

رویکردی قرآنی به اصول مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب در دانشگاه‌های اسلامی با تکیه بر بیانیه گام دوم انقلاب

مقاله پژوهشی
اصیل
Original
Article

مهديه السادات مستقیمی^۱، نسیم سادات مرتضوی^۲

چکیده

هدف: این مقاله با هدف استخراج اصول حاکم بر مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب، با تکیه بر خوانش بیانیه گام دوم انقلاب با رویکردی قرآنی بنیان پرداخته است. **روش:** روش این مقاله، توصیفی تحلیلی استنباطی بود. **یافته‌ها:** در مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب، به چهار نقطه (توجه به فطرت، توجه به زمان، توجه به روش، توجه به مرحله بندی) توجه بنیادین شده است. **نتیجه گیری:** با استخراج اصول ده گانه و حاکمیت بخشی به آنها در مهندسی تبلیغ حجاب می توان در جامعه و به ویژه دانشگاه، به موفقیت‌های چشمگیری رسید. سیاستگذاری مبتنی بر توجه به مهم ترین نقطه عطف؛ یعنی فطرت، بر اساس سه ویژگی «ثبات مفاهیم فطری»، «شهودی بودن فطرت» و «جمال گرایی فطری» است که بر پایه آنها می توان به سه اصل مهم «راهبرد ثابت»، «توجه به زیباشناسی لفظی و معنوی» و «کاربست الگوی ساخت گرا» (روش سقراطی) دست یافت. بر اساس نقطه عطف دوم؛ یعنی توجه به زمان، سه اصل «گذشته کاوی و عبرت پذیری از تجارب سابق»، «آینده پژوهی» و «توجه به مقتضیات حال» پژوهش شده است. بر اساس نقطه عطف سوم؛ یعنی توجه به روش، دو اصل «کاربست روش عملی» و «به کارگیری روشهای غیر مستقیم» پیشنهاد شده و بر اساس نقطه عطف چهارم نیز دو اصل «مرحله بندی کردن فرایند مهندسی» و «توجه به تنوع الگوهای حجاب بر اساس مراحل ایمانی» معرفی شده است. از ویژگی های این مقاله این است که همه این اصول ده گانه را با اشاره به برخی از مفاد بیانیه گام دوم مطرح کرده و آنگاه با رویکردی قرآنی، آن را با کلام وحی در آمیخته است.

واژگان کلیدی: بیانیه گام دوم انقلاب، اصول، مهندسی تبلیغ، عفاف و حجاب، دانشگاه اسلامی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۲

۱. دکترای عرفان اسلامی، دانشیار گروه کلام و فلسفه، دانشکده الهیات دانشگاه بین المللی دانشگاه قم (نویسنده

مستول). m.s.mostaghemi@gmail.com

۲ دانش آموخته سطح ۴ تفسیر تطبیقی، استاد حوزه و دانشکده الهیات دانشگاه باهنر کرمان.

nasim.mortazavi2012@gmail.com

الف) بیان مسئله

در نگاه اسلامی، سرشت جهان تکوین بر اساس الگویی است که هیچ خللی در آن نیست؛ چنانکه قرآن کریم می‌فرماید: «ما تَرَى فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِنْ تَفَاوُتٍ» (ملک: ۳). مهندسی‌های بشری باید با اقتدا بر الگوی مهندسی الهی، هیچ خللی در آن مشاهده نشود؛ همان‌گونه که در مهندسی ساختمان، ابتدای ساخت در قواعد اضلاع بنا، دارای اصالت و اعتبار ویژه است. این پژوهش به دلیل اهمیت موضوع عفاف و حجاب، در صدد بیان رویکردی قرآنی به هویت مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب در دانشگاه اسلامی با تکیه بر گام دوم انقلاب است. بر این اساس، در مهندسی فرهنگی حوزه حجاب و عفاف نیز ضوابط و روابط و نسبتها و تناسبها و ارتباط اضلاع باید برقرار باشد؛ همان‌گونه که اقدامات فرهنگی و کم و کیف آنها در گام دوم انقلاب در قالب قاعده‌ای کلی مورد توجه قرار گرفته است؛ به گونه‌ای که بیان شده که انقلاب چهل ساله با پویایی در همه اضلاع خود به بالندگی رسیده و گام بزرگ دوم تحول را برداشته است. این رویکرد همه‌جانبه سبب می‌شود فطور و کوتاهی و خلل به حداقل برسد و همان توصیه‌ای است که قرآن به صورت غیر مستقیم به کسانی که رسالت خلافه‌اللهمی را دارند بیان می‌کند؛ آنجا که می‌فرماید: «الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا مَا تَرَى فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِنْ تَفَاوُتٍ فَارْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَى مِنْ فُطُورٍ» (ملک: ۳). با آنکه خدا هفت آسمان را آفریده است، ولی کمترین شکاف و خللی در آفرینش او دیده نمی‌شود و انسان که خلیفه خداوند است، باید در طرح و برنامه‌های خود، این صفت الهی را در خود پیاده کند.

بنابر این، وقتی تصمیمات مقطعی و گاهی تناقضها و تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌های مدیریتی فرهنگی نامتوازن در سطح خرد و متوسط و کلان، انجام اقداماتی گسسته و پراکنده گاهی با حجم زیاد و گاهی با حجم کم در فواصل زمانی محاسبه‌نشده و در تاریخ و جغرافیای غیر متناسب به انجام می‌رسد، ناشی از ضعف مهندسی تبلیغ در این حوزه است. مسئله حجاب از یک سو دارای اضلاع فردی، خانوادگی و اجتماعی؛ از سوی دیگر، دارای ابعاد جامعه‌شناختی و روان‌شناختی و از دیگر سو، دارای اضلاع سیاسی و حاکمیتی و همچنین دارای ابعاد اخلاقی، تربیتی، فرهنگی و عرفانی است. به تعبیر دیگر؛ دارای ابعاد ظاهری و باطنی است؛ لذا باید هم با رویکرد جلال و قهر و ساختار قضایی در برخی از موارد، هم با رویکرد جمال، ساختار مهر و عواطف در برخی دیگر از ابعاد باید مورد توجه قرار گیرد. اگر به هر کدام از این ابعاد و اضلاع خدش‌های وارد آید، نمی‌توان به الگویی ایدئال در مهندسی حجاب دست یافت.

اگر در یک نقشه مهندسی، دو خط به موازات یکدیگر ترسیم شوند و انحرافی در یکی از آنها حاصل شود، باید در جهت مقابل خط موازی آن، نوعی جهت‌گیری به وجود آید که مانع تلاقی این دو خط هنگام امتدادبخشی آنها شود و باز هم قاعده توازی برقرار باشد. از چشم‌انداز مهندسی فرهنگی نیز وقتی در خطوط مربوط به فرهنگ‌سازی یا فرهنگ‌پذیری و التزام به فرهنگ حجاب و عفاف، تغییرات و نوسانات و اختلالاتی بروز کند، باید با شناسایی دقیق و سریع آنها، در مهندسی نقشه اقداماتی صورت پذیرد که در هندسه کار، توازن و تناسب رعایت شود و مهندسی فرهنگی با توجه به مقتضیات زمان و مکان، جو و شرایط و فراز و نشیب مسائل موجود در این حیطه، به نحوی کنترل و هدایت شده و مطابق اصول و قواعد مربوطه محقق شود. شاید یکی از آسیب‌های گام اول انقلاب در مهندسی فرهنگی و مهندسی تبلیغ که یکی از پرتوهای آن است، این بود که به این تناسبها توجه چندانی نمی‌شد. لذا در گام دوم انقلاب، در دانشگاه اسلامی و در راستای مهندسی تبلیغ حجاب و عفاف، باید همه اضلاع تبلیغ را به صورت مرتبط (نه به صورت جزیره‌ای و مستقل) در نظر گرفت؛ زیرا این مهندسی به روشی نظام‌مند و مرتبط، اضلاع را به یکدیگر پیوند می‌دهد و از آنجا که دانشگاه اسلامی مهد دانش و علم و فناوری است، باید بیشتر به این حقیقت توجه کرد که محاسبات همه‌جانبه باشد.

