می‌کند. مفصل‌بندی‌ها؛ تفاوت طبقاتی؛ مردسالاری؛ نگاه جنسی به زن؛ ضعف زنانه؛ مثلث عشقی.



تصویر ۵. پوشش‌های مناسبتی در سریال جیران (منبع: گالری تصاویر فیلمو)

مطالعه پوشش جیران، کاراکتر اصلی زن این مجموعه از منظر مؤلفه‌های هویت ایرانی اسلامی تطابق قابل توجهی را نشان می‌دهد. یکی از جذابیت‌های این مجموعه به تصویر کشیدن مجموعه خیره‌کننده‌ای با رنگ‌ها و طرح‌های برگرفته از لباس‌های عصر ناصری است. این پوشاک مؤلفه‌هایی چون: رنگارنگ با تزیینات فراوان؛ گوناگون و در عین حال پوشاننده (پیراهن‌ها، سربنده‌ها، دامن‌ها، جلیقه‌ها، انواع بالاپوش و چادر و روبنده...); متناسب با حضور در فضاها و فعالیت‌های گوناگون؛ حجب و عفت؛ پوشیدگی همواره اندام؛ متانت در سیما؛ وقار در حالات و حرکات؛ آراسته‌رویی؛ تجسم معنویت و جود و متانت رفتاری و پرهیز از تمرکز بر اندام‌های جنسیتی؛ ستر و پوشیدگی از منظر نامحرمان را به همراه دارد. در جدول شماره پنج مضامین اصلی و فرعی پوشش در سریال جیران به همراه کدهای

تصویری حامل این مضامین و نیز گفتمان برخاسته از مضامین ارائه شده است.

جدول ۵. مضامین فرعی و اصلی سریال جیران (منبع: پژوهشگر)

گفتمان (مضمون غالب)	اصلی	مضمون فرعی	کد تصویری
مردسالاری	زن عنصر منفعل و وابسته به تأیید مرد	تمرکز بر بدن در استفاده از قدرت زنانگی	پوشاک فاخر طرح و رنگ های متنوع، پارچه های گران قیمت، رقابت برای جلب توجه بیشتر شاه به وسیله آرایش و استفاده از اکسسوری ها
تضاد طبقاتی	فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرو دست	تعامل ناکارآمد دو طبقه مختلف فقیر و غنی در اجتماع؛ غنی در مقام فعال و فقیر در مقام منفعل	تفاوت برجسته پوشاک طبقات فرودست و فرادست؛ تفاوت در پالت رنگی و جنس پارچه ها

تحلیل بصری پوشاک بازیگران زن سریال قورباغه

سریال قورباغه از ۳ دی ۱۳۹۹ آغاز و پس از ۱۵ قسمت در ۹ فروردین ۱۴۰۰ پایان یافت. این سریال با کسب ۹۲ درصد رأی مثبت از مخاطبان از پرمخاطب ترین های نماواست. فیلم در فضایی متفاوت داستانش را روایت می کند و تلاش می کند بخش قابل توجه از این تفاوت را به کمک طراحی لباس به تصویر کشد. محور اصلی داستان خشونت، چالش های رسیدن به قدرت و ثروت، و تضاد طبقاتی عمیق است.

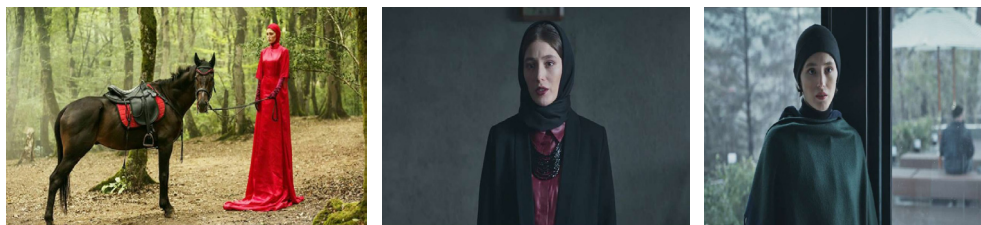
روایت این سریال در زمان معاصر است؛ اگرچه یکی دو دهه به گذشته رفته و دوبار به امروز بر می گردد. یکی از نکات قابل اعتنا در طراحی لباس این سریال نمایش متفاوت پالت های رنگی مربوط به این دو دوره زمانی است که به خوبی توانسته اندیشه پشت آن را بروز دهد. استفاده از پالت رنگی روشن، براق متنوع و پاستیلی برای گذشته و رنگ های تیره و کدر برای اکنون (تصویر ۶) مؤید روزگار خوش کاراکترها در گذشته و احوال نامناسب امروز آنان است. اگرچه محور اصلی داستان قورباغه تضاد طبقاتی است اما این امر بیش از آنکه از طریق پوشاک نشان داده شود به وسیله اکسسوری و شرایط آشکار می شود.



