

ارزیابی راهبردهای عفاف و حجاب

۱. راهبرد اقناعی و کنترلی

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۳.....	مقدمه
۵.....	راهبردهای نظام اسلامی در برنامه‌ریزی جهت گسترش حجاب و عفاف
۸.....	۱. راهبرد اقناعی
۸.....	۱-۱. الزامات
۱۰.....	۱-۲. اقدامات
۱۸.....	۲. راهبرد تحمیلی
۱۹.....	۲-۱. الزامات
۲۰.....	۲-۲. اقدامات
۲۳.....	جمع‌بندی
۲۷.....	ارزیابی
۳۳.....	منابع و مأخذ



ارزیابی راهبردهای عفاف و حجاب ۱. راهبرد اقناعی و کنترلی

چکیده

برای گسترش حجاب و عفاف، نظام اسلامی می‌تواند از دو راهبرد در برنامه‌ریزی‌های خود استفاده کند: راهبرد اقناعی و راهبرد تحمیلی. در راهبرد اقناعی که مخاطب آن تمامی اقشار جامعه هستند، تلاش می‌شود تا با استفاده از ابزار تشویق و ترغیب به ترویج حجاب و عفاف پرداخته شود. در این راهبرد نظام با آموزش احکام، فلسفه و کارکردهای حجاب، آثار بدحجابی، تعیین مصداق برای پوشش اسلامی، ایجاد احساس مثبت نسبت به حجاب و عفاف و در دسترس قرار دادن پوشش اسلامی با قیمت مناسب جهت ترغیب جامعه به استفاده از حجاب و عفاف در جامعه گام برمی‌دارد. این راهبرد هزینه مالی زیادی می‌طلبد و در بلندمدت نتیجه می‌دهد، اما به لحاظ اجتماعی و سیاسی بسیار کم‌هزینه بوده و مطلوب‌ترین راه گسترش عفاف و حجاب در جامعه است، اما در ارتباط با موارد و مسائلی که نیازمند راه‌حل‌های کوتاه‌مدت با اثربخشی زیاد و سریع است کارآیی ندارد. مخاطب راهبرد دوم که راهبرد تحمیلی است گروه‌های گسترش‌دهنده بدحجابی در جامعه و افراد بدحجابی هستند که در سطح جامعه تردد می‌کنند. در این راهبرد با توسل به اجبار و برخورد با متخلفان سعی می‌شود با بدحجابی مقابله شود. از همین روی می‌توان از یک‌سو به برخورد با اصنافی پرداخت که عرضه‌کننده و تبلیغ‌کننده بدحجابی

هستند. این اقدام کاملاً منطقی و ضروری به نظر می‌رسد. اقدام دیگر برخورد با بدحجابان در اماکن عمومی است، اگرچه این اقدام می‌تواند هزینه‌های زیادی را بر نظام جمهوری اسلامی تحمیل کرده و مقابله با بدحجابی را در شرایط پیچیده‌ای قرار دهد، اما در برخورد با عده‌ای از بدحجابان که با نظام جمهوری اسلامی مشکل بنیادی و عقیده‌ای ندارند و صرفاً عقاید دینی در آنها کمرنگ است مؤثر است، اما می‌تواند در رابطه با حجاب‌ستیزان باعث لجاجت و عناد بیشتر و مقاومت در برابر سیاست‌های گسترش عفاف و حجاب شود. استفاده از این راهبرد در کوتاه‌مدت می‌تواند نتیجه دهد و آثار آن به سرعت قابل مشاهده است، اما به لحاظ اجتماعی و به‌خصوص از حیث سیاسی برای نظام سیاسی پرهزینه است و استفاده بیش از حد از آن می‌تواند در مؤثر بودن راهبرد اقناعی نیز اختلال ایجاد کند. با این حال استفاده از این راهبرد در مقابله با گروه‌های مروج بدحجابی، تولیدکنندگان کالاهای مروج بدحجابی و... مؤثرترین راهبرد است، اما درخصوص به‌کارگیری این راهبرد برای تغییر رفتار مردم در سطح خیابان‌های شهر به شکل استفاده از نیروهای پلیس برای تغییر رفتار افراد جامعه محل مناقشه و چالش است. علیرغم رویکردهای مختلف در این خصوص در این‌باره اتفاق نظر وجود دارد که نتیجه استفاده از این راهبرد کنترل فرآیند گسترش بدحجابی در جامعه است.

نکته مهم درخصوص راهبردهای گسترش عفاف و حجاب این است که غفلت از راهبرد اقناعی در برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌ها و استفاده صرف از راهبرد تحمیلی نه تنها منجر به کاهش بدحجابی نشده، بلکه سبب شکل‌گیری مقاومت در مقابل این راهبرد و گسترش روزافزون بدحجابی در جامعه خواهد شد.



با استقرار نظام جمهوری اسلامی ایران و استمرار آن و کسب موفقیت‌های در عرصه‌های علمی و صنعتی، تغییراتی در عرصه رفتارهای پوششی در جامعه رخ داده و رفتارهای مخالف با پوشش اسلامی نیز گسترش یافته است. با پایان جنگ اولین نشانه‌ها پیرامون افول ارزش‌های اسلامی در همین دوره نمایان شد. نتایج یک نظرسنجی که به مقایسه گرایش‌های عمومی مردم در سال ۱۳۵۶، ۱۳۶۵ و ۱۳۷۱ پرداخته، نشان می‌دهد در طول این سال‌ها ارزش حجاب و عفاف در اذهان مردم کاهش یافته است. براساس این نظرسنجی در سال ۱۳۶۵، ۸۶/۲ پاسخگویان بی‌توجهی به حجاب را صحیح نمی‌دانستند؛ یعنی زنان جامعه از آنجا که احساس می‌کردند در جامعه نگاه مثبتی به بدحجابی وجود ندارد و احتمال دارد مورد توهین واقع شوند، حجاب را رعایت می‌کردند. این ارزیابی برای سال ۱۳۷۱ به ۴۱/۵ درصد رسید. همچنین ۸۱/۸ پاسخگویان معتقد بودند که مردم در سال ۱۳۶۵ به خانم‌های چادری احترام می‌گذاشتند، این رقم در سال ۱۳۷۱ به ۳۶/۸ درصد رسید.^۱ این آمار، نشان می‌دهد به مرور زمان نقش حجاب در جامعه کمرنگ شده است. علل متعددی برای این مسئله ذکر شده است که از جمله آنان می‌توان به تمرکز برنامه‌ریزان و مسئولان نظام بر توسعه اقتصادی و نوسازی، تضادهای ارزشی ناشی از برنامه‌های توسعه، تهاجم فرهنگی، بی‌توجهی مسئولان به برنامه‌ریزی کلان فرهنگی و... اشاره کرد.^۲

۱. رفیع پور، ۱۳۷۷.

۲. رفیع پور، ۱۳۷۷، زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۷، نرگسی، ۱۳۸۷.

با تغییر نگرش جامعه نسبت به حجاب و عفاف، رفتارهای پوششی اعضای جامعه نیز دستخوش تحول شده و پدیده بدحجابی تبدیل به یکی از مسائل نگران‌کننده نظام می‌شود. روند این تغییرات به سمت ایجاد شرایط اجتماعی است که از قبح پوشش‌های غیراسلامی به مرور زمان کاسته شده و جامعه با وضعیتی روبرو می‌شود که بدحجابی در آن تبدیل به عرفی رایج می‌گردد. بدین علت و برای مبارزه با ایجاد چنین شرایطی از یک سو گسترش حجاب و عفاف و از سوی دیگر مقابله با بدحجابی در اولویت برنامه‌ریزی‌های نظام قرار می‌گیرد.

اگرچه گسترش حجاب و عفاف یک وظیفه همگانی است و براساس اصل امر به معروف و نهی از منکر بر عهده تک تک آحاد جامعه است، اما از آنجا که این مسئله امری فردی نبوده و با سلامت و امنیت جامعه ارتباط تنگاتنگ دارد توجه و اهتمام حکومت اسلامی به آن، معطوف می‌شود.