۱. پیشینه تحقیق

مهندسی فرهنگی از مقوله‌هایی است که در دهه اخیر، پژوهش‌های قابل تأملی درباره آن انجام شده است؛ هرچند از دیرباز به مقوله فرهنگ و شاخصه‌ها و مؤلفه‌های آن بذل توجه زیادی می‌شده است. مقالاتی چون: «رویکردهای متفاوت به مقوله مهندسی فرهنگی» از علیرضا ذاکر اصفهانی، «واکاوی مفهوم مهندسی فرهنگی با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری» از زهره صمدیان و علی شفیعی و تحقیقات متعدد دیگری که در این راستا صورت گرفته است. در حوزه تربیت دینی مسئله حجاب نیز مقالاتی از نویسنده همچون: «نقش حاکمیت در تربیت دینی حوزه حجاب» و «به کارگیری الگوی ساخت‌گرا در راستای بازیافت پاسخهای فطرت درباره حجاب (مبنتی بر مبانی فلسفی علامه جوادی)» و برخی مقالات دیگر وجود دارد. ولی در زمینه مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب، پژوهشی یافت نشد.

از نوآوری‌های این تحقیق، استنباط و استخراج اصول مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب از چهار نقطه عطف (توجه به فطرت، توجه به زمان، توجه به روش، توجه به مرحله‌بندی) در کانون علم و نوآوری با رویکرد قرآن‌بنیان و بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب است.

۲. مفهوم مهندسی تبلیغ

وقتی سخن از مهندسی تبلیغ در زمینه ویژه‌ای به میان می‌آید، وجود نظم هندسی قاعده‌مند و کاربست نقشه‌ای روشمند انتظار می‌رود و هدفمندی خطوط اقدامات و دقت در تاریخ و جغرافیای همه سیاستها و برنامه‌های فرهنگی مرتبط با آن زمینه، موضوعیت پیدا می‌کند. اگر بخواهیم تصویر روشنی از مهندسی تبلیغ داشته باشیم، ابتدا باید به بازانگاری مفهوم آن پرداخته شود.

«مهندس» به معنای کسی که از دانش هندسه برخوردار است و «هندسه» معرب اندازه در فارسی است و در اصطلاح، علمی است که در آن از احوال مقدارها و اندازه‌ها بحث شود (تهانوی، ۱۹۹۶: ۷۸). درباره تعریف فرهنگ هم نظریات متعدد و گاه متناقضی وجود دارد؛ برخی دامنه وسیع‌تری را برای فرهنگ ارائه می‌کنند که نظریات معتبرتر و دقیق‌تری تلقی می‌شوند. از آن جمله، فرهنگ شامل باورها، ارزشها و دانشها، هنرها، فنون و آداب و فعالیتهای اجتماعی و... است؛ ولی در برخی نظریات، دایره تعریف فرهنگ دارای ضیق و محدودیتهای بیشتری است (روح‌الامینی، ۱۳۷۲: ۱۸). مهندسی فرهنگی نیز یعنی مهندسی کردن، مدیریت کردن، سامان بخشیدن، جهت دادن و اندازه کردن از نوع فرهنگی با معیارهای فرهنگی و در قالب فرهنگی. (صادقی رشاد، ۱۳۸۵: ۲۳)

اهمیت مهندسی تبلیغ، تابعی از اهمیت مهندسی فرهنگی است و دلایل ضرورت انجام مهندسی فرهنگی، ضرورت مهندسی تبلیغ را تبیین می‌کند. این نوع مهندسی با اندازه‌گیری و محاسبه دقیق روشهای تبلیغ، کاربست فنون تبلیغی مناسب، به کارگیری محتوای تبلیغی متناسب، توجه به شرایط و مقتضیات زمان و بر اساس نیازسنجی و سنجش سطح معرفت مخاطب محقق می‌شود.

توجه به تغییرات فرهنگی دهه اخیر در جامعه اسلامی ایران و در سطح بین‌المللی و در جهان اسلام، بایستگی و شایستگی اصطیاد راهکارهای جدیدی در تبلیغ آموزه‌های فرهنگی و دینی را نشان می‌دهد و بررسی‌ها و تأملات پژوهشی بیانگر آن است که با تکیه بر آموزه‌های قرآنی و تجارب سابق، باید برخی از سوگیری‌های کارآمدتر و روزآمدتر را در مهندسی تبلیغ به کار گرفت. بنابر این، مهندسی فرهنگی، ناظر به نوعی مدل‌پردازی و الگوسازی و معطوف به مسئله ترسیم ابعاد خطوط جهت‌گیری فرهنگی خاص است. آسیهایی که مانع تحقق مهندسی مقبول فرهنگی می‌شود، پیکره رنجور مهندسی تبلیغ آموزه‌های دینی و فرهنگی را در جامعه آزار می‌دهد.

۳. اهمیت و ضرورت مهندسی تبلیغ در حوزه عفاف و حجاب در دانشگاه اسلامی

حوزه عفاف و حجاب یکی از حوزه‌های مهم فرهنگی است که مهندسی تبلیغ در آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. عفاف و حجاب از سویی با عنوان نوعی سبک پوشش و نوعی سبک روابط اجتماعی زن و مرد، از عناصر مهم فرهنگی محسوب می‌شود و از سوی دیگر از آنجا که مورد توصیه‌های دینی قرار گرفته، به عنوان یک فرهنگ دینی، از حیث انتساب به دین در اجزا و ارکان فرهنگ تلقی می‌شود.

عفاف به معنای نوعی عفت و خودنگهداری نفس از حرام (ابن اثیر، ۱۳۶۷، ج ۴: ۲۶۴؛ مصطفوی، ۱۳۶۰، ج ۸: ۱۸۰) و حجاب از نظر لغوی به معنای هر چیزی که مانع چیزی از چیز دیگر شود (فراهیدی، ۱۴۱۰، ج ۳: ۸۶) و پوشاندن (ابن منظور، ۱۴۱۴، ج ۳: ۹۲) است. باید دانست آنچه در عرف جامعه ایرانی از معنای حجاب به ذهن متبادر می‌شود، نوعی پوشش بدن است؛ ولی آنچه از مفهوم عفاف و حجاب متبادر می‌شود، نوعی حفظ حریم در روابط اجتماعی زن و مرد است. در نظر گرفتن اهمیت تبلیغ در حوزه حجاب و عفاف نشان می‌دهد که در شرح وظایف مراکز و دستگاه‌های ذی‌ربط که نقطه کانونی آنها در دانشگاهها متمرکز می‌شود، اقداماتی باید گنجانده شود و از همه مهم‌تر، به تمامی جوانب و ابعاد فرایند تبلیغ توجه شود. اهمیت و ضرورت مهندسی تبلیغ در حوزه حجاب و عفاف از آنجا روشن می‌شود که اگر بدون توجه به تأثیر و تأثر متقابل دو ضلع حجاب و عفاف به تبلیغ در این حوزه پرداخته شود یا بدون توجه به بایستگی هندسه‌مندی تبلیغ بر یکی از جوانب آن تأکید شده و به سایر موارد بی‌توجهی شود، توفیقی در راستای تحقق اهداف تبلیغی حاصل نمی‌آید. بنابر این، باید هندسه و اندازه زوایای بی‌حجابی و بدحجابی و عوامل و زمینه‌های آن را در نظر داشت و سپس به تبلیغ در این زمینه پرداخت. نگاه مهندسی مستلزم بذل نوعی نگاه مجموعه‌ای به حقایق است و بذل نگاه همه‌جانبه‌نگر به معنای در نظر داشتن جمیع جوانب است.

نظریه حریم جنسی در قرآن نشان می‌دهد عفاف است که اصالت دارد و باید توجه ویژه‌ای به آن شود؛ زیرا حجاب از شئون عفاف است و از این نظر، بدون کاربرد شیوه‌های ترویج عفاف نمی‌توان به تبلیغ حجاب پرداخت. با توجه به ضرورت یادشده و راهبردهای قرآنی و مؤلفه‌های گام دوم انقلاب، بر آن شدیم تا اصول مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب را با توجه به محوریت چهار نقطه عطف در کانون تجمع جوانان که نقطه ثقل آن در دانشگاههاست، بررسی کنیم.