تصویر ۶. نماهایی از سریال قورباغه (منبع: گالری تصاویر نماوا)^۵

در تحلیل پوشاک بازیگران این سریال، نمی‌توان از پوشاک مردان غافل شد؛ زیرا یکی از نکات برجسته در طراحی لباس این سریال شباهت پالت رنگی لباس مردان و زنان در بخش‌هایی از این سریال است. پالت رنگی تیره در کنار سادگی در طراحی و لباس‌هایی با حداقل برش اما مدرن کاراکترها را در شرایط یکسان دیده شدن قرار می‌دهد. البته این مسئله تنها در زمان حال صدق می‌کند و در بخش‌های دیگر به خوبی کاراکترها به وسیله رنگ و فرم لباسشان از هم تفکیک می‌شوند. نکته دیگر در همین رابطه در بخش اول مورد بحث، تأکیدی بر زنانگی پوشاک کاراکترهای زن نیست؛ ولی در بخش دیگر، زنانگی به صورت اغراق‌گونه‌ای برجسته می‌شود (تصویر ۷): کاراکتر لیلا در لباس قرمز) که به روشنی حاکی از نگاه جنسیتی به آن کاراکتر است.

لیلا و فرانک دو کاراکتر اصلی زن این مجموعه هستند که هر دو دلربا و اغواگر به تصویر کشیده شده‌اند و نحوه پوشش آن‌ها در القای این ویژگی‌هایشان نقش به‌سزایی دارد. دیگر صفت مشترک این دو شخصیت که تا حدودی به وسیله پوشاک تثبیت شده، قدرت طلبی و مبارزه دائمی برای کسب قدرت بیشتر است. لباس‌های آن‌ها چند لایه، با المان‌های سفید و قرمز و رنگ قالب مشکی است. لیلا کاراکتر زن جوان با روپوش مشکی و شال سرخابی در غالب سکانس‌ها رز قرمز مشخصی بر لب دارد و در سکانس‌هایی با لباسی شبه مردانه کت، هودی و کلاه حاضر می‌شود و در بخش‌هایی با لباسی که بر زیبایی بدن تأکید دارد ظاهر می‌شود (تصویر ۷).



تصویر ۷. نماهایی از سریال قورباغه (منبع: گالری تصاویر نماوا)

کاراکتر فرانک ویژگی‌هایی چون اغواگری، دل‌مردگی، شرارت، دلبری، کارایی، پوچی، خیانت و دور زدن و از همه بیشتر عملگرایی را توأمان دارد. طراحی نحوه پوشش فرانک با کت‌های باز بر روی بلوز یا پیراهن‌های چسبان، روسری‌هایی که بیشتر کاربرد افزایش زیبایی موها را به همراه دارد و آرایش غلیظ به طور مشخصی در تکامل این ویژگی‌ها مؤثر است به خصوص اغواگری که بارزترین وجه این کاراکتر محسوب می‌شود (تصویر ۸).



