

ریشه‌یابی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف و ارزیابی راهبردهای نقشه‌مهندسی فرهنگی (رویکرد سیستمی)

سید مازیار علوی^۱

سید امیر آقایی^۲

سید حسین حسینی^۳

محمود علیگو^۴

پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۰۲/۲۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۱/۲۶

چکیده

در این تحقیق با گردآوری و تحلیل بیش از ۲۰۰ تحقیق، مبتنی بر رویکرد تفکر سیستمی و بهره‌مندی از روش‌شناسی پویایی سیستم، عوامل اثرگذار بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف شناسایی و در یک الگوی مفهومی ارائه شد. سپس بر اساس روش‌شناسی پویایی سیستم، روابط علی بین متغیرها تشریح گردید. در تبیین سیستمی موضوع، نشان داده شد فرهنگ حجاب و عفاف در تعامل چند سویه با حوزه‌های اجتماعی، رسانه‌های داخلی و غربی، نظام آموزش خصوصی و دولتی، سیاستگذاری حاکمیت در ترویج فرهنگ و اقتصاد لباس اسلامی و غیر اسلامی است و تصمیم‌گیری فرد در زمینه حجاب و عفاف در بستر پویایی از مبانی اعتقادی و باورها، آرمانهای ذهنی و رفتارهای ظاهری فرد محقق می‌گردد. همچنین حلقه‌های رفتاری مؤثر بر مبانی اعتقادی، آرمانهای ذهنی و رفتارهای ظاهری فرد ناشی از تعامل علی بین متغیرها، شناسایی شد که در دوره کوتاه تا بلند مدت بر رفتارهای فرهنگی مؤثر است. بر همین مبنا، یافته‌های راهبردی به منظور توسعه فرهنگ عفاف و حجاب در دوره کوتاه تا بلند مدت ارائه شد و تطابق آن با راهبردهای نقشه‌جامع مهندسی فرهنگی کشور مورد بررسی کیفی قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: حجاب و عفاف، سیستم فرهنگی، رویکرد سیستمی، نقشه‌مهندسی فرهنگی.

۱ - کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب bagheshayegan@gmail.com

۲ - کارشناس ارشد مهندسی صنایع دانشکده مهندسی برق، دانشگاه صنعتی امیرکبیر s.a.aghaei@samamsystem.com

۳ - دکتری دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، دانشگاه تهران s.h.hosseini@ut.ac.ir

۴ - دانشجوی دکتری علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز m_aligoo@yahoo.com

مقدمه

بنا بر گواهی متون تاریخی، نزد بیشتر قریب به اتفاق اقوام و ملت‌ها، حجاب در میان زنان معمول بوده؛ هرچند فراز و نشیب‌های زیادی را طی کرده و گاهی با اعمال سلیقه حاکمان تشدید و یا تخفیف یافته است (غیرتمند و همکاران، ۱۳۹۳). به دلیل ساختار دینی و تقید جامعه ایرانی به مذهب شیعه، عملاً موضوع حجاب و عفاف به عنوان مهمترین نماد ظاهری از تقید جامعه به آیین شیعه شناخته می‌شود. از این رو است که مهمترین راهبرد کشورهای غربی برای نفوذ بیشتر در جامعه ایران، اثرگذاری بر فرهنگ حجاب و عفاف جامعه و تحول در فرهنگ شیعی است. بر این اساس، موضوع فرهنگ حجاب و عفاف و تغییرات و تطورات و اثرگذاری آن بر فرهنگ جامعه از جمله موضوعاتی است که از دیرباز مورد توجه بسیاری از پژوهشگران داخلی بوده است. مبتنی بر تعریف، حجاب و عفاف، رفتاری روانشناسانه و ناشی از کنش فرد در جامعه است. بر این اساس، تصور می‌شود که رفتار حجاب و عفاف، شخصی و فردی باشد؛ اما با توجه به اینکه بروز این رفتار در کنش نسبت به رفتارهای دیگر افراد جامعه است، پدیده حجاب و عفاف رفتاری فردی نیست و در تعامل دو سویه با بسیاری از عوامل و متغیرهای اجتماعی، اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و سیاسی است. عمده پژوهش‌های پیشین بر یک موضوع و حیطه اثرگذاری متقابل حجاب و عفاف بر عوامل ذکر شده متمرکز بوده و تحقیق جامعی انجام نشده است که بتواند محیط اثرگذاری متقابل عوامل مختلف را بر فرهنگ حجاب و عفاف تبیین کند؛ این در حالی است که توجه نکردن به محیط جامعه و عوامل مختلف مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف، سبب می‌شود تا امکان تدوین سیاست‌های کارآمد بر توسعه فرهنگ و حجاب فراهم نشود؛ چرا که بسیاری از جنبه‌های تأثیرگذاری متقابل حجاب و عفاف بر عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و سیاسی در زمان تدوین سیاستها مورد توجه قرار نگرفته است؛ این در حالی است که در راهبردهای کشورهای غربی بر اثرگذاری بر فرهنگ حجاب و عفاف، توجه به جنبه‌های مختلف اثرگذاری عوامل بر فرهنگ حجاب و عفاف صورت گرفته است. هدف اصلی راهبرد کشورهای غربی، افزایش پذیرش فرهنگ غرب در جامعه است. پذیرش فرهنگ غرب در جامعه، سبب تغییر در الگوهای رفتاری جامعه می‌شود که در نهایت تأثیر خود را در تعاملات اقتصادی جامعه و توسعه بازار مصرف کالاهای غربی نشان می‌دهد. بنابراین سست کردن پایه‌ها و توان سلامت روحی و روانی جامعه نسبت به فرهنگ برهنگی، راهبرد اصلی تغییر فرهنگ در نظر گرفته شده است.

گسترش و نفوذ استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های بیگانه بین افراد جامعه در درازمدت سبب کاهش سطح مقاومت درونی افراد نسبت به تقید به موازین دینی و مذهبی، و به صورت ملایم بر الگوهای رفتاری خانواده‌های جامعه اثرگذار می‌شود. بنابراین تأثیر درازمدت ترویج فرهنگ غربی، سبب تغییر در باورهای درونی افراد جامعه نسبت به فرهنگ حجاب و عفاف می‌شود و میزان پابندی به این فرهنگ را کاهش می‌دهد (حداد عادل، ۱۳۹۱).

در مقابل راهبرد شیوع کالاها و لباسهای غیر اسلامی توسط رسانه‌های بیگانه، لازم است خط‌مشی‌های کارآمد توسط حاکمیت به منظور سرمایه‌گذاری و بازارسازی به منظور تشویق به استفاده از کالاها و محصولات مرتبط با فرهنگ بومی حجاب و عفاف در نظر گرفته شود تا از طریق ترویج مصرف کالاهای بومی، روحیه پابندی اعضای خانواده و در نهایت افراد جامعه به مراعات حجاب و عفاف تقویت شود. (نخعی، ۱۳۸۵؛ خالد و همکاران، ۱۳۹۱).

موضوع پابندی و تقید فرد نسبت به مراعات فرهنگ حجاب و عفاف، تک بعدی نیست و لازم است این موضوع از دیدهای مختلفی مانند خانواده، گروه‌های اجتماعی، وضعیت اثرگذاری رسانه‌ها، اثرگذاری حاکمیت، اثرگذاری آموزش و سایر موارد دیگر مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد (ایزدخواستی، ۱۳۸۶). توجه نکردن به پیچیدگی ناشی از تأثیرگذار عوامل متعدد و گوناگون و نیز توجه نکردن به تعاملات سیستمی این عوامل به یکدیگر، سبب ایجاد نقص در تحلیل پدیده اجتماعی - فرهنگی حجاب و عفاف شده است که در نهایت، تأثیر خود را در مقاومت درونی این پدیده در برابر اعمال راهبردهای توسعه فرهنگ حجاب و عفاف نشان می‌دهد. نقطه تمرکز این مطالعه به کارگیری نگاه جامع‌نگر نسبت به تحلیل عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف است. بر این اساس، این پژوهش درصدد است که به این سؤالات پاسخ دهد:

- با نگاهی کل‌نگر، عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف در حوزه‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کدام است؟

- ساختار تعاملات سیستمی و علی بین عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف چگونه است؟

- پدیده اجتماعی - فرهنگی حجاب و عفاف از چه رفتارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و

سیاسی در درون خود در برابر موضوع و مفهوم حجاب و عفاف برخوردار است؟

بر این اساس در این مطالعه، سعی شده است با نگاهی جامع‌نگر نسبت به موضوع فرهنگ حجاب و عفاف، طبقه‌بندی منطقی از عوامل مؤثر بر حجاب و عفاف ارائه، و مبتنی بر همین ساختار، رفتارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تبیین شود که در این سامانه در اثر

تعاملات دوسویه بین متغیرها و عوامل ایجاد می‌شود. در این مطالعه، ابتدا پژوهشها و مطالعات پیشین در زمینه فرهنگ حجاب و عفاف مورد بررسی قرار می‌گیرد و مبتنی بر مبانی نظری پژوهشهای مورد مطالعه، ضمن مشخص کردن عوامل مؤثر بر حجاب و عفاف، سعی شد طبقه‌بندی مناسبی از عوامل در قالب زیرسیستم‌های مؤثر بر حجاب و عفاف ارائه، و ارتباطات بین زیرسیستم‌ها تبیین شود.

حجاب در لغتنامه دهخدا به معنای خودداری از آنچه جایز نباشد؛ خواه در کردار و خواه در گفتار باشد (زمانی، ۱۳۶۸: ۶۹) و در فرهنگ معین به پاکدامنی و پارسایی معنا شده است (فرهنگ معین، ۱۳۸۲). بر این اساس، حجاب و عفاف دو مفهومی است که در تعامل پیچیده رفتاری بین درون فرد و ظاهر برونی فرد در جامعه صورت می‌گیرد. بر این اساس است که نمی‌توان مفهوم حجاب و عفاف را تنها مفهومی تک بعدی و ناشی از روانشناسی فرد مطرح کرد. با توجه به اینکه موضوع فرهنگ حجاب و عفاف، یکی از موضوعات مهم و راهبردی در عرصه فرهنگ اجتماعی کشور تلقی می‌شود، مطالعات و تحقیقات گوناگونی در این زمینه به انجام رسیده است. نقطه مشترک در تقریباً تمامی پژوهشها این است که موضوع فرهنگ حجاب و عفاف به صورت تک عاملی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است؛ این در حالی است که پدیده حجاب و عفاف، تک بعدی نیست و عوامل گوناگون و مختلفی از حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، آموزشی و سیاسی در آن دخالت دارد. بنابراین تحقیقات و مطالعات پیشین، عملاً توانسته است عوامل و متغیرهای مختلف و گوناگون مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف را در جامعه ایرانی به صورت کامل تبیین کند. در این حالت، توجه به مطالعه فرهنگ حجاب و عفاف به صورت یکپارچه و با نگاهی کل‌نگر، مورد نیاز است تا بتواند بر اساس جمع‌بندی تمامی مطالعات و پژوهشها، ساختار یکپارچه‌ای از عوامل مختلف و مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف را ارائه کند تا امکان تحلیل رفتارهای درونی ناشی از تعاملات داخلی بین عوامل حوزه‌های مختلف را فراهم سازد. در این تحقیق، بیش از ۲۰۰ مورد از تحقیقات و مطالعات پیشین مورد بررسی قرار گرفته است که به صورت مختصر مواردی از آنها در این بخش ارائه می‌شود و لذا تمامی موارد این بخش در برگیرنده تمامی مطالعات پیشین نیست.

فاضلیان (۱۳۸۹) تعداد تعرضات به زنان را در اجتماع شاخص نشاندهنده امنیت اجتماعی در نظر گرفته است و نشان می‌دهد، نوع پوشش مناسب و میزان پوشیدگی خوب زنان، امنیت اجتماعی را ارتقا می‌دهد. نخعی (۱۳۸۵) عوامل مؤثر بر پوشش زنان را به دو دسته عوامل درونی و

بیرونی تقسیم‌بندی کرد. در این مطالعه در دسته عوامل درونی اشتیاق به پسندیدگی و تحسین برانگیزی، عقده حقارت، آشنایی با دنیای مردان، ضعف حیا، هوس، ضعف ایمان و عدم آگاهی نسبت به احکام دین قرار دارد در حالی که در دسته عوامل بیرونی، عواملی همچون الگوهای ناهنجار، خانواده، اقلیتهای دینی، تأثیر سوء عوامل فاسد، ضعف غیرت مردان، بحران اقتصادی، فساد اداری، سینما، تلویزیون، مطبوعات، مدگرایی، خودباختگی، استعمار، ازدواج و سختگیری بیش از حد قرار دارد.

مسعودی پور (۱۳۸۹) با استفاده از رویکرد سیستمی، حجاب و عفاف را به زیرسیستم‌های حجاب، جنسی، بصری، کلامی، سمعی، بطنی و رفتاری تقسیم، و اثر و قطبیت اثر هر یک از این زیرسیستم‌ها را بر میزان رعایت حجاب و عفاف بررسی کرده است. نکته قابل توجه اینکه در این تحقیق رویکرد سیستمی به صورت ناقص به کار گرفته شده؛ زیرا تأثیرات بازخوردی بین عوامل را در نظر نگرفته است. نیلچی زاده (۱۳۸۹) اثر میزان اطلاع از احکام دین، میزان عضویت در تشکل‌های اسلامی، تأهل، میزان الگوبرداری از مادر، سطح پوشش در میان همسالان و سن و تحصیلات را بر حجاب فرد بر میزان رعایت حجاب فرد اثرگذار دانسته است.

اسفندیار و همکاران (۱۳۸۹) آثار حجاب بر شخصیت فرد را هم‌نواپی آهنگ تکوین و تشریح، رشد شخصیت، احساس ارزشمندی، استحکام خانواده و مسئولیت‌پذیری دانسته‌اند. منصور (۱۳۸۷) عوامل افسردگی شخص، اختلافات خانوادگی، میزان استفاده از ماهواره، تحصیلات، رفاه اقتصادی، میزان شدت برخورد، جهانی شدن، تأهل، سیاسی کردن حجاب، میزان یارانه به حساب، درونی شدن حجاب، امنیت اجتماعی، سینما و برنامه‌های تلویزیونی را مؤثر بر میزان رعایت حجاب و عفاف در نظر گرفته است.

احمدی و همکاران (۱۳۸۹) وازدگی در برابر فرهنگ بیگانه، گسترش فساد، تضعیف اعتقادات و تقیدات دینی در جامعه را آثار فرهنگی بدحجابی بیان کرده و ناامنی، برهم زدن نظم روابط جنسی، افزایش آثار جنسی، اختلالات جسمانی، آسیب‌های روانی و تزلزل بنیان خانواده از جمله پیامدهای اجتماعی این موضوع عنوان شده است.

خواججه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱) رابطه سبک‌های مختلف زندگی و گرایش به حجاب را مورد تحلیل قرار داده‌اند. در این مطالعه با استفاده از مطالعه موردی در شهر شیراز و پرسشنامه و تحلیل‌های آماری، عوامل هویت مذهبی، سبک زندگی مذهبی، تصور از بدن، مدیریت بدن، فناوری اطلاعات، فعالیت‌های ورزشی - موسیقایی، سبک مشارکتی جدید، سبک فراختی جدید،

مؤثر بر میزان گرایش به حجاب شناخته شده است.