اما سؤال این است که چگونه نظام اسلامی می‌تواند با روند رو به گسترش بدحجابی در جامعه مقابله کند؟ به عبارت دیگر راهکارها و راهبردهای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه چیست؟ الزامات هر یک از راهبردها کدام است؟ چه اقداماتی متناسب با آنها باید انجام داد؟ در شرایط موجود جامعه هر یک از راهبردها را چگونه می‌توان به کار بست؟ آیا میان روش‌های مورد استفاده در این راهبردها اولویت معینی وجود دارد؟ در نهایت سناریوهای احتمالی پیش‌روی مسئله حجاب کدام است و با توجه به قراین و شواهد خارجی احتمال تحقق کدام وضعیت وجود دارد؟

در پاسخ به این پرسش‌ها باید به این نکته توجه کرد که حجاب پدیده‌ای است که عوامل مختلف بر این پدیده تأثیرگذار است. از همین روی در هر یک از راه‌حل‌ها بر



یکی از این عوامل تأکید بیشتری شده و وزن زیادتری در ایجاد وضعیت بدحجابی برای این عامل قائل می‌شوند. مهمترین عوامل مؤثر بر پدیده بدحجابی عبارتند از:

- عدم آگاهی و غفلت،
- تجاهل، عناد و ستیز،
- هنجارمند شدن بدحجابی در جامعه،
- انگیزه‌های روانی و عدم ارضای میل جنسی،
- انگیزه‌های سیاسی،
- و....

در هر یک از راهبردهای ارائه شده برای مقابله با بدحجابی بر یکی از عوامل تأکید بیشتری شده و ضمن توجه به سایر عوامل راهکارهای ارائه شده حول محور یکی از این عوامل ارائه شده است. در این گزارش مجموعه راهبردهای نظام درخصوص گسترش عفاف و حجاب که با تأکید بر تأثیر عوامل فرهنگی به‌خصوص عدم آگاهی و تجاهل نسبت به حجاب اسلامی و همچنین عناد و ستیز آگاهانه با آن مورد بررسی قرار گرفته است.

راهبردهای نظام اسلامی در برنامه‌ریزی جهت گسترش حجاب و عفاف

ارائه راهبرد جهت اجرایی شدن سیاست گسترش عفاف و حجاب در جامعه با محوریت تأثیر عوامل فرهنگی بر پدیده بدحجابی در گام نخست مستلزم مخاطب‌شناسی و تفکیک مخاطبان سیاست گسترش حجاب از یکدیگر می‌باشد، به

دلیل تفاوت میان ویژگی‌ها و خصلت‌های مخاطبان با یکدیگر نمی‌توان برای تمامی آحاد جامعه تنها از یک راهبرد مدد گرفت. کسانی که هم‌نواپی کمتری با ارزش‌ها و هنجارهای نظام جمهوری اسلامی دارند در مقابل اقدامات حکومت به‌منظور گسترش حجاب و عفاف، مقاومت بیشتری در پیش می‌گیرند. این مقاومت سبب می‌شود حکومت برای رسیدن به اهدافش از راهبرد و ابزار متفاوتی در مقایسه با سایرین که هم‌نواپی بیشتری نشان می‌دهند استفاده نماید.

وقتی مخاطب نظام اسلامی تمامی آحاد جامعه است و به عبارتی ما با مخاطب عام روبرو هستیم هدف برنامه‌ریزی‌ها ترویج حجاب و عفاف است، اما هنگامی که قرار است برای بدحجابان و گروه‌های ترویج‌دهنده بدحجابی به‌عنوان مخاطبان خاص راهبرد ارائه شود سیاست نظام مقابله با پدیده بدحجابی است.

بر این مبنا دو راهبرد کلی شکل می‌گیرد:

- راهبرد اقناعی،
- راهبرد تحمیلی.

زمانی که مخاطب برنامه‌ها، تمامی آحاد جامعه‌اند راهبرد اقناعی در اولویت قرار می‌گیرد. اما زمانی که مخاطب اقدامات نظام، گروه‌هایی که ترویج‌دهنده بدحجابی و افراد بدحجاب هستند، می‌توان از راهبرد تحمیلی مدد گرفت.

این دو راهبرد براساس هدف و ابزار مورد استفاده و نوع اقدامات صورت گرفته، از یکدیگر قابل تفکیک هستند.

الف) هدف: در راهبرد اقناعی، هدف شکل‌دهی یا تغییر نگرش و باورهای تمامی افراد جامعه متناسب با فرهنگ حجاب و عفاف از هر قشر و گروهی با استفاده



از تعقل و احساس است. درحالی که در راهبرد تحمیلی، هدف **تغییر رفتار بدحجابان** با استفاده از عنصر زور و اجبار (برخورد) است. به عبارت دیگر در راهبرد اقناعی نظام با استفاده از تغییر نگرش به دنبال ایجاد رفتارهای دینی است، اما در راهبرد تحمیلی از آنجا که معتقد است تغییر نگرش در بدحجابان رخ نمی‌دهد به اجبار آنها را از طریق جمع آوری پوشاک نابهنجار یا تذکر، به تغییر رفتار وادار می‌سازد.

(ب) **ابزار:** از آنجا که عموماً ابزار باید متناسب با هدف انتخاب شود تا نتیجه دلخواه حاصل آید، در راهبرد اقناعی از ابزار **ترغیبی - تشویقی** برای تغییر نگرش و باورهای افراد استفاده می‌شود. درحالی که در راهبرد تحمیلی، نظام اسلامی متوسل به استفاده از **زور** جهت مقابله با بدحجابی می‌گردد. در این راهبرد تلاش می‌شود با عناصر ترویج‌دهنده بدحجابی برخورد قانونی صورت گیرد.

(ج) **اقدامات:** هر یک از راهبردها براساس نوع هدف و ابزار پیش‌رو اقدامات متفاوتی را می‌طلبند. برای اینکه تمامی آحاد جامعه نگاه مثبتی به فرهنگ حجاب داشته باشند باید از اقداماتی مدد گرفت که آنها با میل خود و از طریق آگاهی از فلسفه و کارکرد حجاب به آن متمایل شوند. درحالی که وقتی مخاطب ما گروه‌های خاص (بدحجابان و اصناف گسترش‌دهنده بدحجابی) هستند دولت اقداماتی را در پیش می‌گیرد که منجر به مقابله با گسترش بدحجابی شده و از تبدیل آن به امری هنجاری در جامعه می‌کاهد.

حال باید دید هر یک از این راهبردها، شامل چه اقداماتی می‌شوند.

۱. راهبرد اقناعی

اقناع کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش‌ها، باورها، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا یک گروه است. در حقیقت اقناع فرآیندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی، غیرکلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً جهت تغییر رفتار و وادار کردن آنها به عمل معینی، تحت تأثیر قرار می‌دهد.^۱

افول نقش ارزش‌های دینی در زندگی روزمره مردم (که یکی از مصادیق آن بی‌توجهی به امر حجاب و عفاف است) نظام جمهوری اسلامی را بر آن می‌دارد تا از طریق راهبرد اقناعی، برای اصلاح باورهای مردم، به امر ترویج حجاب و عفاف بپردازد. در اتخاذ این راهبرد الزاماتی را باید رعایت کرد:

۱-۱. الزامات

الف) برنامه‌ریزی کلان و بلندمدت

باورها و نگرش‌ها در پروسه زمانی بلندمدتی از طریق فرآیند جامعه‌پذیری در فرد به وجود می‌آیند. محیطی که فرد در آن بزرگ می‌شود (خانواده، گروه‌های دوستی، محیط کار، فرهنگی که فرد در آن رشد می‌کند و...) به مرور نگرش‌های او را شکل داده و نهادینه می‌کند. اصلاح این باورها و نگرش‌ها نیز نیازمند برنامه‌ریزی کلان و بلندمدت است. نمی‌توان در مدت زمانی کوتاه انتظار داشته باشیم باورهایی که جزئی از شخصیت فرد گشته‌اند، تغییر کنند. در راهبرد اقناعی نیز که هدف اصلاح نگرش‌ها



مردم در عرصه حجاب و عفاف است (به علت افول نقش ارزش‌های دینی در اذهان مردم)، برنامه‌ریزی کلان و بلندمدت ضروری است. در این برنامه‌ریزی کلان باید وظایف تمامی نهادها و سازمان‌ها در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف مد نظر قرار گیرد. این برنامه‌ریزی باید به شکلی باشد که با تغییر دولت و سیاست‌های آن، تغییری در آن رخ ننماید.