تصویر ۸. نماهایی از سریال قورباغه (منبع: گالری تصاویر نماوا)

مفصل بندی‌ها: قدرت؛ خشونت؛ اغواگری؛ درگیری‌های جنسی؛ مثلث عشقی؛ تفاوت طبقاتی. مطالعه پوشش لیل و فرانک دو کاراکتر اصلی زن این مجموعه از منظر مؤلفه‌های هویت ایرانی - اسلامی پوششی زنان تطابق اندکی با دال‌های مرکزی هویت ایرانی اسلامی نشان می‌دهد. در واقع پوشاک این دو همچون کاراکتری که کارگردان برایشان در نظر گرفته از منطق خاصی برخوردار نیست. اگرچه در بیشتر سکانس‌ها عنصر پوشانندگی مورد توجه تقریبی بوده (که می‌تواند ناشی از ممیزی‌های حداقلی بر این دسته از تولیدات باشد)، اما پوشاک این دو زن در مجموع در جهت نمایش دو کاراکتر ناپخته، دارای تناقضات مشخصی است. رنگارنگی بدون تزیینات این پوشاک از الگویی که موجب مطلوب شدن تصویر در نگاه مخاطب باشد پیروی نمی‌کند و در غالب نماها، در پالت رنگی تیره، با پوشش مردان همراهی می‌کند و گوناگونی آن بسیار محدود است. اما آنچه بیش از سایر موارد در این بخش خود را نشان می‌دهد، بی‌توجهی به ویژگی‌های منشی پوشاک و البته رفتار و حرکات این دو کاراکتر است که به شدت با این دسته از مؤلفه‌ها یعنی آرامش‌دهندگی، پارسایی، متانت‌ورزی، حضور محجوبانه در میان جمع، شرم‌داری و حیاءورزی و حافظ دینداری مرد بودن، بیگانه است؛ و حافظ حریم وجود و حریم جسم بودن با ممانعت از تعرض بداندیشان و گنهکاران در آن محلی از اعراب ندارد. در جدول شماره پنج مضامین اصلی و فرعی پوشش در سریال جیران به همراه کدهای تصویری حامل این مضامین و نیز گفتمان برخاسته از مضامین ارائه شده است.

جدول ۵. مضامین فرعی و اصلی سریال قورباغه (منبع: پژوهشگر)

گفتمان (مضمون غالب)	اصلی	مضمون فرعی	کد تصویری
مردسالاری	زن عنصر منفعل و وابسته به تأیید مرد	اغواگری؛ استفاده از زیبایی بدن برای کسب قدرت	کت‌های باز بر روی بلوز یا پیراهن‌های چسبان؛ روسری‌های ناپوشاننده؛ آرایش غلیظ؛ لباس‌ها و بدن‌هایی که در طول حوادث خونین شده‌اند؛ زد و خورد های شدید لباس‌های پاره و خونین
	خشونت	خشونت	

تحلیل بصری پوشاک بازیگران زن یاغی

این سریال از ۲۹ اردیبهشت ۱۴۰۱ آغاز و قسمت بیستم و آخر آن در ۳۱ شهریور پخش شد و با کسب ۹۲ درصد رضایت مخاطبان، از بهترین‌های فیلم‌به‌شمار می‌رود. محور اصلی داستان سریال که سرشار از خرده روایت‌هاست دربارهٔ مبارزه قهرمان داستان با چالش‌های جامعه‌ای طبقاتی و تلاش برای ارتباط درست با شخصیت‌های متنوعی از طبقات مختلف اجتماعی است. تفاوت طبقاتی، فقر، رویکرد اجتماعی و انتقادی به کانون خانواده و ...

یاغی نیز همچون قورباغه قصه خود را بر چالش فاصله طبقاتی بنا نهاده است و طراحی لباس، نحوهٔ حرف زدن و در کل ظاهر کاراکترها همگی برای تشدید و تقویت این محور است. دو شخصیت اصلی زن این مجموعه طلا و عاطی هستند که تفاوت سطح مادی (و نه تمایز شخصیت، استعداد و توانایی) این دو به مدد نحوه پوشش آنان به خوبی برجسته شده است (تصویر ۹).



تصویر ۱۰: طلا در سریال یاغی (منبع: گالری تصاویر فیلمی)

عاطی خواهر قهرمان داستان و از طبقه پایین جامعه است و لباس او بر سادگی و عوام بودن او تأکید می‌کند. طراحی لباس او چه در رنگ و چه در جنس و طرح، همگی یادآور دختران معمولی جامعه امروز است. برش‌های نرم لباس‌های عاطی و رنگ‌های شاد آن اگرچه بر پارچه‌های کتان معمولی است، نشان‌دهندهٔ سرزندگی و مهربانی این کاراکتر است (تصویر ۱۰).