خالد و همکاران (۱۳۹۱) حجاب را نوعی کنش و در قالب چهار نوع سبک بررسی کرده‌اند. یکی از نتایج اساسی این تحقیق، نقش پررنگ مصرف ماهواره و اینترنت در سبک کنش ارزشی دینی و سکولار را نشان می‌دهد؛ بدین ترتیب که با افزایش ساعات مصرف با هدف تفریح و سرگرمی، کنش دینی نسبت به حجاب، کاهش و کنش ارزشی سکولار نسبت به آن افزایش می‌یابد.

شارع پور و همکاران (۱۳۹۱) از نگاه جامعه‌شناسی به حجاب نگریده‌اند. هدف این تحقیق، بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانشجویان دختر نسبت به حجاب است. نتایج تحلیل مسیر و رگرسیون چند متغیره نشان داد که مهمترین متغیر مؤثر بر گرایش به حجاب، متغیر گرایش به فمینیسم بوده است. دیگر متغیرهای مؤثر به ترتیب عبارت است از: عوامل محرک اجتماعی، پایگاه اقتصادی یا اجتماعی، سبک زندگی و محل سکونت.

عباس زاده و همکاران (۱۳۹۱) معتقدند که گرایش به پوشش و حجاب، گرایشی فطری در میان زنان و مردان است؛ ولی میزان و شکل آن با اخلاق، فرهنگ و ساختار اجتماعی جوامع رابطه مستقیمی دارد.

بهرام زاده و لطفی (۱۳۹۰) پنج متغیر اصلی مؤثر بر بدحجابی را بین جوانان کاهش حساسیت خانواده‌ها درباره نوع پوشش فرزندان، کاهش آگاهی مردم از مفاهیم حجاب، تلقی حجاب به عنوان محدودیتی در روابط اجتماعی، تحریف مفاهیم حجاب در جامعه و عدم تبلیغ و آموزش مناسب حجاب در رسانه‌ها می‌دانند.

رهبر (۱۳۹۰) دانشگاه را عمده‌ترین بسترهای فرهنگ و فرهنگ‌سازی معرفی، و نقش آن را در شکل دادن شخصیت اخلاقی جوانان در کنار آموزش و پرورش مؤثر بیان کرده است.

طیبه‌نیا و محمدپور (۱۳۹۰) در پژوهش خود بر اساس تحلیل معادلات ساختاری الگوی حجاب و عفاف، باور را مهمترین متغیر معرف عفاف، بیان کرده که پس از آن به ترتیب، التزام عملی و آگاهی بر عفاف تأثیرگذار است.

مختاریان پور و گنجعلی (۱۳۹۰) بر اساس دیدگاه تفسیری معتقدند که پدیده‌های اجتماعی از جمله حجاب به صورت مشترک توسط اعضای اجتماع ساخته و پرداخته می‌شود به گونه‌ای که در ابتدا هر فرد یک برداشت از هر پدیده دارد؛ سپس افراد مختلف برداشتهای خود را طی تعاملات اجتماعی با یکدیگر در میان می‌گذارند.

شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۸) عفاف را پایه و اساس حجاب در جامعه به‌شمار می‌آورد که بدون در نظر گرفتن آن پرداختن به مقوله حجاب موفقیتی در پی ندارد. در این پژوهش علاوه بر عوامل بیولوژیکی و روانی، عوامل جامعه‌شناختی همچون جامعه‌پذیری ناهمگون، القاهای فرهنگی مسموم دشمنان، کم‌رنگی تعلق به فرهنگ خودی و توجه بیشتر به دیگر فرهنگها، ضعف اعتقاد به اعتبار معیارهای متعارف، بحران فرهنگی، چیرگی تلقی‌های ناهمگون، چرخش هنجاری، پیامدهای منفی بی‌حجابی معرفی می‌شود. هم‌چنین شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۰) پژوهشهایی را بررسی کرده که در زمینه حجاب در دانشگاه‌های مختلف صورت گرفته است. در این جستجو علاوه بر عوامل جمعیت‌شناختی، متغیرهای آگاهی و گرایش نسبی به حجاب، تقلید عملی از حجاب، گرایش و تقلید عملی خانواده و دوستان درباره حجاب، سفارش به رعایت حجاب توسط خانواده و دوستان، ارزیابی وضعیت جامعه به لحاظ حجاب، برخورد با بدحجابی و نهادهای مربوط، مورد بررسی قرار گرفته است.

هم‌چنانکه مشاهده می‌شود، تعدد و تنوع عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف در گزیده مطالعات و تحقیقات پیشین قابل مشاهده است. مبتنی بر روش‌شناسی پویایی‌های سیستم به منظور تبیین و تحلیل مسئله مورد بررسی لازم است شناخت کاملی نسبت به محیط واقعی سیستم به دست آید که در ادبیات روش‌شناسی پویایی‌های سیستم، کسب این‌گونه شناخت، مستلزم مطالعه دقیق نتایج پژوهشهایی است که در محیط مسئله مورد بررسی، انجام شده است. هدف اصلی این مطالعه کتابخانه‌ای، صرفاً مشخص کردن و گردآوری تمام عواملی است که بر مسئله مورد بررسی تأثیر دارد. در این مرحله به هیچ عنوان نباید از عوامل حاصل از نتایج پژوهشهای پیشین، چشم‌پوشی کرد، بلکه باید با رویکرد جامع سعی شود تمام عوامل استخراج گردد.

پس از مشخص کردن عوامل تأثیرگذار در مسئله مورد بررسی به منظور مشخص کردن ابعاد واقعی و حیطه‌های مؤثر بر آن، در گام دوم، اقدام به طبقه‌بندی و دسته‌بندی مفهومی عوامل صورت می‌گیرد. مهمترین هدف در این مرحله، طی مسیری منطقی برای شناخت ابعاد واقعی و حیطه‌های مؤثر بر مسئله است که این موضوع با عنوان تشخیص زیرسیستم‌ها در ادبیات روش‌شناسی پویایی‌های سیستم شناخته می‌شود؛ بنابراین در این مرحله، لایه مفهوم‌سازی سیستم مسئله مورد بررسی، انجام می‌پذیرد.

در گام سوم، بعد از تبیین زیرسیستم‌های مسئله، مبتنی بر نتایج مرور پژوهشهای پیشین، نمودار زیرسیستم‌ها طراحی و ارتباطات بین زیرسیستم‌ها تبیین می‌شود. عموماً در این لایه، ارتباطات بین

زیرسیستم‌ها شامل چهارگونه ارتباط است که عبارت است از: ارتباطات سیاستگذاری و اطلاع رسانی، ارتباطات مالی، ارتباطات نیروی انسانی، ارتباطات جریان کالا و خدمات. بر این اساس، ساختار نمودار زیرسیستم‌های مسئله کامل، و عملاً شمای کلی از مسئله مورد بحث تبیین می‌شود (تیموری و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین، چارچوب نظری در این بخش، مبتنی بر روش‌شناسی پویاییهای سیستم، مرور ادبیات موضوع فرهنگ حجاب و عفاف با هدف مشخص کردن عوامل مؤثر و طبقه‌بندی مفهومی آن به منظور معرفی زیرسیستم‌های مؤثر بر مسئله است.

در این راستا، مبتنی بر عوامل و متغیرهای پژوهشهای پیشین با نگاهی جامع و کل‌نگر، امکان دسته‌بندی مفهومی عوامل وجود دارد که در جدول ۱، دسته‌بندی عوامل و متغیرهای شناسایی شده ارائه شده است. این دسته‌بندی شامل شش بخش کلی است که عبارت است از: محیط تصمیم‌گیری فردی در زمینه رعایت حجاب و عفاف، محیط رفتار جامعه (شامل خانواده و گروه‌های اجتماعی) در برابر موضوع حجاب و عفاف، محیط اثرگذاری رسانه‌ها (غربی و داخلی) بر فرهنگ حجاب و عفاف، محیط اثرگذاری دولت بر رعایت فرهنگ حجاب و عفاف، محیط عوامل آموزشی مؤثر بر ترویج فرهنگ حجاب و عفاف و محیط عوامل اقتصادی مؤثر بر افزایش سهم بازار کالاها و لباسهای اسلامی و غیر اسلامی. در جدول ۲، جمع‌بندی مرور گزیده پژوهشها در ساختار دسته‌بندی ارائه شده نشان داده شده است. شایان ذکر است، دسته‌بندی برداشت شده از عوامل و متغیرهای مشخص شده بر اساس روش‌شناسی پویاییهای سیستم، مبنای شکست پدیده یا سامانه اجتماعی - فرهنگی حجاب و عفاف به زیرسیستم‌های آن خواهد بود که در بخش بعدی ارائه شده است.

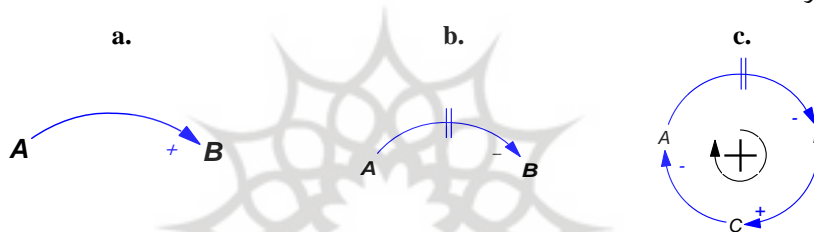
جدول ۱: دسته بندی محیط پژوهشها در ادبیات موضوع (یافته‌های پژوهشگر)

اقتصاد	آموزش	دولت	رسانه		جامعه		تصمیم‌گیری فردی	پژوهش/محیط پژوهش
			خارجی	داخلی	گروه‌های اجتماعی	خانواده		
						✓	✓	اسفندیار و همکاران (۱۳۸۹)
					✓			فاضلیان (۱۳۸۹)
✓	✓					✓	✓	نخعی (۱۳۸۵)
							✓	مسعودی پور (۱۳۸۹)
	✓				✓	✓	✓	نیلچی زاده (۱۳۸۹)
✓		✓	✓	✓		✓	✓	منصوری (۱۳۸۷)
	✓					✓	✓	احمدی و همکاران (۱۳۸۹)
			✓	✓	✓		✓	خواججه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱)
✓			✓	✓				خالد و همکاران (۱۳۹۱)
✓					✓	✓	✓	شارع پور و همکاران (۱۳۹۱)
	✓		✓	✓	✓		✓	عباس زاده و همکاران (۱۳۹۱)
	✓			✓		✓		بهرام زاده و لطفی (۱۳۹۰)
	✓							رهبر (۱۳۹۰)
	✓						✓	طیبی‌نیا و محمدپور (۱۳۹۰)
	✓	✓			✓		✓	مختاریان پور و گنجعلی (۱۳۹۰)
			✓	✓			✓	شورایعالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۸)
	✓	✓			✓	✓	✓	شورایعالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۰)

روش‌شناسی پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، بررسی کل‌نگر نسبت به عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه است. با توجه به غنای مبانی نظری مطالعات و پژوهشهای پیشین، این امکان فراهم است تا با استفاده از روش‌شناسی پویایی‌های سیستم، دید کل‌نگری نسبت به عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف فراهم شود. روش‌شناسی پویایی‌های سیستم، روشی قاعده‌مند برای تحلیل سامانه‌های اقتصادی و اجتماعی با روابط علی و زیربنای منطقی است. در این روش از نمودار زیرسیستم‌ها برای تبیین ساختار و رمز سامانه استفاده می‌شود؛ سپس از حلقه‌های علی برای تبیین

بازخوردهای سامانه به صورت کیفی و با کمانهایی به عنوان ارتباط علی متغیرها استفاده می شود. علامت کمان برابر با علامت تغییرات مثبت (شکل ۱.۱(a)) و منفی (شکل ۱.۱(b)) متغیرها است. هم چنین تأخیر به صورت علامت مساوی روی کمان استفاده می شود (شکل ۱.۱(b)). حلقه به معنی بازگشت اثر هر متغیر به صورت غیر مستقیم از طریق متغیرهای دیگر بر خود است. در حلقه مثبت یا افزایشده، حاصل ضرب علامت کمانها، مثبت و در حلقه منفی یا تعادلی^۲، حاصل ضرب علامت کمانها، منفی است. شکل ۱.۱(c) نشاندهنده حلقه افزایشده با بازخورد تأخیری است (تیموری و همکاران، ۱۳۸۷).

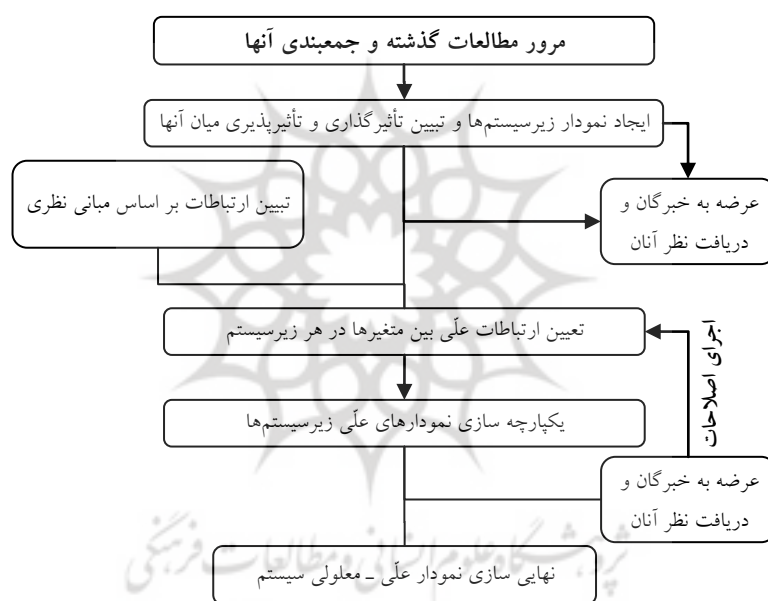


شکل ۱: (a) نشان دادن ارتباط مثبت بین دو متغیر در نمودار علی، (b): نشان دادن ارتباط منفی و تأخیر بین دو متغیر در نمودار علی و (c): چگونگی تشکیل حلقه در نمودار علی

مبتنی بر اصول روش پویاییهای سیستم، مراحل این پژوهش در نمودار شکل ۲ نشان داده شده است. همان طور که در این نمودار ملاحظه می شود، گام اول در این پژوهش، کسب شناخت نسبت به محیط مسئله است که از طریق مرور نتایج تحقیقات پیشین و مشخص کردن عوامل مؤثر بر مسئله به دست می آید. پژوهشگر در این مرحله، بدون هیچ پیش فرضی به شناخت محیط مسئله اقدام می کند. در گام دوم، پس از مشخص کردن عوامل مؤثر، شناسایی زیرسیستمها صورت می پذیرد. پژوهشگر برای این منظور، پس از طبقه بندی و دسته بندی مفهومی عوامل مشخص شده به تبیین زیرسیستمها و ارتباطات بین آنها اقدام می کند. در گام سوم، مبتنی بر نتایج پژوهشهای پیشین، ابتدا مفهوم سازی متغیرها از عوامل مؤثر انجام می شود و در ادامه ارتباطات علی بین متغیرها مورد توجه قرار می گیرد تا از این طریق ساختار و نظام علی - معلولی سیستم مورد بررسی تبیین گردد. در تشکیل ساختار علی متغیرها، لازم است مفهوم سازی متغیرها از عوامل مؤثر صورت پذیرد. این موضوع (مفهوم سازی متغیرها)، یکی از مراحل پیچیده و تخصصی در الگوسازی

1 - Reinforcing
2 - Balancing

سیستمی است که بر اساس درک و شناخت محقق نسبت به ادبیات موضوع ایجاد می‌شود. مبتنی بر ساختار علی به دست آمده، الگوهای رفتاری سیستم مشخص می‌شود (تیموری و همکاران، ۱۳۸۷). در این تحقیق، ابتدا مطالعات و تحقیقات پیشین، مورد بررسی قرار گرفته است؛ سپس نمودار چارچوب کلانی از عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف ترسیم، و در نهایت سازوکار ارتباطات بین عوامل با استفاده از نمودارهای علی^۱ نشان داده شده است.