ب) هماهنگ عمل کردن دستگاه‌های اجرایی

دستگاه‌های اجرایی کشور موظف هستند در اولویت‌بندی برای برنامه‌ها و اقدامات‌شان، ترویج فرهنگ حجاب و عفاف را مد نظر قرار دهند. ناهماهنگی اقدامات دستگاه‌های اجرایی با یکدیگر برای رسیدن به این هدف، سبب می‌شود برنامه‌ریزی در مورد حجاب و عفاف بی‌اثر باشد. اقدامات ناهماهنگ و گاه متضاد برخی سازمان‌ها با فرآیند ترویج حجاب و عفاف، سبب کم اثر شدن اقدامات سایر دستگاه‌ها می‌گردد. به‌عنوان مثال درحالی که به‌طور مداوم شعار رعایت حجاب و عفاف در جامعه داده می‌شود. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و صدا و سیما به فیلم‌هایی مجوز می‌دهند که در آنها زنان با آرایش‌های غلیظ و پوشش‌های غیراسلامی ظاهر می‌شوند. این اقدامات ناهماهنگ به‌خصوص از سوی دستگاه‌های تأثیرگذار سبب می‌شود برنامه‌ریزی برای گسترش حجاب و عفاف بی‌اثر باشد.

ج) توجه به تنوع و تعدد مخاطبان

برنامه‌ریزی جهت ترویج حجاب و عفاف مستلزم توجه به تنوع مخاطبان در سطح کل کشور است. ایران اسلامی متشکل از مناطق جغرافیایی و قومیت‌های مختلف با فرهنگ‌ها، مناسک و پوشش‌های متنوع است. دولت در برنامه‌ریزی‌های خود برای

مواجه با حجاب و عفاف باید فرهنگ‌های متنوع پوشش را مد نظر قرار دهد. به عبارت دیگر نمی‌توان برای اقشار مختلف جامعه و تمامی گروه‌های قومی، اجتماعی، سنی و جنسی از برنامه‌ریزی مشابهی استفاده کرد. توجه به شرایط اقلیمی مناطق مختلف و اشکال متنوع پوشش‌های قومیت‌ها، از ملزومات برای برنامه‌ریزی جهت ترویج حجاب و عفاف از طریق راهبرد اقناعی است.

۱-۲. اقدامات

راهبرد اقناعی شامل چهار مجموعه اقدام می‌شود:

- اقدامات شناختی (افزایش آگاهی)،
- مصداق‌سازی برای حجاب و عفاف (تعیین پوشش حداقلی و حداکثری)،
- اقدامات برای ایجاد احساس مثبت،
- اقدامات حمایتی از تولیدکنندگان پوشاک.

۱-۲-۱. اقدامات شناختی

جهت اصلاح باورها و نگرش‌های مردم در زمینه حجاب و عفاف در ابتدا باید شناخت کافی نسبت به ابعاد حجاب و عفاف در آنها ایجاد شود. منظور از اقدامات شناختی مجموعه اقدامات و آموزش‌هایی است که سبب افزایش آگاهی آحاد جامعه از تعریف حجاب و عفاف، فلسفه آن، کارکردهای حجاب و عفاف، آثار بدحجابی، محدوده رعایت حجاب در جامعه (حجاب حداقلی و حداکثری) می‌گردد. تا زمانی که اطلاعات کافی در زمینه فرهنگ حجاب و عفاف به مردم داده نشود نمی‌توان از آنها انتظار رعایت این مسئله را داشت. به عبارت دیگر بخشی از پوشش نامناسب در جامعه ما



ناشی از ناآگاهی از آثار بدحجابی بر سلامت خانواده، جامعه و کرامت زن است. می‌توان با ایجاد این آگاهی، افراد جامعه را به رعایت حجاب و عفاف ترغیب کرد.

لزوم توجه به سن، جنس و فرهنگ‌های قومی در آموزش‌ها جهت ارتقای آگاهی

نهادهای و دستگاه‌های اجرایی کشور، جهت افزایش شناخت مردم در زمینه فرهنگ حجاب و عفاف، باید آموزش‌های متفاوتی را برای گروه‌های مختلف سنی، جنسی، قومی و اجتماعی جامعه در نظر بگیرند. در صورتی که این آموزش‌ها متناسب با سن، جنس و آداب و رسوم پوششی قومیت‌ها به افراد داده نشود، تأثیرگذار نخواهند بود. بنابراین برنامه‌ریزان قبل از هر اقدامی باید از نیازها، علایق و رفتارهای هر یک از این گروه‌ها آگاهی یافته و برنامه‌ریزی‌های خود را متناسب با آنها تدوین کنند.

اقدامات شناختی شامل آموزش مستقیم و غیرمستقیم می‌گردند:

الف) آموزش مستقیم: منظور از آموزش مستقیم، آموزش‌هایی است که کتاب‌های درسی، مساجد، تلویزیون و... در زمینه احکام رعایت حجاب و عفاف، حد آن، کارکردها و ضرورت آن می‌دهند. مثل برنامه‌های احکام رسانه ملی یا کلاس‌های درس معارف اسلامی.

ب) آموزش غیرمستقیم: در آموزش غیرمستقیم تلاش می‌شود تا باورهای اعتقادی در زمینه حجاب و عفاف به صورت غیرمستقیم با استفاده از ابزارهای مختلف در مردم ایجاد و تقویت شود. البته لازم به ذکر است که در این آموزش‌ها، باید به تناسب سن و جنس مخاطبین، از ابزارهای آموزشی مختلفی استفاده شود. به‌عنوان مثال برای کودکان با استفاده از داستان، بازی‌ها و یا اسباب‌بازی‌های عروسکی، معما؛

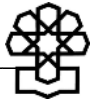
برای نوجوانان و بزرگسالان نیز با استفاده از فیلم، مسابقه، انیمیشن و تبلیغات مثل نشان دادن آثار بدحجابی بر استحکام نهاد خانواده در فیلم‌ها و سریال‌ها.

اهمیت آموزش غیرمستقیم و تأثیرگذاری آن به مراتب بیشتر از آموزش مستقیم است، زیرا در آموزش غیرمستقیم ارزش‌ها بدون اینکه ما متوجه شویم و سعی بر مقاومت در مقابل آنها نماییم در ذهن ما جای می‌گیرند. برای مثال در صورتی که تابلوهای شهرداری، فضاهای تبلیغی شهری، فیلم‌ها و سریال‌ها به تبلیغ پوشش مناسب اسلامی بپردازند، در سیستم سیگنال‌های مغزی و ضمیر ناخودآگاه افراد، عادی بودن استفاده از این پوشش‌ها ریشه می‌دواند و زمینه‌های مناسبی برای پیدایش رفتارهای متناسب با فرهنگ حجاب به‌وجود می‌آید.^۱

در این میان، نقش نهادهایی مثل آموزش و پرورش، وزارت علوم و صدا و سیما که با مخاطبان بیشتری تماس دارند، بسیار مهم و خطیر است. این نهادها علاوه بر آموزش مستقیم، بخش عظیمی از آموزش‌های غیرمستقیم را نیز بر عهده دارند و از سنین کودکی تا بزرگسالی هم قدم ما در کسب آموزه‌های جدید هستند. آنها می‌توانند با آموزش‌های مؤثر و تأثیرگذار (به‌خصوص از طریق آموزش‌های غیرمستقیم) به نهادینه کردن فرهنگ حجاب و عفاف کمک شایانی کنند، زیرا ارزش‌هایی که از دوران کودکی در ذهن افراد جای می‌گیرند، کمتر دچار تغییر و تحول می‌شوند.

۲-۲-۱. مصداق‌سازی برای حجاب و عفاف (تعیین پوشش حداقلی و حداکثری)

بخش دیگری از اقدامات اقناعی، مصداق‌سازی برای حجاب است. لازمه اصلاح



نگرش‌ها، جایگزین کردن باورهای متناسب با فرهنگ حجاب و عفاف و مصداق‌سازی صحیح از حجاب و عفاف است. نظام اسلامی با مشخص کردن معیارهای پوشش حداقلی و حداکثری باورهای صحیح در زمینه مصداق‌های حجاب را در اذهان مخاطبان شکل می‌دهد.