تصویر ۱۱. عاظمی در سریال باغی (منبع: گالری تصاویر فیلمی)

اما طلا از طبقه مرفه است و نحوه پوشش او چه در پالت رنگ، چه در جنس و فرم مؤید این معناست. او در حدود نیمی از سکانس‌ها از کلاه به جای سرپوش معمول یعنی روسری یا شال استفاده می‌کند. برند بودن، استفاده از کت و اکسسوارهایی که به نظر گران‌قیمت‌اند در کنار سیگاری که در اغلب سکانس‌ها در دست او است، او را متفاوت از زنان طبقه متوسط جامعه نشان می‌دهد (تصویر ۱۱).



تصویر ۱۱. طلا در سریال باغی (منبع: گالری تصاویر فیلمی)

مفصل بندی‌ها: هویت؛ تلاش تا تحقق کامیابی؛ خانواده؛ اعتیاد؛ فقر و غنا؛ تنهایی؛ خشونت؛ مثلث عشقی. اگرچه یکی از نقاط قدرت این سریال استفاده از لباس یک رشته ورزشی به عنوان ابزاری برای نمایش محتوای «تلاش تا تحقق کامیابی» و به تصویر کشیدن اثربخش بودن تلاش، مقاومت و ایستادگی در مقابل سختی‌ها، با مفهوم کلیدی «ایستادگی» است، اما در این پژوهش تنها آن دسته از مفصل بندی‌های گفتمانی که از پوشاک برای تبیین خود بهره گرفته‌اند، معرفی شده‌اند.

توجه به مؤلفه‌های هویت ایرانی- اسلامی پوشش در پوشاک دو کاراکتر اصلی زن این مجموعه تفاوت‌های اندکی دارد. کاراکتر طلا که از طبقه مرفه اجتماعی است از پوشاک برند که برگرفته از طراحی‌های غربی است استفاده می‌کند و لباس عاطی همان لباسی است که زنان معمولی جامعه امروز به تن دارند. با این حال پوشاک هر دو کاراکتر نمی‌تواند خالی از مؤلفه‌هایی چون پارسایی، عفت و حیاءورزی، وقار و متانت دانست. رفتار عاطی در فضای عمومی و خصوصی در غالب سکانس‌ها در کنار پوشاک او دارای حجب و عفت، پوشیدگی اندام، متانت در سیما و وقار در حالات و حرکات است. اما این امر در رفتار طلا در سکانس‌های خاصی نقض می‌شود. در جدول شماره شش مضامین اصلی و فرعی پوشش در سریال یاغی به همراه کدهای تصویری حامل این مضامین و نیز گفتمان برخاسته از مضامین ارائه شده است.

جدول ۶. مضامین فرعی و اصلی سریال یاغی (منبع: پژوهشگر)

گفتمان (مضمون غالب)	اصلی	مضمون فرعی	کد تصویری
تضاد طبقاتی	فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرو دست	شرایط نابرابر برای پیشرفت در دو طبقه اجتماعی فرادست و فرودست تعامل ناکارآمد دو طبقه مختلف فقیر و غنی در اجتماع	تفاوت برجسته پوشاک طبقات فرودست و فرادست؛ تفاوت در پالت رنگی و مدل‌ها

نتیجه‌گیری

همان‌طور که در بخش اهداف و سؤالات پژوهش بیان شد، هدف اصلی این پژوهش مطالعه نسبت میان گفتمان بازتولید شده به وسیله پوشش بازیگران زن با مؤلفه‌های هویت ایرانی اسلامی در پرمخاطب‌ترین سریال‌های شبکه نمایش خانگی است که مطابق با اعلام هفتگی سکوی منتشرکننده از طریق اعلام پسند بازدیدکنندگان، بیش از ۹۰ درصد توجه مخاطبان را به خود جلب کرده‌اند.^۷ همچنین اهداف فرعی آن عبارتند از: ۱. شناسایی مضامین اصلی بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال پرمخاطب در شبکه نمایش خانگی شامل: قورباغه، خاتون، جیران و یاغی؛ ۲. شناسایی گفتمان‌های غالب بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در چهار سریال فوق، با توجه به اهداف اصلی و فرعی و نیز سؤالات این پژوهش و نیز براساس آنچه در بخش یافته‌ها به تفصیل و تفکیک پیرامون هریک از چهار سریال مورد تحلیل،