شکل ۲: فرایند انجام پژوهش

یافته‌ها

چارچوب کلان عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه

مبتنی بر جمع‌بندی بررسی پژوهشهای پیشین، ساختار ششگانه از طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف معرفی شد. بر این اساس، چارچوب کلان از عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف در شکل ۳ ترسیم شده است. با توجه به میزان اثرگذاری هر یک از زیرسیستم‌ها بر فرایند تصمیم‌گیری فرد در رعایت میزان حجاب و عفاف، زیرسیستم‌های شکل ۳

به ترتیب اهمیت عبارت است از تصمیم‌گیری فرد، جامعه، دولت، رسانه، آموزش و اقتصاد. در زیرسیستم تصمیم‌گیری فردی، سه متغیر باورهای مذهبی، آرمان ذهنی و میزان رعایت حجاب مرتبط با حجاب و عفاف هر فرد است. در ابتدا باورهای مذهبی فرد، که در برگیرنده مفهوم عفاف است، شکل می‌گیرد که تحت تأثیر خانواده، آموزش و رسانه‌ها است. هم‌چنین آرمان ذهنی فرد با توجه به باور و وضعیت محیط اجتماعی زندگی فرد به وجود می‌آید؛ سپس، تصمیم‌گیری فرد در نمود ظاهری و عینی حجاب در جامعه، که تحت تأثیر باور و آرمان ذهنی فرد است در ظاهر فرد پیدا می‌شود که میزان پوشش و سطح حجاب فرد را نشان می‌دهد.

در زیرسیستم جامعه، جامعه مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف فرد در دو دسته خانواده و گروه‌های اجتماعی تقسیم می‌شود. نقش خانواده در ساختن الگوی مطلوب ذهنی فرد و میزان حجاب او بسیار پررنگ است و گروه‌های اجتماعی جامعه به گروه‌های مرجع، مردمی، همسالان و گروه‌های مذهبی تقسیم می‌شود.

در زیر سیستم رسانه، رسانه‌های مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف فرد نیز به دو دسته رسانه داخلی و رسانه خارجی تقسیم‌بندی می‌شود. هم‌چنین رسانه‌های داخلی کشور به دو دسته رسانه‌های دولتی و خصوصی تقسیم‌بندی می‌شود. رسانه‌های دولتی کاملاً در اختیار سیاستهای دولتی است و بر اساس خواسته‌های دولت برنامه‌های خود را تنظیم می‌کند. رسانه خارجی نیز جزئی از جامعه خارجی است و الگوهای رفتاری خود را از فرهنگ غربی می‌گیرد.

زیرسیستم دولت و حکومت، متولی اصلی توسعه فرهنگ در جامعه است. در این حالت، دولت قوانین شرعی و مدنی را مطابق با ارزشها به مرحله اجرا می‌گذارد.

در زیرسیستم آموزش هم‌زمانند زیرسیستم رسانه، سامانه آموزش به دو بخش آموزش دولتی و آموزش خصوصی تقسیم می‌شود که دولت با تخصیص بودجه و اعمال سیاستها بر انتقال ارزشها از طریق آموزش دولتی اثرگذاری دارد.

در زیرسیستم اقتصاد، موضوع رفاه جامعه، رفاه گروه‌های اجتماعی و رفاه خانواده مطرح می‌شود که سطح رفاه خانواده با وضع اقتصادی خانواده رابطه تنگاتنگی دارد.

در زیرسیستم تصمیم‌گیری فردی، ارزشها از طریق زیرسیستم‌های جامعه (خانواده و گروه‌های اجتماعی)، دولت، رسانه‌ها و آموزش به فرد انتقال می‌یابد. تضاد میان اعتقادات هر کدام از این زیرسیستم‌ها باعث ایجاد بحران هویتی در فرد می‌شود. مهمترین پیامد این پدیده، باورهای اعتقادی ضعیف، عدم آگاهی نسبت به ارزشهای واقعی جامعه و تأثیرپذیر بودن نسبت به فرهنگهای مهاجم

است (اسفندیار و همکاران، ۱۳۸۹؛ احمدی و همکاران، ۱۳۸۹).

یکی از مهمترین نهادهای مؤثر بر حجاب فرد در جامعه در زیر سیستم جامعه، نهاد خانواده است. خانواده با استفاده از تنبیه‌ها و تشویق‌ها می‌تواند بر سطح پوشش فرد و با تأخیر بر آرمان ذهنی فرد تأثیر مثبت یا منفی بگذارد (نخعی، ۱۳۸۵؛ احمدی و همکاران، ۱۳۹۱). هم‌چنین در بخش گروه‌های اجتماعی هر یک از گروه‌های مرجع، مردمی، همسالان و گروه‌های دینی و اعتقادی می‌تواند ارزشی و یا ضد ارزشی باشد. افراد جامعه با توجه به علاقه و باورها، گروه مرجع را انتخاب می‌کند که هر کدام از گروه‌ها، الگوی رفتاری خاص خود را دارد که در شکل‌گیری آرمان ذهنی و میزان حجاب فرد مؤثر است. فرد پس از ورود به جامعه با توجه به نیازهایش با هر کدام از گروه‌ها ارتباط برقرار می‌کند. در این حالت، تفاوت میان میزان حجاب فرد با گروه‌ها در تضعیف باورها و آرمانهای ذهنی فرد در بلندمدت تأثیرگذار می‌شود (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).

در زیرسیستم دولت، دولت وظیفه مقابله با هجوم فرهنگهای بیگانه به فرهنگ کشور را نیز بر عهده دارد. در تمامی زیرسیستم‌ها، دولت حق سیاستگذاری و اجرای سیاست را دارد. حال اگر حکومت، دینی باشد، عملکرد دولت، معیار و الگوی افراد جامعه به شمار می‌آید و افراد در صورت مشاهده رفتارهای مغایر با ارزشهای دینی از نهادهای تأثیرگذار به ارزشها بدین می‌شوند و آرمان ذهنی و باور آنها تضعیف خواهد شد. هم‌چنین دولت از طریق سیاستهای کنترلی و نظارتی بر رسانه‌های داخلی نظارت می‌کند و از گسترش استفاده از رسانه‌های خارجی جلوگیری می‌کند. در ارتباط با گروه‌های اجتماعی، دولت با نظارت بر رفتار گروه‌های مرجع داخلی و برخورد با گروه‌های ضد ارزشی در جامعه سعی در کنترل آنها دارد. دولت در زمینه آموزش با اعمال سیاستهای انتقال ارزشهای اسلامی - ایرانی به مدارس و مراکز آموزشی و تخصیص بودجه به آنها سعی در افزایش ترویج و انتقال ارزشها از طریق آموزش دارد. سرانجام در صورت عملکرد بد فرد در زمینه حجاب، دولت سیاستهای تنبیهی و کنترلی خود را بر فرد اعمال خواهد کرد. علاوه بر این، فرد در صورت مشاهده رفتارهای خلاف اخلاق و ارزشها از متولیان دولتی، تأثیر منفی قابل توجهی از این موضوع خواهد پذیرفت (منصوری، ۱۳۸۷ و مختاریان پور و گنجعلی، ۱۳۹۱؛ شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰).

در زیرسیستم رسانه، استفاده از رسانه‌ها در نهادهای مختلف اجتماعی بویژه خانواده می‌تواند بر شکل‌گیری باورهای افراد تأثیرگذار باشد. رسانه‌های خصوصی، که در ایران بیشتر به صورت

مکتوب است، نیز به عنوان عامل دیگر بر آرمان ذهنی فرد مؤثر است (افشانی و زارعان، ۱۳۹۲؛ بهرام زاده و لطفی، ۱۳۹۰).

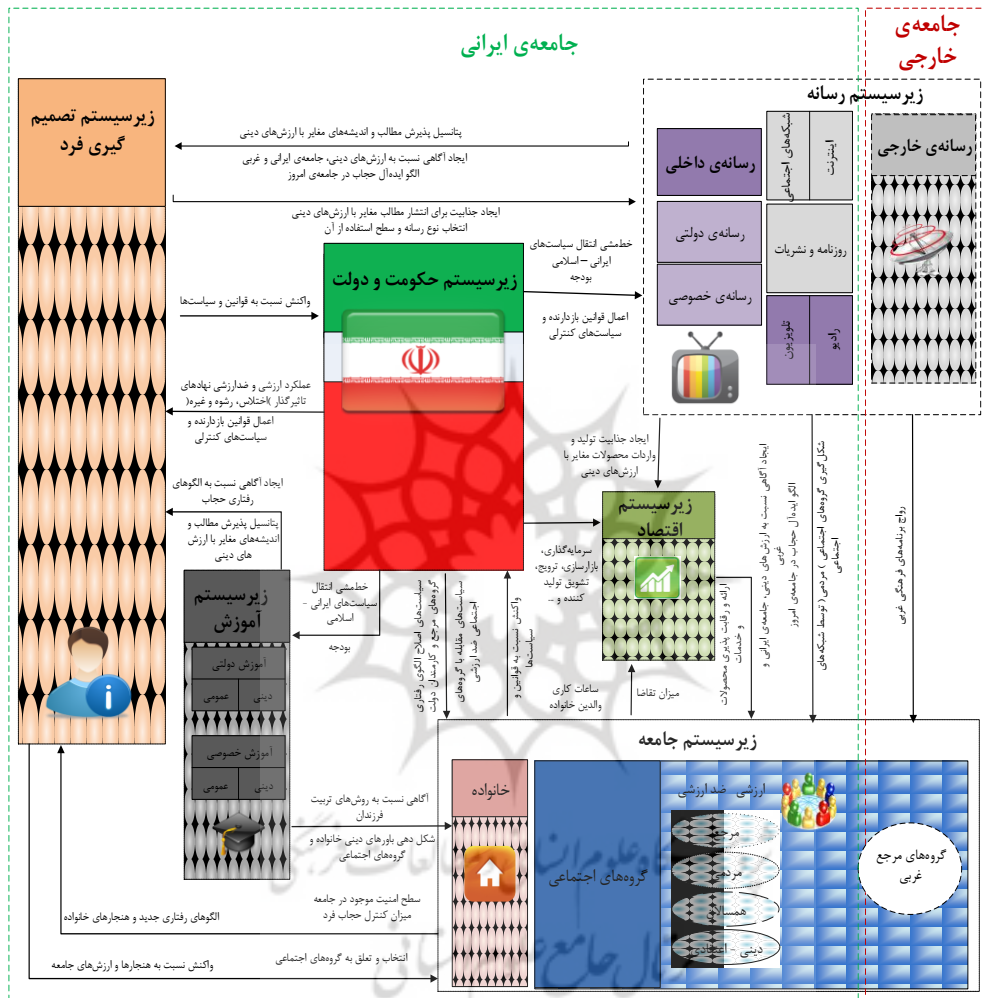
رسانه‌های خارجی همانند رسانه‌های داخلی بر باورها و آرمان ذهنی افراد جامعه مؤثر هستند (صفاوردی، ۱۳۸۹). رسانه‌های خارجی با روشهایی همچون رواج ناهنجاریهای فرهنگی و معرفی گروه‌های مرجع غربی، سعی در تغییر فرهنگ کشور به سمت فرهنگ مادیگرا و ضد ارزشی دارند. رسانه خارجی با تنوع بسیار زیاد شبکه‌های تلویزیونی، ماهواره‌ای، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به دنبال ایجاد فاصله میان باورها و آرمان ذهنی افراد و ارزشهای دینی است (خسروانی، ۱۳۹۳؛ خالد و همکاران، ۱۳۹۱).

در زیرسیستم آموزش، موضوع آموزش فرهنگ حجاب و عفاف در آموزش دولتی (مدارس و دانشگاه‌ها) مورد توجه است (رهبر، ۱۳۹۰). هم‌چنین آموزشهای خصوصی نیز در زیرسیستم آموزش مورد توجه است که آموزشهای خصوصی در دو بخش دینی و عمومی است. فضاهای آموزش عمومی، محفل ترویج فضای عملی و نمود ظاهری فرهنگ حجاب و عفاف است؛ اما فضاهای آموزش دینی خصوصی، محفل تبلیغ باورها و آرمانهای مذهبی است که مقوم فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه می‌شود (نیلچی‌زاده، ۱۳۸۹؛ نخعی، ۱۳۸۵).

در زیرسیستم اقتصاد نیز سطح رفاه (جامعه، گروه‌های اجتماعی و خانواده)، رقابت‌پذیری محصولات مرتبط و سهم تولید و عرضه پوشاک و لباس مطابق با الگوی ایرانی - اسلامی بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف مؤثر است (نخعی، ۱۳۸۵؛ منصور، ۱۳۸۷؛ شارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۱؛ خالد و همکاران، ۱۳۹۱).

