

خرده فرهنگ یا مصرف فرهنگی:

پژوهشی در بین دختران دانش آموز شهر تهران

محمد سعید ذکایی*

زهرا پورغلام آرانی**

چکیده

تحولات چشمگیر در عرصه فن آوری ارتباطات و رشد مصرف‌گرایی، نقش فرهنگ رسانه‌ای و فرهنگ عامه‌پسند جهانی در جامعه‌پذیری جوانان را افزایش داده است. از جمله نتایج تحولات فوق، ظهور خرده فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی متنوعی در بین جوانان است که گاه با فرهنگ رسمی جامعه همخوان نبوده و گاه آن را به چالش می‌کشد. در مطالعه حاضر که بر روی نمونه‌ای معرف از دانش آموزان دختر دبیرستانی شهر تهران صورت گرفته است میزان گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی بررسی می‌شود. در این مقاله نشان داده می‌شود که شکاف درتمایلات ذهنی و جهت‌گیری‌های رفتاری دختران نوجوان نسبت به مؤلفه‌های خرده فرهنگی، تناقضاتی را در توجه هم‌زمان آنها به ارزش‌های سنتی و مدرن به همراه دارد. از سوی دیگر گرایش به رفتارهای خرده فرهنگی آن‌چنان فراگیر شده است که تمایز آن از رفتارهای مقبول رسمی دشوار گردیده و مرزبندی‌های این دو سطح نگاه و رفتار را در معرض تغییر و تعریف مجدد قرار می‌دهد.

واژگان کلیدی: خرده فرهنگ، سبک زندگی، فرهنگ عامه پسند، مصرف

رسانه‌ای، مصرف فرهنگی.

*. عضویت علمی دانشگاه علامه طباطبایی. saeed_zokaci@hotmail.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی. Popeno2003@yahoo.com

مقدمه

گسترش شبکه‌های ارتباطی در سطح جهان موجب شده است تا رسانه‌ها نقش عمده‌ای در اشاعه فرهنگ مدرن در جامعه ایفا کنند. علی‌رغم کنترل و مراقبت سیاست‌گذاران و متولیان فرهنگی جامعه و تلاش وافر نهادهای جامعه پذیرکننده در جهت پرورش دختران و پسران ایرانی بر اساس معیارها، ارزش‌ها و هنجارهای سنتی و اسلامی، برخی از جوانان ایرانی تعریف دیگری از هویت، به هنجار بودن و زندگی مطلوب دارند. آنها بر اساس این تعاریف به سبک‌های زندگی خاصی تمایل دارند که گاه با هنجارها و ارزش‌های رسمی و مورد انتظار جامعه فاصله دارد. این گروه از جوانان وجوه تمایز خود را در سبک، کنش، ذائقه و سبک زندگی متفاوت خود متجلی می‌سازند و به نحوی تعلقات خرده فرهنگی برای خویش قائل‌اند. دربین این جوانان نوعی همسانی در الگوهای رفتاری دیده می‌شود که درگرایش آنان به مصرف کالاهای مشابه، انتخاب سبک زندگی مشابه و مصرف یکسان فراغت نمودار است، هر چند که تفاوت‌ها و تمایزات ساختاری چون طبقه، جنسیت و مکان زندگی تأثیر خود را همچنان بر گرایش‌ها و رفتارهای آنها برجای می‌گذارند.

مطالعاتی که در زمینه خرده فرهنگ جوانان در جهان صورت گرفته است با توجه به علائق و سوگیری‌های محققین آنها اغلب مربوط به خرده فرهنگ پسران جوان بوده است و مصارف خرده فرهنگی دختران کم اهمیت و در حاشیه دیده شده است. اگر چه حضور یا غیبت دختران در خرده فرهنگ‌های مردانه ممکن است چندان اهمیتی نداشته باشد، اما آنچه حائز اهمیت است شناسایی روش‌های تکمیلی است که براساس آن دختران دربین خودشان با یکدیگر به تعامل می‌پردازند تا فرهنگی متعلق به خود را شکل دهند (مک رابی و گاربر، ۱۹۷۵: ۱۱۹). فمینیست‌ها تحقیقات اجتماعی و نظریه‌هایی که بیش از نیمی از جمعیت انسان‌ها و قلمرو خصوصی و روابط خانگی را نادیده می‌گیرد مورد انتقاد قرار می‌دهند و در کنار طبقه، نژاد و سن توجه ویژه‌ای برای نظام جنس/جنسیت قائل می‌شوند. منتقدان فمینیست بر این باورند که الگوی مردانه تبیین فرهنگ جوانان برای جنس مؤنث مناسب نیست چون جامعه‌پذیری دختران به دلیل نقش تابعی که دارند اساساً متفاوت است و از همین رو تجربه آنها از جهان و دوران جوانی نیز با جنس مذکر فرق دارد، در نتیجه از وسایل و شیوه‌های متفاوتی برای حل مسائل ساختی خود بهره می‌گیرند (مور و سینکلر، ۱۳۷۶: ۱۲۹).

با تأکیدی که امروزه بر عاملیت افراد در شکل دادن به هویت و سبک زندگی‌شان می‌شود، گروه‌های سنی و جنسیت‌های مختلف عامل و منشاء خرده فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی خاصی هستند که محققین اجتماعی باید در بررسی‌های خود به نقش مؤثر آنها در

گروه‌بندی‌ها و تمایزات اجتماعی توجه نمایند، و در این میان توجه به دختران جوان و نوجوان که تاکنون در مطالعات خرده فرهنگی کلاسیک مهجور مانده‌اند از حساسیتی بیشتر برخوردار است. در این مقاله به طور مشخص میزان گرایش دختران نوجوان به نشانه‌ها و رفتارهای خرده فرهنگی را در دو سطح ذهنی (نگرشی) و عینی (رفتاری) و عوامل مؤثر بر آن بررسی می‌کنیم.

برای این منظور، گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی در زمینه‌های آشکاری چون مد و سبک پوشش، موسیقی، آرایش، کاربرد زبان و واژه‌های خاص، مصرف وسایل تزیینی بدن و فعالیت‌های فراغتی و عوامل زمینه‌ای مؤثر بر آن را مطالعه می‌کنیم. همچنین سوگیری‌های غالب در رفتارهای خرده فرهنگی دختران نوجوان و ارزیابی تأثیر عواملی چون مصرف رسانه‌های جدید، سرمایه فرهنگی خانواده و مصرف خانگی فراغت بر این مورد توجه ما بوده است. نتایج این تحقیق اکتشافی می‌تواند ضمن آشکار ساختن سطح فراگیری رفتارهای خرده فرهنگی، اولویت‌های انتخاب‌های مصرفی نوجوانان دختر را نسبت به مؤلفه‌های خرده فرهنگی نشان داده و قابلیت تبیین (تحلیل) مفهوم خرده فرهنگ را برای این مصارف آشکار می‌سازد.

زمینه تحقیق

قبل از جنگ جهانی اول و دوم، خرده فرهنگ‌ها و همه فعالیت‌های خرده فرهنگی جوانان با بر چسب انحراف و بزهکاری مطالعه می‌شد. به طور کلی نظریه‌های جامعه‌شناسی خرده فرهنگ در امریکا تحت تأثیر مکتب شیکاگو (مدل اکولوژی اجتماعی) بیشتر به تحلیل بزهکاری جوانان طبقه کارگر می‌پرداختند. نظریه پردازان این مکتب تأکید زیادی بر کنترل این طبقه داشتند و بر این باور بودند که مداخله دولت مشکلات مربوط به مهاجرت، بیکاری، فقر، جرم و شهر نشینی بی‌رویه را حل خواهد کرد. آنان خطر اصلی را در فرهنگ خیابانی^۱ می‌دیدند. طرفداران مدل اکولوژی اجتماعی به جای انتقاد از ساز و کارهای مداخله سازمانی و توجه ناکافی به مناطق حاشیه‌نشین، از ساکنین این مناطق یعنی قربانیان انتقاد می‌کردند. در این دوره جوانان مسئله‌ای اجتماعی تلقی می‌شدند و به جای آنکه تأثیر زمینه‌های وسیع‌تر ساختاری همچون طبقه، قومیت و فرهنگ بر رفتارهای آنها بررسی گردد، نوعی نگاه فردی روان‌شناختی در مورد مسائل آنان رواج داشت (بریک، ۱۹۸۵: ۳۷-۳۰). چنین نگرشی تا

سال‌های دهه ۱۹۵۰ میلادی در غرب بر ادبیات روان‌شناختی و جامعه‌شناختی جوانان غلبه داشته است.

استانلی کوهن در کتاب شیاطین محلی و هراس اخلاقی^۱ نشان می‌دهد که چگونه واکنش رسانه‌های جمعی، عامه مردم و عوامل کنترل اجتماعی مواردی از درگیری‌های عادی و پراکنده بین جوانان را به پدیده‌ای اجتماعی چون هراس اخلاقی در سطح ملی مبدل می‌سازد. کوهن با الهام از سنت کنش متقابل اجتماعی بر این عقیده است که مرتبط ساختن هراس اخلاقی به «تضاد منافع در اجتماع و سطوح اجتماعی و توجه به تفاوت قدرت باعث می‌شود برخی از گروه‌ها مستعد چنین حملاتی واقع شوند» (کوهن، ۱۹۷۲: ۱۹۸). بنابراین کوهن کاملاً واقف است که هراس اخلاقی با گفتمان قدرت و تضاد منافع بین گروه‌های اجتماعی مختلف رابطه دارد.