بیان شد می‌توان چنین نتیجه گرفت:

۱. مضامین اصلی بازنمایی شده به وسیله پوشش بازیگران زن در سریال خاتون عبارتند از «زن عنصر فعال در امور سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه» و «فاصله جدی و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرودست». همچنین دو گفتمان «زن سالاری» و «تضاد طبقاتی» در طول این سریال به عنوان گفتمان غالب از طریق پوشش بازیگران زن ساخته و پرداخته شده است.
۲. پیرامون همین مطلب درباره سریال جیران می‌توان گفت: «زن عنصر منفعل و وابسته به تأیید مرد» و «فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرودست» در مضمون اصلی این سریال هستند که ذیل دو گفتمان غالب «مردسالاری» و «تضاد طبقاتی» روایت پردازی می‌شوند.
۳. در سریال قورباغه آنچه به وسیله پوشش بانوان به عنوان مضامین اصلی منتقل شده است عبارت است از: «زن عنصر منفعل و وابسته به تأیید مرد» و «خشونت مردانه»؛ که هر دوی این مضامین ذیل گفتمان غلبه یافته بر کل این سریال یعنی «مردسالاری» قرار گرفته است.
۴. در سریال یاغی نیز اصلی‌ترین مضمون منتقل شده به وسیله پوشش بازیگران زن «فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرودست» است که ذیل گفتمان غالب «تضاد طبقاتی» قرار گرفته است.
۵. در نگاهی جمعی سه مضمون اصلی «فاصله و تمایز حضور اجتماعی طبقات فرادست و فرودست»، «زن، عنصر منفعل و وابسته به تأیید مرد» و «زن، عنصر فعال در امور سیاسی، اجتماعی و فرهنگی» در این سریال‌ها از طریق پوشش بازیگران زن سریال منتقل شده است که ذیل سه گفتمان «تضاد طبقاتی»، «مردسالاری» و «زن سالاری» قرار گرفته‌اند. اما رجحان گفتمانی و به بیان دیگر گفتمان غالب و تکرارشونده در این سریال‌ها «تضاد طبقاتی» بوده است.
۶. براساس موارد فوق و در پاسخ به سؤال اصلی پژوهش و تأمین هدف اصلی آن، دلالت‌های مرکزی و مؤلفه‌های بنیادین هویت ایرانی اسلامی در دو حوزه «پوششی» و «منشی» مندرج در جدول شماره یک با تأکید بر بُعد «تصویری»، مورد رصد و واکاوی قرار گرفت. لازم به ذکر است برای ادراک بهتر و تشخیص فضای غالب در سریال، به دو بُعد «دینی» و «ادبیاتی» نیز توجه شده است. از حاصل این واکاوی می‌توان چنین نتیجه گرفت که اگرچه نسبت برقرار شده با این مؤلفه‌ها با پوشش بازیگران زن در تمام این چهار سریال یکسان نیست و همچنین در برخی مؤلفه‌ها طیف غیریکنواختی از توجه به دال‌های مرکزی هویتی وجود دارد، اما به طور کلی ارتباط مطلوبی میان گفتمان‌های تولید شده به وسیله پوشش زنان با مؤلفه‌های اصلی هویت ایرانی اسلامی برقرار نشده

است. در استفاده از تنوع رنگی در پوشش و تزئینات، آرایش‌ها و پیرایش‌ها در جهت تأمین متانت در سیما، پرهیز از تمرکز بر اندام‌های جنسیتی و ستر و پوشیدگی آن‌ها از منظر نامحرمان، تناسب پوشش و منش با فضاها و فعالیت‌ها و نیز مواردی چون حجب و عفت در البسه و رفتار در فضای عمومی و خصوصی، پوشیدگی همواره اندام به طوری که ضامن وقار در حالات و حرکات و تجسم‌کننده معنویت و متانت رفتاری باشد و سایر مواردی که در جدول شماره یک بدان‌ها پرداخته شده است، حاکی از این مهم است که در روایت ساخته و پرداخته شده در ذهن مخاطب به وسیله پوشش بازیگران زن این موارد به عنوان مؤلفه‌های اصلی هویت ایرانی اسلامی، جایگاه قابل تأملی نداشته و مورد غفلت واقع شده است.