جدول ۲: عوامل احصا شده حاصل از مرور پژوهشهای پیشین در هر زیرسیستم (یافته‌های محقق)

عوامل احصا شده	زیرسیستم	
شکاف بین ارزش‌های انتقالی دولت و خانواده میزان انطباق باورهای فرد با ارزش‌های دینی فاصله از ارزش‌های دینی خانواده میزان پیروی فرد از گروه‌های مرجع میزان انطباق آرمان ذهنی فرد با ارزش‌های دینی جامعه میزان حجاب فرد میزان اثرگذاری عوامل مختلف بر حجاب فرد میزان آگاهی از ارزش‌های جامعه موقعیت اجتماعی فرد میزان اثرپذیری فرد از عوامل موثر	تصمیم‌گیری فرد	
میزان انتقال ارزش‌های دینی از خانواده به فرد سطح بازدارندگی خانواده نسبت به حجاب فرد هنجارهای خانواده در مورد حجاب شرایط اقتصادی خانواده (ساعات کاری، درآمد و...) استحکام خانوادگی	خانواده	
سطح انطباق الگوی رفتاری گروه‌های اجتماعی با ارزش‌های دینی جذابیت گروه‌های ارزشی و ضد ارزشی سطح انطباق الگوی رفتاری گروه‌های مرجع با ارزش‌های دینی میزان اثرگذاری فرهنگی ساکنین غیر بومی	گروه‌های اجتماعی (ارزشی و ضد ارزشی و غربی)	
سطح سیاست‌های دولت برای انتقال ارزش‌های دینی به فرد سطح مطلوب حجاب برای افراد از منظر حکومت میزان پیاده‌سازی طرح‌های کنترلی حجاب افراد توسط دولت سطح قوانین دولت برای کنترل کردن گروه‌های انتقال دهنده‌ی ارزش‌ها برای فرد و دیگر افراد جامعه	حکومت و دولت	
میزان اثرگذاری بر آرمان ذهنی فرد از حجاب میزان اطلاع رسانی نسبت به فرهنگ ایرانی - اسلامی اطلاع رسانی نسبت به قوانین و هنجارها معرفی گروه‌های مرجع داخلی	رسانه داخلی (دولتی و خصوصی)	
میزان اثرگذاری بر آرمان ذهنی فرد از حجاب میزان اطلاع رسانی نسبت به فرهنگ غربی رواج ناهنجاری‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی معرفی گروه‌های مرجع غربی	رسانه خارجی	
میزان اثرگذاری بر آرمان ذهنی فرد از حجاب میزان اطلاع رسانی نسبت به فرهنگ غربی حجم ارزش‌های انتقالی گروه‌های آموزشی میزان اطلاع رسانی نسبت به فرهنگ بومی - اسلامی	آموزش (دولتی و خصوصی) (آموزش‌های دینی و عمومی)	
سطح رفاه (جامعه، گروه‌های اجتماعی و خانواده) رقابت پذیری محصولات مرتبط سهم تولید و عرضه‌ی پوشاک و مد و لباس مطابق با الگوی ایرانی - اسلامی	اقتصاد	



شکل ۳: زیرسیستم‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ و حجاب در جامعه

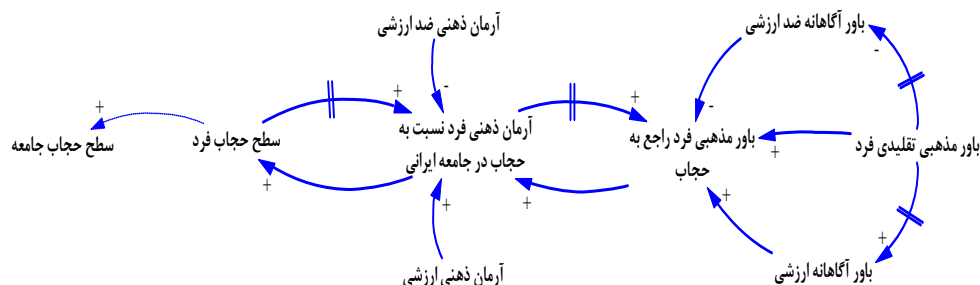
حلقه‌های رفتاری شناسایی شده در سامانه فرهنگ حجاب و عفاف جامعه

بررسی سیستمی مطالعات و تحقیقات پیشین علاوه بر اینکه چارچوب کلان عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ حجاب و عفاف را تبیین می‌کند، ارتباطات و تعاملات دو سویه عوامل مؤثر بر فرهنگ حجاب و عفاف و حلقه‌های رفتاری در زمینه توسعه فرهنگ حجاب و عفاف را نیز نشان می‌دهد؛ که این حلقه‌ها نشان‌دهنده رفتارهای درون سامانه بین عوامل مختلف در حوزه‌های

اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، آموزشی و سیاسی است. برخی حلقه‌های رفتاری، تشدیدکننده فرهنگ حجاب و عفاف، و برخی حلقه‌های رفتاری، تضعیف‌کننده فرهنگ حجاب و عفاف است. تبیین حلقه‌های رفتاری، مهمترین یافته در این تحقیق است که مبتنی بر حلقه‌های شناسایی شده، این امکان را فراهم می‌سازد تا سیاستهای اتخاذ شده در نقشه مهندسی فرهنگی کشور در زمینه توسعه فرهنگ حجاب و عفاف ارزیابی شود.

۱ - حلقه‌های رفتاری در زیرسیستم تصمیم‌گیری فرد

بر اساس شکل ۳، باور مذهبی تقلیدی فرد در دوران کودکی از تربیت خانواده و آموزشهای داده شده به او شکل می‌گیرد. این نوع باور پس از اینکه فرد توان تصمیم‌گیری و انتخاب در مسائل دینی را پیدا کرد، به باور آگاهانه تبدیل می‌شود ولی تا قبل از آن به طور مستقیم به باور مذهبی فرد نسبت به حجاب تبدیل می‌شود. اگر رفتارها و محتوای آموزش خانواده و مدارس در راستای ارزشهای دینی باشد، باور تقلیدی به باور آگاهانه ارزشی تبدیل می‌شود که این باور نیز افزایش باور مذهبی فرد را به دنبال خواهد داشت. باور تقلیدی، که از ارزشها و آموزه‌های دینی تهی باشد، به باور آگاهانه ضد ارزشی تبدیل می‌شود که باعث کاهش باور مذهبی فرد می‌شود (مسعودی پور، ۱۳۸۹؛ طیبی‌نیا و محمدپور، ۱۳۹۰). افزایش باور مذهبی فرد درباره حجاب به افزایش آرمان ذهنی ارزشی و کاهش آرمان ذهنی ضد ارزشی منجر می‌گردد که در نهایت افزایش آرمان ذهنی فرد نسبت به حجاب در جامعه ایرانی را به دنبال خواهد داشت. متغیر سطح حجاب فرد نیز با افزایش آرمان ذهنی فرد افزایش و با کاهش این آرمان کاهش پیدا می‌کند. از سطح حجاب به آرمان ذهنی و از آرمان ذهنی به باور مذهبی فرد، رابطه دیگری نیز وجود دارد. آرمان ذهنی بر اثر زیرسیستم‌های دیگر تغییر می‌کند؛ اما باور مذهبی فرد ثابت و بدون تغییر است. در اثر گذر زمان و ماندگاری این تغییر، باور مذهبی از آرمان ذهنی تأثیر می‌پذیرد به گونه‌ای که افزایش آرمان ذهنی، افزایش باور مذهبی و کاهش آرمان ذهنی کاهش باور مذهبی را به دنبال خواهد داشت. همین رابطه بین سطح حجاب و آرمان ذهنی فرد نیز برقرار است. نمود سطح حجاب فرد در جامعه از طریق ترویج لباس و محصولات مرتبط با آن به مفهوم سطح حجاب جامعه تبدیل می‌شود (مسعودی پور، ۱۳۸۹؛ بابایی و اکبری، ۱۳۹۳).



شکل ۴: حلقه‌های رفتاری در زیرسیستم تصمیم‌گیری فرد

۲ - حلقه‌های رفتاری مرتبط با زیرسیستم آموزش

آموزش به عنوان یکی از اصلی‌ترین نهادهای اثرگذار بر باور، شخصیت و رفتار افراد جامعه شناخته می‌شود. آموزش در ابتدای زندگی هر فرد، پررنگترین تأثیر را در شکل‌گیری باورهای ذهنی دارد. در سالهای بالاتر، آموزش بیشتر بر شخصیت و رفتار فرد در جامعه اثرگذار خواهد بود (رهبر، ۱۳۹۰).

۱-۲- اثرگذاری برنامه‌های عملیاتی حجاب و عفاف آموزشگاه‌ها در فضای آموزشی بر سطح حجاب

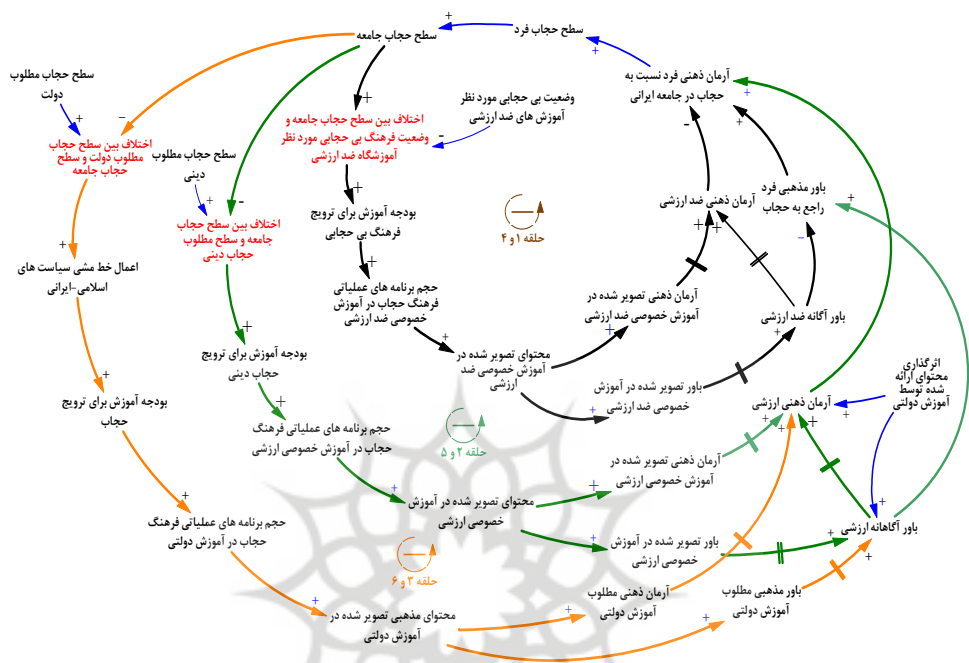
در شکل ۵، حلقه‌های ۱ و ۴ بیانگر رفتار آموزشگاه‌های خصوصی ضد ارزشی به منظور گسترش فرهنگ بی‌حجابی و خنثی‌سازی برنامه‌های فرهنگی ارزشی است که با آموزشهای دولتی و خصوصی ارزشی ارائه می‌شود. حلقه‌های ۲ و ۵ بیانگر فعالیت آموزشگاه‌های خصوصی ارزشی به منظور ترویج فرهنگ حجاب و عفاف در سطح جامعه است. آنچه در آموزشگاه‌های خصوصی ارزشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، رساندن سطح حجاب جامعه به سطح حجاب مطلوب و مورد پذیرش در دین و احکام اسلامی است (نخعی، ۱۳۸۵، نیلچی زاده، ۱۳۸۹، بهرام زاده و لطفی، ۱۳۹۰). حلقه‌های ۳ و ۶ نیز عملکرد دولت را در برابر تفاوت سطح حجاب جامعه با سطح حجاب مطلوب دولت نشان می‌دهد. به دلیل ساختار دینی حکومت و جامعه، سطح حجاب مطلوب دولت مبتنی بر نظر علمای دینی جامعه است؛ با وجود این ملاحظات حکومتری در تعامل با افراد جامعه نیز بر سطح حجاب مطلوب دولت مؤثر است. بنابراین علاوه بر نظر علمای دینی، مجموعه دولت نیز از نظر کارشناسی مرتبط با جامعه‌شناسی و روانشناسی رفتار حجاب در بین افراد جامعه بهره‌برداری، و در برخی موارد از نظر کارشناسی مخصوص به خود در موضوع حجاب و عفاف

استفاده می‌کند. بر این اساس، مجموعه دولت پس از گرفتن بازخورد از وضعیت حجاب جامعه و بررسی میزان تفاوت آن با سطح مطلوب به تدوین خط‌مشی‌ها و سیاست‌های ترویج الگوی فرهنگی اسلامی - ایرانی اقدام می‌کند و متناسب با خط‌مشی‌های انتخاب شده، بودجه آموزش برای ترویج فرهنگ حجاب و عفاف شکل می‌گیرد و مبتنی بر آن، حجم برنامه‌های عملیاتی برای توسعه آموزش دولتی تدوین می‌شود (غلامی، ۱۳۹۲).

هم‌چنین در زمینه آموزش‌های دولتی لازم است به میزان اثربخشی آموزش‌های دولتی توجه ویژه‌ای شود؛ چراکه رفتارهای نامناسب و در برخی موارد ضد ارزشی مریبان و یا محیط‌های آموزشی دولتی، مهمترین عامل در کاهش اثربخشی آموزش‌های دولتی است (نیلچی زاده، ۱۳۸۹؛ بهرام زاده و لطفی، ۱۳۹۰).

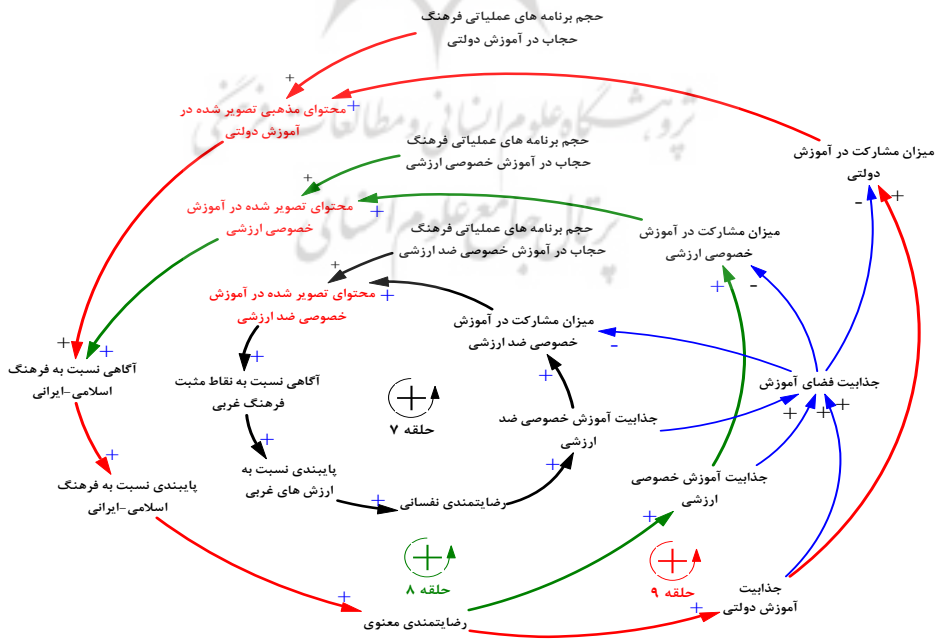
۲-۲- فرایند انتخاب نوع آموزش توسط افراد جامعه

فرایند انتخاب نوع آموزش توسط افراد جامعه در شکل ۶ نشان داده شده است. در این شکل حلقه ۷ بیانگر این واقعیت است که شیوع و ترویج نقاط مثبت فرهنگ غربی، می‌تواند به عنوان یک عامل اثرگذار برای افزایش جذابیت آموزش‌های خصوصی ضد ارزشی باشد. حلقه شماره ۸ نشانگر توسعه آموزش‌های خصوصی ارزشی مبتنی بر ایجاد فضای آرامش‌بخش اعتقادی برای مخاطبان است که با حضور در محیط‌های آموزشی ارزشی با افزایش سطح شناخت و آگاهی نسبت به معارف دینی، استحکام باورهای مذهبی مخاطبان به وجود می‌آید که در نهایت سبب افزایش پایبندی مخاطبان نسبت به ارزش‌های دینی فرهنگ حجاب و عفاف می‌گردد (نیلچی زاده، ۱۳۸۹). حلقه ۹ نیز بیانگر عملکرد آموزش‌های دولتی در جذب مخاطبان است.