حجاب به معنای پوشش اسلامی دارای دو بُعد ایجابی و سلبی است. بُعد ایجابی آن پوشش بدن و بُعد سلبی آن حرام بودن خودنمایی در مقابل نامحرم است.^۱ به عبارت دیگر بُعد سلبی آن به نوعی اشاره به عفاف و خودنگهداری دارد. پوششی که در آن عفاف وجود نداشته باشد، پوشش اسلامی تلقی نمی‌شود. به نظر می‌رسد مصداق پوشش اسلامی امروزه شکلی سلیقه‌ای یافته است. بسیاری از پوشش‌ها براساس نگاه دین نامناسب تلقی می‌شود، اما از نظر خود فرد، مناسب است. تعریف مصداق‌های مناسب حجاب و عفاف در اینجا الزامی است. پوشش حداکثری در جامعه ما چادر است، اما در برخی موارد، شکل آن چادر نیز با تعاریف مراجع تقلید از حجاب همخوانی ندارد. رسانه‌ها در ایجاد این مصداق‌سازی نقش مهمی می‌توانند داشته باشند.

نکته مهم دیگر این است که برنامه‌ریزان و سیاستگذاران، نباید تنها مصداق حجاب را چادر بدانند. مسلم است برترین حجاب، چادر است، اما نمی‌توان از تمامی آحاد جامعه انتظار داشت به لحاظ اعتقادی به گونه‌ای باشند که از چادر استفاده کنند. براساس حکم بسیاری از مراجع تقلید، مانتو نیز در صورتی که بلند و گشاد باشد

می‌تواند حجاب مناسبی تلقی شود.^۱

بنابراین برنامه‌ریزان در زمینه ترویج عفاف و حجاب باید روحیات و باورهای اعتقادی تمامی مردم را در نظر گرفته و ضمن مصداق‌سازی پوشش حداکثری (چادر) برای پوشش حداقلی نیز مصداق‌سازی مناسبی با توجه به موازین شرع و عرف انجام دهند.

۳-۲-۱. ایجاد احساس مثبت

ایجاد آگاهی و آموزش در زمینه حجاب و عفاف جهت اقناع مخاطبین شرط لازم محسوب می‌شود، اما شرط کافی نیست. اکثریت ما امروزه از مجاری مختلف اطلاعات زیادی را در مورد حجاب و عفاف دریافت می‌کنیم، اما نکته مهم در دریافت این اطلاعات، باور و عمل به آنهاست. بسیاری از افراد بدحجاب در جامعه ما مسلماً از احکام دین در رابطه با پوشش آگاهی دارند، اما از آنجا که احساس مثبتی به پدیده حجاب و عفاف ندارند نسبت به آن بی‌توجهند. عموم افراد بدحجاب فکر می‌کنند حجاب یک محدودیت بزرگ در رفتارهای اجتماعی برای آنها پدید می‌آورد.

هر فردی در جامعه ممکن است در معرض پیام‌های متعددی قرار بگیرد، اما او از میان تمامی پیام‌ها با موضوعات متفاوت‌شان، تنها به مسائلی که مورد علاقه اوست توجه نشان می‌دهد. این یعنی گزینشی عمل کردن. این امر نشان می‌دهد که صرفاً ایجاد آگاهی

۱. داماد امام خمینی در ۱۷ اسفندماه ۱۳۵۷ در مصاحبه رادیویی نظر امام را در زمینه حجاب این‌گونه بیان می‌کند: «باید حجاب رعایت شود و قوانین اسلامی مو به مو اجرا گردد و در همه مؤسسات، ادارات، مدارس و دانشگاه‌ها به این موضوع توجه شود. اما باید در نظر داشت که حجاب صرفاً به معنای چادر نیست. همین مقدار که موها و اندام خانم‌ها پوشانده شود و لباس آبرومند باشد کافی است...» (رونامه کیهان، ۱۷ اسفندماه ۱۳۷۵، ص ۲، به نقل از نرگسی).



در جامعه اهمیت ندارد، برای اینکه افراد نسبت به یک امر جبهه‌گیری نکنند و آن را مبنای عمل خود قرار دهند باید احساس مثبت نسبت به آن مسئله نیز وجود داشته باشد. ایجاد احساس مثبت به راحتی صورت نمی‌گیرد چون در این بخش ما باید وارد درونی‌ترین لایه یعنی ارزش‌های فرد شویم و سعی در تغییر آنها داشته باشیم. همه ما نسبت به آنچه نیازهایمان را برطرف می‌کند و ما را به هدف‌مان می‌رساند احساسی مثبت و نسبت به آنچه ما را از هدف‌مان دور می‌کند احساسی منفی داریم. تا زمانی که فرد نگاه مثبتی نسبت به یک پدیده نداشته باشد در مقابل تمامی اطلاعات کسب شده در مورد آن به شدت جبهه‌گیری می‌کند. این امر نشان می‌دهد شکل‌گیری احساس مثبت نقش مهمتری نسبت به اقدامات شناختی جهت اقناع افراد دارد.

در زمینه حجاب و عفاف نیز تا احساس مثبت به آن شکل نگیرد، مفاهیم آموخته شده در زندگی روزمره به‌کار برده نمی‌شود. تحقق این احساس مثبت از راه‌های مختلفی امکانپذیر است:

الف) پرهیز از تحمیل و اجباری کردن یک الگوی ثابت از حجاب

همان‌طور که گفته شد برنامه‌ریزان جامعه باید در ترویج فرهنگ حجاب و عفاف به این نکته توجه داشته باشند که تمامی آحاد جامعه از باورهای اعتقادی یکسانی برخوردار نیستند و نمی‌توان الگوی ثابتی از پوشش را برای آنها در نظر گرفت. تنوع‌طلبی یکی از نیازهای همه افراد به‌خصوص قشر جوان است. الگوهای پوشش اسلامی باید این نیاز را پاسخگو باشند. جوانان باید درک کنند حجاب به مبنای بدتیب بودن و یا مخالف مد عمل کردن نیست، بلکه حجاب با رسیدگی متعارف به خود و وضعیت ظاهری، هماهنگ است. در ضمن جوانان به استفاده از رنگ‌های متنوع نیاز

دارند تا احساس شاد بودن را برای آنها به همراه بیاورد. نقش طراحان لباس در زمینه ایجاد احساس مثبت نسبت به حجاب و عفاف بسیار اهمیت دارد. اگر تنوع کافی در زمینه پوشاک اسلامی چه در رنگ و چه در مدل وجود داشته باشد، مردم نیز به آن گرایش پیدا می‌کنند. طراحان لباس وظیفه دارند این حس تنوع‌طلبی را براساس آنچه مورد تأیید اسلام است در پوشش اسلامی جمع کنند.

ب) استفاده از گفتار مناسب در آموزش مفاهیم دینی

نکته دیگری که در آموزش‌ها بسیار با اهمیت است، زبان انتقال مفاهیم است. پرهیز از کلمات دستوری، استفاده از جملات با بار مثبت، می‌تواند نقش مؤثری در ترغیب مردم به حجاب و عفاف داشته باشد. کاربرد آموزه‌های روان‌شناسی در گفتار می‌تواند تأثیرگذاری کلام ما را بیشتر کند برای مثال به جای عبارت «ورود بانوان بدحجاب ممنوع» می‌توانیم از عبارت «از اینکه حجاب خود را رعایت می‌کنید، متشکریم» استفاده کنیم. این مسئله به‌طور غیرمستقیم می‌تواند در ایجاد احساس مثبت مؤثر باشد.

ج) الگوسازی برای نسل جوان

تعصب افراد نسبت به باورها و اعتقاداتشان (که ناشی از همین احساس مثبت و یا منفی است) بزرگ‌ترین مانع در زمینه تغییر ارزش‌هاست، زیرا این تعصب موجب می‌شود افراد به اطلاعات مخالف باورهای خود، توجه نشان ندهند. در مورد حجاب نیز همین‌گونه است. افرادی که به رعایت حجاب و عفاف در جامعه معتقد نیستند نسبت به این باور تعصب دارند و حاضر نیستند استدلال‌ات دیگران را در زمینه فواید حجاب بشنوند، بنابراین به تمامی برنامه‌هایی که با هدف افزایش شناخت در این زمینه است (برنامه‌های تلویزیونی، مصاحبه‌ها، همایش‌ها و...) بی‌توجهند. در چنین شرایطی بهتر



است از الگوسازی استفاده شود. علاقمندی ما به بعضی از افراد در جامعه (به‌خصوص افراد شناخته شده چون بازیگران و ورزشکاران) سبب می‌شود در بسیاری از موارد تلاش کنیم تا همانند آنها گردیم و نسبت به آنها همانندی پیشه کنیم (چه به لحاظ ظاهر و چه فرم صحبت کردن و رفتار) اینجاست که نقش چهره‌های تأثیرگذار در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف بسیار مؤثر است. اگر آنها به ارزش‌های موجود در این زمینه احترام بگذارند، می‌توانند تأثیر مطلوبی را بر عموم جامعه به‌خصوص جوانان داشته باشند، البته متأسفانه در جامعه ما این امر کم‌رنگ است و حتی در مواردی، این افراد الگوهای کاملاً نامناسبی برای عفاف و حجاب شناخته می‌شوند.