۷. در پایان و در جایگاه پیشنهاد می‌توان گفت: از آنجاکه شناخت مؤلفه‌های اصلی هویت ایرانی اسلامی در پوشاک و توجه و حساسیت نسبت بدان در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی به‌ویژه سیاست‌گذاری در حوزه تولیدات نمایشی موجب می‌شود جامعه از مسیری جذاب با این مؤلفه‌ها که ریشه در تاریخ و فرهنگ ایران اسلامی دارند و به مرور مورد غفلت واقع شده‌اند، آشنا شده و نسبت به آن‌ها تمایل پیدا کند و با توجه به مشکلات جدی که جامعه و حکومت پیرامون نحوه پوشش به‌ویژه در حوزه زنان با آن دست‌به‌گریبان است، حضور کارشناسان این حوزه در بخش‌های سیاستی و نیز ممیزی مربوط به تولیدات نمایشی و رصد میزان تناسب هریک از این تولیدات می‌تواند موجب ارتقای ذائقه جامعه در بحث پوشش شود. همچنین انجام پژوهش با هدف شناسایی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ناشی از وجوه بصری تولیدات نمایشی می‌تواند ضرورت و اهمیت توجه به جایگاه و نقش هویت ایرانی اسلامی در تأمین امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی جامعه را آشکار نماید.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

Azadezeinab Mahmoudian  <https://orcid.org/0000-0002-3500-0006>

پی‌نوشت‌ها

۱. با مراجعه به صفحه هر سریال در سکوی انتشار آن نمره کسب‌شده هر سریال که توسط مخاطبان تعیین شده، قابل رویت است. این اطلاعات به‌روزشونده بوده و براساس اقبال مردم نمره آن تغییر می‌کند. اما همچنان این چهار سریال آماری بیش از ۹۰ درصد رضایت مخاطب را نشان می‌دهند.

2. Video on Demand

3. <https://www.namava.ir/series>

4. <https://www.filimo.com/shot/photos>

5. <https://www.namava.ir/series>

6. <https://www.filimo.com/shot/photos>

۷. این آمارها از طریق مشاهده صفحه هر سریال در سکوی انتشار آن به‌صورت «پسند» و نیز نمره‌ای که بدان داده شده است، قابل رویت است. این اطلاعات به‌روزشونده بوده و براساس اقبال مردم نمره آن تغییر می‌کند. اما همچنان این چهار سریال آماری بیش از ۹۰ درصد رضایت مخاطب را نشان می‌دهند.

منابع و مآخذ

آزادارمکی، تقی (۱۳۸۶). فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن. تهران: تمدن ایرانی. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه. راودراد، اعظم، زندی، مسعود (۱۳۸۵). تغییرات نقش زن در سینمای ایران. (۲)، ۱-۲۷.

SID. <https://sid.ir/paper/474053/fa>

راودراد، اعظم، حجاری، منصوره (۱۴۰۰). بصری شدن زندگی روزمره زنان؛ گفتمان غالب زنان اینفلوئنسر در شبکه اجتماعی اینستاگرام. فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۴(۲): ۱۸۳-۲۱۴. doi: 10.22034/jiscm.2021.296803.1242

رز، ژیلیان (۱۳۹۷). روش و روش‌شناسی تحلیل تصویر. ترجمه سیدجمال‌الدین اکبرزاده جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸). تغییر ارزش‌ها در آینه سینما و مطبوعات. فصلنامه نامه پژوهش، ۱۴(۱۵): ۱۴-۳۰.

روجک، کریس (۱۳۹۰). مطالعات فرهنگی. ترجمه پرویز علوی. تهران: ثانیه.