شکل ۵: اثرگذاری برنامه‌های عملیاتی فرهنگ حجاب و عفاف آموزشگاه‌ها در فضای آموزشی بر سطح

حجاب با تغییر در آرمان ذهنی و باور مذهبی فرد



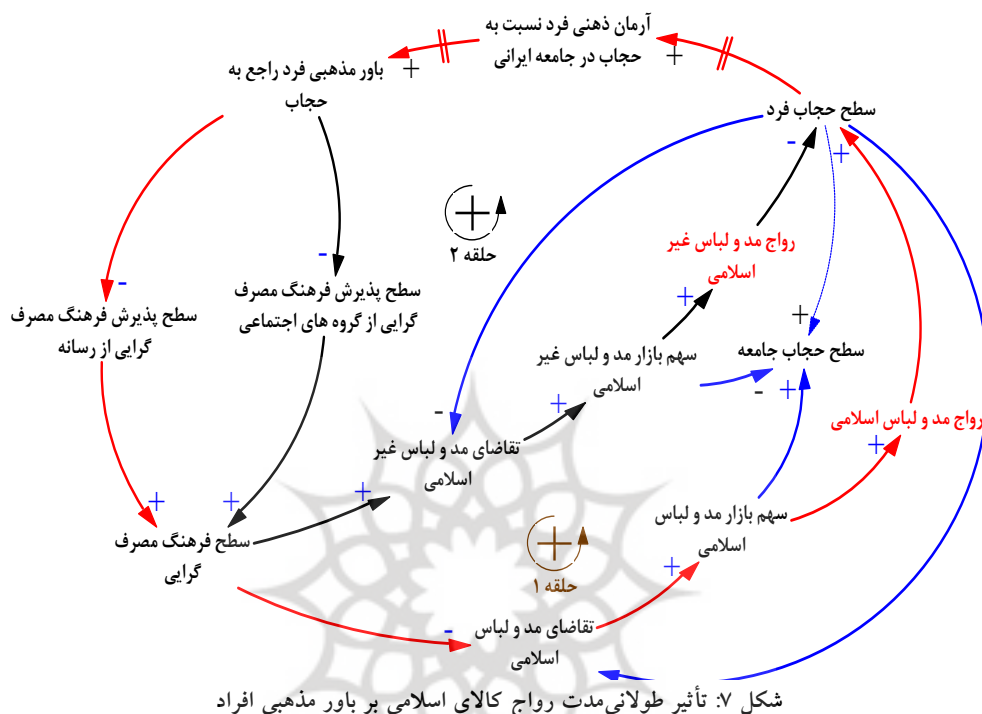
شکل ۶: فرایند انتخاب آموزش مورد نظر توسط افراد مختلف جامعه

۳ - حلقه‌های رفتاری مرتبط با زیرسیستم اقتصاد

۳-۱- تأثیر طولانی مدت رواج مد و لباس اسلامی و غیر اسلامی بر باور مذهبی افراد

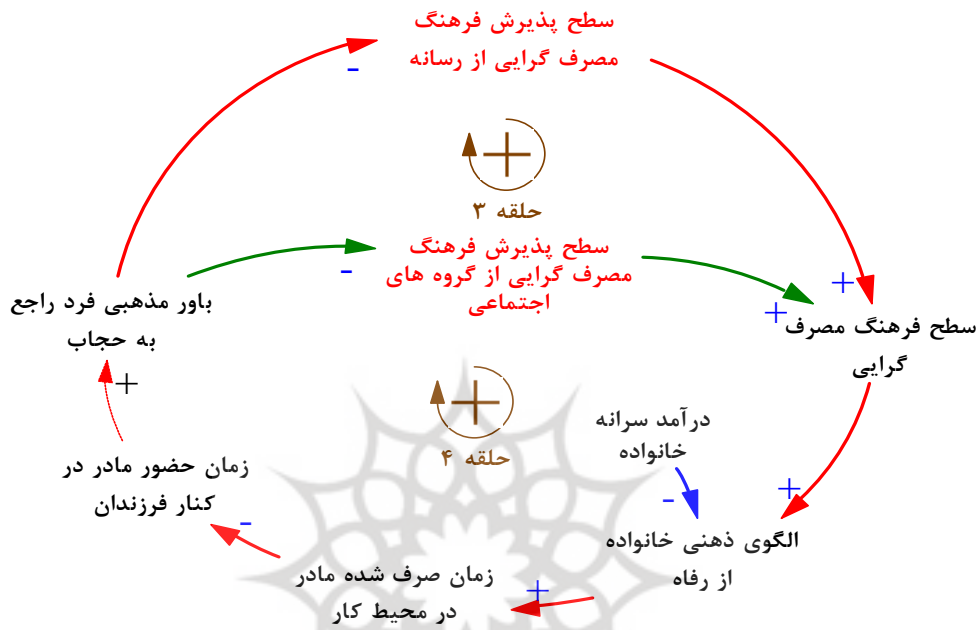
شکل ۷ تأثیر طولانی مدت رواج کالای اسلامی را بر باور مذهبی افراد نشان می‌دهد. حلقه ۱ از این شکل تأثیر بلندمدت رواج لباسهای اسلامی را بر ارتقای آرمان ذهنی و باورهای مذهبی افراد نشان می‌دهد. حلقه ۲ بیانگر دینامیک اثرگذاری رواج لباسهای غیر اسلامی بر کاهش سطح حجاب در جامعه است. تنوع در لباسهای غیر اسلامی مهمترین عامل برای رواج و شیوع آن در سطح جامعه است و این در حالی است که لباسهای اسلامی تنوع لازم را ندارد. بنابراین لباسهای غیر اسلامی ذائقه مصرف کنندگان را تغییر می‌دهد (بابایی و اکبری، ۱۳۹۳؛ احمدی و همکاران، ۱۳۸۹). از سوی دیگر، شیوع لباسهای غیر اسلامی، سبب عادی شدن مصرف این گونه لباسها در سطح جامعه می‌شود. با مرور زمان ضمن کاهش سطح حجاب جامعه، آرمانهای ذهنی و باورهای مذهبی افراد جامعه نیز نسبت به مرزها و حریمهای فرهنگ حجاب و عفاف تضعیف می‌شود و سطح اثرپذیری افراد جامعه از فرهنگ مصرف گرایی به دلیل تنوع گسترده این گونه لباسها افزایش می‌یابد. تعامل این دو حلقه، تبیین کننده موضوع عادی شدن رفتارهای ظاهری افراد جامعه و اثرگذاری آن بر عمق باورها و آرمانهای ذهنی است که سبب می‌شود رفتار نهایی جامعه به سمت بی‌حجابی و یا ارتقای فرهنگ حجاب و عفاف کشیده شود (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹؛ بهرام زاده و لطفی، ۱۳۹۰؛ مختاریان پور و گنجعلی، ۱۳۹۰).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



۳-۲- تأثیر الگوی ذهنی خانواده از رفاه بر باور مذهبی افراد

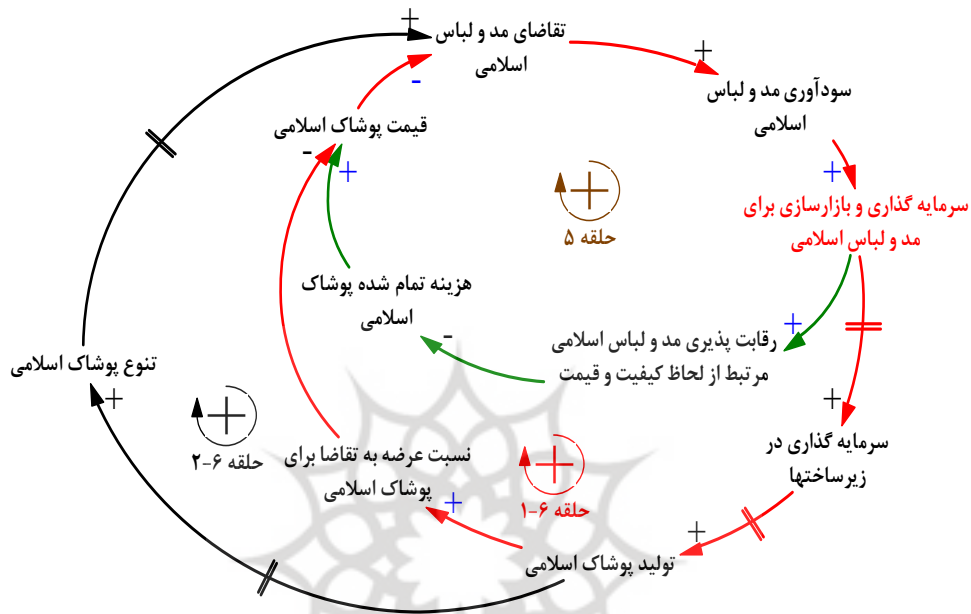
شکل ۸ تأثیر الگوی ذهنی خانواده را از رفاه بر باور مذهبی افراد نشان می‌دهد. در حلقه ۳ با افزایش سطح پذیرش فرهنگ مصرف‌گرایی، الگوی ذهنی خانواده از سطح رفاه و معیشت اقتصادی تغییر پیدا می‌کند و خانواده انتظار افزایش سطح رفاه خانوادگی را دارد که در نتیجه زمان صرف شده والدین در محیط کار افزایش می‌یابد و در پی آن، زمان حضور والدین در کنار فرزندان کاهش می‌یابد و همین سبب می‌شود تا انتقال مفاهیم ارزشی به فرزندان بدرستی انجام نشود (منصوری، ۱۳۸۷؛ خواجه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۱). حلقه ۴ اثرگذاری بین نسلی موضوع مصرف‌گرایی از گروه‌های اجتماعی را در تبادل اطلاعاتی بین خانواده‌ها و فرزندان ارائه می‌کند. خانواده‌ای که تحت تأثیر فرهنگ مصرف‌گرایی ترویج شده در رسانه‌های غربی و گروه‌های اجتماعی است، نمی‌تواند انتظار داشته باشد که فرزندان آنها نیز تحت تأثیر این موضوع نباشند. این همان چرخه معیوبی است که به صورت بین نسلی ادامه پیدا می‌کند تا به صورت طبیعی، فرهنگ حجاب و عفاف در درازمدت در جامعه تضعیف شود (ماه‌پیشانیان، ۱۳۸۹؛ بهرام‌زاده و لطفی، ۱۳۹۰).



شکل ۸: تأثیر الگوی ذهنی خانواده از رفاه بر باور مذهبی افراد

۳-۳- تأثیر سودآوری بازار لباسهای اسلامی بر رواج آن

شکل ۹ روابط علی و معلولی و تأثیر مستقیم سودآوری بازار لباسهای اسلامی را بر رواج آن در جامعه نشان می‌دهد. در این شکل طبق حلقه‌های ۵، ۶-۱ و ۶-۲ در صورتی که سرمایه‌گذاری و بازارسازی برای لباسهای اسلامی صورت پذیرد در نهایت سودآوری بازار افزایش می‌یابد و با زمانی تأخیر، انگیزه‌های اقتصادی برای سرمایه‌گذاری بیشتر ایجاد می‌شود که این موضوع در نهایت به رواج بیشتر لباسهای اسلامی منجر می‌شود (بابایی و اکبری، ۱۳۹۳).

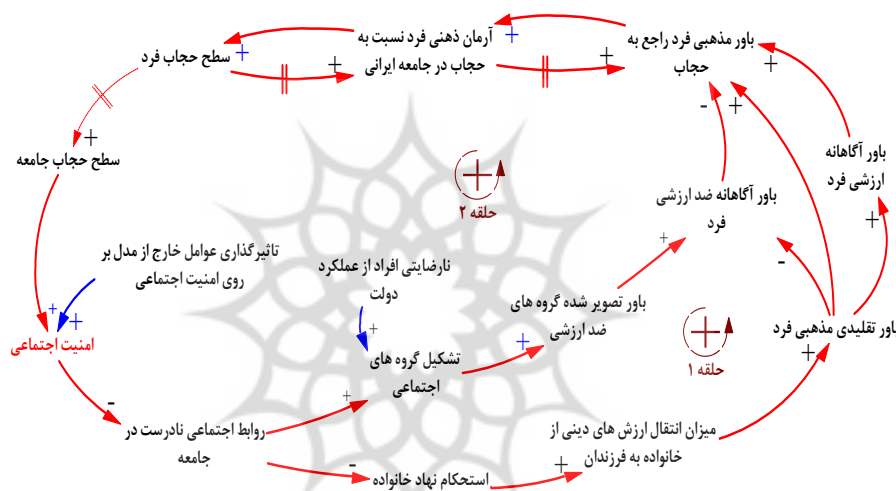


شکل ۹: روابط علی و معلولی رابطه مستقیم و مثبت سودآوری و تقاضا در لباسهای اسلامی

۳-۴ - نقش تبلیغات در سودآوری بازار لباسهای اسلامی و غیر اسلامی

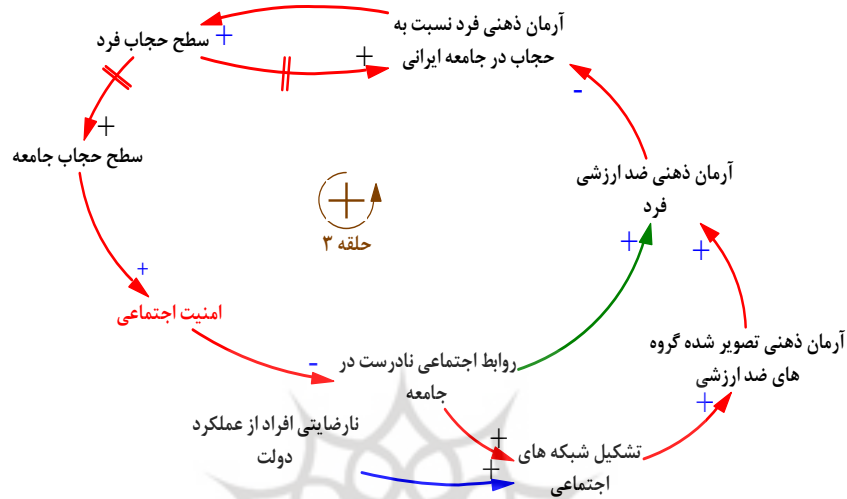
همان گونه که از حلقه های ۷ و ۸ شکل ۱۰ مشاهده می شود، عملاً تبلیغات برای توسعه بازار لباسهای اسلامی علاوه بر تبلیغ آنها، باید ابتدا با تبلیغات فرهنگ مصرفگرایی مقابله کند تا بتواند بستر لازم برای اثربخشی تبلیغات لباسهای اسلامی را فراهم کند (نخعی، ۱۳۸۵؛ خالد و همکاران، ۱۳۹۱).

۴-۲- تأثیر متقابل امنیت اجتماعی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی بر یکدیگر در حلقه ۲ از شکل ۱۱ مشابه حلقه پیشین، اثر بلندمدت ناشی از کاهش امنیت اجتماعی بر باورهای دینی نسل آینده و سطح حجاب آن را نشان می‌دهد. در این حالت به دلیل افت امنیت اجتماعی، باورهای ارائه شده در شبکه‌های اجتماعی جایگزین باورهای ارزشی می‌شود (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹؛ منصور، ۱۳۸۷).



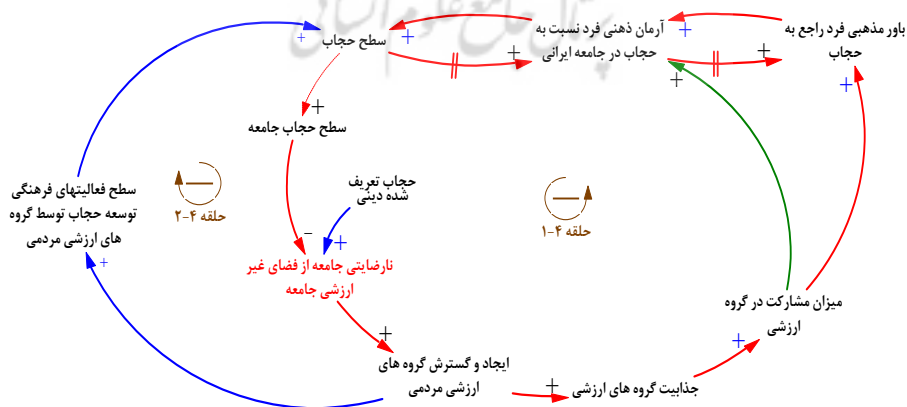
شکل ۱۱: تأثیر متقابل امنیت اجتماعی و شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی بر باور دینی افراد جامعه

هم‌چنین طبق حلقه ۳ از شکل ۱۲ گسترش روابط اجتماعی ناهنجار و شبکه‌های اجتماعی علاوه بر اثرگذاری بر باورهای دینی افراد نسبت به فرهنگ حجاب و عفاف، آرمانهای ذهنی افراد نسبت به فرهنگ حجاب و عفاف را تغییر می‌دهد و آرمانهای ذهنی ارزشی را سست و تضعیف می‌کند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹؛ پورنقادی، ۱۳۹۲).