صدا و سیما در زمینه الگوسازی می‌تواند نقش مؤثری داشته باشد؛ وسایل ارتباط جمعی به‌خصوص تلویزیون امروزه از پیچیده‌ترین ابزارهای انتقال و نهادینه کردن افکار هستند. تلویزیون به علت داشتن مخاطبان فراوان از هر قشر و گروه اجتماعی و قدرت تأثیرگذاری بالا، باید الگوسازی جهت ترویج حجاب و عفاف را در برنامه‌سازی‌های خود، در اولویت قرار دهد. این رسانه می‌تواند در برنامه‌های تلویزیونی خود، الگوهای مناسبی از پوشش را آموزش دهد. برای مثال مجریان برنامه‌های مختلف شبکه‌های تلویزیون می‌توانند الگوهای مناسبی در این زمینه باشند. استفاده از زنان محجبه در نقش‌ها تأثیرگذار نیز از راه‌های دیگر پیش‌روست. متأسفانه گاهی دیده می‌شود استفاده از چادر که یکی از مظاهر وقار و عفاف زنان مسلمان است در نقش‌های منفی و یا بی‌سواد و درمانده صورت می‌گیرد. این امر می‌تواند در امر الگوسازی مشکل فراوانی ایجاد کند. دست‌اندرکاران برنامه مختلف صدا و سیما باید بر روی این مسئله دقت نظر داشته باشند

۲. راهبرد تحمیلی

نظام اسلامی جهت گسترش حجاب و عفاف علاوه بر راهبرد اقتناعی در مواردی مجبور به استفاده از راهبرد تحمیلی است. هدف حکومت اسلامی ترویج حجاب و عفاف است و به‌طور منطقی تلاش می‌کند با استفاده از راهبرد اقتناعی، افراد جامعه را به رعایت حجاب و عفاف ترغیب کند. اما فعالیت‌های روزافزون اصنافی که به ارائه محصولات نابهنجار و به تبع آن گسترش مداوم بدحجابی می‌پردازند و افرادی که به شکل بسیار زنده‌ای برای زیر پا گذاشتن هنجارهای اسلامی در سطح جامعه حاضر می‌شوند سبب می‌شود نظام به راهبرد تحمیلی روی آورد. در این راهبرد اعتقاد بر این است که تا با بدحجابی و عوامل گسترش‌دهنده آن برخورد نشود، نمی‌توان حجاب و عفاف را در جامعه پیاده کرد.

همان‌طور که گفته شد هدف اصلی در این راهبرد، تغییر رفتار بدحجابان و مروجان بدحجابی است. نظام برای ایجاد این تغییر رفتار، دو اقدام را می‌تواند در پیش گیرد: برخورد با اصنافی که با محصولاتشان به گسترش بدحجابی می‌پردازند و برخورد با بدحجابان؛ ابزار نظام اسلامی در این راهبرد برای مقابله با بدحجابی استفاده از زور و اجبار (برخورد با متخلفان) است. مسلماً لازمه این برخوردها ایجاد ضمانت اجرایی برای آن است. بدون قانونگذاری در این زمینه نمی‌توان با متخلفین برخورد کرد.



۲-۱. الزامات

قانونگذاری لازمه اقدامات تحمیلی

برخورد با بدحجابان و اصناف کچرو، مستلزم قانونگذاری است. بدون ایجاد ضمانت اجرایی، برخوردها مشروع و تأثیرگذار نخواهند بود. این قوانین در دو بخش تدوین می‌شوند:

بخش اول شامل قوانینی می‌شود که جهت برخورد با بدحجابی و مجازات متخلفان در قانون در نظر گرفته می‌شود. بدین ترتیب حکومت اسلامی برای این هنجارشکنی مجازات تعیین کرده و برخورد با متخلفان قانوناً مجاز شناخته می‌شود. این مسئله نشان‌دهنده اهمیت حجاب و عفاف در جامعه اسلامی است. در این قوانین باید محدوده حجاب مناسب و نامناسب کاملاً مشخص شود تا بتوان با متخلفان قانوناً و بدون اعمال سلیق شخصی برخورد کرد.

طبق قانون مجازات اسلامی، مجازات زنانی که بدون حجاب شرعی در معابر و انظار عمومی ظاهر شوند از ده روز تا دو ماه زندان و یا پرداخت ۵۰ هزار تا ۵۰۰ هزار ریال جریمه نقدی تعیین شده است.^۱ در قانون مجازات اسلامی، مصداق بدحجابی مشخص نشده است و در نتیجه راه برای برخورد سلیقه‌ای بسیار باز است. همچنین طبق ماده (۶۴۰) همین قانون هر کس هر چیزی را که عفت و اخلاق عمومی را جریحه‌دار کند برای تجارت و یا توزیع به نمایش و در معرض انظار عمومی گذارد یا بسازد به حبس از سه ماه تا یک سال و جزای نقدی از ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار ریال تا ۶ میلیون ریال و تا ۷۴ ضربه شلاق^۲ (به یک یا دو مجازات مذکور)

۱. تبصره ماده (۶۳۸)، فصل جرائم ضدعفت و اخلاق عمومی.

۲. ماده (۶۴۰)، فصل جرائم ضدعفت و اخلاق عمومی.

محکوم خواهد شد.

بخش دوم نیز شامل موارد الزام‌آوری می‌شود که دولت در قالب بخشنامه‌ها برای ترویج حجاب و عفاف در اماکن دولتی و عمومی صادر می‌کند مثل استفاده از مقنعه و مانتوی گشاد برای بانوان (در بعضی ادارات و مدارس نیز استفاده از چادر اجباری است)، جداسازی محیط کار کارکنان زن و مرد در محیط‌هایی که ممکن است، آیین‌نامه‌های انضباطی در ادارات و محیط‌های تحصیلی. این آیین‌نامه‌ها کمک می‌کنند حجاب و عفاف در محیط‌های رسمی و اداری تحت ضوابط خاص و کنترل شده قرار بگیرد. کسانی که در جامعه مخالف قوانین و آیین‌نامه‌های یاد شده رفتار کنند، مخاطب راهبرد تحمیلی قرار خواهند گرفت. در راهبرد تحمیلی، دولت از طریق اقدامات زیر به مقابله با بدحجابی می‌پردازد.

۲-۲. اقدامات

- برخورد با عرضه پوشاک و محصولات سمعی - بصری نابهنجار (تولیدات داخلی و وارداتی).

- برخورد با بدحجابان از طریق نظارت بر اماکن عمومی.

۲-۲-۱. برخورد با عرضه پوشاک و محصولات سمعی - بصری نابهنجار (تولیدات داخلی و وارداتی)

بخش عظیمی از اقدامات تحمیلی دولت جهت مقابله با بدحجابی، برخورد با عرضه پوشاک و محصولات سمعی و بصری نابهنجار و جمع‌آوری آنهاست. این وظیفه عمدتاً بر عهده نیروی انتظامی است، اما علاوه بر نیروی انتظامی، وزارت بازرگانی،



سازمان گمرک، وزارت ارشاد و وزارت ارتباطات نیز موظف هستند از ورود یا انتشار محصولات نابهنجار و ضد ارزش‌های اسلامی جلوگیری کنند. همان‌طور که گفته شد قانونگذار نیز برخورد با این اصناف را قانوناً مجاز دانسته و برای این تخلف، مجازات تعیین کرده است. بخش عظیم کالاهای نابهنجار از طریق قاچاق وارد کشور می‌شود و در بسیاری از فروشگاه‌های عمومی نیز در دسترس قرار می‌گیرد. تا زمانی که این کالاها به مردم عرضه می‌شوند نمی‌توان انتظار داشت برنامه‌های دولت جهت ترویج حجاب و عفاف راه به جایی برد، زیرا عرضه، تقاضا به همراه خواهد آورد. بنابراین یکی از اقدامات تحمیلی برای مقابله با بدحجابی جمع‌آوری پوشاک و محصولات سمعی - بصری نابهنجار از سطح جامعه و برخورد با متخلفین در این حوزه است. همچنین در این زمینه، وزارت ارتباطات موظف است از فعالیت سایت‌های غیراخلاقی جلوگیری نماید، زیرا محیط مجازی نیز می‌تواند فرهنگ بی‌حجابی را در جامعه گسترش دهد.