ب) روش تحقیق و روش صورت‌بندی و ساختارسازی مقاله

روش تحقیق در این مقاله، توصیفی، تحلیلی، استنباطی است. روش توصیفی، صرفاً با روساخت اثر سروکار دارد و بررسی آن از سطح بسامدگیری اصول مهندسی تبلیغ فراتر نمی‌رود. ولی با جمع این روش با روش تحلیلی، استنباطی، فرایند تحلیل و استنباط رابطه اصول مهندسی تبلیغ در حوزه عفاف و حجاب با بیانیه گام دوم انقلاب، بررسی و سپس به آیات قرآنی مرتبط با اصل، اشاره شده است. این اصول به چهار نقطه عطف فطرت، زمان، روش و مرحله‌ای بودن در مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب بازمی‌گردد. اصول ده‌گانه با رویکردی قرآنی و با اشاره به بیانیه گام دوم، از این محورهای بنیادین، استنباط و استخراج شده و موجب شده است تا صورت‌بندی و ساختارسازی مقاله روشمند شود.

ج) رویکرد قرآنی به اصول مهم مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب در دانشگاه اسلامی مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب

تمدن‌سازی اسلامی با توجه به پروتکل گام دوم انقلاب، از ضروریاتی است که با توجه به ماهیت و ویژگی‌های فرهنگ، به علاوه مقتضیات زمان و مکان و فراز و فرود انقلاب، باید واکاوی شود. لذا در مهندسی فرهنگی در حوزه حجاب و عفاف، به نوعی مدل‌پردازی و الگوسازی و ترسیم ابعاد خطوط جهت‌گیری‌های فرهنگی خاص مرتبط با این حوزه باید پرداخت.

اولویت‌گزینی‌های موضوعی، محتوایی و روشی تبلیغات در حیطه توسعه و ترویج حجاب؛ نوع موضع‌گیری‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در مقابل بدحجابی و بی‌حجابی؛ تعیین نحوه کاربست شیوه‌های مرتبط با فرهنگ‌پذیر کردن حجاب و عفاف و تشخیص و ابلاغ و مقدار و کم و کیف ارتباطات دستگاهها و شرح وظایف آنها در این زمینه و...، برخی از ابعاد خطوط مهندسی تبلیغ در حوزه حجاب و عفاف‌اند که باید در گام دوم انقلاب، بازخوانی و بازنگری شوند. وقتی سخن از مهندسی تبلیغ در این حوزه به میان می‌آید؛ نظم هندسی، قاعده‌مندی، روشمندی و هدفمندی خطوط اقدامات و تاریخ و جغرافیای دقیق همه فعالیتها و برنامه‌ها و سیاستهای فرهنگی و تبلیغی مد نظر است. پس از آنکه اهمیت مهندسی حجاب و عفاف روشن شد، به تبیین اصولی که باید در این مهندسی مورد توجه قرار گیرند، با توجه به مفاهیم بنیادین توجه به فطرت، توجه به زمان، توجه به روش تبلیغ و توجه به تقدّم و تأخّر و مراحل در فرایند مهندسی پرداخته می‌شود.

۱. توجه به فطرت

در مهندسی فرهنگی مسئله حجاب باید به اصل فطرت توجه داشت و بنیان مهندسی تبلیغ در این حوزه را معطوف به این امر دانست. در دانشگاه اسلامی توجه به این اصل ضرورت بیشتری دارد؛ زیرا اهالی اصلی دانشگاه، جوانان اند و جوانان بیشتر فطرت گریند؛ زیرا فطرت آنان از گرد و غباری که گذشت عمر بر آن می‌نشانند، مصونیت بیشتری دارد. بنابر این، هر چند باید به مقتضیات روزآمدی و عصری‌گری توجه داشت، ولی باید دانست که فطرت در گذشته و حال و آینده یکی است. در بیانیه گام دوم انقلاب در این باره آمده است: «برای همه چیز می‌توان طول عمر مفید و تاریخ مصرف فرض کرد، اما شعارهای این انقلاب دینی از این قاعده مستثنا است؛ زیرا فطرت بشر در همه عصرها با آن سرشته است.» (حسینی‌خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۳)

بنیادهای ثابت فرهنگ حجاب و عفاف را باید بر بخش تغییرناپذیر آن پی‌ریزی کرد. از این نظر، در گام اول و دوم انقلاب، آنجا که گام در عرصه فطرت گذاشته شود، وحدت رویه حاکم است؛ هر چند ممکن است سبکهای اجرایی آن رویه واحد بر اثر تغییر مناسبات تغییر کرده باشد. البته باید دانست که تغییر‌پذیری، یکی از شاخصه‌های فرهنگ پوشش است و در مهندسی فرهنگی حوزه حجاب باید این تغییرات را نیز رصد و احتساب کرد؛ یعنی نباید انتظار داشته باشیم در عصر برهنگی فرهنگی، فرهنگ برهنگی بر لایه‌های روین فرهنگ پوشش در جامعه ما هیچ تأثیری نداشته باشد یا تغییرات اجتماعی فرهنگی جهانی هیچ نقشی در ایجاد برخی اختلالات حوزه حجاب و عفاف نداشته باشد. قرآن در این رابطه می‌فرماید: «فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ» (روم: ۳۰). همان‌طور که در گام دوم انقلاب به این مسئله اشاره شده است و توجه به شعارهای جهانی و فطری بشر، گامی در تحقق تمدن‌سازی به شمار می‌آید. (همان)

فرهنگ در جامعه اسلامی ایران در همه ابعاد و حوزه‌ها، همواره مبتنی بر یک شالوده ثابت و پایه‌های رکن غیر متزلزل است؛ زیرا هویت فرهنگ، هویت اسلامی است و هویت فرهنگ اسلامی، به عقیده مذهب امامیه شیعه و نسخه‌های تکوین، بر اساس مصالح و مفاسد ذاتیه و حُسن و قُبْح عقلی شکل گرفته است و میزان انعطاف و تغییرات آن نیز بر اساس قواعد ثابتی تبیین می‌شود. بنابر این، بخشهای ثابت فرهنگ معمولاً با وجود تحولات فرهنگی و سیاسی، دستخوش تغییرات جدی قرار نمی‌گیرد.

گفتنی است این مقاله در مقام تحلیل و تبیین اجمالی عناصر ثابت فرهنگ حجاب است و قصد دارد این مطلب را با مهندسی تبلیغ در فرهنگ‌پذیر کردن حجاب مورد ملاحظه قرار

دهد و از تکنیک ایجاد پیوستگی بین مفاهیم ثابت فطری و رفتار حجاب بهره جوید. در واقع؛ ادعای مقاله این است که به واسطه عوامل بسیاری که ذکر همه آنها در اینجا خارج از حوصله بحث است، مهندسی نظام ترویج و توسعه و تعمیق حجاب در جامعه اسلامی ایرانی در دهه اخیر و چند سال آینده در گام دوم انقلاب صورت گیرد، باید با تکیه بر زیرساختها و عناصر ثابت در مسئله حجاب باشد؛ زیرا تحلیلهای آماری و داده‌های پژوهشی و اهداف و آرمانهای گام دوم انقلاب در برخی از موارد نشان می‌دهد که در حال حاضر این شیوه بهتر می‌تواند در جو عمومی جامعه تأثیر بگذارد؛ هرچند در خرده فرهنگهای بومی و در برخی جوامع علمی و فرهنگهای خاص می‌توان از سایر شیوه‌ها نیز کمک گرفت و حتی بر سایر شیوه‌های ترویجی بیشتر تأکید کرد.

در هر حال، باید دانست بایستگی اعمال مهندسی تبلیغی در فرهنگ پذیر کردن حجاب، ایجاب می‌کند که روشها و شیوه‌های تبلیغی متناسب با تغییرات فرهنگی تغییر کند. امروز روش تبلیغ حجاب همانند گذشته با امر به معروف و نهی از منکرهای خیابانی و از طریق برخی منابر و مواعظ به سبک سخنرانی‌های سنتی کمتر جواب می‌دهد؛ هرچند حذف آن به طور کلی نیز یک ضایعه است، ولی امر به معروف و نهی از منکر باید تغییر جلوه دهد.