کارکردگرایان ساختاری فرهنگ جوانی را به مثابه تنش‌ها و فشارهایی می‌دیدند که در کارکرد اجتماع بروز کرده است. پارسونز خرده فرهنگ‌های جوانی را به مثابه پلی برای گذار به بزرگسالی می‌دانست که بخش‌های کهنه نظام ارزشی سنتی را تغییر می‌دهند. از نظر او خرده فرهنگ‌ها نه تنها اجتماعی شدن به دنیای بزرگسالی را ممکن می‌سازند بلکه سازگاری با این نقش‌ها را تضمین می‌کنند (پیل کینگتون، ۱۹۹۴: ۱۷). البته تصویری که پارسونز از فرهنگ جوان ارائه می‌کرد منعکس کننده جو اجتماعی پس از جنگ بود که از آن با عنوان جامعه مرفه^۲ تعبیر می‌شد و در اموری چون فراغت، حق کار و ابراز خود از طریق مصرف نمودار می‌شد. یکی از بازیگران کلیدی در این جامعه مرفه، نوجوانان بودند که به عنوان پدیده اجتماعی جدید محصول مستقیم جامعه نو با ویژگی‌هایی چون داشتن درآمد قابل پس‌انداز، کاهش ساعات کار و افزایش زمان فراغت، گسترش صنایع فراغتی و سرگرمی، طولانی شدن دوره جوانی به دلیل طولانی‌تر شدن آموزش اجباری مدرسه‌ای و افزایش فرصت‌های آموزشی عمومی شناخته می‌شدند (پیل کینگتون، ۱۹۹۴: ۱۸).

توجه به مناسبات نابرابر اجتماعی و فرهنگی، در تحلیل فرهنگ جوانان در مطالعات محققین مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگهام (CCCS)، فصلی جدید در مطالعات جوانان ایجاد کرد. محققین این مرکز توجه خاصی به مقوله جوانان داشتند و تحلیل‌های بسیاری از آنان متأثر از برخی از منتقدین مارکسیست چون ریموند ویلیامز، ای. پی تامپسون و ریچارد هوگارت و نظریه پردازانی چون آلتوسر، گرامشی و بارت بود که رابطه بین ایدئولوژی و

1. Folk Devils & Moral Panics

2. Affluent

صورت‌های تماشایی و انتخابی خرده فرهنگ‌های جوانان همچون مادها، تدها، اسکین هدها و پانک‌ها توجه کردند. تحقیقات شکل گرفته در این مرکز نشان دهنده تلاش برای بررسی خرده فرهنگ‌ها در پیوند با سه ساختار وسیع‌تر فرهنگی یعنی طبقه کارگر یا فرهنگ والدین، فرهنگ مسلط و فرهنگ توده‌ای بود (گلدنر، ۱۹۹۷: ۸۴-۸۳).

مطالعات این مکتب متأثر از ساخت‌گرایی مارکسیستی و نشانه‌شناسی^۱ است. این ترکیب نظری مفهوم سلطه گرامشی را به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی خود به کار می‌برد. از نظر گرامشی هم درون فرهنگ مسلط و هم درون فرهنگ زیر سلطه بسته‌هایی از مقاومت (خرده فرهنگ‌ها) می‌توانند وجود داشته باشند و طبقه مسلط برای ابقای هژمونی خود باید به طور دائم مبارزه کند. گرامشی «بحران قدرت» مدرن را به طور مستقیم به «مسئله نسل جوان» مرتبط می‌داند و آن را محصول ناتوانی نسل‌های پیرتر برای رهبری و جلوگیری مکانیکی آنان از ظهور نیروهای هژمونیک جدید برای تصرف جایگاه آنان تلقی می‌کند (پیل‌کینگتون، ۱۹۹۴: ۲۶-۲۵).

بریک خرده فرهنگ‌ها را تلاش برای حل مسائل و مشکلاتی می‌داند که تناقضات در ساختار اجتماعی جوانان را به آن مبتلا ساخته است و معتقد است که هویت جمعی ناشی از خرده فرهنگ، تصویری از جوان در اختیار او می‌گذارد که با هویت حاصل از طبقه، آموزش و پرورش و شغل متفاوت است. در واقع خرده فرهنگ‌ها را می‌توان نظام‌های معنایی و شیوه‌هایی برای ابراز وجود دانست که گروه‌های مختلف در تلاش جمعی برای حل تناقضات در وضعیت مشترک خود آن را به وجود می‌آورند و از طریق عناصر اظهاری خود شیوه زندگی معنی‌داری را هنگام فراغت عرضه می‌کنند. شیوه‌ای که از دنیای ابزاری کار متفاوت است و راه‌های برخورد با برخی بحران‌های وجودی را در اختیار افراد قرار می‌دهند (بریک، ۱۹۸۵: ۲۷-۱۵).

بریک یکی از صورت‌های فرهنگی مشترک در خرده فرهنگ را سبک می‌داند که میزان تعهد و پابندی و عضویت در یک خرده فرهنگ خاص را نمایان می‌سازد و آن را متشکل از سه عنصر زیر می‌داند:

الف) تصویر ظاهر^۲: متشکل از لباس، اشیاء اضافی، سبک مو، جواهرات و اشیاء قیمتی.
ب) طرز حرکت^۳: شامل قیافه، نحوه راه رفتن، ژست و در کل نوع و نحوه پوشش کنشگران.

1. Semiotics
2. Image
3. Demeanour

ج) زبان خاص: ^۱ شامل واژه‌های خاص و نحوه بیان آنها (همان: ۱۲-۱۱).

تحلیل‌های جامعه‌شناختی فرهنگی صاحب‌نظران مرکز مطالعات فرهنگی بیرمنگهام با وجود اینکه دستاوردهای تازه و ابتکاری فراوانی برای جامعه‌شناسی فرهنگ و خرده فرهنگ جوانان به ارمغان آوردند، ضعف‌هایی نیز دارند. گرایش به تأکید بیش از حد بر مقاومت نمادین و آغشته ساختن این گرایش با نوعی معنا و اهمیت دادن سیاسی غیر موجه، غفلت از وضعیت جوانان معمولی هم‌نوا با جامعه، تأکید مردانه در تحلیل فعالیت‌های خرده فرهنگ همراه با بی‌اعتنایی به تجربیات خرده فرهنگی دختران، بی‌توجهی به نژاد و توجه انحصاری به خرده فرهنگ‌های طبقه کارگر مذكر از جمله انتقاداتی است که به اصحاب مکتب مطالعات فرهنگی معاصر بیرمنگهام بیان شده است (شوکر، ۱۳۸۱: ۱۹). از ضعف‌های دیگر این مکتب بی‌توجهی به نقش رسانه‌ها در آفرینش خرده فرهنگ‌ها و هویت‌های خرده فرهنگی است.

ثورنتن^۲ با تأکید بر روابط پویا و بازاندیشانه جوانان با رسانه‌های جمعی و اهمیت این رسانه‌ها در معرفی و مرزبندی نشانه‌های خرده فرهنگی و با الهام از مفهوم «سرمایه فرهنگی» بوردیو، بحث سرمایه خرده فرهنگی را پیش می‌کشد (ثورنتن ۱۹۹۷: ۱۱۷). از نظر وی صاحب سرمایه خرده فرهنگی در انظار دیگران به نسبت کسی که فاقد آن است از منزلت بالاتری برخوردار است. سرمایه خرده فرهنگی در قالب آرایش و اصلاح مو منطبق با آخرین مد روز و داشتن مجموعه تازه‌ترین نوارهای موسیقی، دانستن و استفاده از آخرین اصطلاحات رایج (نه در حد افراط) و اجرای آخرین سبک‌های رقص به نحوی که به طور مادرزادی آن را بداند و موارد مشابه تجسم مادی می‌یابد، درست همانطور که کتاب‌ها و نقاشی‌های موجود در منزل سرمایه فرهنگی را به نمایش می‌گذارند و یا در قالب آداب دانی و مکالمه شهری مآبانه تجسم می‌یابد. از نظر ثورنتن تفاوت سرمایه خرده فرهنگی و سرمایه فرهنگی بوردیو در این است که در گردش سرمایه خرده فرهنگی رسانه‌های جمعی عامل اداره کننده محسوب می‌شوند. از نظر برخی نویسندگان (فر^۳، و ۱۹۸۷ و گرانهام^۴، ۱۹۹۳) رادیو و تلویزیون به عنوان شبکه‌ای که قاطعانه کار تعریف و توزیع دانش فرهنگی را به عهده دارد در نظریه‌های سلسله مراتب فرهنگی بوردیو مغفول واقع شده‌اند. از نظر ثورنتن تفاوت بین کسی که در حلقه مد یا خارج از آن است و سرمایه خرده فرهنگی بالا یا پایینی دارد به نحو پیچیده‌ای با میزان پوشش رسانه‌ای، تولید رسانه‌ای و استفاده از رسانه‌ها همبستگی دارد (همان: ۲۰۴-۲۰۳).

1. Argot

2 - Thornton

3. Frow

4. Garnham

فمینیسم و خرده فرهنگ جوانان

تفسیرهای فمینیستی از خرده فرهنگ، تلقی جنسیتی از خرده فرهنگ جوانان و توجه اندک به سهم دختران در شکل‌گیری و مبادرت به آن را مورد انتقاد قرار داده‌اند. هایدنسون^۱ در تفسیر فقدان پژوهش درباره دسته‌های مؤنث خاطر نشان می‌سازد که جامعه‌شناسان مذکر عقیده دارند آن اندازه که پسران «در خیابان‌ها» برای تحقیق در دسترس هستند، دختران نیستند (مور و سینکلر، ۱۳۷۶: ۱۲۹). به عقیده مک رابی و گاربر کنترل والدین و نگرش‌های جنسیتی تبعیض آمیز مانع از آن می‌شود که دختران در گوشه خیابان‌ها ول بگردند و همین امر آنان را به ایجاد یک «فرهنگ اتاق خواب» هدایت می‌کند. دختران به خانه‌های یکدیگر می‌روند تا موسیقی گوش کنند، برقصند و گپ بزنند، در اینجا فرهنگ به طور خصوصی و در خانه جریان دارد و بازتاب موقعیت تابع و پوشیده زنان و دختران در جامعه است (همان: ۱۳۰).