به عبارت دیگر در این اقدام، دولت تلاش می‌کند از طریق جلوگیری از تبلیغ و عرضه هر گونه کالای نابهنجار که گسترش‌دهنده بدحجابی است (از قبیل پوشاک نامتعارف، محصولات سمعی و بصری نابهنجار، سایت‌های غیراخلاقی و...) با کجروی در زمینه حجاب در جامعه مبارزه کند. این اقدامات کاملاً منطقی و ضروری به نظر می‌رسند، زیرا حکومت اسلامی موظف است برای گسترش ارزش‌های دینی زمینه مناسب را در جامعه فراهم کند؛ برخورد با تبلیغ و عرضه کالاهای نابهنجار در زمینه حجاب و عفاف نیز بخشی از این زمینه‌سازی جهت جلوگیری از گسترش بدحجابی است.

۲-۲-۲. برخورد با بدحجابان در حوزه عمومی

یکی از دیگر از اقدامات پیش‌رو در راهبرد تحمیلی، برخورد با الگوها و مصداق‌های نامتعارف و نابهنجار حجاب در جامعه است. مسلماً همیشه، در هر جامعه‌ای میزانی از نابهنجاری وجود دارد، اما در صورت افزایش تعداد آن در جامعه، این نابهنجاری ممکن است تبدیل به امری عادی و هنجار شود. نظام اسلامی نیز برای جلوگیری از وقوع این مسئله می‌تواند در قالب نظارت بر اماکن عمومی و برخورد با بدحجابان وارد عمل شود. این وظیفه عمدتاً بر عهده نیروی انتظامی است.

در چند سال گذشته نیروی انتظامی براساس طرحی با عنوان گشت ارشاد اقدام به تذکر به بدحجابان، و در موارد حاد بازداشت آنها کرده است. این طرح که از زمان شروع با انتقادات فراوان همراه بوده در یک سال گذشته کمرنگ‌تر شده، اما دور جدید این طرح از اوایل تابستان اجرا خواهد شد. در این اقدام، نیروی انتظامی تلاش می‌کند تا از طریق برخورد با بدحجابان از هنجار شدن بدحجابی و گسترش آن جلوگیری کند.

اینکه آیا این طرح قادر به تغییر رفتار در بدحجابان به شکلی مؤثر است، مورد چالش است. به نظر می‌رسد در مورد اثربخش بودن این طرح بر بدحجابان دو گروه را باید از یکدیگر جدا ساخت:

- طرح ارشاد برای گروهی از بدحجابان که قصد مقاومت در مقابل نظام جمهوری اسلامی را ندارند و صرفاً عقاید دینی در آنها کمرنگ‌تر است، شاید پاسخگو باشد. این افراد که عموماً هم‌نوایی بیشتری با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه اسلامی دارند در مقابل تذکر مأمورین گشت ارشاد به دلایل مختلف از جمله حفظ اعتبار اجتماعی (که به علت مقاومت و بازداشت ممکن است در خطر قرار بگیرد) دست به



تغییر رفتار و رعایت بیشتر پوشش اسلامی می‌زنند.

- اما گروهی دیگر از بدحجابان که می‌توان از آنها تحت عنوان «حجاب‌ستیز» یاد کرد نه تنها در مقابل تذکرات داده شده دست به تغییر رفتار نمی‌زنند، بلکه به مقاومت و پرخاش در مقابل تذکرات پلیس می‌پردازند. بدیهی است که طرح ارشاد برای گروه دوم بی‌نتیجه بوده و حتی سبب بغرنج‌تر شدن شرایط می‌گردد، زیرا حجاب‌ستیزان تلاش می‌کنند همدردی جامعه را برانگیخته و رفتار خود را امری بهنجار و رفتار نیروی انتظامی را امری نابهنجار جلوه دهند. علاوه بر این اجرای مقطعی و فصلی طرح باعث بی‌اثر شدن اقدامات انجام شده و کاهش تأثیرگذاری استفاده از این روش شده است.

در حقیقت این برخوردها در طیفی از تذکر و ارشاد و برخوردهای قانونی‌تر خلاصه می‌شود.

بررسی این نکته که آیا طرح برخورد با بدحجابان در مجموع می‌تواند تأثیرگذار باشد یا خیر در بخش ارزیابی مورد بحث قرار گرفته است.

جمع‌بندی

همان‌طور که ذکر شد با پایان یافتن جنگ تحمیلی، به علت بی‌توجهی برنامه‌ریزان به برنامه‌ریزی فرهنگی برای تقویت ارزش‌های اسلامی، بدحجابی در جامعه ما رواج یافت. نگرانی مردم و مراجع تقلید از گسترش بدحجابی سبب شد، حکومت که عهده‌دار پاسداری از فرهنگ اسلامی است، برای حفظ سلامت و امنیت جامعه، سیاستگذاری

برای ترویج حجاب و عفاف را در برنامه‌های خود قرار دهد. هر چند متأسفانه این طرح در دولت‌های مختلف و به تناسب سیاستگذاری‌های آنها، افت و خیز فراوانی را طی کرده است. با وجود تمامی تلاش‌های دولتی و غیردولتی برای کاهش بدحجابی در سطح جامعه ما همچنان شاهد گسترش این نابهنجاری هستیم.

ارائه راهبرد جهت ترویج حجاب و عفاف در جامعه مستلزم مخاطب‌سنجی در این زمینه است. زمانی که مخاطب ما تمامی افراد جامعه هستند باید راهبردی ارائه دهیم که ترغیب‌کننده آنها به فرهنگ حجاب و عفاف باشد. از سویی دیگر در جامعه با گروه‌هایی روبرو هستیم که ترویج‌دهنده بدحجابی‌اند. راهبرد اتخاذ شده در رابطه با این گروه باید مقابله با ترویج بدحجابی و تبدیل آن به امری بهنجار را هدف قرار دهد.

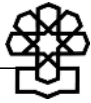
بر این مبنا دو راهبرد کلی شکل می‌گیرد:

- راهبرد اقناعی،

- راهبرد تحمیلی.

راهبرد اقناعی: راهبرد اقناعی به دنبال احیای ارزش‌های فرهنگ دینی از جمله حجاب و عفاف در نگرش‌ها و باورهای مردم است و برای رسیدن به این هدف از ابزار تشویق و ترغیب مدد می‌گیرد. در این راهبرد که مخاطب اقدامات آن تمامی آحاد جامعه هستند حکومت اسلامی تلاش می‌کند تا افراد به صورت منطقی و احساسی به حجاب روی بیاورند.

از جمله ملزومات این راهبرد برنامه‌ریزی کلان و بلندمدت، هماهنگی عملکرد دستگاه‌های اجرایی با یکدیگر در اجرای حجاب و عفاف و مخاطب‌سنجی است. نکته مهم در این راهبرد توجه به نیازها، علایق و مناسک پوششی قومیت‌های مختلف



کشور در برنامه‌ریزی جهت ترویج حجاب و عفاف است. در این راهبرد برای اقتناع جامعه جهت رعایت حجاب و عفاف می‌توان به اقدامات زیر اشاره کرد:

- اقدامات شناختی (افزایش آگاهی)،

- مصداق‌سازی برای حجاب و عفاف (تعیین پوشش حداقلی و حداکثری)،

- اقدامات برای ایجاد احساس مثبت،

- اقدامات حمایتی از تولیدکنندگان پوشاک،

در این راهبرد حکومت اسلامی

- با آموزش احکام، فلسفه و کارکردهای حجاب، آثار بدحجابی،

- تعیین مصداق برای پوشش اسلامی،

- ایجاد احساس مثبت از طریق پرهیز از الگوی ثابت برای حجاب، استفاده از

گفتار مناسب در آموزش‌ها و الگوسازی،

- در دسترس قرار دادن پوشش اسلامی با قیمت مناسب،

جهت ترویج استفاده از حجاب و عفاف در رفتارها و زندگی روزمره گام بر می‌دارد.