یکی از تغییراتی که باید در سبک تبلیغ به انجام برسد، تکیه بر زیرساختهای ثابت و واحد حجاب و زیبایی و گوهر و شالوده آن است. بحثهای قالبی و صوری وقتی تأثیر گذارند که در فضای پیوند و تلفیق رویکردی با این مباحث، بررسی شوند. با توجه به تأثیر رسانه و نفوذ آن در برداشتن گام دوم انقلاب و با توجه به اینکه فضای مجازی و گسترش شبکه‌های اینترنتی اجتماعی در این زمان به حد نصاب بسیار بالایی رسیده است، همچنین با توجه به اینکه فطرت همدوستی در همه تاریخ و جغرافیای عرصه تبلیغی امری مسلم است؛ پدیده امر به معروف و نهی از منکر باید به سمت ظهور در جلوه‌های هنری و به کارگیری ابزار تبلیغی هنری که با فطرت انسان عجین است، پیش رود. گفتنی است که از بین مفاهیم بنیادین، مفهوم فطرت از همه مفاهیم در مهندسی تبلیغ مهم تر و کارآمدتر است که سه اصل ذیل از آن استخراج شده و اصل دوم نیز در دو قالب تبیین شده است.

یک اصل راهبرد ثابت (استفاده از ثبات مفاهیم فطری)

چنانچه بیان شد، معرفت فطری می‌تواند یکی از زیرساختهای مهم و پایگاههای تثبیت شده در حوزه رفتارهای حجاب قرار گیرد و در مهندسی تبلیغ، می‌توان و باید به این پایگاه، تکیه فراوان داشت. مفاهیم ثابتی که متعلق معرفت فطری قرار می‌گیرند، مفاهیمی اند که شالوده و

هویت رفتاری حوزه حجاب را تشکیل می‌دهند و به تعبیر دیگر؛ بنیان و بنیادی مستحکم برای این رفتارها محسوب می‌شوند و می‌توانند به مثابه فلسفه امور رفتاری در حوزه حجاب تلقی شوند و سبک پوشش را در محدوده حجاب شرعی تبیین کنند. برخی از مهم‌ترین مفاهیم ثابتی که بنیاد حجاب و متعلق معرفت فطری محسوب می‌شوند، عبارتند از: عفت، متانت، حیا، زیبایی معنوی، توحید در عشق و تکامل فردی.

قرآن می‌فرماید: «و اوفو الکیل اذا کلتم وزنوا بالقسطاس المستقیم ذلک خیر و احسن تاویلا» (اسراء: ۳۵). بایستگی اعمال رویکرد مهندسی از مصادیق ایفای کیل و وزن کردن حقایق با قسطاس مستقیم محسوب می‌شود که این نوع سنجش از دیدگاه قرآن، بهترین سنجشهاست. از آنجا که الفاظ در قرآن برای ارواح معانی وضع شده‌اند، سنجش‌ای را قرآن در این آیه معرفی می‌کند که فقط به مفاهیم محسوس اختصاص ندارد، بلکه سنجش مفاهیم معقول از جمله مفهوم تبلیغ حجاب و عفاف نیز می‌توانند در سنجش مستقیم قرار گیرند و در چنین سنجش‌ای، همه ابعاد باید حساب شوند. قسطاس مستقیم در هر امری از خود آیات قرآن قابل استنباط است؛ چنانچه می‌فرماید: «وَلَقَدْ صَرَّفْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ» (اسراء: ۸۹). از سوی دیگر، قرآن در چندین آیه، خود را تیبانا لکل شی معرفی کرده است؛ بنابراین، سنجش و قسطاس مستقیمی که بتوان بر اساس آن به الگوی دقیقی دست یافت، از خود قرآن قابل استنتاج است.

برای تحلیل عناصر ثابت و روشهای مد نظر در فرهنگ حجاب، بیش از هر چیز باید به زیرساختهای نگاههای بنیادینی که در هستی‌شناسی و انسان‌شناسی و معرفت‌شناسی به این فرهنگ هویت می‌بخشد، نگریست؛ زیرا جستجوی بخش ثابت این فرهنگ، در این گونه ساحتها ممکن است. اگر حجاب و فرهنگ حجاب‌پذیری به حق به یک حکم شرعی تلقی شود، پایگاهها و خاستگاههای ثبات احکام شرعی را باید در ثبات قوانین طبیعت و نظام هستی و به عبارتی، در ثبات حاکم بر عالم تکوین جستجو کرد؛ زیرا به عقیده شیعه امامیه، احکام تشریحی استوارند؛ بنابراین، پایگاههای ثابت حکم تشریحی حجاب در احکام تکوینی آن نهان است. از سوی دیگر، اگر حجاب و فرهنگ حجاب‌پذیری را به مثابه یک حکم اخلاقی و فطری قلمداد کنیم، پایگاه ثابت آن را باید در معرفت اخلاقی و معرفت فطری بشر و قوانین ثابت حاکم بر هویت ادراکی او جستجو کنیم.

برای مثال، عدالت یکی از مفاهیم فطری است که در طول تاریخ، بشر همواره تشنه آن بوده است؛ قرآن نیز نبوت انبیا را احیای عدالت معرفی کرده و فرموده است: «وَإِذَا حَكَمْتُمْ

بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ» (نساء: ۵۸). در همین راستا، در بیانیه گام دوم انقلاب، سنگین کردن کفه عدالت در تقسیم امکانات عمومی کشور مورد توجه قرار گرفته است (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۶). عدالت جنسیتی یکی از شعبه‌های این عدالت و امنیت نیز یکی دیگر از این مفاهیم فطری است. اگر بتوان ایجاد امنیت در پرتو حجاب را ثابت کرد، فطرت به آن متمایل می‌شود؛ زیرا حیا از مهم‌ترین مؤلفه‌های فطری حجاب و عفاف است. به تعبیر خلاصه‌تر و واضح‌تر، فرهنگ حجاب با وجود اشتغال بر جهات متغیری که تحت تأثیر عوامل فراوان قرار می‌گیرد، دارای شالوده ثابتی است که در طول تاریخ و در فرهنگهای متفاوت و در تمدنهای گوناگون و بین ادیان مختلف مقبولیت و ثبات نسبی دائمی بدون تخلف و اختلافی داشته است. به عبارت دیگر؛ می‌توانیم مؤلفه‌های مفهومی ویژه‌ای را که ریشه در تکوین و فطرت دارند، به عنوان عناصر ثابت هویت بخش حجاب، استخراج و اعلام کنیم. در همین راستا، در چشم‌انداز تقسیم‌بندی روشی می‌توان از روشهایی استفاده کرد که بتوانند فطرتها را بیدار کنند و تارهای عنکبوتی‌ای را که تهاجم فرهنگی با جنگ نرم بر اذهان تافته است، کنار بزنند. در اوایل انقلاب، مقتضیات زمان به گونه‌ای بود که گاهی برخی روشها نظیر امر به معروف صریح به نتیجه می‌رسید؛ ولی طی چهل سال تهاجم فرهنگی، گاهی استفاده از روشهایی که افراد خودشان متنبه شوند و خودشان به حقایقی اقرار کنند، بیشتر توصیه می‌شود. استفاده از چنین روشهایی که بتوانند فطرت را متنبه و بیدار کنند، نه تنها مورد توجه قرآن، بلکه در سیره تبلیغی ائمه نیز مشهود است؛ از جمله در سیره تبلیغی امام صادق (ع)، یکی از امور بسیار مهم و متداول، پاسخگویی ایشان به سؤالات بوده که دارای ویژگی‌های فراوانی نظیر روش مندی، نظام مندی، سودمندی، غایت‌مندی و ... است. امام (ع) بنا بر سویه و گونه و نوع یا حتی سطح سؤال، به روشهای مختلف به آنها پاسخ می‌دادند.

دو) اصل توجه به زیباشناسی لفظی و معنوی

اصل توجه به زیباشناسی لفظی (کاربرد تعابیر جنسیتی متناسب با حیا فطری): یکی از مواردی که در مهندسی تبلیغ حوزه حجاب و عفاف باید به آن توجه شود، زبان تبلیغ است که کاربرد تعابیر جنسیتی در این زبان، دارای اهمیت ویژه‌ای است. فطرت‌گرایی قرآن در زمینه کاربرد تعابیر جنسیتی می‌تواند یک روش فطری را در زمینه تبلیغ حوزه حجاب و عفاف ارائه دهد. کاوش در شاخصه‌های زبان تبلیغی قرآن در این زمینه الگویی فطرت‌گرا را نشان می‌دهد. کم و کیف متانت گفتاری قرآن در حوزه‌های جنسی و نحوه استفاده از لغات و مفردات و ترکیبات و تعابیر و فضاپردازی‌های زبانی سرشار از

الهاماتی در زمینه چگونگی استفاده از روش بیانی در تبلیغ این حوزه است. در مهندسی تبلیغ حوزه حجاب و عفاف، رعایت اخلاق زبانی و عفت کلام و عدول از صراحت‌گویی‌های عرفی در بیان مسائل جنسی و به کارگیری کنایات و استعارات و تعابیر غیر مستقیم، به ویژه هنگام ورود به عرصه مباحث مربوط به التذاذات جنسی، الگویی قرآنی است که باید مورد تأمل و کاوش و استخراج قرار گرفته و در مهندسی تبلیغ مورد توجه قرار گیرد.