باربارا هودسن در تشریح ماهیت جنسیتی گفتمان نوجوانی به این نکته توجه می‌کند که با گسترش آموزش اجباری پس از بلوغ و افزایش نظارت معلمان و والدین بر جوانان و وابستگی مالی جوانان به والدین، اسطوره‌ای از نوجوانان مطرح شد که شدیداً مردانه بود. چنین فرض می‌شد که نوجوان در تلاش‌های خود برای استقلال از والدین در مقابل کوشش آنان برای کنترل وی مقاومت می‌کند و به گروه همسالان وابسته می‌شود. بنابراین نوجوانی اساساً آغشته به تصاویر مردانه است و چندان با گفتمان زنانگی مناسبت ندارد (پیل کینگتون ۱۹۹۴: ۳۸). هنگامی که دختران نشانه‌های رفتار نوجوانی یعنی پرخاشگری، شورش، ماجراجویی و... را از خود بروز می‌دهند نه تنها در اقتدار والدین اختلال ایجاد می‌کنند بلکه کدهای زنانگی را نیز به هم می‌ریزند و نسبت به پسران تحت سانسور بیشتری قرار می‌گیرند اما این فعالیت‌ها برای پسران مرحله‌ای از رشد محسوب می‌شود که پشت سر می‌گذارند (همان: ۳۸).

به این ترتیب رفتارهای دختران را باید تا حدی محصول تفاوت برآوردهایی دانست که با دختران و پسران در خانواده و جامعه صورت می‌گیرد. در این عرصه معمولاً دختران را بیشتر نیازمند توجه و حمایت و مراقبت می‌دانند. والدین در مورد تفریحات دختران خود سخت‌گیرانه‌تر عمل می‌کنند و این سخت‌گیری‌ها با عرف حاکم بر جامعه درباره رفتار مناسب برای زنان پیوند نزدیک دارد (آبوت و والاس، ۱۳۸۱: ۱۰۴). به گفته سولیز (۱۹۸۶) پسران نیز در حوزه عمومی با تهدید دختران با برچسب‌های ناموسی رفتار ایشان را تحت کنترل خود در

می‌آورند. دختران نوجوان مصرف کنندگان مجلات رنگارنگی محسوب می‌شوند که سرشار از دستورهایی برای تناسب اندام و زیبایی، نحوه رفتار، داستان‌های عاشقانه و خبرهای دست اول در خصوص خواننده‌ها و هنرپیشه‌های مورد علاقه آنان است و مطالبی نیز در باب مد و آرایش دارد. دختران نوجوان الگوهای زندگی خود را از همین مجلات بر می‌گیرند و یاد می‌گیرند که عشق و عاشقی را عادی و مطلوب بدانند. اما بررسی منتقدان دیگری چون سولیز، کریستین (۱۹۸۵) و کلر والاس (۱۹۸۷) نشان داده است که عشق در زندگی دختران جوان نقش بسیار پیچیده تری دارد و دختران جوان به سادگی فریب تصاویری که در ادبیات زنان ارائه می‌شوند را نمی‌خورند و از زندگی زناشویی تصویری واقع بینانه دارند.

از نظر گانتز^۱ (۱۹۹۵: ۷۲) زنان و دختران جوان با نیت جست و جوی هویت به ویژه هویت جنسی دست به آفرینش سبک می‌زنند و گاهی از زنانگی به مثابه تغییر قیافه^۲ بهره می‌گیرند. سبک گاهی انطباقی و مواقعی برای مقاومت است و می‌تواند تجربه‌ای زیبایی‌شناسانه و خلاق نیز باشد. به نظر گانتز (همان: ۷۴) بدن و سطوح آن فرصتهایی را برای نوآوری عرضه می‌کند و لباس امکانات تغییر شکل خود و تحرک را به زنان می‌بخشد به طوری که آنان می‌توانند خودشان و نقش زنانه‌ای که فرهنگ مردسالار به آنان نسبت داده است را تجربه کنند.

چنانکه فرناس (۱۹۸۹) اشاره می‌کند با از بین رفتن هنجارها و سنت‌ها ما در رهایی فرهنگی پرتاب شده‌ایم و جوانان به قوت سابق به اجبار و تسلط هنجارها و الگوهای قدیمی زندگی وابسته نیستند و در فرصت‌های زندگی و کنش‌های خود از حمایت سنت بی‌نسیب‌اند. جوانان دیگر با راه و روش‌های زندگی والدین و همسایه‌ها پیوندی ندارند و انتظار می‌رود به شیوه‌ای کاملاً متفاوت از گذشته تصمیم‌گیری کنند، به راه خود ادامه دهند و هویت خودشان را شکل بدهند. با افزایش الگوهای تولید شده رسانه‌های جمعی از قدرت صاحبان اقتدار و الگوهای آنان کاسته می‌شود. اگر مشخصه جامعه مدرن متأخر را هم‌صدا با صاحب‌نظرانی همچون بک (۱۹۹۱) و ملوچی (۱۹۸۹) و گیدنز (۱۹۹۲) فردگرایی بدانیم در آن صورت انتخاب کردن، مسئله‌ای فردی خواهد بود و مد تا حدی تسلط خود را بر زندگی جوانان از دست خواهد داد و در پی آن فضای بزرگ‌تری برای تجربه شخصی و شکل‌گیری سبک فردی به وجود می‌آید که در نهایت با جست و جو و ساختن هویت مرتبط است.

امروزه به طور گسترده‌ای این باور وجود دارد که فشار بر جوانان برای ساختن هویت خود به مراتب بیشتر از چند دهه پیش شده است و این امر برای زنان جوان هم صدق می‌کند که

1 - Ganetz

2 - Masquarade

بین همه تعاریف متناقض از زنانگی دچار مشکل‌اند. ضمن این که عدم قطعیت مدرن صرفاً مربوط به هویت جنسی نمی‌شود. طبق نظر کرستن دروتنر (۱۹۹۱) فشار واقعیت‌ها بر هر دو جنس افزایش یافته است: تصور می‌رود که جوانان با توجه به اهداف خود انتخاب‌های عقلانی انجام دهند در حالی که آینده مبهم‌تر و نامشخص‌تر می‌شود و در نتیجه جوانان نیازمند ساختن معنا از تجربیات متناقض‌اند. خلق و کشف شکل‌های بیان نمادین فرهنگی امکاناتی را به جوانان عرضه می‌کنند تا از تمامی تکالیف مربوط به انجام کنش‌های آگاهانه و هدفمند فارغ شوند (همان: ۷۷).

خرده فرهنگ در برابر سبک زندگی

با انتقاداتی که به نظریه‌های خرده فرهنگ از سوی برخی صاحب‌نظران صورت گرفت و با پراکندگی روزافزون سبک‌ها که با تحولات جدیدی در عرصه جهانی شدن فرهنگی در سایه رشد و گسترش رسانه‌های ارتباطی حاصل شد از دهه ۱۹۸۰ به این سو رویکرد تحلیلی جدیدی برای مطالعه فرهنگ جوانان مطرح شده که از آن با عنوان نظریه پسا خرده فرهنگ‌گرایی یاد می‌شود. این رویکرد، توسط افرادی نظیر ردهد^۱ (۱۹۹۰) و ماگلتون^۲ (۲۰۰۰ و ۱۹۹۷) معرفی و بسط یافته است. براساس این رویکرد تقسیمات و تمایزات خرده فرهنگی مبتنی بر روابط بین سبک، ذایقه موسیقیایی و هویت از بین رفته و بیش از پیش ضعیف شده‌اند و به شکل سیال تری اظهار می‌شوند.

مافسولی^۳ (۱۹۹۶) مفهوم *نوقبیلها*^۴ را مطرح ساخته است: «قبیله فاقد آن صورت‌های سازمانی سخت و انعطاف‌ناپذیر شناخته شده است و به یک حالت ذهنی ارجاع دارد و ترجیحاً از طریق سبک‌های زندگی که به ظاهر و شکل توجه دارند بیان می‌شود» (همان: ۱۲). در حالی که گیدنز و دیگران از فقدان «هویت‌های ایدئولوژیک» با ثبات و مطمئن بحث می‌کنند و آن را به مثابه ویژگی روزافزون فردی شدن^۵ در نظر می‌گیرند، مافسولی این بحث را پیش می‌کشد که ما شاهد دوره‌ای از «غیر فردی شدن»^۶ یا «عدم تفکیک و تمایز»^۷ هستیم: «گم شدن خود در سوژه جمعی» (سویت من، ۲۰۰۴: ۸۶ به نقل از مافسولی، ۱۹۸۸). در حالی که بازاندیشی مدرنیته اشاره به این دارد که افراد با قرار دادن خود در روایتی بازاندیشانه از خود

1. Redhead

2. Muggleton

3. Maffesoli

4. Neotribes

5. Individualization

6. Disindividuation

7. Indifferentiation

به این فقدان هویت‌های ایدئولوژیک پاسخ می‌دهند مافسولی همچون بسیاری از نظریه‌پردازان پست مدرن بر این عقیده است که اعضای گروه‌گرا در بی‌مایگی شخصیت نوقبیل‌های با شادی به سر می‌برند(همان: ۸۶).

تحولات جدید، مفهوم «فرهنگ اتاق خواب» مک رابی را به نظر لینکلن^۱ مفهوم اصلی فرهنگ اتاق خواب که به مجموعه‌ی مشترکی از محصولات دارای کد جنسیتی به خصوص مجلات و پوسته‌های معبودهای نوجوانان^۲ اختصاص داشت با رویکردی فردگرایانه‌تر و بازاندیشانه‌تری برای سازماندهی فضای اتاق خواب جایگزین شده است و این به دلیل تغییر در فرهنگ اتاق خواب دختران نوجوان از دهه‌ی ۱۹۷۰ به بعد، که آزادی بیشتری و نیز ظهور تکنولوژی‌های جدید به خصوص تلفن موبایل بوده است. فضای فیزیکی اتاق خواب به خاطر سیالیت مرزهای فرهنگی هم به فضای عمومی و هم به فضای خصوصی گشوده می‌شود(لینکلن، ۲۰۰۴: ۱۰۱ - ۱۰۰).