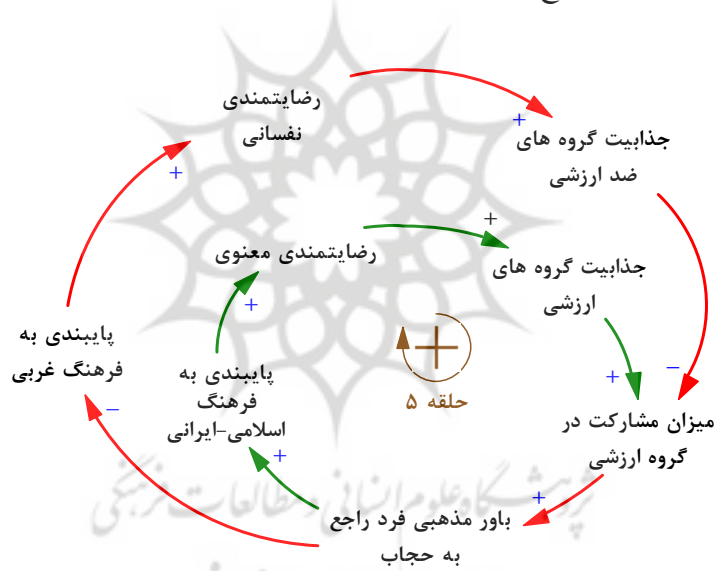
شکل ۱۲: تأثیر متقابل امنیت اجتماعی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی بر آرمان ذهنی افراد جامعه

۴-۳- واکنش مردم نسبت به کاهش سطح حجاب جامعه و افزایش جذابیت گروه‌های ارزشی در حلقه ۴ از شکل ۱۳ با گسترش فضای بی‌حجابی و بی‌عفتی در جامعه، انگیزه‌های دینی افراد جامعه سبب ایجاد و گسترش گروه‌های ارزشی مردمی در سطح جامعه می‌شود که توسعه آن سبب پایبندی بیشتر افراد به ارزشها می‌شود و در نهایت سطح حجاب آنها را ارتقا می‌دهد (نخعی، ۱۳۸۵؛ شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۸؛ زین‌آبادی، ۱۳۸۶).



شکل ۱۳: واکنش مردم نسبت به کاهش سطح حجاب جامعه

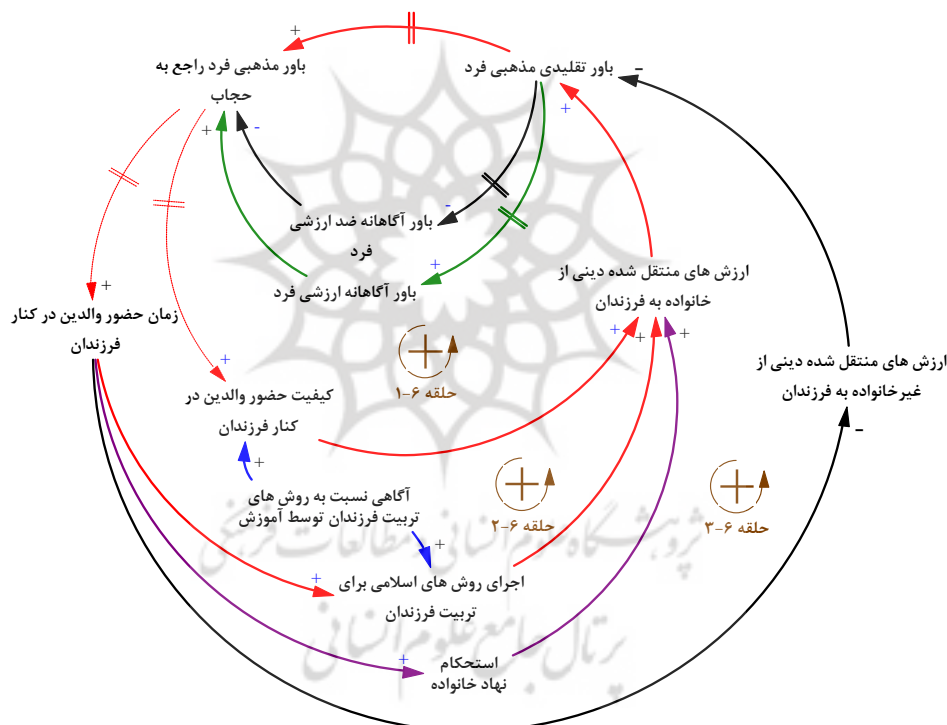
۴-۴- تاثیر متقابل جذابیت گروه‌های اجتماعی ارزشی و ضد ارزشی بر باورهای دینی در حلقه ۵ از شکل ۱۴ افراد جامعه به دلیل قرار گرفتن در فضای فعالیت گروه‌های ارزشی و ضد ارزشی از وضع فرهنگی فضای فعالیت گروه‌های ارزشی و ضد ارزشی تأثیر می‌گیرند. حضور در فضای فعالیت گروه‌های ارزشی موجب تقویت باورهای دینی افراد می‌شود که در نتیجه آن، پایبندی بیشتر به فرهنگ ایرانی - اسلامی و رضایتمندی معنوی را برای مخاطبان ایجاد می‌کند. بر این اساس، جذابیت بیشتر برای حضور بیشتر در گروه‌های ارزشی به وجود می‌آید (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۸؛ شارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).



شکل ۱۴: تاثیر متقابل جذابیت گروه‌های ارزشی و ضد ارزشی بر باورهای دینی

۴-۵- نقش والدین در شکل‌گیری باور دینی فرد نسبت به حجاب حلقه‌های ۶-۱ و ۶-۲ در شکل ۱۵، تأثیرگذاری والدین را بر باورهای فرزندان نشان می‌دهد. این تأثیرگذاری بر اساس کیفیت حضور و زمان حضور والدین در خانواده است. در صورتی که والدین زمان مناسبی را برای حضور در خانواده تخصیص دهند، زمان مساعدی را برای اجرای روشهای اسلامی تربیت فرزندان خواهند داشت و از سوی دیگر، نهاد خانواده نیز از استحکام بیشتری برخوردار می‌شود. بنابراین با زمان حضور بیشتر والدین، امکان انتقال ارزشهای دینی و مذهبی فراهم است؛ با وجود این، تنها زمان حضور والدین در خانواده اهمیت ندارد، بلکه کیفیت

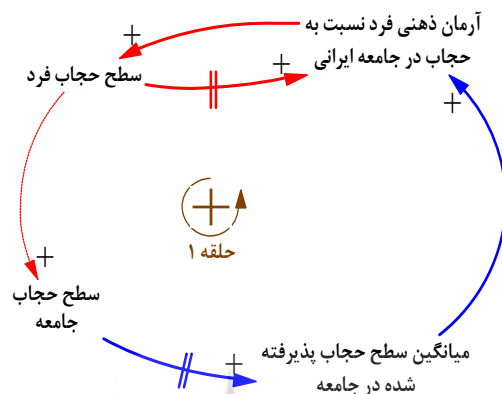
حضور والدین در خانواده نیز بسیار اهمیت دارد. منظور از کیفیت حضور والدین در خانواده، میزان اثرگذاری خانواده بر رفتارهای فرزندان است (نخعی، ۱۳۸۵؛ نیلچی زاده، ۱۳۸۹؛ شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰؛ سیاح ورگ و همکاران، ۱۳۹۲). در کنار تأثیر والدین بر باورهای دینی فرزندان، لازم است به پویایی ناشی از تأثیرپذیری باورهای دینی فرزندان از فضای غیر خانواده نیز توجه شود که این موضوع در حلقه‌های قبلی نشان داده شده است (بهرام زاده و لطفی، ۱۳۹۰).



شکل ۱۵: نقش تربیتی والدین در شکل‌گیری باور دینی فرزندان

۴-۶- عرف شدن وضعیت حجاب و تاثیر آن بر آرمان فرد

حلقه ۱ از شکل ۱۶ عرف شدن وضعیت حجاب جامعه و تأثیر آن را بر آرمان ذهنی افراد نشان می‌دهد. جامعه خود به عنوان بزرگترین گروه اجتماعی، که تک‌تک افراد جامعه در آن عضو هستند، می‌تواند در نظر گرفته شود که افراد جامعه برای اینکه بتوانند در آن زندگی کنند، سعی می‌کنند مطابق با محیط جامعه عمل کنند (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰).

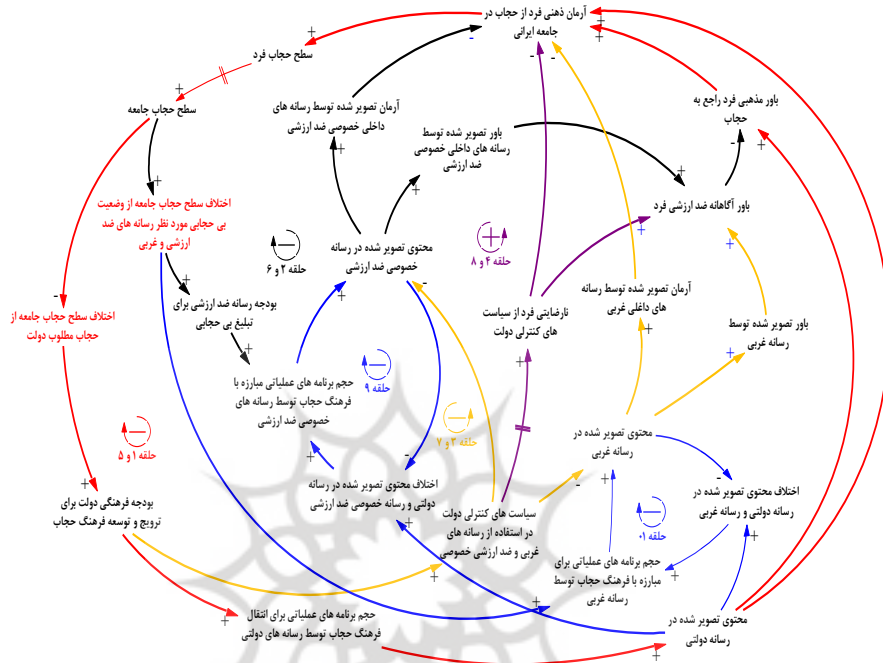


شکل ۱۶: عرف شدن وضعیت حجاب جامعه و تأثیر آن بر آرمان ذهنی افراد جامعه

۵ - حلقه‌های رفتاری مرتبط با زیرسیستم رسانه

۵-۱- اثرگذاری بودجه تخصیص داده شده دولت برای مقابله با رسانه‌های مهاجم حلقه‌های ۱ و ۵ از شکل ۱۷ تأثیر بودجه تخصیصی دولت را بر افزایش باور و آرمان ذهنی ارزشی مخاطبان رسانه‌ها نشان می‌دهد. حلقه‌های ۲ و ۶ تأثیر برنامه‌های فرهنگی رسانه‌های خصوصی ضد ارزشی را بر سست کردن باورها و آرمان ذهنی مخاطبان نشان می‌دهد و همچنین حلقه‌های ۳ و ۷ بیانگر تأثیر بودجه تخصیصی دولت بر محدودسازی گسترش محتوای رسانه‌های ضد ارزشی و غربی است (مختاریان پور و همکاران، ۱۳۹۰).

حلقه ۴ و ۸ نیز تأثیر نارضایتی از سیاستهای کنترلی دولت بر تغییر در باورها و آرمانهای ذهنی مخاطبان را نسبت به فرهنگ حجاب و عفاف نشان می‌دهد. این حلقه تأثیر سوء ناشی از اعمال سیاستهای کنترلی دولت را مانند فیلترینگ و جمع‌آوری ماهواره‌ها بر رفتار مخاطبان توضیح می‌دهد (منصوری، ۱۳۸۷؛ نیلچی زاده، ۱۳۸۹؛ شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰). حلقه ۹ و ۱۰ نیز مقابله رسانه‌های خصوصی ضد ارزشی و غربی با برنامه‌های فرهنگی رسانه دولتی را تبیین می‌کند. نکته مهم این است که متناسب با افزایش حجم برنامه‌های ترویجی حجاب و عفاف از سوی رسانه دولتی، گسترش فعالیتهای ضد فرهنگی رسانه‌های غربی و خصوصی ضد ارزشی در سطح جامعه صورت می‌گیرد تا اثرگذاری برنامه‌های فرهنگی رسانه دولتی بر مخاطبان کاهش یابد (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰).



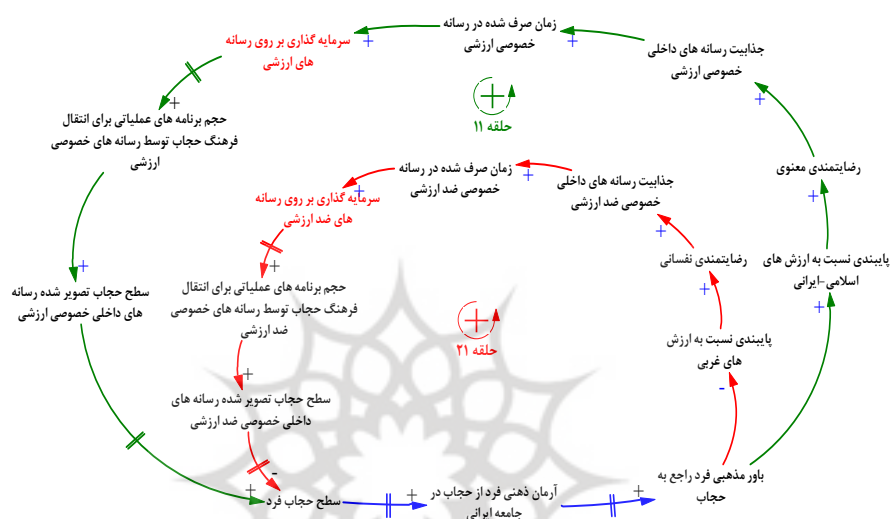
شکل ۱۷: اثرگذاری بودجه تخصیص داده شده دولت برای مقابله با اثرگذاری رسانه‌های مهاجم بر مخاطبان

۵ - ۲ - افزایش حضور سرمایه‌گذاران در رسانه‌های خصوصی و تأثیر این حضور بر سطح حجاب با افزایش مخاطبان این رسانه‌ها
 حلقه ۱۱ از شکل ۱۸، فرایند افزایش جذابیت رسانه خصوصی ارزشی را به دلیل افزایش مخاطبان آن به تصویر می‌کشد. مهمترین حرکت رسانه‌های خصوصی ضد ارزشی و غربی، گسترش فرهنگ بی‌حجابی و از بین بردن زشتی فرهنگ بی‌حجابی در سطح جامعه با رواج برنامه‌های بی‌حجابی است که دینامیک آن در حلقه ۱۲ نشان داده شده است (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰).