«تعبیر» در زبان عرب از ریشه عبر، به سکون باء، به معنی تجاوز از حالی به حال دیگر و «مشیر» به معنای عبور است (فراهیدی، ۱۴۱۰، ج ۲: ۱۲۹؛ مصطفوی، ۱۳۶۰، ج ۸: ۸). تعابیری که قرآن در حوزه حجاب و عفاف و مسائل جنسی به کار برده است، دارای متانت و حیا و حجب خاصی اند و با هنرمندی خاصی به صورت غیر مستقیم و کنایی، معبر عبور ذهن به معانی مد نظر قرار می‌گیرند. برای مثال، علامه طباطبایی تعبیر «لمس زنان» در آیه ۶ سوره مائده را کنایه از نزدیکی می‌داند و این مطلب را نشانه فطرت‌گرایی قرآن در روش گزینش کلمات تلقی کرده، می‌نویسد: «خداوند در این آیه به سبب رعایت ادب و حفظ زبان از چیزی که طبعها از تصریح به آن دوری می‌نماید، آن را آشکار بیان نکرده است» (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۵: ۲۷) و قرطبی نیز در این باره می‌نویسد: ملامسه در اینجا به معنای نزدیکی با زنان است، ولی خداوند به کنایه صحبت می‌کند و به این گونه واژه‌ها تصریح نمی‌نماید (قرطبی، ۱۳۶۴، ج ۶: ۱۰۵). واژه مس در آیه «قال انی یکون لی غلام و لم یمسسنی بشر ولم اک بغیا» نیز کنایه از نکاح است (راغب، ۱۴۱۸: ۷۶۶) و مباشرت در آیه «ولاتباشروهن و انتم عاکفون فی المساجد» (بقره: ۱۸۷) نیز به معنای نزدیکی است. (فیض کاشانی، ۱۴۱۵، ج ۱: ۲۲۵)

اصل توجه به زیباشناسی معنوی (فضاپردازی‌های تمثیلی و استعاری همسو با فطرت): در مقام تبلیغ و تبیین مسائل مربوط به حوزه حجاب و عفاف، روش فضاپردازی‌های تمثیلی و استعاری در ساحت‌های زبانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ساخت وجود انسان به گونه‌ای است که وقتی با تمثیل و استعاره بین امر مد نظر و امری که فطرت جمال‌گرای او را برانگیزاند یا تنفر طبع او را تحریک کند، پیوندی برقرار کند، در ضمیر خودآگاه و ناخودآگاه او بار مثبت و منفی می‌گیرد. قرآن در تبلیغ و تبیین این حوزه، از این گونه پردازشها و فضاسازی‌ها بسیار بهره برده است. برای مثال، بین التذاذ قلبی از صدای نامحرم و عنوان «مرض» پیوند برقرار کرده است. خداوند متعال در قرآن به زنان پیامبر (ص) سفارش می‌کند که با نرمی سخن نگویند؛ زیرا موجب می‌شود کسانی که در قلب آنها مرض است، طمع کنند (احزاب: ۳۲). مرض در لغت، اسم جنس به معنای بیماری و بر خلاف صحت است (ابن

منظور، ۱۴۱۴، ج ۷: ۲۳۱). راغب این واژه را خروج از اعتدال معنا کرده، آن را مختص انسان می‌داند (راغب، ۱۴۱۸: ۷۵۶) قاموس قرآن نیز تصریح کرده که هم بیماری معنوی و هم بیماری جسمی، مصداق مرض است (قرشی، ۱۴۱۲، ج ۶: ۲۵۰). خداوند در اینجا بین مفهوم مرض و بین تمایل و گرایش به بهره‌وری از التذاذ از صدای نامحرم پیوند برقرار کرده است.

غض بصر زنان نسبت به مردان، از اموری است که در حوزه تبلیغ حجاب و عفاف از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. قرآن هرچند در آیه ۳۱ سوره نور با صراحت به این امر توصیه فرموده است، ولی در جایی که حوریان بهشتی را می‌ستاید، تعبیر «قاصرات الطرف» را برای ایشان به کار برده است. علامه طباطبایی در این باره می‌فرماید: «قصر طرف» کنایه از نگاه کردن زنان با کرشمه و ناز است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۱۷: ۲۰۷)؛ زیرا قصر در لغت به معنای کوتاهی (قرشی، ۱۴۱۲، ج ۶: ۹) است و طرف به معنای نگاه کردن با چشم است (همان، ج ۴: ۲۰۷) و مراد از قاصرات الطرف، زنانی‌اند که چشمشان را به سوی مواردی که جایز نیست نمی‌دوزند. طبرسی و طباطبایی این تعبیر را نوعی کنایه می‌دانند (طبرسی، ۱۳۶۰، ج ۲۰: ۴۸۲؛ طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۷: ۲۰۷) و چون قرآن حوریان را دارای چشمانی درشت و زیبا معرفی می‌کند و این فرشتگان زیباچشم را قاصرات الطرف می‌نامد؛ این فضاپردازی زیبا سبب می‌شود که امر خداوند در آیه «به زنان مؤمن فرموده تا آنان چشم خود را از مردان فروفکنند» (نور: ۳۱)، در فضایی ترسیم شود که فطرت آنان به اطاعت این امر ترغیب شود و در ناخودآگاه خود از فرشتگان بهشتی که قاصرات الطرف‌اند، الگوسازی کنند.

سه) اصل کاربست الگوی ساخت گرا (روش سقراطی)

الگوی ساخت گرا، از الگوهای نوین یادگیری است و برای تنظیم ساختار اطلاعات پراکنده ذهنی فرد و یافتن پاسخ توسط خود او به کار می‌رود؛ ولی می‌توان بر اساس نگرشهای بنیادی موجود در حوزه‌های معرفتی، کاربرد این الگو را توسعه داد و آن را برای بازیافت مشهودات فطری هم به کار گرفت. هویت الگوی ساخت گرا و مشابهت آن با روش سقراطی و بیان کم و کیف فطری بودن حکم حجاب، نمونه‌ای از کاربست این الگو در راستای یافتن پاسخهای فطرت درباره حجاب است. سقراط که این گونه روشها را به کار می‌بست، می‌گفت من پدرم مجسمه‌ساز و مادرم ماما است و من روش مادرم را به کار می‌بندم و عقلها را با سؤالهای خودم می‌زایانم. در گام دوم انقلاب، باید روشهایی به کار گرفت که طی آن، عقلها زاییده شود و فطرتها به حیا و حجاب روی آورد. با به کارگیری این الگو که مبانی فلسفی و مزایای مهم و اصول ویژه‌ای دارد، فرد متربی به مشهودات فطری خود بازگشته و حجاب را نه به عنوان

مانعی برای پوشاندن زیبایی، بلکه به مثابه راهی برای رسیدن به زیبایی مطلق و کَششهای فطری وجودی برمی‌گزیند؛ همان‌گونه که وقتی ابراهیم خلیل، تبر به دست، وارد بتخانه مشرکان می‌شود و همه بتها را غیر از بت بزرگ می‌شکند و تبر را بر دوش بت بزرگ می‌گذارد و در مواجهه با این پرسش بت پرستان که چه کسی و چرا بتها را شکسته است! شکستن بتها را به گردن بت بزرگ می‌اندازد تا مردم هنگام مواجهه با چنین امری، به فطرت خود بازگردند و بتها را فاقد اراده و قدرت و حرکت ببینند و خودشان با فطرت خودشان به این امر متذکر شوند و به آن اقرار کنند. در قرآن، آیه «قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَذَا فَسَلُّوهُمْ إِنَّ كَأَنَّا يَنْظِقُونَ» (انبیاء: ۶۳) گزارشگر این واقعه است. استفاده از این روش در مباحثات و مناظرات بسیار موفقیت آمیز است؛ زیرا از رقیب خود سؤالاتی می‌شود که رقیب به طور غیر مستقیم با اذعان خود به پاسخ می‌رسد.