فراگیر شدن خرده فرهنگ و استفاده همگانی از تولیدات فرهنگ عامه پسند در سال‌های اخیر سبب شده برخی محققین مفهوم خرده فرهنگ را زاید و غیرمفید بدانند. چانی(۲۰۰۴: ۳۶-۳۷) تنوع در شیوه‌های نمادین شدن در زندگی روزانه را «فرهنگ جزء جزء شده»^۳ توصیف می‌کند و از این مفهوم در مقابله با مفهوم خرده فرهنگ استفاده می‌کند. به نظر چانی در جامعه معاصر اولاً فعالیت‌های فرهنگی و ملاحظات فرهنگی در زندگی روزانه اکثریت افراد یکی از بدیهیات با اهمیت شده است و صرفاً برای کسانی که فعالیت‌های فرهنگی افراطی را از طریق آراستن ظاهر یا ترجیحات موسیقایی خود به نمایش می‌گذارند مطرح نیست. ثانیاً گشایشی در فرهنگ بوجود آمده است که به موجب آن بخش زیادی از قشربندی‌های فرهنگی که در فرایند مدرن شدن نهادینه شده بود محو گردیده است. ثالثاً فرهنگ‌ها بیشتر به سوی بالکنی شدن^۴ رفته‌اند که در آن ناهماهنگی زیاد سبک‌های فرهنگی و هویت‌های فرهنگی برای مردم عادی مرئی‌تر و قابل پذیرش‌تر می‌شود(همان: ۴۱). و رابعاً از نظر چانی انتخاب‌های فرهنگی در دسترس در محیط‌های فرهنگی عمومی معاصر تنوع یافته و به شدت با مصرف رسانه‌ای آمیخته شده و آزادانه توسط افراد تجربه می‌شود(همان: ۴۷). چانی موارد مذکور را از جمله تغییرات مهم جامعه‌ی مدرن می‌داند که باعث شده مفهوم خرده فرهنگ برای

1 . Lincoln

2 . Teen Idols

3. Fragmented Culture

4 . Talkanised

توصیف حساسیت‌ها و ترجیحات متکثر دنیای امروز نامربوط دانسته شود و تنوع و تکثر فرهنگی کنونی را با مفهوم سیال‌تر سبک‌های زندگی قابل توصیف می‌داند.

بدین ترتیب در جوامع مدرن، ساختن هویت اجتماعی فرایندی یکسویه و منحصرأ به نهادهای اجتماعی و عوامل ساختی نیست. شکل‌گیری هویت در جوامع مدرن بیشتر فرهنگی است که خود را در سبک‌های زندگی متجلی می‌سازد و به میزان زیادی از الگوهای مصرف تأثیر می‌پذیرد. جوانان با انتخاب عناصری از محیط و به میل خودشان خود را تعریف می‌کنند. اشتراک در مصرف سرگرمی، آرایش، تزیین بدن و مصرف تمیز دهنده هویت‌های افراد به صورت انفرادی و در سطح گروهی است. شکل‌گیری سبک‌های زندگی گاهی در ارتباط با فرهنگ مسلط بر جامعه است و گاهی در تقابل با آن (ذکایی، ۱۳۸۱: ۲۶-۲۴).

در مقاله حاضر با بهره‌گیری از نظریه‌ها و مفاهیم مطرح شده در زمینه فرهنگ و خرده فرهنگ جوانان و با تأکید بر خرده فرهنگ دختران جوان در صدد پاسخگویی به این سؤالات هستیم: میزان گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی به لحاظ عینی (رفتاری) و ذهنی (نگرشی) چقدر است؟ از بین عناصر و فعالیت‌های خرده فرهنگی دختران نوجوان به کدام فعالیت (فعالیت‌ها) سوگیری بیشتری دارند؟ چه رابطه‌ای میان گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی و نگرش آنان به نقش‌ها و معیارهای مسلط زنانگی وجود دارد؟ چه رابطه‌ای میان گرایش دختران نوجوان به خرده فرهنگ با عوامل ساختی و زمینه‌ای چون پایگاه اقتصادی - اجتماعی، محل سکونت، پیشرفت تحصیلی، سن و پایه تحصیلی وجود دارد؟ چه رابطه‌ای میان گرایش دختران نوجوان به خرده فرهنگ و سرمایه فرهنگی خانواده آنان وجود دارد؟ چه رابطه‌ای میان گرایش دختران نوجوان به خرده فرهنگ و مصرف رسانه‌ای و فعالیت‌های فراغتی آنان وجود دارد؟

روش‌شناسی

این مطالعه به صورت پیمایشی^۱ انجام شده است. با توجه به ملاحظات نظری و عملی از تکنیک پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است.^۲ مجموعه سؤالاتی که برای سنجش متغیر وابسته (گرایش به خرده فرهنگ در دو سطح ذهنی و عینی) تنظیم شده ضریب پایایی بالایی را نشان می‌دهد، (ذهنی $\alpha = 0/81$) و (عینی $\alpha = 0/73$). پرسشنامه‌ها

۱. Survey

۲. برای تهیه پرسشنامه اولیه تحقیق ابتدا با تعدادی از مشاوران مدارس و با تعدادی از دانش‌آموزان دختر دبیرستانی مصاحبه‌هایی صورت گرفته است. تجربه آموزشی بیست ساله یکی از نویسندگان در دوره دبیرستان و مشاهده مستقیم و تماس نزدیک با جمعیت آماری نیز در تهیه پرسشنامه بسیار مؤثر بوده است. پرسشنامه در دو مرحله آزمون مقدماتی شده است.

توسط خود نوجوانان دانش آموز تکمیل شده است. اعتباریابی سؤالات پرسشنامه تحقیق با اعتبار صوری^۱ و اعتبار محتوا^۲ حاصل شده است.

جمعیت آماری این پژوهش را دختران دانش آموز مقطع متوسطه دبیرستانهای دولتی و غیر انتفاعی در شهر تهران تشکیل می دهند.^۳ نمونه گیری این تحقیق مبتنی بر روش نمونه گیری احتمالی است که به صورت نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای طبقه ای غیرنسیبی انجام گرفته است. دانش آموزان دختر مناطق ۳، ۱۱ و ۱۸ برای نمونه گیری انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از فرمول حجم نمونه کوکران ۳۴۹ نفر تعیین شد.

یافته های تحقیق

در خصوص وضعیت خانوادگی پاسخگویان، یافته های تحقیق حاکی از آن است که ۳۶/۵ درصد پدران دانش آموزان تحصیلات زیر دیپلم و ۳۴/۸ درصد آنان دیپلم و ۲۸/۷ درصد تحصیلات عالی (فوق دیپلم، لیسانس و فوق لیسانس و بالاتر) دارند. ۳۴ درصد دختران در خانواده هایی با پایگاه اقتصادی اجتماعی نسبتاً پایین بسر می برند، ۳۷ درصد از دانش آموزان دختر در خانواده هایی زندگی می کنند که پایگاه اقتصادی - اجتماعی آنان متوسط است و ۲۸/۹ درصد آنان دارای خانواده هایی با پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا هستند.

نتایج نشان می دهد که بیشترین فراوانی به گروه درآمدی متوسط (۳۳/۵٪) تعلق دارد، ۳۷ درصد درآمد پایین و متوسط پایین دارند و ۲۹/۵ درصد درآمد متوسط بالا و بالا دارند. نتایج بیانگر این است که در سطح عینی یک سوم پاسخگویان به میزان زیاد و یک سوم به میزان متوسطی به رفتارهای خرده فرهنگی مبادرت می ورزند. در سطح ذهنی نیز نتایج تحقیق روند مشابهی را نشان می دهد.

چنان که در جدول شماره (۱) ملاحظه می شود در سطح ذهنی پاسخگویان گرایش های متناقضی را نسبت به رفتارهای خرده فرهنگی ابراز داشته اند به طوری که در موضوع پوشیدن لباس و مدهای جدید ۵۹/۶ درصد بسیار موافق و موافق هستند اما در همان حال ۶۲/۸ درصد موافق و بسیار موافقتند که باید در پوشیدن لباس سلیقه خانواده را رعایت کرده و ۶۸/۸ درصد موافق و بسیار موافقتند که در پوشیدن لباس باید مقررات جامعه را رعایت کرد. از سوی

1 . Face Validity

2 . Content Validity

3. این جمعیت با توجه به آخرین آمار ارائه شده در سایت آموزش و پرورش شهر تهران در سال تحصیلی ۸۲-۸۱ به تفکیک رشته برابر با ۲۴۵۳۵۱ نفر دختر بود که در کلاس های اول، دوم، سوم و پیش دانشگاهی رشته های نظری ریاضی، تجربی و انسانی مشغول به تحصیل بوده اند. اما نمونه گیری از بین جمعیت دختران دانش آموز مقطع متوسطه در سال تحصیلی ۸۴-۸۳ انجام شده است.