۵ - ۳ - اثرگذاری زمان صرف شده در رسانه‌ها بر باورهای دینی فرد

رسانه‌های خصوصی ارزشی و ضد ارزشی با به تصویر کشیدن سطحی از حجاب و عفاف در برنامه‌های فرهنگی خود، عملاً گرایش و تمایل مخاطبان خود را به سمت سطح حجاب تصویر شده در رسانه‌ها سوق می‌دهند (افشانی و زارعان، ۱۳۹۲). حلقه ۱۳ اثرگذاری زمان صرف شده در رسانه‌های ارزشی را بر افزایش سطح باور دینی مخاطبان نشان می‌دهد. هم‌چنین حلقه ۱۴ بیانگر

اثرگذاری زمان صرف شده در رسانه‌های ضد ارزشی و غربی بر کاهش سطح باور مذهبی مخاطبان است (خالد و همکاران، ۱۳۹۱).

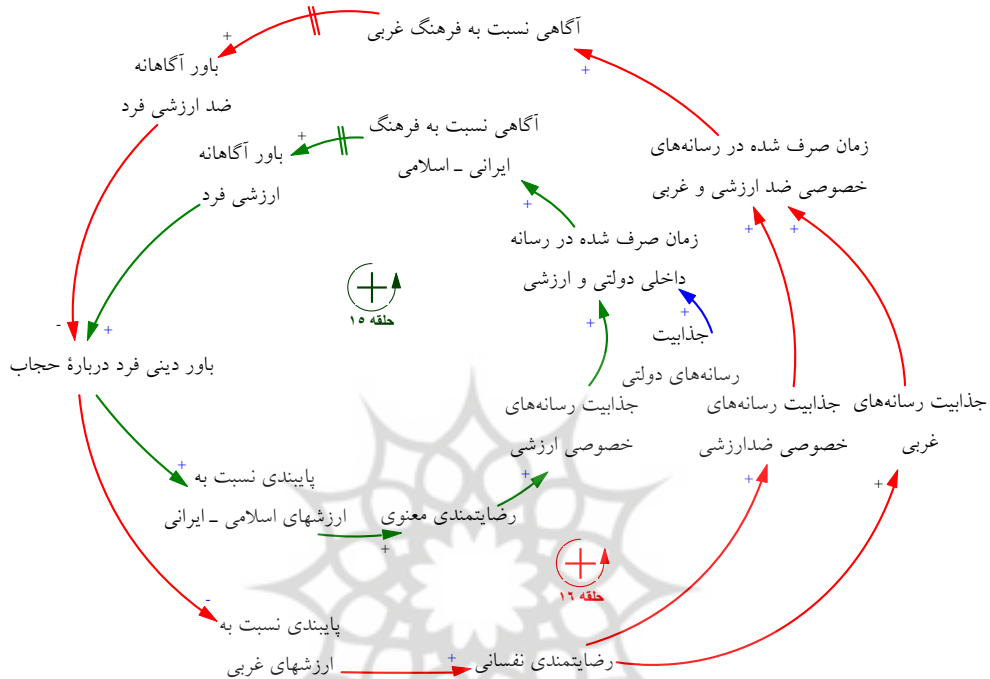


شکل ۱۸: افزایش حضور سرمایه‌گذاران در رسانه‌های خصوصی و تأثیر این حضور بر سطح حجاب با افزایش مخاطبان این رسانه‌ها

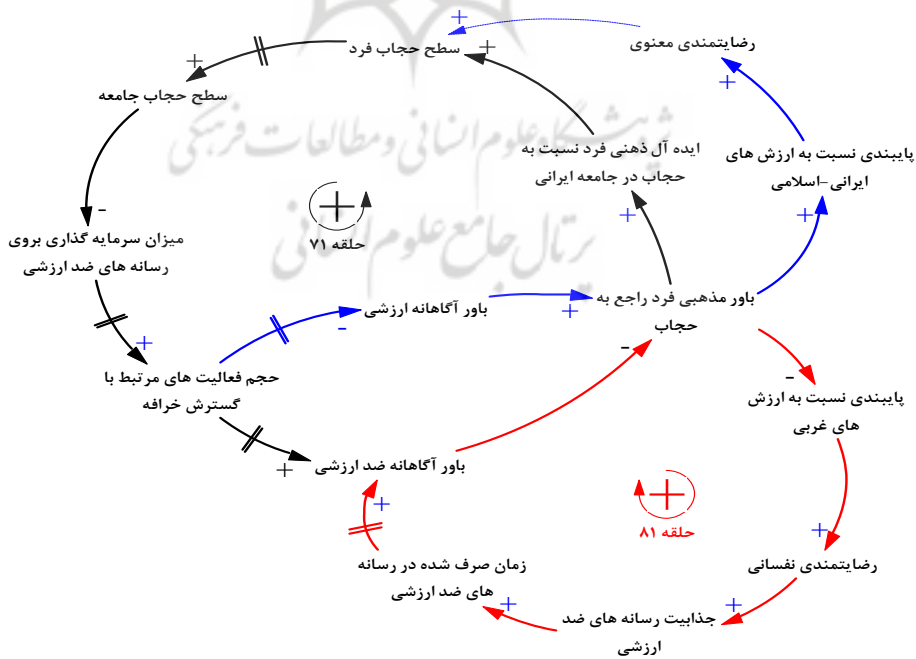
۵-۵- اثرگذاری خرافات منتشر شده در رسانه‌های غربی و ضد ارزشی بر باور مذهبی فرد حلقه ۱، از شکل ۲۰ چگونگی ترویج و گسترش خرافات را در سطح جامعه تبیین می‌کند. علاوه بر اینکه گسترش خرافات به عنوان یکی از ابزارهای گسترش فرهنگ بی‌حجابی در جامعه است، خرافات ابزار ایجاد سستی و ضعف در باورهای دینی ارزشی مخاطبان نیز هست. در حلقه ۱۸ افزایش باور آگاهانه ضد ارزشی سبب افزایش پایبندی هرچه بیشتر مخاطبان به ارزشهای فرهنگ غربی می‌شود و به دنبال خود، کاهش سطح حجاب مخاطبان را در جامعه به وجود می‌آورد (طیبی‌نیا و محمدپور، ۱۳۹۰).

۶- زیرسیستم دولت

دولت به عنوان متولی اصلی فرهنگ جامعه باید در بسیاری از مسائل فرهنگی نقش خود را بدرستی ایفا کند. سیاستگذاری و نظارت و اجرای قوانین کشور از جمله مهمترین وظایف دولت در حوزه فرهنگ است.



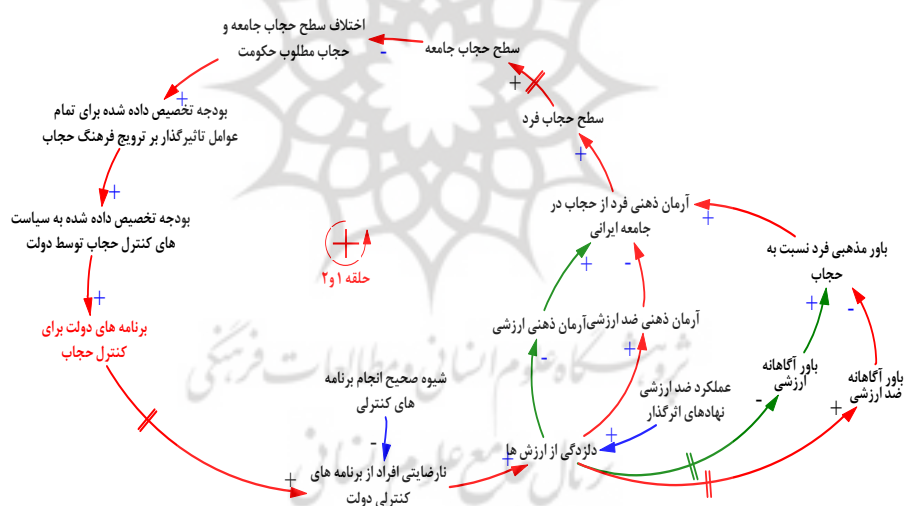
شکل ۱۹: اثرگذاری زمان صرف شده در رسانه‌های ارزشی و ضد ارزشی بر باورهای دینی فرد



شکل ۲۰: اثرگذاری خرافات منتشر شده در رسانه‌های غربی و ضد ارزشی بر باور دینی افراد

۶-۱- تأثیر درونی برنامه‌های کنترلی دولت بر افراد جامعه

در حلقه‌های ۱ و ۲ در شکل ۲۱، تأثیرگذاری اجرای برنامه‌های کنترل مستقیم حجاب توسط دولت بر باور و آرمان ذهنی افراد نشان داده شده است. اعمال برنامه‌های کنترلی در یک برهه زمانی در صورتی که با شیوه‌های صحیحی اجرایی نشود، سبب ایجاد نارضایتی در افراد جامعه، و این نارضایتی سبب دلزدگی از ارزشها می‌شود. دلزدگی از ارزشها ابتدا بر آرمان ذهنی افراد نسبت به فرهنگ حجاب و عفاف اثرگذار است و در فرایندی طولانی‌تر بر باورهای افراد اثرگذار می‌شود و سبب تضعیف آرمانهای ذهنی و باورهای ارزشی در افراد می‌شود که در نهایت سبب کاهش سطح حجاب فرد و جامعه می‌شود (منصوری، ۱۳۸۷).



شکل ۲۱: تأثیر درونی برنامه‌های کنترلی دولت بر آرمان ذهنی و باور دینی افراد جامعه

ارزیابی راهبردها بر اساس حلقه‌های رفتاری شناسایی شده

موضوع فرهنگ حجاب و عفاف، یکی از موضوعات چندبعدی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. بنابراین توسعه و ارتقای فرهنگ حجاب و عفاف، نمی‌تواند مبتنی بر راهبردهای تک‌بعدی در جامعه مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر، موضوع حجاب و عفاف به دلیل اینکه بر مبانی اعتقادی و باورهای ذهنی افراد مبتنی است، لازم است تأثیرگذاری عمیق و بنیادی بر باورها و اعتقادات افراد جامعه و نسلهای آینده از وضعیت فرهنگ حجاب و عفاف جامعه نیز مورد

توجه قرار گیرد.

ظاهر پوشش افراد جامعه ممکن است تحت تأثیر فعالیت کوتاه مدت قرار گیرد؛ اما فعالیتهای بلند مدت با عمق اثرگذاری بسیار زیاد در جامعه نیز در این سامانه وجود دارد که ناشی از تعاملات دوسویه افراد جامعه با گروه‌های اجتماعی، تأثیرپذیری از سامانه آموزشی و تأثیرپذیری از رسانه‌های داخلی و خارجی است.

از سوی دیگر با توجه به اهمیت موضوع حجاب و عفاف به دلیل ساختار دینی و مذهبی جامعه، این موضوع در سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور مورد توجه جدی قرار گرفته و راهبردهایی به منظور توسعه فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه ارائه شده است. با مرور سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی، راهبردهای مرتبط با موضوع فرهنگ حجاب و عفاف در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: راهبردهای مرتبط مشخص شده از سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور

شماره راهبردها	عنوان راهبرد سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور
راهبرد کلان پنجم	طراحی و نهادینه‌سازی آداب و سبک زندگی ایرانی - اسلامی در زمینه‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی مبتنی بر تقوای الهی و با الهام از سیره معصومین علیهم السلام
راهبرد کلان ششم	انسجام بخشی و تقویت مشارکت فراگیر و نظام‌مند نهاد خانواده، نظام تعلیم و تربیت، سازمانهای اجتماعی و اداری و سایر نهادهای مرتبط در گسترش نظم و انضباط، قانونگرایی و احساس امنیت عمومی و ظرفیت‌سازی و فرهنگ‌سازی برای رفع موانع فرهنگی، ساختاری و رفتاری
راهبرد کلان هشتم	طراحی و استقرار الگوی اسلامی اخلاق و فرهنگ کار و رفتار اقتصادی دولت و مردم در عرصه تولید، توزیع و مصرف
راهبرد کلان دهم	طراحی و استقرار نظام جامع و کارآمد اطلاعات، ارتباطات و رسانه‌های مبتنی بر آموزه‌های دینی، انقلابی و ارزشهای اخلاقی، مقتضیات راهبردی کشور و سیاست‌های کلی نظام
راهبرد کلان دوازدهم	بازنگری اهداف و کارکردهای فرهنگی نظامهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مبتنی بر نقشه مهندسی فرهنگی کشور

در این بخش، سعی می‌شود مبتنی بر نمودارهای علی تبیین شده در بخشهای پیشین، ارزیابی از جامع‌بودن راهبردهای نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور ارائه، و خلأهای راهبردی این موضوع در نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور تبیین شود. تطبیق حلقه‌های رفتاری مشخص شده با راهبردهای فرهنگی نقشه جامع در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: تطابق حلقه‌های رفتاری شناسایی شده با راهبردهای قید شده در سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور

ردیف	حلقه‌های رفتاری	راهبردهای سند جامع
۱	دینامیک تصمیم‌گیری فرد در سطح حجاب	راهبرد کلان پنجم
۲	اثرگذاری برنامه‌های حجاب و عفاف آموزشگاه‌ها در فضای آموزشی بر سطح حجاب	راهبرد کلان پنجم - اقدامات ۱۴ راهبرد کلان دهم
۳	فرایند انتخاب نوع آموزش توسط افراد جامعه	---
۴	نقش تبلیغات در سودآوری بازار لباسهای اسلامی و غیر اسلامی	راهبرد کلان هشتم - اقدامات ۸، ۹ و ۱۱
۵	نقش پدر در کنترل سطح حجاب	---
۶	افزایش حضور سرمایه‌گذاران در رسانه‌های خصوصی و تأثیر این حضور بر سطح حجاب با افزایش مخاطبان این رسانه‌ها	راهبرد کلان ششم - اقدامات ۲ و ۴ راهبرد کلان دهم
۷	تأثیر سودآوری بازار لباسهای اسلامی بر رواج آن	راهبرد کلان هشتم - اقدامات ۱۶ و ۱۷
۸	تأثیر متقابل امنیت اجتماعی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی بر یکدیگر	---
۹	واکنش مردم نسبت به کاهش سطح حجاب جامعه و افزایش جذابیت گروه‌های ارزشی	راهبرد کلان دوازدهم
۱۰	عرف شدن وضعیت حجاب و تأثیر آن بر آرمان ذهنی فرد	---
۱۱	اثرگذاری بودجه تخصیص داده شده دولت برای مقابله با رسانه‌های مهاجم	راهبرد کلان دهم
۱۲	اثرگذاری بودجه تخصیص داده شده به رسانه دولتی برای ترویج فرهنگ حجاب و عفاف	راهبرد کلان دهم
۱۳	تأثیر درونی برنامه‌های کنترلی دولت بر آرمان ذهنی	---
۱۴	تأثیر طولانی‌مدت رواج لباسهای اسلامی و غیر اسلامی بر باور دینی افراد	راهبرد کلان هشتم - اقدامات ۸، ۹ و ۱۱
۱۵	تأثیر الگوی ذهنی خانواده از رفاه بر باور دینی افراد	---
۱۶	تأثیر امنیت اجتماعی بر انتقال ارزشهای دینی به فرزندان	---
۱۷	تأثیر متقابل جذابیت گروه‌های اجتماعی ارزشی و ضد ارزشی بر باورهای دینی	راهبرد کلان ششم - اقدامات ۲ و ۴ راهبرد کلان دوازدهم
۱۸	نقش والدین در شکل‌گیری باور دینی فرد نسبت به حجاب	---
۱۹	نقش پدر در کنترل سطح حجاب و اثرگذاری بر باور دینی اعضای خانواده	---
۲۰	اثرگذاری زمان صرف شده در رسانه‌ها بر باورهای دینی فرد	راهبرد کلان دهم
۲۱	اثرگذاری خرافات منتشر شده در رسانه‌های غربی و ضد ارزشی بر باور دینی فرد	---
۲۲	تأثیر درونی برنامه‌های کنترلی دولت بر باور دینی افراد جامعه	---

همان‌طور که مشاهده می‌شود، موضوعات متعددی هست که در تدوین راهبردهای توسعه

فرهنگ حجاب و عفاف در سند جامع مورد توجه قرار نگرفته که عبارت است از:

- فرایند انتخاب نوع آموزش توسط افراد جامعه
 - نقش پدر در کنترل سطح حجاب
 - تأثیر متقابل امنیت اجتماعی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی بر یکدیگر
 - عرف شدن وضعیت حجاب و تأثیر آن بر آرمان ذهنی فرد
 - تأثیر درونی برنامه‌های کنترلی دولت بر آرمان ذهنی
 - تأثیر الگوی ذهنی خانواده از رفاه بر باور دینی افراد
 - تأثیر امنیت اجتماعی بر انتقال ارزشهای دینی به فرزندان
 - نقش والدین در شکل‌گیری باور دینی فرد نسبت به حجاب
 - نقش پدر در کنترل سطح حجاب و اثرگذاری بر باور دینی اعضای خانواده
 - اثرگذاری خرافات منتشر شده در رسانه‌های غربی و ضد ارزشی بر باور دینی فرد
 - تأثیر درونی برنامه‌های کنترلی دولت بر باور دینی افراد جامعه
- با یک دسته‌بندی کلی، عملاً مشاهده می‌شود در تدوین راهبردهای توسعه فرهنگ حجاب و عفاف در سند جامع، راهبردهای مرتبط با نقش خانواده و والدین، اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی و امنیت اجتماعی و تأثیرپذیری آرمانها و باورهای افراد از جامعه مورد توجه قرار گرفته است.