سلطانی‌گرددفرامرز، مهدی (۱۳۸۵). نمایش جنسیت در سینمای ایران. فصلنامه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۴(۲-۱): ۶۱-۹۱. SID. <https://sid.ir/paper/55553/fa>

سولیوان، تام (۱۳۸۴). مفاهیم کلیدی ارتباطات. ترجمه امیرحسین میش‌زاده. تهران: فصل نو.

شریعت‌زاده، علی اصغر (۱۳۶۹). پوشاک بارزترین نشانه فرهنگی. مجله میراث فرهنگی، ۱(۱): ۳۰-۴۳. عبدالی، مریم، محمدیان، مهسا (۱۴۰۱). بررسی پوشاک زنان در فیلم‌های قبل و بعد از انقلاب اسلامی ایران. جستارنامه فرهنگ و هنر اسلامی، ۲(۱۱): ۳۰۷-۲۹۶. <https://civilica.com/doc/1795890>

فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل گفتمان انتقادی. ترجمه فاطمه شایسته پیران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

فوکو، میشل (۱۳۷۸). مراقبت و تنبیه. ترجمه نیکو سرخوش. تهران: نی.

کوثری، مسعود، عزیزی، فرید (۱۳۹۳). بازنمایی زنان در تبلیغات تلویزیونی پودر لباسشویی پرسیل. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۷(۴): ۱۸۹-۲۱۲.

کولتتر، جان دابلیو (۱۳۶۹). ارتباط‌گفتاری میان مردم. ترجمه سیداکبر میرحسینی. تهران: امیرکبیر.

گافمن، اروینگ (۱۳۹۷). تبلیغات جنسیتی. تهران: گام‌نو.

متین، پیمان (۱۳۸۳). پوشاک ایرانیان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

محبوبی‌منش، حسین (۱۳۸۶). تحلیل اجتماعی مسئله حجاب. مطالعات راهبردی زنان، ۱۰ (۳۸): ۸۸-۱۳۴
<https://sid.ir/paper/93972/fa>

موسوی‌بیجنوردی، کاظم (۱۳۶۷). دایره‌المعارف بزرگ اسلامی، ج ۴، تهران: مرکز دایره‌المعارف بزرگ اسلامی.
DOI: 10.30495/dk.2020.679749

مه‌دیزاده، سیدمحمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
ورجاوند، پرویز (۱۳۷۸). پیشرفت و توسعه بر بنیاد هویت فرهنگی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
هارجی، اون (۱۳۸۴). مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی. ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران: رشد.

یارشاطر، احسان (۱۳۸۲). پوشاک در ایران زمین. ترجمه پیمان متین. تهران: امیرکبیر.

یاسینی، سیده‌راضیه، بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۷). بر ساخت سینمایی زیبایی‌شناسی پوشاک زنان در گفتمان‌های ارزشگرایی، سازندگی و اصلاح‌طلبی. فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، ۱۰ (۲)، ۱-۳۷.

DOI:10.22059/jjal.2019.277070.665725

یاسینی، راضیه (۱۳۹۴). پوشش و منش زنان در نقاشی و ادبیات ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
<https://doi.org/10.7508/ijcr.2014.28.007>

<https://mag.sarak-co.com/frog-series> (تاریخ دسترسی: ۱۵/۱۰/۱۴۰۱)

<https://shikupik.com> (تاریخ دسترسی: ۱۵/۱۰/۱۴۰۱)

<https://virgool.io>

<https://www.filimo.com/shot/34816> (تاریخ دسترسی: ۱۵/۱۰/۱۴۰۱)

<https://www.hamshahrionline.ir/news/662057> (تاریخ دسترسی: ۱۵/۱۰/۱۴۰۱)

Abdoli, M; Mohammadian M (1401). Examining women's clothing in films before and after the Islamic Revolution of Iran. Journal of Islamic Culture and Art 2(11): 296-307. <https://civilica.com/doc/1795890/>. [In Persian]

Azadaramki, T (2006). Iranian culture and identity and globalization. Tehran: Iranian civilization. doi: 10.22034/jiscm.2021.296803.1242 [In Persian]