دیگر ۵۵/۶ درصد پاسخگویان موافق و بسیار موافقند که مدهایی که این روزها دختران جوان می‌پوشند جلف و زننده است. این نتیجه نشان می‌دهد که در زمینه نگرش به پیروی از مد حدود ۶۰ درصد دختران موافق داشتن حق انتخاب لباس و مد بوده اما با این آزادی انتخاب ۶۳ درصد در چارچوب سلیق خانواده و ۶۹ درصد در چارچوب مقررات جامعه موافق‌اند. نگرش به رعایت رژیم و داشتن اندامی متناسب از جمله عناصر رفتارهای خرده فرهنگی است که در میان پاسخگویان بیشترین موافقت و کمترین مخالفت را داشته است. به نظر لایس (۱۹۸۶) دوره اخیر مدرنیته فرهنگ بصری و نمایشی است (آزاد ارمکی و چوشیان، ۱۳۸۱: ۵۹). در میان این ظواهر بدن به مثابه یکی از قابل دسترس‌ترین مکان فیزیکی است که می‌توان حامل و نمایش دهنده تفاوت‌های شیوه زندگی و شکل هویت باشد. بنابراین بدن و جسم تبدیل به اصل هویتی می‌گردد (همان: ۵۹). «آنچه در جامعه معاصر اهمیت دارد این واقعیت است که امکان‌پذیری بدن / خود، به مثابه یک پروژه، اکنون به روی مخاطبان انبوه باز شده است و دیگر هدف یا آرمان یک گروه نخبه یا فرهنگ بورژوازی ممتاز نیست.» (همان: ۵۹: به نقل از ترنر، ۱۹۹۴). دختران نوجوان به آن ظواهری از زندگی خود اهمیت داده و بر آن نظارت دارند که تحت کنترل و در حوزه قدرت خود دارند. بدن حامل هویت برای آنان است و از طریق کنترل و دستکاری آن، بی‌قدرتی خود را در حوزه‌های دیگر جبران می‌کند (گانتز: ۱۹۹۵: ۷۲)

کمترین موافقت در زمینه معاشرت و رابطه با دوست غیر همجنس بوده است به گونه‌ای که حدود یک سوم نوجوانان اشاره به گفت و گو از دوست غیر همجنس با دوستان صمیمی و در ساعات تفریح داشته‌اند و کمتر از ۲۴ درصد معاشرت با دوست غیر همجنس را با وجود مخالفت والدین می‌پسندند. همجنس‌گرا کمتر با داشتن دوست غیر همجنس معلول حساسیت برانگیز بودن مسائل ارتباطی با پسر در جامعه و نگرش منفی است که خانواده و برخی گروه‌ها نسبت به این روابط دارند. حساسیت‌های اجتماعی همچنین می‌تواند به نوعی گرایش به انکار یا مخالفت ظاهری با داشتن دوست غیر همجنس را سبب شود (ذکایی، ۱۳۸۱: ۱۴). در رابطه با استفاده از واژه‌های جنسی با وجود اینکه ۵۷/۳ درصد موافقند که این واژه‌ها در شأن دختران جوان نیست و نباید در حد اشکالی در استفاده از آنها نمی‌بینند. آنان این واژه‌ها را برای تمایز خود از بزرگسالان و به عنوان زبانی که همسالان شان از آن استفاده کرده و آن را می‌فهمند به کار می‌برند. و به کارگیری این زبان و فهم مشترک نسبت به آن را تبدیل به نوعی «سرمایه خرده فرهنگی» (ثورنتن، ۱۹۹۵) برای نوجوانان می‌سازد.

بعد دیگر متغیر وابسته که بعد عینی و رفتاری گرایش به خرده فرهنگ است را با میزان پرداختن به رفتارهایی که از نظر فرهنگ مسلط کاملاً یا تا حدی مغایر با نقش‌های زنانگی و رفتارهای پذیرفته شده زنانه می‌باشد سنجیده‌ایم.

چنانکه در جدول شماره (۲) ملاحظه می‌شود ۷۸/۵ درصد از آنان به میزان زیادی از موسیقی استفاده می‌کنند یعنی فعالیت غالب خرده فرهنگی در بین دختران نوجوان گوش دادن به انواع موسیقی است. پر طرفدارترین موسیقی نزد دختران نوجوان پاپ و جاز جدید ایرانی است که اغلب از ماهواره پخش می‌شود و یا به صورت ویدئو و سی دی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نوع موسیقی ۷۹/۵ درصد از پاسخگویان را به خود جذب کرده است. دومین موسیقی مورد علاقه آنان موزیک‌های غربی تکنو، رپ و هوی متال است که ۶۷ درصد جمعیت نمونه از آن استفاده می‌کنند. ۲۰/۶ درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند که به موسیقی پاپ و جاز قدیم ایرانی که همان موسیقی مصرفی والدین و نسل قبل از انقلاب است گوش می‌دهند. کمترین استقبال از موسیقی مجاز رادیو و تلویزیون (۱۴/۹ درصد)، موسیقی اصیل ایرانی (۱۳/۸ درصد) و کلاسیک بدون خواننده (۱۳/۲ درصد) بوده است به نظر می‌رسد که موسیقی پاپ جدید از نظر نوجوانان شاد و پرتحرک بوده و با شرایط و حال و هوای سنی آنها سنخیت بیشتری دارند. از آنجا که این نوع موسیقی‌ها از نظر فرهنگ رسمی نامطلوب و ناپسند تلقی می‌شود استفاده از آنها معمولاً در منزل و در حوزه خصوصی و غیررسمی صورت می‌گیرد.

جدول شماره (۱) توزیع پاسخگویان بر حسب نگرش به عناصر رفتارهای خرده فرهنگی (n=۳۴۹)

بسیار مخالف و مخالف %	بینابین %	بسیار موافق و موافق %	عناصر رفتارهای خرده فرهنگی
۲۲/۱	۱۸/۳	۵۹/۶	امروزه دخترانی به سن من باید در پوشیدن لباس و مدهای جدید آزاد باشند
۳۰/۹	۱۹/۲	۴۹/۹	اشکالی ندارد که دختران جوان از واژه‌هایی مثل تریپ زدی، عمرآ استفاده کنند
۱۲	۱۷/۸	۷۰/۲	امروزه بلد بودن رقص خودش هنر است
۲۱/۸	۱۵/۵	۶۲/۸	دختران جوان در پوشیدن هر نوع لباس باید سلیقه خانواده را رعایت کنند
۲۶/۶	۱۸/۶	۵۴/۷	دختران جوان حق دارند از اشیاء تزئینی سر و صورت بدن مانند دختران دیگر کشورها استفاده کنند
۲۷/۸	۲۴/۹	۴۷/۳	اعمال جراحی بینی و گونه ترکیب طبیعی صورت را بهم می‌زند
۱۴	۱۴/۶	۷۱/۳	دختران جوان حق دارند از موسیقی تند خارجی (راک و رپ، دی جی و...) استفاده کنند.
۴۴/۷	۲۱/۲	۳۴/۱	موسیقی که ریتم و رقص نداشته باشد کسل کننده است
۵۲/۴	۱۹/۵	۲۸/۱	آرایش کردن سر و صورت برای دختران جوان زننده است
۳۸/۷	۲۴/۶	۳۶/۷	این روزها دوستی دختر پسر اشکالی ندارد
۲۲/۱	۲۰/۶	۵۷/۳	استفاده از واژه‌هایی چون خفن، زید، عمرآ و... در شان دختران جوان نیست
۳۸/۷	۲۱/۲	۴۰/۱	شوهای موسیقی ویدئو و ماهواره مبتذل است و ارزش تماشا کردن ندارد
۴۷/۶	۲۶/۱	۲۶/۴	رعایت رژیم لاغری برای تناسب اندام سخت و بی‌فایده است
۴۲/۷	۲۳/۲	۳۴/۱	دختران جوان بدون آرایش هیچ رنگ و رو و جذابیتی ندارند
۲۷/۵	۱۶/۹	۵۵/۶	مدهایی که دختران جوان این روزها می‌پوشند جلف و زننده است
۳۷/۵	۲۰/۹	۴۱/۵	دوستی و معاشرت دختر و پسر نوعی بی‌بند و باری است
۴۲/۷	۲۳/۲	۳۴/۱	در جشن تولد و پارتی‌های مختلط بیشتر خوش می‌گذرد
۶	۱۱/۵	۸۲/۵	با رعایت رژیم و داشتن اندامی کشیده هر لباسی بر تن آدم می‌آید
۱۳/۸	۱۷/۵	۶۸/۸	دختران جوان در پوشیدن لباس باید مقررات و قانون جامعه را رعایت کنند
۴۵	۲۴/۹	۳۰/۱	رقصیدن در تولدها و پارتی‌ها به متانت دختران جوان لطمه می‌زند

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب پرداختن به رفتارهای خرده فرهنگی (بعدهایی)

زیاد %	تا اندازه‌ای %	کم و اصلاً %	گویه‌های میزان رفتار خرده فرهنگی (عینی)
۵۷/۹	۳۰/۴	۱۱/۷	استفاده از مدهای جدید لباس و کفش و کیف
۲۱/۵	۳۹	۳۹/۵	استفاده از لوازم آرایش
۲۵/۲	۱۶	۵۸/۷	استفاده از ژل مو
۷۸/۵	۱۵/۸	۵/۷	استفاده از موسیقی
۵/۷	۱۹/۲	۷۵/۵	علاقه به مانتومدرسه
۲۲/۶	۴۱/۵	۳۵/۸	استفاده از وسایل تزئینی سر و صورت و بدن
۱۲/۶	۱۶/۹	۷۰/۵	گرایش به دوست غیرهمجنس
۲۸/۴	۲۰/۱	۵۱/۶	انجام کارهای خلاف نظر والدین
۹/۲	۱۰/۹	۷۹/۹	دریافت تذکر شفاهی و کتبی مدرسه
۳۷	۳۱/۵	۳۱/۵	استفاده از واژه‌های خاص

براساس جدول شماره (۲) ۷۵/۱ درصد از دانش‌آموزان اظهار داشته‌اند علاقه چندانی به استفاده از مانتوی مدرسه ندارند و ۹۶/۶٪ حاضر نیستند از مانتو مدرسه در سایر اماکن استفاده کنند. چون اکثر مانتوهای مدارس ساده و بدون مدل و به رنگ‌های تیره‌اند. آنها مانتوهای مد روز که دارای طرح و دوخت و مدل جدید را بیرون از مدرسه ترجیح می‌دهند و اگر کنترل‌ها و مقررات مدرسه نبود ترجیح می‌دادند از مانتوهای مدل‌دار و رنگ‌های روشن در مدرسه استفاده کنند.