راهبرد تحمیلی: راهبرد تحمیلی با هدف جلوگیری از رواج بدحجابی در جامعه

صورت می‌گیرد. پیش‌فرض این راهبرد این است که در صورتی که با موارد نابهنجار

و کچرو که گسترش‌دهنده بدحجابی‌اند مقابله نشود نمی‌توان به ترویج حجاب و عفاف

در جامعه پرداخت. مخاطب این راهبرد عموماً اصناف گسترش‌دهنده بدحجابی در

جامعه و بدحجابان هستند. لازمه این راهبرد ایجاد ضمانت اجرایی برای برخورد با

مصادیق گسترش‌دهنده بدحجابی است. از جمله اقدامات راهبرد تحمیلی می‌توان به

موارد زیر اشاره کرد:

- نظارت بر پوشاک و محصولات سمعی - بصری (تولیدات داخلی و وارداتی)،

- نظارت بر اماکن عمومی و برخورد با بدحجابان،

در این راهبرد حکومت با برخورد قانونی با

- مصادیق نابهنجار در عرصه پوشاک، صوتی - تصویری، سایت‌ها و ... ،

- بدحجابان و حجاب‌ستیزان.

به مقابله با گسترش بدحجابی و تبدیل آن به امری هنجار می‌پردازد.

جدول راهبردهای نظام اسلامی جهت گسترش فرهنگ حجاب و عفاف براساس

نوع مخاطب را به صورت اجمالی نشان می‌دهد:

جدول راهبردهای نظام اسلامی جهت گسترش حجاب و عفاف براساس نوع مخاطب

انواع مخاطب	سیاست نظام	راهبرد	روش	اقدامات
عام (تمامی آحاد جامعه)	ترویج	اقتناع	تشویق و ترغیب	اقدامات شناختی
				مصداق‌سازی
				ایجاد احساس مثبت
				اقدامات حمایتی از اصناف
خاص (بدحجابان و اصناف گسترش‌دهنده بدحجابی)	مقابله	تحمیل	(تذکر و برخورد)	برخورد با بدحجابان
				برخورد با مصادیق نابهنجار در عرصه پوشش و محصولات سمعی - بصری



کاربرد راهبرد اقناعی در ترویج حجاب و عفاف منطقی‌تر از استفاده از راهبرد تحمیلی است، زیرا در راهبرد اقناعی حکومت با استفاده از ابزارهای تشویقی و اقدامات مختلف به ایجاد نگرش مثبت در زمینه حجاب در جامعه می‌پردازد. بنابراین در این راهبرد مردم، بنا بر دلایل منطقی (به علت شناخت کارکردهای مثبت حجاب و آثار بدحجابی) و دلایل احساسی (ایجاد احساس مثبت به حجاب از طریق الگوسازی) به‌طور ارادی و با علاقه به حجاب روی می‌آورند.

البته کاربرد این راهبرد در سیاستگذاری جهت ترویج حجاب و عفاف باید با دقت نظر و حساسیت فراوان همراه باشد و در صورتی که برنامه‌ریزی کلان، هماهنگی تمامی دستگاه‌ها، نهادها و مخاطب‌سنجی در آن رخ ندهد، اثرگذار نخواهد بود. از آنجا که در این راهبرد، هدف ایجاد نگرش مثبت به حجاب و عفاف است در کوتاه‌مدت نمی‌توان شاهد نتایج آن بر جامعه بود. به همین جهت استفاده از این راهبرد مستلزم صبر و دقت نظر فراوان است.

بنابراین راهبرد اقناعی بلندمدت، نیازمند برنامه‌ریزی‌های گسترده و هماهنگ و در مواردی ممکن است به دلایل متعددی نسبت به هزینه‌ها انجام شده کم اثر باشد. از همین روی در کوتاه‌مدت نمی‌توان انتظار موفقیت این راهبرد را داشت و در بلندمدت نیز نتیجه گرفتن این راهبرد مستلزم توجه به عوامل مداخله‌گر مخرب از جمله برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته از سوی دولت‌های خارجی مخالف جمهوری اسلامی ایران در قالب جنگ نرم است. به عبارت دیگر این روش به خاطر ماهیت

ذاتی خود در کوتاه‌مدت نتیجه نمی‌دهد و نتیجه‌دهی آن در بلندمدت نیز منوط به برنامه‌ریزی در جهت مقابله با فعالیت‌های صورت گرفته در زمینه تهاجم فرهنگی است. از همین روی دل بستن به نتیجه گرفتن از این روش نیازمند تلاش و کوشش فراوان، دقیق و هماهنگ است در غیر این صورت به خوشبینی و امیدواری زیاد نیاز است.

در راهبرد کنترلی نیز با استفاده از اجبار و برخورد با هنجارشکنان عرصه حجاب، به مقابله با بدحجابی پرداخته می‌شود. همان‌طور که ذکر شد این راهبرد در مجموع شامل دو اقدام می‌شود:

- برخورد با مصادیق نابهنجار در عرصه پوشاک، صوتی - تصویری، سایت‌ها و ...،

- برخورد با بدحجابان و حجاب‌ستیزان،

به نظر می‌رسد برخورد با گروه‌ها و اصناف گسترش‌دهنده بدحجابی اقدامی ضروری است و نیازمند همکاری و هماهنگی تمامی دستگاه‌هاست. در صورتی که مصادیق نابهنجار پوشش در جامعه به راحتی عرضه شده و در اختیار مردم قرار گیرند، مردم به‌طور ناخودآگاه به سمت استفاده از آنها تمایل پیدا می‌کنند. زیرا در حقیقت این عرضه، به نوعی تبلیغ محسوب می‌شود. نظام جمهوری اسلامی موظف است از هرگونه عرضه و تبلیغ مصادیق نابهنجار پوشش که گسترش‌دهنده بدحجابی است، جلوگیری نماید.

اقدام پیش‌روی دیگر، برخورد با بدحجابان در فضای عمومی جامعه است. هر چند این اقدام به شدت چالش‌برانگیز است. همان‌طور که ذکر شد در این اقدام باید دو گروه از یکدیگر تفکیک شوند:



الف) بدحجابانی که در مجموع همنوایی بیشتری با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه دارند و صرفاً عقاید دینی در آنها کمی کمرنگ است: این گروه در مقابل تذکرات به علت حفظ اعتبار اجتماعی جبهه‌گیری نکرده و پوشش خود را اصلاح می‌کنند.

ب) گروهی از بدحجابان که از آنها با عنوان حجاب‌ستیز یاد می‌شود: این گروه در مقابل تذکرات داده شده از سوی نیروی انتظامی نسبت به وضعیت بد پوشش خود دست به مقاومت و پرخاش زده و سعی می‌کنند همدردی جامعه را به سوی خود متمایل کنند. آنها از هر فرصتی برای مخالفت با هنجارهای حجاب استفاده می‌کنند. با روسری‌های کوتاه و نازک، چاک مانتوها، شلوارهای تنگ، تونیک و دامن و

هر چه بر خورد انتظامی با گروه اول مؤثر باشد برای گروه دوم مسلماً سبب بدتر شدن شرایط می‌گردد. از آنجا که آمار مشخصی در دست نیست تا نشان دهد چند درصد از بدحجابان در گروه اول و یا دوم هستند نمی‌توان در مجموع در زمینه تأثیرگذاری این طرح اظهار نظر مشخصی انجام داد.

در کل در این شیوه چون به اجبار افراد وادار به تغییر رفتار می‌شوند (بدون اینکه نگرش آنها به حجاب تغییر کند) تغییر رفتار واقعی صورت نمی‌گیرد. به عبارت دیگر ممکن است افراد بدحجاب در ظاهر به علت تذکر داده شده، مقداری حجاب خود را رعایت کنند، اما در محیط‌های خصوصی‌تر مثل خانواده و گروه‌های دوستی به رفتار سابق باز می‌گردند. از آنجا که این طرح در گروه دوم ایجاد مخالفت‌های سیاسی را هم با نظام اسلامی برمی‌انگیزاند می‌تواند هزینه‌های زیادی را بر جمهوری اسلامی تحمیل کند.

در حال حاضر نیروی انتظامی برای جلوگیری از رشد روزافزون بدحجابی این

راهبرد را در برنامه‌های خود، قرار داده است، اما مقاومت حجاب‌ستیزان در مقابل برخوردهای نیروی انتظامی و انتقادهای کارشناسان به این طرح سبب شده، نیروی انتظامی به‌طور مداوم از مواضع خود عقب‌نشینی کند.