۲. توجه به زمان

بیانیه گام دوم انقلاب، عنصر زمان را با سه سازه نگاه به گذشته و عبرت‌پذیری از گذشتگان، نگاه به آینده و امید به آیندگان و توجه به مقتضیات حال، مورد اهمیت ویژه قرار می‌دهد. همان‌طور که به زمان و مقتضیات عصری در قرآن توجه شده است؛ در این پژوهش نیز بر نقطه عطف توجه به زمان در هندسه معرفتی تبلیغ عفاف و حجاب، تأمل شده است.

یک) اصل گذشته‌کاوی و عبرت‌پذیری از تجارب سابق

در گام دوم انقلاب، باید با گذشته‌کاوی، به آینده‌پژوهی پرداخت. در بیانیه گام دوم آمده است: «برای برداشتن گامهای استوار در آینده، باید گذشته را درست شناخت و از تجربه‌ها درس گرفت» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۴).

برای برداشتن گامهای استوار در آینده، باید گذشته را شناخت. بر این اساس، در مهندسی تبلیغ باید تصویر روشنی از وضعیت کنونی موجود را با در نظر گرفتن تجارب و سوابق گذشته ترسیم کرد؛ همچنین باید نقشه راه رسیدن به وضعیت مطلوب نیز طراحی و مهندسی شود. متأسفانه تصویر روشن وضعیت گذشته نشان می‌دهد برخی تبلیغات علمی ناظر به جهات صوری حکم حجاب در سالهای گذشته، اثر خود را از دست داده و در برخی موارد تأثیر معکوس داشته‌اند. لذا در گام دوم انقلاب باید با مهندسی تبلیغ در برخی موارد از انواع روشهای دیگر بهره برد تا به توفیق جبران گذشته دست یافت. رویکرد قرآنی به این مسئله، ما را با مفهوم عبرت‌پذیری مواجه می‌کند و این مفهوم، افق‌هایی را برای عبور از گذشته نسبت به آینده در چشم‌انداز پیشرفت می‌گشاید. در قرآن، عبور از چنین معبری جز با مدد بصیرت

میسر نیست؛ خداوند در سوره حشر می‌فرماید: «فَاعْتَبِرُوا يَا أُولِيَ الْأَبْصَارِ». بصیرت از دیدگاه قرآن، افاضه ربّانی محسوب می‌شود که از سوی پروردگار بر نفوسی که قابلیت دارند ظاهر می‌شود؛ چنانچه می‌فرماید: «قَدْ جَاءَكُمْ بَصَائِرُ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَ مَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا» (انعام: ۱۰۳). امام علی (ع) نیز در نامه خود به حارث همدانی می‌فرماید: «از حوادث گذشته دنیا برای باقیمانده آن عبرت بگیر؛ زیرا برخی از این حوادث شبیه بعضی دیگر است». (نهج البلاغه، نامه ۶۹)

در بیانیه گام دوم آمده است: «نادانسته‌ها را جز با تجربه خود یا گوش سپردن به تجربه دیگران نمی‌توان دانست» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۴). قرآن درباره توجه به این اصل در حوزه حجاب و عفاف، با توجه به وقایع گذشته می‌فرماید: «لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لَأُولِي الْأَلْبَابِ» (یوسف: ۱۱۱). در سوره یوسف چندین نکته برای عبرت‌پذیری در حوزه مد نظر وجود دارد که یکی از مهم‌ترین آنها این است که باید برای حفظ عفاف، از مقدمه حرام پرهیز کرد؛ بستن درها و خلوت و مراوده با نامحرم، زمینه تسلط و فریب شیطان را فراهم می‌کند. عبرت‌پذیری از این امر در مهندسی تبلیغ حجاب و عفاف، نشان می‌دهد که باید درباره انفکاک محیط‌های زنانه از مردانه و اصالت‌بخشی به حریم‌های اجتنابی بیشتر تدبیر کرد. کاربست برخی ترفندهای روزآمد در این نوع تبلیغ می‌تواند بر کیفیت و کارآمدی ارتقای تبلیغ بیفزاید.

دو) اصل آینده‌پژوهی در بستر زمان

در بخشی از بیانیه آمده است: «پیش از همه چیز، نخستین توصیه من، امید و نگاه خوش‌بینانه به آینده است. بدون این کلید اساسی همه قفلها، هیچ گامی نمی‌توان برداشت» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۸). این بخش از بیانیه، سرفصلی اساسی و اولین توصیه رهبری معرفی شده، که خود نشان‌دهنده اهمیت به آینده است. آینده‌پژوهی در نگارش گام دوم انقلاب، بسیار پررنگ جلوه کرده است. در بخش دیگری آمده است: «مهم‌ترین ظرفیت امیدبخش کشور، نیروی انسانی مستعد و کارآمد با زیربنای عمیق و اصیل ایمانی و دینی است» (همان). همان‌طور که کلیدواژه امید در آموزه‌های قرآنی بسیار تأکید شده است، امام علی (ع) نیز در نهج البلاغه ضمن تأکید بر امیدواری به خداوند (نهج البلاغه: ۵۴۳)، به طور کلی از امیدواری به آینده سخن گفته‌اند (همان: ۱۷۱). در مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب، نگاه به نسل آینده و نحوه پوشش آنان، لازم به بازنگری است. تبلیغات ناکارآمد در حوزه حجاب از سوی برخی مبلغان ناکاربلد و چه بسا با انگیزه‌های تعمدی برای همسوسازی با نسل آینده، بستری نامناسب برای پوشش

فراهم کرده است. لذا در مهندسی تبلیغ عفاف، بسترسازی‌های عقیقانه برای نسل آینده، زمینه بسیاری از راهگشایی‌ها را فراهم می‌کند که به دنبال آن، نظام مهندسی حجاب با شیوه‌های تبلیغاتی متناسب با آیندگان به منظور رشد و ارتقای حجاب، نقش مهمی ایفا می‌کند. بر خلاف آنچه امروز مشاهده می‌شود که تبلیغات مسموم حجاب با آرایشهای مختلف و ترفندهای خلاف دین، مسیر را برای پوشش مناسب ناهموار کرده است. برای مثال، به منظور تربیت دینی نسل آینده، بر معلمان لازم است با پوشش مناسب در مراکز آموزشی حاضر شوند تا با عمل خود بر نحوه پوشش مناسب صحه بگذارند؛ نه معلمان دینی و پرورشی‌ای که با پوشش نامناسب، ردپای تناقض را در آموزه‌های دینی به جای می‌گذارند.

دو) اصل توجه به مقتضیات حال

بر اساس گام دوم انقلاب، در مهندسی تبلیغ باید به مقتضیات عصری توجه داشت و تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌های تبلیغی را بر اساس مقتضیات دوره فعلی انقلاب و مطابق روان‌شناسی و جامعه‌شناسی روز شکل داد؛ همان‌طور که قرآن اهتمام ویژه‌ای به اقتضائات زمانه دارد. برای مثال، معجزات هر پیامبری با اقتضائات زمانه خود همراه بوده است. لذا رهیافت این اصل را می‌توان در سبد علوم اسلامی جستجو کرد؛ همان‌گونه که در نظام مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب، نحوه پوشش با مقتضیات زمانه رابطه دوسویه برقرار می‌کند. برای مثال، در صدر اسلام استفاده از روبند و دیده نشدن چهره، جلوه‌ای از ایمان محسوب می‌شد؛ ولی اقتضائات زمانه ما چنین پوششی را بر نمی‌تابد یا استفاده از چادرهای مدل‌دار با سبکهای مختلف با اقتضائات زمانه ما همسو است یا پوشیدن روسری‌های رنگی در عرف رایج امروز، با پوشیده‌انگاری‌های صدر انقلاب همخوانی ندارد. لذا در مهندسی تبلیغ حجاب، باید تعاریف درست و صحیحی از پوشش با تبلیغات صحیح و کارآمد به افراد، به خصوص قشر جوان عرضه کرد.