وقتی به میزان انجام رفتارهای خرده فرهنگی برخلاف نظر والدین در جدول شماره (۳) توجه می‌کنیم مشاهده می‌گردد که اکثر نوجوانان پاسخگو انجام بسیاری از این فعالیت‌ها را با جلب نظر والدین و موافقت آنان انجام می‌دهند. چنانکه در مباحث نظری مطرح شد طیفی از دختران نوجوان که در حاشیه فعالیت‌های اجتماعی قرار گرفته‌اند تنها امکانی که برای ابراز وجود در اختیار دارند بدن وسطوح آن است. بنابراین با استفاده از سبک پوشش و آرایش و اقلام فرهنگی بومی و غیر بومی و با تأکید بر هویت زنانه، ابزار وجود نموده و جلب توجه می‌کنند.

جدول شماره (۳) توزیع فراوانی دختران نوجوان بر حسب انجام کارهایی برخلاف نظر والدین

انجام نمی‌دهد		انجام می‌دهد		انجام کارهایی غیرمجاز از نظر والدین
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۷۶/۲	۲۶۶	۲۳/۸	۸۳	معاشرت با دوست غیرهمجنس
۷۶	۲۷۱	۲۱/۲	۷۸	شرکت در پارتی‌های مختلط
۷۸/۸	۲۷۵	۲۱/۲	۷۴	رنگ یا مش کردن موی سر
۸۲/۲	۲۸۷	۱۷/۸	۶۲	دوچرخه سواری
۸۵/۷	۲۹۹	۱۴/۳	۵۰	سیگار یا قلیان کشیدن
۸۸/۳	۳۰۸	۱۱/۷	۴۱	آرایش سر و صورت
۹۲/۶	۳۲۳	۷/۴	۲۶	چت کردن
۹۵/۱	۳۳۲	۴/۹	۱۷	استفاده از واژه‌ها و زبان خاص
۶۳/۶	۲۲۲	۳۶/۴	۱۲۷	رفتن سینما با دوستان
۷۳/۶	۲۵۷	۲۶/۴	۹۲	اصلاح ابرو

وقتی به میزان تذکرات دریافتی پاسخگویان از سوی مدرسه به عنوان نهادی رسمی توجه شود مشاهده می‌گردد که بیشترین مورد تذکر مربوط بلند کردن ناخن (۲۴/۴٪ پاسخگویان) و پس از آن اصلاح ابرو (۱۲/۶٪ پاسخگویان) بوده است. بنابراین رفتارهای خرده فرهنگی دختران نوجوان در عرصه‌های غیررسمی که امکان کنترل آن از سوی متولیان فرهنگ مسلط و رسمی کمتر و یا تقریباً غیرممکن است انجام می‌گیرد. گرایش به رفتارهای خرده فرهنگی در

عرصه عمومی حاکی از آن است که دختران نوجوان در حال مذاکره و چانه زنی برای کسب فضایی برای معانی خود و ابراز وجود هستند. آنان با استفاده از انعطاف پذیری فرهنگ رسمی مرزهای بین رسمی/ غیررسمی را سیال تر ساخته و گاه آن را تغییر داده‌اند.

رابطه متغیرهای زمینه‌ای و مستقل با رفتارهای خرده فرهنگی

نتایج بدست آمده از ماتریس همبستگی متغیرهای زمینه‌ای و رفتارهای خرده فرهنگی جدول شماره (۴) بیانگر آن است که سن با بعدعینی و رفتاری خرده فرهنگ رابطه معکوس معناداری دارد ($r = -0/134$). یعنی هر چه سن بالاتر می‌رود در سطح رفتاری گرایش کمتری به خرده فرهنگ مشاهده می‌شود. به نظر می‌رسد که هویت دختران نوجوان در سنین پایین هنوز کاملاً شکل نگرفته است و آنان با توسل بدین رفتارها درصدد شکل دادن به هویت خود هستند و تمایل بیشتری دارند که به عنوان یک بزرگسال مستقل و متفاوت از والدین و دیگر بزرگسالان ابراز وجود کند. نتایج ماتریس رابطه معناداری بین پیشرفت تحصیلی بر حسب معدل دختران نوجوان و میزان گرایش آنان به خرده فرهنگ در بعد عینی و ذهنی نشان نمی‌دهد، اما جهت منفی رابطه در بعد ذهنی مؤید این نتیجه گیری است که هر چه پیشرفت تحصیلی بر حسب معدل بیشتر باشد نگرش به رفتارهای خرده فرهنگی منفی تر است و دانش آموزان با معدل پایین تر نگرش موافق تری به این رفتارها دارند. بین نگرش به معیارها و نقش‌های مسلط زنانگی و میزان گرایش به خرده فرهنگ در بعد ذهنی رابطه‌ای متوسط ($r = 0/316$) ولی کاملاً معنادار ($p = 0/000$) به چشم می‌خورد. این رابطه در بعد عینی قوی تر است ($r = 0/523$) و کاملاً معنادار است ($r = 0/523$), ($p = 0/000$). یعنی هر چه نگرش دختران به معیارها و نقش‌های مسلط زنانگی منفی تر بوده میزان گرایش آنان به رفتارهای خرده فرهنگی در بعد عینی و ذهنی شدیدتر بوده است. در واقع گویه‌هایی که برای سنجش نگرش به معیارها و نقش‌های مسلط زنانگی انتخاب شده‌اند، همان ارزش‌ها و معیارهای فرهنگ رسمی و پذیرفته شده جامعه برای یک «دختر خوب» است که از سوی نهادهای رسمی جامعه‌پذیری همچون خانواده و مدرسه حمایت می‌شود. این نتایج حاکی از آن است که هر چه از قدرت و تأثیر نهادهای سنتی جامعه‌پذیری کاسته شود میزان گرایش به رفتارهای خرده فرهنگی افزایش می‌یابد. دخترانی که به فعالیت‌های خرده فرهنگی گرایش دارند تعریف دیگری از دختر خوب بودن و زندگی برای خود دارند و هویت خود را با توجه به ارزشهای و الگوهای مطرح شده از سوی گروه‌های مرجع معرفی شده از سوی رسانه‌های

جمعی و گروه همسالان و الگوهای جهان وطنی می‌سازند. با این حال این گروه همچنان با برخی از ارزش‌های مسلط زنانگی موافقت و به آنها پایبند هستند.

جدول شماره (۴) ماتریس همبستگی میان متغیرهای زمینه‌ای و مستقل و متغیر وابسته در بعد عینی

متغیرها	رتب	معدل	پایگاه اقتصادی اجتماعی	درآمد	سرمایه فرهنگی فراغت	مصرف خانگی	مصرف رسانه‌ای	نگرش به زنانگی مسلط	فراغت در بعد عینی	گرایش به خرده فرهنگ در بعد ذهنی
سن	۱	۰/۳۳۳	۰/۰۱۱	۰/۰۱۴	۰/۱۶۴	۰/۱۲۲	۰/۱۰۵	۰/۱۱۷	۰/۳۳۴	۰/۰۶۱
معدل	۱	۰/۳۳۳	۰/۲۹۳	۰/۲۵۲	۰/۲۲۸	۰/۰۵۸	۰/۰۹۵	۰/۱۱۰	۰/۰۰۴	۰/۰۵۲
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۰/۰۱۱	۰/۲۹۳	۱	۰/۷۹۱	۰/۹۰۴	۰/۰۹۲	۰/۱۸۲	۰/۳۴۳	۰/۰۸۸	۰/۱۸۵
درآمد	۰/۰۱۴	۰/۲۵۲	۰/۷۹۱	۱	۰/۵۴۷	۰/۱۲۰	۰/۱۶۹	۰/۲۶۴	۰/۰۸۹	۰/۱۵۱
سرمایه فرهنگی	۰/۱۶۴	۰/۲۲۸	۰/۹۰۴	۰/۵۴۷	۱	۰/۰۲۹	۰/۱۳۶	۰/۳۶۶	۰/۰۲۹	۰/۱۶۵
فراغت	۰/۱۲۲	۰/۰۵۸	۰/۰۹۲	۰/۱۲۰	۰/۰۲۹	۱	۰/۳۸۴	۰/۱۱۷	۰/۵۲۵	۰/۳۰۳
مصرف رسانه‌ای	۰/۱۰۵	۰/۰۹۵	۰/۱۸۲	۰/۱۶۹	۰/۱۳۶	۰/۳۸۴	۱	۰/۲۸۰	۰/۳۸۱	۰/۳۷۵
نگرش به زنانگی مسلط	۰/۱۱۷	۰/۱۱۰	۰/۳۴۳	۰/۲۶۴	۰/۳۶۶	۰/۱۱۷	۰/۲۸۰	۱	۰/۳۱۶	۰/۵۲۲
گرایش به خرده فرهنگ در بعد عینی	۰/۱۳۴	۰/۰۰۴	۰/۰۸۸	۰/۰۸۹	۰/۰۲۹	۰/۵۳۵	۰/۳۸۱	۰/۳۱۶	۱	۱

بررسی رابطه بین مصرف رسانه‌ای و میزان گرایش به خرده فرهنگ در جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که بین مصرف انواع رسانه‌ها با میزان گرایش به خرده فرهنگ هم در بعد عینی و هم در بعد ذهنی رابطه‌ای متوسط ($r=0/381$ عینی)، ($r=0/375$ ذهنی) وجود دارد که بسیار معنادار ($p=0/000$) است. پرتفردارترین رسانه‌های مورد استفاده نوجوانان دختر به ترتیب استفاده از تلویزیون $49/9\%$ ، ماهواره $39/3\%$ ، مجلات 33% ، اینترنت $26/6\%$ و ویدیو $21/8\%$ بوده است. چنانکه قبلاً اشاره شد پرتفردارترین فعالیت خرده فرهنگی گوش دادن به موسیقی‌های غیرمجاز بود. بنابراین مصرف رسانه‌هایی چون ویدئو، ماهواره، اینترنت، و نوار ضبط صوت را عمدتاً باید در جهت گوش دادن به این نوع موسیقی و دیدن شوها و CD

کنسرت‌های موسیقیایی دانست. کسانی که بیشتر از رسانه‌های جدید استفاده کرده‌اند هم به لحاظ ذهنی و هم به لحاظ عینی گرایش بیشتری به رفتارهای خرده فرهنگی پیدا کرده‌اند.