علاوه بر این از آنجایی که توانایی برخورد کامل با بدحجابان (به‌علت گسترده بودن بدحجابی) وجود ندارد، اجباراً به حداقل‌ها در رعایت پوشش تن داده است. در این شرایط نظام اسلامی از مواضع خود در زمینه پوشش اسلامی بسیار پایین آمده و صرفاً می‌تواند با مصداق‌های بسیار نامناسب بدحجابی برخورد کند. به عبارت دیگر در این اقدام، تعریف بدحجابی دیگر به معنای بیرون گذاشتن مو، استفاده از مانتوی کوتاه و تنگ (که براساس نگاه اسلام بی‌حجابی است) تلقی نمی‌شود، زیرا در این صورت نیروی انتظامی باید با تعداد کثیری از افراد جامعه برخورد کند.

بر طبق نظریه «برچسب‌زنی» شیوه برخورد جامعه با کج‌روان در ادامه هنجارشکنی آنها بسیار مؤثر خواهد بود. برخوردهای نامناسب، کارشناسی نشده و گفتار نامناسب می‌تواند تحریک‌کننده و تهیج‌کننده کج‌رو باشد. طبق این نظر برچسب زدن خواه و ناخواه فرد را به سوی کج‌رفتاری سوق می‌دهد.^۱ طبق این نظریه «فرآیند یادگیری کج‌رو بودن» معمولاً به وسیله همان سازمان‌هایی که ظاهراً برای اصلاح این رفتار تأسیس شده‌اند، تقویت می‌شود.^۲ در برخورد با بدحجابان نیز این نظریه صدق می‌کند. فردی که «برچسب بدحجاب خورده» به اقدام دفاعی دست می‌زند و به جای اصلاح رفتار خود به زورآزمایی با حکومت می‌پردازد. به همین علت به جای کاهش

۱. شرف‌الدین، ۱۳۸۷.

۲. گیدنز، ۱۳۸۱.



بدحجابی، ما با افزایش بدحجابی روبرو هستیم. بنابراین به نظر می‌رسد برخورد با بدحجابان یک راه‌حل کوتاه‌مدت است و در بلندمدت جواب نخواهد داد.

همانطور که در اقدامات اقناعی ما نیازمند مخاطب‌سنجی و تفکیک مخاطبان هستیم، در این اقدام نیز انواع بدحجابان باید از یکدیگر تفکیک شده و متناسب با هر کدام از شیوه‌های متفاوتی استفاده شود. نیروی انتظامی نمی‌تواند با تمامی بدحجابان به یک شکل برخورد کند، بلکه باید به تناسب گروه‌های متفاوت بدحجاب از اقدامات متفاوتی بهره‌گیری. این اقدامات در طیفی از تذکر، جریمه نقدی و برخوردهای جدی‌تر می‌تواند صورت گیرد. لازمه چنین تفکیکی انجام پژوهشی ازسوی نیروی انتظامی با توجه به رویه‌های موجود در این سازمان است تا بدحجابان را طبقه‌بندی کرده و متناسب با این طبقه‌بندی برخوردهای متفاوتی با آنها انجام دهد.

از دو راهبرد اقناعی و تحمیلی، یک راهبرد منوط به اقدام جدی و هماهنگ در بلندمدت می‌تواند نتیجه دهد، اما در کوتاه‌مدت مسئله را حل نمی‌کند و راهبرد دیگر اگرچه در کوتاه‌مدت نتیجه می‌دهد، اما می‌تواند نتایج ناگواری برای بلندمدت داشته و اقدامات صورت گرفته را در راهبرد اول بی‌اثر سازد. به این ترتیب وضعیت پیچیده‌ای شکل می‌گیرد که نتیجه‌بخش بودن هر دو راهبرد در هاله‌ای از ابهام قرار می‌گیرد. با این حال این ابهام اگرچه می‌تواند باعث سست شدن اراده‌ها شود، اما دلیل قانع‌کننده‌ای برای عدم برنامه‌ریزی و فعالیت عملی در این حوزه نیست. افزایش موفقیت بهره‌گیری از این دو راهبرد مستلزم ایجاد مرکز نظارتی برای بررسی فعالیت‌های انجام گرفته شده (هر دو راهبرد) در سازمان‌ها جهت گسترش حجاب و عفاف است.

تمامی سازمان‌ها و نهادها در سطح کشور موظف به ترویج فرهنگ حجاب و

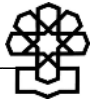
عفاف هستند، اما در بسیاری از موارد دست به اقدامات کارشناسی نشده، موازی‌کاری و گاه متعارض با هدف اصلی (ترویج حجاب و عفاف) می‌زنند. این مسئله سبب می‌شود اقدامات انجام گرفته از سوی دستگاه‌های اجرایی با وجود صرف هزینه‌های کلان بی‌اثر باشد.

برای مثال در وزارت آموزش و پرورش، بخش تربیتی که وظیفه ترویج این طرح را بر عهده دارد، به مریبانی سپرده شده که از تحصیلات و تجربه کافی در این زمینه برخوردار نیستند. همان‌طور که گفته شد عدم استفاده از آموزه‌های روان‌شناسی در ارشاد دانش‌آموزان و استفاده از عبارات دستوری و کلیشه‌ای منجر به دلزدگی نوجوانان و جوانان از حجاب و عفاف می‌گردد. وضعیت پوششی بسیاری از دانش‌آموزان نیز چه در مدارس دولتی و چه غیرانتفاعی مناسب نیست و نظارتی روی آن صورت نمی‌گیرد.

در صدا و سیما و محصولات سینمایی نیز شاهد بازیگرانی با پوشش و آرایش نامناسب هستیم، همچنین همان‌طور که گفته شد در بعضی موارد از پوشش چادر برای نقش‌های سطح پایین و بی‌سواد استفاده می‌شود که تأثیر نامطلوبی در الگوسازی دارد.

در راهبرد تحمیلی نیز همان‌طور که ذکر شد با شرایط بسیار پیچیده‌ای روبرو هستیم. به همین علت قبل از انجام هر اقدامی که ممکن است هزینه‌های جبران‌ناپذیری را به نظام جمهوری اسلامی تحمیل کند باید میزان سود و زیان طرح‌ها و تأثیرگذاری آنها سنجیده شده و سپس اقدامی صورت گیرد.

تمامی این مسائل لزوم شکل‌گیری مرکز نظارتی، برای نظارت برای فعالیت‌های



سازمان‌ها در گسترش طرح حجاب و عفاف را نشان می‌دهد. این مرکز با اقدامات پژوهشی و کارشناسی جهت مخاطب‌سنجی و شناخت راهکارهای مناسب و کاربردی، می‌تواند در جهت‌گیری مناسب راهبردها و اقدامات منوط به آنها مؤثر باشد. همچنین این نهاد به علت نقش نظارتی که دارد می‌تواند از اقدامات موازی و معکوس جلوگیری کند.

منابع و مآخذ

۱. رفیع پور، فرامرز. توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۷.
۲. زیبایی‌نژاد، محمدرضا. نظام اسلامی و مسئله پوشش حجاب، مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، مقالات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.
۳. شرف‌الدین، سیدحسین. ریشه‌های جامعه‌شناسی بدحجابی حجاب، مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، مقالات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.
۴. منصور، جهانگیر. قانون مجازات اسلامی، تهران، نشر دیدار، ۱۳۸۵.
۵. گیدنز، آنتونی. جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۸۱.
۶. مالمیر، مهدی. جامعه‌شناسی حجاب بررسی تحلیلی وضعیت حجاب در ایران، حجاب، مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، مقالات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.
۷. مستقیمی، مهدیه. نقش حاکمیت اسلامی در تربیت دینی حوزه حجاب حجاب، مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، مقالات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.
۸. نرگسی، رضا. بررسی وضعیت حجاب در ایران از سال آخر حکومت پهلوی دوم تا پایان جنگ تحمیلی حجاب، مسئولیت‌ها و اختیارات دولت اسلامی، مقالات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.

9. www.ido.ir

10. www.aftabir.com



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۱۰۸۷۹

عنوان گزارش: ارزیابی راهبردهای عفاف و حجاب ۱.
راهبرد اقناعی و کنترلی

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه فرهنگ عمومی و ارشاد تبلیغ اسلامی)

تهیه و تدوین: آسیه ارحامی

ناظر علمی: سینا کلهر

متقاضی: معاونت پژوهشی

اعضای کار گروه: سیدعلی کشفی، سینا کلهر، علی جعفری، وحید یامین‌پور

ویراستار تخصصی: سیدعلی کشفی

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. ترویج حجاب و عفاف

۲. راهبرد اقناعی

۳. راهبرد تحمیلی

تاریخ انتشار: ۱۳۹۰/۴/۱۹