Fairclough, N (1379). Critical discourse analysis. Translated by Fatima Shaisteh Piran. Tehran: Media Studies and Research Center. [In Persian]

Foucault, Michel (1378). Care and punishment. Translated by Niko Sarkhosh. Tehran: Ney. [In Persian]

Goffman, I (2017). Sexual advertising. Tehran: New step. [In Persian]

Harji, O (2004). Social skills in interpersonal communication. Translated by Mehrdad Firozbakht. Tehran: Rushd. [In Persian]

Jenkins, R (2004). Social identity. Translated by Toraj Yar Ahmadi. Tehran: Shiraz. [In Persian]

Jenkins, Richard (1381). social identity Translated by Toraj Yarahmadi. Tehran: Shirazeh. [In Persian]

Koltner, J. (1369). Speech communication between people. Translated by Seyedakbar Mirhosni. Tehran: Amir Kabir. [In Persian]

Kothari, M, Azizi, F (2014), Representation of women in television commercials for Persil washing powder. Iranian Cultural Research Quarterly. 7(4):212-189. <https://doi.org/10.7508/ijcr2014.28.007>. [In Persian]

- Leather, D. (1976). *Nonverbal Communication System*. Boston.
- Mahboubimanesh, Hossein (2016). Social analysis of hijab issue. *Women's Strategic Studies*. 10(38): 134-88. SID. <https://sid.ir/paper/93972/fa>. **[In Persian]**
- Mateen, P (1383). *Iranian clothing*. Tehran: Cultural Research Office. **[In Persian]**
- Mehdizadeh, SM (2009). *Media Theories: Popular Thoughts and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri. **[In Persian]**
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*, London: Routledge.
- Mousavi Bojnoordi, K (1367). *Big Islamic Encyclopaedia, Volume 4*, Tehran: Center of Big Islamic Encyclopaedia. **[In Persian]**
- Rafipour, F (1378). Changing values in the mirror of cinema and press. *Research Quarterly*. 14(15):14-30. **[In Persian]**
- Rawdrad, A, Hajari, Ma (1400). visualization of women's daily life; The dominant discourse of female influencers on the Instagram social network. *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 4(2)(12): 183-214. **[In Persian]**
- Rawdrad, A, Zandi, M (2005). Changes in the role of women in Iranian cinema.-(2), 1-27. SID. <https://sid.ir/paper/474053/fa>. **[In Persian]**
- Rojek, C (2018). *Cultural studies*, translated by Parviz Alavi. Tehran: saniye. **[In Persian]**
- Rose, J (2017). *Image analysis method and methodology*. Translated by Seyed Jamaluddin Akbarzadeh Jahormi. Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication. **[In Persian]**
- Rose, J. (2016). *Materials Visual of Interpretation the Introduction An: Methodologies Visual n 4th*. SAGE.
- Shariatzadeh, A(1369). Clothing is the most obvious cultural sign. *Cultural heritage magazine*. 1(1)(1): 43-30. DOI: 10.30495/dk.2020.679749. **[In Persian]**
- Soltanigardfaramarzi, M (2015). Representation of gender in Iranian cinema. *Women's Quarterly in Development and Politics (Women's Research)*, 4(2-1 (14)): 61-91. SID. <https://sid.ir/paper/55553/fa>. **[In Persian]**
- Sullivan, T (2004). *Key concepts of communication*. Translated by Amirhassan Mishzadeh. Tehran: New season. **[In Persian]**
- Verjavand, P (1378), *progress and development based on cultural identity*. Tehran: Publishing Company. **[In Persian]**
- Yarshater, Ehsan (1382). *Clothing in Iran*. Translation of Piman Mateen. Tehran: Amir Kabir.
- Yasini, R (2014). *Covering and behavior of women in Iranian painting and literature*. Tehran: Culture Research Institute, Communication Arts. **[In Persian]**
- Yasini, R, Bicheranlu, A (2017). The cinematic construction of the aesthetics of women's clothing in the discourses of valueism, constructivism and reformism. *Art and Literature Sociology Quarterly*. 10(2)(20):1-37. DOI: 10.22059/jsal.2019.277070.665725. **[In Persian]**