۳. توجه به روش

یک) اصل توجه به کارآمدی روش تبلیغ عملی

یکی از روشهای پیشنهادی این است که در مهندسی تبلیغ، باید با روش تبلیغ عملی پیش رفت؛ همان‌گونه که در بیانیه گام دوم به این شیوه تأکید زیادی شده است. در بخشی از آن خطاب به جوانان آمده است: «باید نگاه انقلابی و روحیه انقلابی و عمل جهادی را به کار ببرند» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۷) و در بخشی دیگر به صاحبان حرفهای بی‌عمل هشدار می‌دهد (همان: ۳). تبلیغات عملی که مبلغ، منظور خود را در قالب عمل بیان می‌کند؛ یکی از

روشهای تبلیغی است که باید در حیطة تبلیغ حکم حجاب به کار گرفته شود؛ زیرا شیوع بی‌حجابی و بدحجابی و آمار و تعداد بسیار زیاد مرتکبان آن، ایجاب می‌کند که به ویژه در تبلیغات رسمی رسانه‌ای یا نمازهای جمعه و مجامع عام، این مطلب به گونه‌ای بیان شود که شخصیت برخی افراد با نقد صریح و تندرفتاری آسیب نبیند و با حفظ شخصیت افراد، صرفاً از سوء رفتار ایشان در زمینه حجاب انتقاد شود. مستند قرآنی ما آیه «تَمْشَى عَلٰی اسْتِحْيَاءٍ» (قصص: ۲۵) است. راه رفتن همراه با شرم و حیا، بازتابی از حیا و عفت درونی و روانی دختران شعیب است و همچنین جلوه‌های رفتاری و گفتاری حضرت موسی (ع) نیز در قرآن به تصویر کشیده شده است که می‌توان گونه‌ای از نظارت بر عملها و عاملها، نظارت بر انگیزه‌های رفتاری و انگیزه‌های گفتاری را تبیین کرد. ما این حیا و شرم پاک را نه تنها در رفتار و راه رفتن دختران، بلکه در گفتار و سخن گفتن آنان با موسای جوان مشاهده می‌کنیم که از کنترل بر انگیزه‌های درونی از سوی آنان (با نیت سوء برخورد نکردن) رمزگشایی می‌شود. همچنین فراخواندن پدر برای این امر، خود تصویر دیگری از حیا و حجب را نشان می‌دهد؛ زمانی که دعوت کننده به سوی خودشان را پدر دانستند و خود از این امر احتراز داشتند: «قَالَتْ اِنَّ اَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ اَجْرًا مَا سَقَيْتَ لَنَا» (قصص: ۲۵). (فخر رازی، ۱۴۲۰، ج ۲۴: ۵۹۰)

دو) اصل به کارگیری روشهای غیر مستقیم

بیانیه گام دوم برای رسیدن به تمدن نوین اسلامی، به گفتمان و سیاستگذاری‌های غیر مستقیم توجه زیادی داشته است. در مهندسی تبلیغ عفاف و حجاب نیز مانند بسیاری از امور تبلیغی دیگر، کاربست راه‌های غیر مستقیم نسبت به راه‌های مستقیم ممکن است مؤثرتر باشد. برای مثال، در کرسی‌های تدریس و در قالب پرسش و پاسخ‌های غیر مستقیم برای رسیدن به یافته مطلوب، با برانگیختن عواطف و احساسات دانشجویان یا طلاب، مبنی بر حفظ حجاب با انگیزش حضور در محضر الهی، می‌توان کنش و رفتار آنان را تغییر داد.

برای توضیح مطلب می‌توان گفت که در ارتباط گرفتن با هر پدیده‌ای، نخستین رویارویی انسان، مواجهه شناختی است؛ شناختی که بسته به مبادی و اصول و روش و منابع خود، در پایان به یک بینش ختم می‌شود. این بینش در منظومه شناختی فرد مستقر می‌شود و به هدایت و نقش آفرینی می‌پردازد. ساحت دوم در مواجهه با یک پدیده، مواجهه عاطفی - انگیزشی است. در این مرحله، کشش و رانش نسبت به پدیده بر اساس خصلت و خصیصه‌های فرد در

وجود انسان شکل می‌گیرد. این موطن، ساحت منش است و بالاخره ساحت سوم، کنش و رفتار است. (علیزاده، ۱۴۰۱: ۱۱۲)

رهیافت آموزه‌های قرآنی نیز همین حقیقت را آشکار می‌سازد. آیه «وَقُلْ اَعْمَلُوا فِی سَبِيْلِ اللّٰهِ عَمَلِكُمْ وَرِسُوْلُهُ وَالْمُؤْمِنُوْنَ» (توبه: ۱۰۵) مؤید آن است که اگر کسی محضر الهی را درک کند و عالم را محضر خدا ببیند، حفظ حجاب و عفاف برای او میسر خواهد بود؛ زیرا در سایه مواجهه عاطفی - انگیزشی، مناسبات میان اخلاق و معنویت چنین اقتضا می‌کند که شخص بر اساس این ساحت، در حضور خداوندی که ناظر به اعمال اوست، کار خلاف شرع انجام ندهد. لذا در سنجه آیات قرآنی با روش انگیزشی و ابزارهای متفاوت، می‌توان عفاف و حجاب را به راحتی برای افراد مختلف تجویز کرد؛ همان‌گونه که در بیانیه گام دوم آمده است: «عیار معنویت و اخلاق را باید در فضای عمومی جامعه به گونه‌ای چشمگیر افزایش داد». (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۸)

۴. توجه به مرحله‌بندی

یک) اصل مرحله‌بندی کردن فرایند مهندسی

در هر مهندسی‌ای از جمله مهندسی تبلیغ حجاب و عفاف، باید به اصل تدرّج در سیر مراحل توجه ویژه داشت. با رویکرد تفسیر تنزیلی مستند قرآنی، می‌توان این مطلب را به صورت ذیل بیان کرد. اولین آیه‌ای که به لحاظ رتبی در زمینه حجاب و عفاف وارد شده است، گزارشگر اصل مفهوم پوشش و لباس است که در سپیده‌دم تاریخ و در آغاز آفرینش انسان در جنت نزولی بیان شده است: «قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَیْكُمْ لِبَاسًا یُّوَارِیْ سَوْآتِكُمْ وَرِیْشًا» (اعراف: ۲۶). آیه «وَقَرْنَ فِیْ بُیُوْتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِیَّةِ الْاُولٰی» (احزاب: ۳۳) ناظر به تبیین دومین مرحله است؛ بدین معنا که خانه، حریم امن برای زنان است. همچنین این آیه با نهی از تبرّجی که زنان در دوران جاهلیت داشته‌اند، نشان‌دهنده آن است که خداوند در این مرحله، خودنمایی و تبرّج پس از وجوب پوشاندن عورت را نهی می‌کند. سومین آیه ناظر به توجه دادن به پرده و فاصله‌ای است که باید موقع تعامل بین زن و مرد نامحرم وجود داشته باشد. خداوند در آیه «اِذَا سَأَلْتُمُوْهُنَّ مَتَاعًا فَسْئَلُوْهُنَّ مِنْ وَّرَآءِ حِجَابٍ ذَلِكُمْ اَطْهَرُ لِقُلُوْبِكُمْ وَ لِقُلُوْبِهِنَّ» (احزاب: ۵۳) حریمی را مطرح می‌کند که فضای ورع را بین زن و مرد پردازش کند. در این مرحله، سخن از طهارت قلب زن و مرد است. در واقع؛ در مراحل قبل، سخن از پوشش عورات جنسی و بدنی و سپس سخن از احتراز از تبرّج و خودنمایی زینت بود که بیشتر جنبه‌های جسمی

و جنسی دارند؛ ولی در مرحله بعد، سخن از تطهیر قلب و احتراز از کششها و جذبه‌های روحی بین دو جنس مخالف است.