نتایج ماتریس همبستگی در جدول (۴) نشان می‌دهد که بعد ذهنی و عینی خرده فرهنگ رابطه معناداری با مصرف خانگی فراغت دارد به طوری که در بعد عینی این رابطه قوی ($r=0/535$) و بسیار معنادار ($p=0/000$) و در بعد ذهنی نیز نسبتاً متوسط ($r=0/303$) و بسیار معنادار ($p=0/000$) است. رفتارهای خرده فرهنگی بعضاً مغایر و مخالف با هنجارها و ارزش‌های فرهنگ رسمی و مسلط بر جامعه است و از این رو دختران دانش‌آموز به حفظ تعلقات و رفتارهای خرده فرهنگ خاص خود در خانه در اتاق شخصی خود و از طریق هدایت بخشی از فعالیت‌های فراغتی توجه زیادی دارند.

چنان که جدول شماره (۵) نشان می‌دهد بین منطقه مسکونی (۳ و ۱۱ و ۱۸) و میانگین میزان گرایش به خرده فرهنگ در بعد ذهنی تفاوت معناداری وجود دارد و این تفاوت در بعد ذهنی در دو منطقه ۳ با ۱۸ معنادار است میانگین این گرایش در منطقه ۳ بالاتر از منطقه ۱۸ است.

جدول شماره (۵) آزمون آنالیز واریانس یک طرفه (F) بین سه منطقه مسکونی ۳ و ۱۱ و ۱۸ و

میزان گرایش دختران به رفتارهای خرده فرهنگی $n = 348$

سطح معنی‌داری sig	مقدار F	میانگین در سه منطقه مسکونی			ابعاد مورد اندازه گیری
		۳	۱۱	۱۸	
۰/۰۰۰	۸/۰۹۹	۴۲/۷۰	۴۰/۸	۳۹	گرایش به خرده فرهنگ در بعد ذهنی و نگرشی
۰/۷۷۹	۰/۲۴۹	۳۹/۸۶	۳۹/۶۳	۳۹/۱۶	گرایش به خرده فرهنگ در بعد عینی و رفتاری

اما این تفاوت در بعد عینی و رفتاری در مناطق مسکونی حاضر در پژوهش معنادار نیست یعنی در بعد رفتاری در هر سه منطقه میانگین گرایش به رفتارهای خرده فرهنگی تقریباً برابر است.

جدول شماره (۶) معنادار بودن اختلاف بین میانگین‌های گرایش به خرده فرهنگ در بعد عینی برحسب پایه تحصیلی اول و پیش‌دانشگاهی را نشان می‌دهد. میانگین گرایش به خرده فرهنگ در بعد عینی در بین پایه اول بالاتر از پیش‌دانشگاهی به مثابه بالاترین پایه تحصیلی این تحقیق می‌باشد و این تفاوت در سطح ($P=0/015$) معنی‌دار است. بدین ترتیب هر چه پایه تحصیلی بالاتر رفته است میانگین گرایش به رفتارهای خرده فرهنگی در بعد عینی کمتر شده است. با وجود این، در بعد ذهنی تفاوت معناداری بین میانگین‌های پایه‌های مختلف تحصیلی وجود ندارد. این نتایج حاکی از آن است که لحاظ ذهنی پایه‌های

مختلف تحصیلی تقریباً به یک میزان نگرش مثبت یا بینابین یا مخالف به خرده فرهنگ دارند اما به لحاظ عینی دختران پیش دانشگاهی احتمالاً به دلیل اینکه مشغله درسی زیادی دارند و برای کنکور خود را آماده می‌سازند به میزان کمتری به این رفتارها می‌پردازند یا اینکه آگاهانه از اعلام رفتارهای خرده فرهنگی خودداری کرده اند و پاسخ دقیقی به پرسش‌ها نداده‌اند.

جدول شماره (۶) آزمون آنالیز واریانس یک طرفه بین پایه تحصیلی دختران نوجوان و میزان گرایش آنان به رفتارهای خرده فرهنگی $n = 348$

سطح معنی‌داری SIG	مقدار F	میانگین نمرات پایه تحصیلی				ابعاد مورد اندازه گیری
		اول	دوم	سوم	پیش	
۰/۲۳۹	۱/۴۱۴	۴۲	۴۰/۳۳	۳۹/۹۲	۴۰/۹۰	گرایش به خرده فرهنگ در بعد ذهنی و نگرشی
۰/۰۰۴	۴/۵۶۷	۴۱/۷۸	۴۱/۷۸	۳۹/۵۱	۳۸/۲۵	گرایش به خرده فرهنگ در بعد عینی و رفتاری

برای کنترل آماری رابطه بین متغیر وابسته (گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی) و هر یک از این متغیرهای مستقل زمینه‌ای و ساختی اصلی مورد توجه در پژوهش و نیز ارزیابی سهم همزمان متغیرهای مستقل و زمینه‌ای در تبیین این رفتارها، از تحلیل چند متغیری (رگرسیون) استفاده شده است.

جدول شماره (۷) نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری گرایش به خرده فرهنگ دختران در بعد عینی را بر متغیرهای مستقل و زمینه‌ای نشان می‌دهد. از بین متغیرها زمینه‌ای و ساختی و مستقل موجود در پژوهش، متغیر مصرف خانگی فراغت بیشترین سهم را در تغییرات گرایش به خرده فرهنگ در بعد عینی داشته است ($\beta = 0/443$) و پس از آن به ترتیب متغیرهای نگرش به معیارهای زنانگی مسلط ($\beta = 0/249$) و سپس مصرف رسانه‌ای ($\beta = 0/134$) سهم داشته‌اند و پس از آن دو متغیر سن ($\beta = -0/143$) و معدل ($\beta = -0/115$) با جهتی معکوس در تعیین میزان تغییرات متغیر وابسته در سطح عینی سهم داشته‌اند. همچنین متغیرهای وارد شده در معادله مجموعاً حدود ۳۸ درصد از تغییرات (واریانس) رفتارهای خرده فرهنگی دختران نوجوان را توضیح می‌دهند.

جدول شماره (۷) نتیجه نهایی تحلیل چند متغیری (رگرسیون) در بعد عینی گرایش به خرده فرهنگ

نام متغیر	B بی	اشتباه استاندارد (SE)	بتا Beta	t تی	سطح معنی داری t(sig)
سن	-.۰۹۱۱	۰/۲۹۶	-.۰/۱۴۳	۳/۰۸۳	۰/۰۰۲**
معدل	-.۰۵۵۵	۰/۲۲۹	-.۰/۱۱۵	-۲/۴۲۰	۰/۰۱۶*
درآمد خانواده	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۱۱	۰/۱۵۸	۰/۸۷۵
نگرش به نقش مسلط زنانگی	۰/۳۷۳	۰/۰۷۲	۰/۲۴۹	۵/۱۵۱	۰/۰۰۰**
پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده	-.۰/۰۸۸	۰/۱۵۸	۰/۰۴۰	-۰/۵۵۷	۰/۵۷۸
مصرف رسانه‌ای	۱/۳۷۲	۰/۴۹۸	۰/۱۳۴	۲/۷۵۸	۰/۰۰۶**
مصرف خانگی فراغت	۱/۹۱۴	۰/۲۰۰	۰/۴۴۳	۹/۵۵۸	۰/۰۰۰**

$$F = ۳۰/۸۲۹$$

$$R = ۰/۶۲۴$$

$$SE = ۶/۲۵$$

$$R^2 = ۰/۳۸۹$$

$$\text{sig}(F) = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Adjusted } R^2 = ۰/۳۷۶$$

$$a \text{ ثابت} = ۴۵/۲۵۹$$

بحث و نتیجه گیری

به طور کلی همبستگی آماری متغیرهای مستقل و زمینه‌ای با متغیر وابسته اکثراً در بعد ذهنی بالاتر از بعد عینی آن بود. احتمالاً علت شکاف می‌تواند این باشد که دختران نوجوان تحت تاثیر رسانه‌های جمعی و همسالان خود و نیازها و علایق خود به طور ذهنی احساس مثبتی به رفتارهای خرده فرهنگی دارند اما در سطح رفتاری با محدودیت‌ها و کنترل‌هایی از سوی خانواده و مدرسه و اجتماع بزرگ‌تر روبرو هستند. دختران نوجوان در ارتکاب رفتارهای خرده فرهنگی ملاحظات و محدودیت‌های رسمی و غیررسمی را کم و بیش رعایت کرده و رفتارشان چندان از احساساتشان پیروی نمی‌کند. گاهی نیز به طور همزمان به ارزش‌های سنتی و مدرن پای‌بند بوده و چه بسا خود تناقضی در آن نمی‌بینند. به قول جامعه‌شناس مراکشی فاطمه مرنیسی «مایلم در آن واحد دو چیز را داشته باشم، مسجد و ماهواره.» (دیوس/ دیوس، ۱۳۸۱: ۶۴).