نتیجه‌گیری

مبنتی بر الگوهای رفتاری ارائه شده در بخشهای پیشین، مشخص می‌شود موضوع حجاب و عفاف از جمله موضوعات فرهنگی است که در تعامل پیچیده با بسیاری از عوامل روانشناسی، اجتماعی، اقتصادی، آموزشی قرار دارد. گروهی از عوامل در زمان طفولیت افراد جامعه بر باورهای تقلیدی فرد مؤثر است، گروهی در سالهای کودکی و نوجوانی و در قالب انواع سامانه‌های آموزشی، گروهی در سالهای جوانی که علاوه بر سامانه‌های آموزشی، موضوع گروه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها بر فرد مؤثر است. در نهایت گروهی دیگر از عوامل در سالهای ازدواج و تشکیل خانواده مؤثر است که عمدتاً در موضوعات اقتصادی، سامانه‌های رسانه‌ای و عوامل روانشناسی که تأثیرات بین نسلی دارد و وضعیت باورهای دینی فرزندان و نسل آینده را مشخص می‌کند. بنابراین، مدت‌زمان تأثیرگذاری عوامل مختلف در قالب الگوهای رفتاری در بازه‌های سنی افراد جامعه کاملاً متفاوت است و برخی عوامل به صورت

درازمدت بر رفتارهای فرهنگی حجاب و عفاف جامعه مؤثر می‌شود.

به صورت مشخص باید تأکید کرد عمده ساختار و شاکله اعتقادی و ذهنی افراد جامعه از دوران کودکی و هم‌چنین ورود به سامانه آموزش رسمی و دولتی کشور شکل می‌گیرد. باورهای فرد، که در دوران طفولیت در خانواده شکل می‌گیرد، عمدتاً باورهای تقلیدی است و البته همین باورها، مبنای باورهای عقیدتی و عمق یافته دینی فرد در دوران جوانی و بزرگسالی می‌شود؛ با وجود این، دلیلی ندارد که باورهای تقلیدی ایجاد شده در محیط خانواده، بتواند استحکام مناسبی داشته باشد و حتی در برخی موارد به دلیل التقاط رفتارهای والدین، عملاً باورهای التقاطی (مخلوطی از باورهای ارزشی و ضد ارزشی) در باورهای تقلیدی فرد به وجود می‌آید. بر اساس یافته‌های تحقیق، راهبردهای تدوین شده در سند نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور، عمدتاً حوزه‌های ذیل را مورد توجه قرار داده است:

- ۱- توجه به سبک زندگی افراد جامعه
 - ۲- توجه به فعال‌سازی مشارکتی گروه‌های اجتماعی و خانواده در فرهنگ‌سازی در سطح جامعه
 - ۳- توجه به اقتصاد و تولید کالاهای مرتبط با فرهنگ حجاب و عفاف و گسترش توزیع آن
 - ۴- توجه به تأثیرگذاری رسانه‌ها بر ارتقای فرهنگ حجاب و عفاف
 - ۵- توجه به ارتقای نقش آفرینی نهادهای فرهنگی در ارتقای فرهنگ حجاب و عفاف
- با بررسی این پژوهش و استفاده از رویکرد سیستمی و روش‌شناسی پویایی‌های سیستم، این امکان فراهم آمد که با دیدی کل‌نگر، ابعاد و جنبه‌های گوناگون موضوع فرهنگ حجاب و عفاف مبتنی بر پشتوانه نتایج تحقیقات مفصل انجام شده، مورد توجه قرار گیرد و رفتارهای درونی این پدیده فرهنگی و اجتماعی تبیین شود.

با تطبیق حلقه‌های رفتاری با راهبردهای توسعه فرهنگ حجاب و عفاف، عملاً عدم توجه به حیطه‌های دیگری از موضوع فرهنگ حجاب و عفاف در بسته راهبردهای مرتبط با فرهنگ حجاب و عفاف قابل مشاهده است که به صورت مشخص می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- ۱- توجه نکردن به نقش آفرینی خانواده، والدین و پدر خانواده در ارتقای فرهنگ حجاب و عفاف
- ۲- توجه نکردن به موضوع امنیت اجتماعی و تأثیرگذاری آن بر انتقال مفاهیم فرهنگ حجاب و عفاف بر نسل‌های آینده

- ۳- توجه نکردن به نقش آفرینی گروه‌های اجتماعی در تضعیف یا ارتقای فرهنگ حجاب و عفاف در سطح جامعه
- ۴- توجه نکردن به تأثیرگذاری فضای ظاهری جامعه و مقبولیتهای عرفی آن در شکل‌دهی فرهنگ حجاب و عفاف
- ۵- توجه نکردن به تأثیرات منفی و مقاومتهای درونی پدیده در برابر اعمال برنامه‌های کنترلی دولت بر آرمانها و باورهای ذهنی افراد نسبت به فرهنگ حجاب و عفاف
- ۶- توجه نکردن به اقتصاد خانواده و تأثیرگذاری آن بر فرهنگ حجاب و عفاف
- هم‌چنانکه مشاهده می‌شود، تفاوت‌های حلقه‌های رفتاری پدیده فرهنگ حجاب و عفاف با راهبردهای سند جامع، نشان می‌دهد خلأهای قابل تأملی در تدوین راهبردهای فرهنگی هست که در برخی موارد، توجه نکردن سیاستگذاران فرهنگی به تدوین راهبردها متناسب با اوضاع موجود در ذات و درون پدیده حجاب و عفاف را نشان می‌دهد. امید است نتایج این پژوهش، الگوی مناسبی را برای درک و شناخت شفافتر و عمیقتر از پدیده حجاب و عفاف به پژوهشگران عرضه کند.

منابع

- احمدی، خدابخش؛ بیگدلی، زهرا؛ مرادی، آزاده؛ سید اسماعیلی، فتح‌الله (۱۳۸۹). رابطه اعتقاد به حجاب و آسیب‌پذیری فردی، خانوادگی و اجتماعی. علوم رفتاری. شماره ۲: ۹۷ تا ۱۰۲.
- اسفندیار، فاطمه؛ یوسفیان، زهرا؛ هاشم زاده، محمد صالح (۱۳۸۹). بررسی ابعاد گوناگون حجاب و تحلیل یکپارچه‌سازی برون‌دهای فرهنگی و تربیتی در آن. گنجینه مجمع.
- افشانی، علیرضا؛ زارعان، احمد (۱۳۹۲). نقش رسانه‌ها در گسترش و تعمیق فرهنگ عفاف و حجاب و تأثیر آن بر امنیت فردی و اجتماعی. فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی. شماره ۳: ۴۱ تا ۶۲.
- بابایی، پروین؛ اکبری، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی مبانی نظری طراحی مدل و لباس زنانه در الگوی ایرانی - اسلامی. فصلنامه نقد کتاب. شماره ۱ و ۲: ۲۴۱ تا ۲۵۸.
- بهرام زاده، محمد مهدی؛ لطفی، ایمان (۱۳۹۰). نقش حجاب و شناسایی علل رواج بدحجابی در بین جوانان مطالعه موردی: مراکز آموزشی شهر اهواز. فصلنامه مطالعات بسیج. شماره ۵۰: ۱۰۹ تا ۱۲۴.
- گزارش شورای انقلاب فرهنگی (۱۳۸۸). آسیب‌شناسی حجاب و عفاف در رسانه تلویزیون.
- گزارش شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۹). راهکارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب. فرهنگ پویا.
- گزارش شورای انقلاب فرهنگی (۱۳۹۰). بررسی تحقیقات پیمایشی انجام شده در خصوص حجاب و عفاف.

- پورنقدی، بهزاد (۱۳۹۲). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در نظم و امنیت استان خراسان شمالی. فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی: ۶۹ تا ۹۰.
- تیموری، ابراهیم؛ نورعلی، علیرضا؛ ولی‌زاده، نریمان (۱۳۸۷). پویایی‌های سیستم، رویکردی کاربردی برای مسائل مدیریتی. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- حداد عادل، غلامعلی (۱۳۹۱). فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی. انتشارات سروش.
- خواججه‌نوری، بیژن؛ روحانی، علی؛ هاشمی، سمیه (۱۳۹۱). گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی، مطالعه موردی: زنان شهر شیراز. جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۳۷: ۱۴۱ تا ۱۶۶.
- خسروانی، هنگامه (۱۳۹۳). پیامدهای رسانه و ناتو فرهنگی بر حجاب. فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی. شماره ۲: ۱۷ تا ۴۱.
- رجبی، سوران (۱۳۸۹). بررسی میزان رعایت حجاب برتر در دانشجویان و تأثیر آن بر شادکامی. دو فصلنامه علمی - ترویجی بانوان شیعه. شماره ۲۵: ۷ تا ۸۶.
- رستگار خالد، امیر؛ محمدی، میثم؛ نقی پور ایوکی، سحر (۱۳۹۱). کنش اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره. فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده (مطالعات راهبردی زنان). شماره ۵۶: ۷ تا ۸۲.
- رهبر، محمد تقی (۱۳۹۰). دانشگاه و مسئله حجاب و عفاف. ماهنامه پاسدار اسلام.
- زکائی، محمد سعید؛ شفیعی، سمیه سادات (۱۳۸۹). کالبد شکافی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در حوزه سبک زندگی دختران. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۲۰: ۷۷ تا ۱۲۰.
- زمانی، مصطفی (۱۳۶۸). مردان پاک از دیدگاه امام صادق (ع). قم: پیام اسلام.
- زین‌آبادی، مرتضی (۱۳۸۶). جامعه‌پذیری و حجاب. کتاب زنان. شماره ۳۸: ۱۸۰ تا ۲۱۸.
- سیاح ورگ، محمد؛ امیرپور، میرزا؛ وحیدی مطلق، عفت (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر حجاب و عفاف دختران مقطع متوسطه (مطالعه موردی استان خراسان شمالی). فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی. شماره ۱: ۱۳۷ تا ۱۵۲.
- شارع پور، محمد؛ تقوی، سید زینب؛ محمدی، محمد (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب: مطالعه موردی گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. شماره ۳: ۱ تا ۲۹.
- شکوری، ابوالفضل؛ دارا، جلیل (۱۳۹۰). بررسی نقش مدارس اسلامی در تقویت فرهنگ حجاب از منظر سرمایه اجتماعی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. شماره ۳: ۷۱ تا ۹۷.
- صفاوردی، سوسن (۱۳۸۹). بازتابی حجاب زن مسلمان در رسانه‌های غربی. فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان. شماره ۴۸: ۲۹۵ تا ۳۴۰.

- طیبی‌نیا، موسی؛ محمدپور، احمد (۱۳۹۰). مدل معادلات ساختاری حجاب و عفاف، مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های استان همدان. **فصلنامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده**. شماره ۱۸: ۱۸۹ تا ۲۳۲.
- عباس زاده، محمد؛ علیزاده اقدم، محمد باقر؛ سعادت‌ی، موسی؛ محمد پور، نیره (۱۳۹۱). نگرش جامعه‌شناختی و روان‌شناختی به بد حجاب به عنوان یک مسئله اجتماعی. **فصلنامه مهندسی فرهنگی**. شماره ۵۵ و ۵۶: ۸۷ تا ۱۱۳.
- غلامی، علی (۱۳۹۲). مبانی نظری مداخله دولت در مسئله حجاب. **فصلنامه دانش حقوق عمومی**. شماره ۶: ۴۷ تا ۶۷.
- غیرتمند، سعید؛ مختاری، نادر؛ عسکری، محمدعلی (۱۳۹۳). آثار فردی و اجتماعی حجاب و نقش آن در امنیت اجتماعی زنان. **فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی**. شماره ۴.
- فاضلیان، پوران‌دخت (۱۳۸۹). بررسی رابطه نوع حجاب و میزان امنیت اجتماعی. **پژوه نامه زنان**. شماره ۲: ۶۵ تا ۸۶.
- مختاریان‌پور، مجید؛ گنجعلی، اسدالله (۱۳۹۰). نهادی‌سازی عفاف و حجاب در جامعه، رویکردی فرایندی. **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**. شماره ۳: ۱۱۷ تا ۱۵۱.
- ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۸۹). راهکارهای رسانه‌ای ایالات متحده آمریکا برای مقابله با جمهوری اسلامی ایران. **فصلنامه علمی - ترویجی رسانه**. شماره ۳: ۱۴۵ تا ۱۷۵.
- مسعودی پور، سعید (۱۳۸۹). حجاب به مثابه یک سیستم. **گنجینه مجمع**.
- معین، محمد. **فرهنگ معین**. زرین نگارستان کتاب.
- منصوری، محمد سادات (۱۳۸۷). **خلاصه یافته‌های طرح آسیب‌شناسی حجاب و عفاف**. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- نخعی، زینت (۱۳۸۵). علل ضعف پوشش و راهکارهای بهینه سازی آن. **بانوان شیعه**. شماره ۱۰: ۱۱۹ تا ۱۵۲.
- نیلچی زاده، فروغ (۱۳۸۵). طرح بررسی راهکارهای هنجارسازی و تقویت گرایش دانشجویان به حجاب اسلامی. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- یزدخواستی، بهجت (۱۳۸۶). حجاب زنان با رویکرد جامعه‌شناختی. **فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان**. شماره ۳۸: ۱ تا ۳۷.