یافته‌های آماری تحقیق در مجموع حاکی از آن است که گرایش به رفتارهای خرده فرهنگی چنان فراگیر شده است که به نظر می‌رسد تمایز رفتارهای خرده فرهنگی (غیر رسمی) از رفتارهایی که به لحاظ رسمی متعارف و مرجح دانسته می‌شود چندان امکان‌پذیر نیست و دائماً مرزبندی‌های تعامل این دو سطح نگاه و رفتار (خرده) فرهنگی در معرض تغییر

قرار دارد. دختران جوان با توسل به این رفتارها در عرصه عمومی به نوعی در حال چانه زنی با فرهنگ مسلط تسخیر فضایی برای خود هستند. اگر چه این جاذبه برای آنها عموماً به واسطه لذت و امکاناتی است که خود «مصرف» به عنوان معیاری هویت بخش در اختیار آن ها قرار می‌دهد و دلالت‌ها سیاسی از رفتار خرده فرهنگی (استفاده از نشانه‌های نمادین مقاومتی) توضیح مناسبی از این گرایش‌ها به دست نمی‌دهد. از سوی دیگر هم‌صدا با نظریه پردازان هم‌چون چانی می‌توان گفت که فرهنگ رسمی و مسلط به قدری تفکیک یافته و در قالب حساسیت‌ها و ترجیحات سبک‌های زندگی متکثر در آمده است که دیگر مفهوم خرده فرهنگ با ویژگی‌ها و کارکردهایی که با آن همراه است توصیف کننده دقیقی از گرایش‌ها و رفتارهای خرده فرهنگی نوجوانان نیست (ن ک، شهابی، ۱۳۸۲). به نظر می‌رسد که قرائت‌های کلاسیک از خرده فرهنگ با دلالت‌های سیاسی و مقاومتی آن اعتبار سابق خود را از دست داده است. خرده فرهنگ‌ها به منزله منابع جدیدی برای هویت و نشانگرهای جدیدی از تفاوت به شمار می‌آیند (جنکز، ۲۰۰۵: ۱۴۵). البته فرایند نوگرایی در جامعه ایران هنوز به تفکیک سبک‌ها منتهی نشده است و نتایج این تحقیق نیز به وضوح تسلط مد را بر زندگی جوانان نشان می‌دهد. اگرچه انتظار می‌رود سبک‌ها به طور روزافزون اهمیت یابند، با این حال مد در ایران همچنان جمعی است ضمن آنکه فراگیر بودن و عدم ارتباط قوی آن با درآمد به نوعی بیانگر دموکراتیزه شدن آن در ایران نیز هست.

با توجه به نتایج بدست آمده از این تحقیق و شواهد موجود در زمینه فرهنگ و مصرف فرهنگی دختران نوجوان در ایران می‌توان گفت که «خرده فرهنگ» با ویژگی‌هایی که در مطالعات کلاسیک درباره خرده فرهنگ به ویژه در سنت مکتب بیرمنگهام برای آن ذکر شده است، کارآیی چندانی برای توضیح مصرف فرهنگی نوجوانان ایرانی ندارد. دختران نوجوان برای مقاومت و مبارزه با استانداردهای رسمی فرهنگ به این رفتارها متوسل نمی‌شوند، بلکه صرفاً برای انطباق، لذت و شادی، جلب توجه، ایجاد تفاوت بین خود و دنیای بزرگسالان (محافظت از حریم ارزش‌های جوانی) و برای ساختن هویت فردی و جمعی از آن بهره می‌گیرند. علاوه بر آن، عناصر مورد توجه در رفتارهای خرده فرهنگی دختران دانش‌آموز انسجام و یکپارچگی چندانی ندارد. ورود و خروج در آن مقررات خاصی نمی‌خواهد و اساساً تلفیقی از عناصر بومی و عناصر جهانی است. این عناصر عموماً برگرفته از انتخاب‌های مصرفی، مد و توجه به تمایز است که خود مبین اهمیت انتخاب فردی و عاملیت از جانب نوجوانان است. از این رو به نظر می‌رسد که مفهوم سبک زندگی بهتر از خرده فرهنگ توصیف کننده این گرایش‌ها و رفتارها است. نتایج تحقیق گویای این است که این رفتارها با

مصرف بیشتر رسانه‌ای و مصرف فراغت و فاصله گرفتن از ارزشها و معیارهای مسلط زنانگی رابطه دارد. تنوع و تکثر در انتخابها و رفتارهای مصرفی و نیز پذیرش این تنوع از جانب فرهنگ رسمی که خصلت متمایز و تماشایی^۱ خرده فرهنگها را کمرنگ‌تر ساخته و عناصر آن را عموماً به اقلام مصرفی مبدل ساخته است. علاوه بر آن با گسترش رسانه‌های جدید ارتباطی ویژگی‌های فرهنگی از مکان و زمان خود جدا شده و در اختیار همگان قرار گرفته است و با کاهش قدرت نهادهای جامعه‌پذیری سنتی همچون مدرسه و خانواده دختران جوان با توجه به ملاحظات و محدودیت‌های ساختاری از بین عناصر بومی و محلی و جهانی بطور خلاق و فعال عناصری را گزینش می‌کنند و با آن هویت خود را می‌سازند. این هویت ضمن آنکه خیلی شبیه آنچه که فرهنگ رسمی مطلوب می‌داند نیست اما از چارچوب ارزش‌های مهم و پذیرفته شده فرهنگ رسمی هم خارج نیست.

در مجموع توجه دختران به خرده فرهنگ را می‌بایست مبتنی بر تلاشی دانست که برای کسب هویت و خود ابرازی در میدان فرهنگی به سرعت در حال تحول جامعه جدید ایران که رسانه‌های نو در آن سهم به سزایی ایفا می‌کنند، به عمل می‌آورند. انتخاب‌های مصرفی، مد و توجه به تمایز و عاملیت قوی‌تری که دختران عموماً در فضای تعاملات خانوادگی و نیز اجتماعی از آن برخوردارند، توضیح دهنده رفتارهای خرده فرهنگی آنها است. دختران نوجوان در میدان تغییر یافته تعاملات خانوادگی که همسویی و دموکراسی بیشتری بر آن حاکم ساخته و نیز به واسطه تکثر در هنجارهای رسمی فرهنگی، خرده فرهنگ را به عنوان انتخابی از روی انطباق بر می‌گزینند.

منابع

- آبوت ، پاملا و والاس، کالر (۱۳۸۱) *جامعه شناسی زنان*، ترجمه منیژه نجم عراقی، تهران: نشرنی.
- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان ، حسن (۱۳۸۱) «بدن به مثابه رسانه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، شماره ۴، صص ۷۵-۵۷.
- دیویس، سوزان و دیوس ، داگلاس (۱۳۸۰) «مسجد و ماهواره: وسایل ارتباط جمعی وجوانان در مراکش»، ترجمه محمود شهابی، نمایه پژوهش، شماره ۱۷، صص ۷۹-۶۴.
- شهابی، محمود (۱۳۸۲) «جهانی شدن جوانی (خرده فرهنگ‌های جوان در عصر جهانی شدن)»، *فصلنامه مطالعات جوانان*، شماره ۵، صص ۲-۲۲.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۱) «گذر به بزرگسالی و جوانی رو به تغییر»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، شماره ۳، صص ۲۷-۳.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۱) «خرده فرهنگ، سبک زندگی و هویت»، *مجله رشد آموزش علوم اجتماعی*، شماره ۲، صص ۲۷-۲۰.
- شوکر، روی (۱۳۸۱) «نسل من مخاطبان، شیفتگان خرده فرهنگ‌ها»، ترجمه مراد فرهادپور، شهریار وقفی‌زاده، *فصلنامه ارغنون*، شماره ۲۰، صص ۳۱-۱.
- مور ، استفن وسینکلر، استفن پ. (۱۳۷۶) *دیی‌اچه‌ای بر جامعه شناسی*، ترجمه مرتضی ثاقب‌فر، تهران: ققنوس.
- Brake, M. (۱۹۸۵) *Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Culture and Youth Sub-Culture in America, Britain and Canada*. London: Routledge.
- Chaney, D. (1996) *Lifestyles*, London and New York: Routledge.
- Chaney, D. (2004) in Benett, A. & Harris, K.K., *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*, New Yourk: Palgrave MacMillan.
- Cohen, S. (1972) *Folk Devils and Moral Panics: the Creation of Mods and Rockers*, UK: BlackWell.
- Frith, S. (1984) *The Socioloy of Youth*, Ormskrik: Causeway press.
- Ganetz, H. (1995) "The Shop, the Home and Feminity as a Masquerade", in J. Fornas & G. Bolin (eds) *Youth Culture in Late Modernity*, London: Sage Publication.
- Gelder, K. (1997) 'Introduction to part two', in ken Gelder & Sarah Thornton, *The Subcultures Reader*, London & New York: Routledge.
- Jenks, C. (2005) *Subculture: The Fragmentation of the Social*, London: Sage
- Lincoln, S. (2004) Teenage Girl's' "Bedroom Culture", Codes Versus Zones, in Andy Bennett & Keith Kahn- Harris (eds), *After Subcultures: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*, New york: Palgrave Macmillan.
- Maffesoli, M. (1996) *The Times of Tribes*, London: Sage.
- Mcrobbie, A. & Garber, J. (1975) 'Girls and Subcultures', in ken Gelder & Sarah Thorton (eds) *The Subcultures Reader*, London & New York: Routledge.

- Muggleton, D. (2004) *After Subcultures: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*, New York: Palgrave Macmillan.
- Pilkington, H. (1994) *Russian's Youth and its Culture*, London & New York: Routledge.
- Sweetman, P. (2004) 'Tourists and travellers? Subcultures, Reflexive Identities and Neo- Tribal Sociality', in A. Bennett & K.K.- Harris (eds), *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*, New York: Palgrave Macmillan.
- Thornton, S. (1997) 'The Social Logic of Subcultural Capital', in K. Gelder & S. Thornton (eds), *The Subcultures Reader*, London: Routledge.