این سیر تحول تدریجی به روشنی در بیانیه گام دوم نیز در قالبهای متعدد و متنوع مشهود است؛ برای مثال در بخشی از بیانیه آمده است: «انقلاب اسلامی اینک وارد دومین مرحله خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی شده است؛ درودی بر اعماق دل این امت، بر نسلی که آغاز کرد و ادامه داد و بر نسلی که اینک وارد فرایند بزرگ و جهانی چهل ساله دوم می‌شود. ... شروع از نقطه صفر به رغم مشکلات طاقت‌فرسا و روز به روز برداشتن گامهای بلندتر و استوارتر، شاهدهی بر ادعای ماست». (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷: ۳)

۴-۲. اصل توجه به تنوع الگوهای حجاب بر اساس مراحل ایمانی

در بیانیه گام دوم برای مراتب مختلف تمدن‌سازی، از اقشار مختلف، به خصوص جوانان دعوت شده است. همان‌گونه که قرآن بر اساس اصل قویم «لایکلف الله الا وسعها»، در حوزه احکام خمسه تکلیفیة انعطافی را ایجاد کرده و بر اساس ظرفیت ایمانی افراد، اکتفا به واجبات شده و انجام برخی مستحبات نیز ضمیمه شده است. برای مثال، قرآن در آیه «یُدْنِنَ عَلَیْهِنَّ مِنْ جَلَابِیْهِنَّ» (احزاب: ۵۹) به بیان مدل پوشش و تبیین دقیق محدوده حجاب حداکثری پرداخته و مسئله جلاب را مطرح می‌کند. مدل پوشش حداقلی نیز در آیه «وَلِیَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَیْ جُیُوبِهِنَّ» (نور: ۳۱) تبیین و مسئله خمر (مقنعه) در این راستا مطرح شده است؛ به شرط آنکه مقنعه پوشاننده سینه‌ها باشد. در ادامه نیز به بیان مستثنیات حجاب می‌پردازد و مفهوم «قواعد من النساء» را بیان می‌فرماید: «وَالْقَوَاعِدُ مِنَ النِّسَاءِ اللَّاتِی لَا یَرْجُونَ نِكَاحاً فَلَیْسَ عَلَیْهِنَّ جُنَاحٌ اَنْ یَضَعْنَ ثِیَابَهُنَّ غَیْرَ مُتَبَرِّجَاتٍ بِزَیْنَةٍ وَاَنْ یَسْتَعْفِفْنَ خَیْرٌ لَّهِنَّ» (نور: ۶۰). به بیان دیگر؛ انسانها هم از نظر تکوینی و استعداد وجودی تفاوت و اختلاف دارند، هم از نظر اکتسابی دارای درجات مختلفی از ایمان‌اند. شریعت الهی نیز مدل‌های حداقلی و حداکثری دقیقی برای ایشان در نظر گرفته است. در هر حال باید به تعبیر هانری لائوست، بین قوانین تکوینی هستی و قوانین تشریحی و نیاز به قوانین اجتماعی، به صورت ذیل ارتباط برقرار کرد: خدا عالم را خلق کرد و برای آن قوانینی مقرر داشت؛ همان‌گونه که لازمه خلقت، وضع قانون است، قانون نیز باید طبیعت امور را طوری که خدا اراده کرده است، در نظر داشته باشد. بین خالقیت خدا و آمریت او، هیچ‌گونه تضادی نیست و هر دو با هم منطبق و هماهنگ‌اند. (سروش، ۱۳۷۸: ۴۱-۴۰،

شخصیتها و خلقتهای متفاوت، راه‌های متفاوتی را برای رسیدن به حقانیت حجاب باید بیمایند و پس از دستیابی به حقانیت حجاب نیز باید بر اساس درجه ایمانی خود، مدل و گونه مورد علاقه پوشش اسلامی را به اختیار برگزینند. چادر یکی از مدل‌های برتر حجاب است که قابل تحمیل بر همه آحاد جامعه نیست. دین اسلام برای ضعفای دینداران، حجاب حداقلی را پذیرفته است و برای پیشتازان در دینداری، حجاب حداکثری را. چنانچه بر همه مکلفان، یکی از اقسام حجاب تحمیل شود، جفایی بزرگ صورت گرفته است. (نیلچی زاده، ۱۳۸۵: ۳۹-۳۸)

د) نتیجه گیری

تبلیغ در مسئله عفاف و حجاب مانند هر مسئله دیگر، باید بر اساس یک مهندسی جامع‌الاطراف و دقیق انجام شود و در هر مهندسی، باید همه اضلاع تبلیغ و تقارنها و محل تقاطع اضلاع و بسیاری از عوامل بسترساز و دخیل مورد ملاحظه قرار گیرد. لذا توجه به محورهای بنیادین، از خاستگاههای ارزشی و معرفتی بیانیه گام دوم انقلاب شمرده شده است که نقطه ثقل آن جوانان اند و کانون فرهنگی، علمی آنان در دانشگاهها شکل می‌گیرد. بر این اساس، روزآمدی و کارآمدی مسئله عفاف و حجاب و پرداختن به هندسه تبلیغی آن در دانشگاههای اسلامی با رویکردی قرآنی، پژوهشی است که در راستای این خاستگاه صورت گرفته است.

در مهندسی تبلیغ؛ مبانی، اصول حاکم، پیامدها و ابعاد آن باید واکاوی شوند؛ ولی در این جستار به دلیل ضیق مجال، به اصول حاکم بر این مسئله پرداختیم و با بررسی اصول مهم به این نتیجه رسیدیم که توجه به فطرت و مقتضیات آن، مهم‌ترین اصلی است که خود را در جلوه‌های مختلفی همچون: مفاهیم ثابت فطری، جمال‌گرایی و همگانی بودن و شهودی بودن نشان می‌دهد. نتیجه آن نیز استنباط سه اصل ثبات مفاهیم فطری، توجه به زیباشناسی لفظی و معنوی و اصل کاربست الگوی ساخت‌گرا می‌باشد. نقطه عطف دوم که مبتنی بر توجه به زمان است، در اصول سه‌گانه گذشته‌کاوی، آینده‌پژوهی و توجه به مقتضیات حال بازآفرینی شده است. نقطه عطف سوم با توجه به روش تبلیغ و با تأکید بر روش عملی و روش غیر مستقیم تبیین شده است. نقطه عطف چهارم نیز توجه به مرحله‌ای بودن در فرایند مهندسی حجاب است که با دو سازه فرایندواری و فرایندسازی حداقلی و حداکثری حجاب تعریف شده است. گفتنی است که همه این اصول بر اساس بیانیه گام دوم با رویکرد قرآن‌بنیان، تنظیم و در هندسه معرفتی این مقاله ارزیابی شده‌اند.

منابع

- قرآن کریم.
- نهج البلاغه. محمد بن حسین شریف رضی (۱۴۱۴ ق). قم: هجرت.
- ابن اثیر، مبارک بن محمد (۱۳۶۷). **النهايه في غريب الحديث والاثر**. قم: اسماعیلیان.
- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ ق). **لسان العرب**. بیروت: دارصار، چ سوم.
- تهانوی، محمد علی بن علی (۱۹۹۶). **موسوعه کشاف اصطلاحات الفنون والعلوم**. بیروت: مکتبه لبنان.
- حسینی خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۷). **بیانیه گام دوم انقلاب خطاب به ملت ایران**. تهران: معاونت فرهنگی و اجتماعی سازمان اوقاف و امور خیریه.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۸ ق). **المفردات فی غریب القرآن**. بیروت: دارالکتب العلمیه.
- سروش، عبدالکریم (۱۳۷۸). **قصه ارباب معرفت**. تهران: سروش.
- صادقی رشاد، علی اکبر (۱۳۸۵). «؟». **مهندسی فرهنگی**، ش ۲. تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۷۴). **تفسیر المیزان**. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، دفتر انتشارات اسلامی، چ پنجم.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۶۰). **تفسیر مجمع البیان**. تهران: فراهانی.
- عزیزاده، مهدی (۱۴۰۱). «مناسبات دانش اخلاق و مطالعات معنویت در پارادایم علوم اسلامی». **اسلام و مطالعات معنویت**، ش ۱.
- فخر رازی، محمد بن عمر (۱۴۲۰ ق). **التفسیر الکبیر (مفاتیح الغیب)**. بیروت: دار احیاء التراث العربی، چ سوم.
- فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۱۰ ق). **العین**. قم: هجرت.
- فیض کاشانی، فتح الله بن شکرالله (۱۴۱۵ ق). **منهج الصادقین فی إلزام المخالفین**. تهران: کتابفروشی اسلامیة.
- قرشی، سید علی اکبر (۱۴۱۲ ق). **قاموس قرآن**. تهران: دارالکتب الإسلامیه، چ ششم.
- قرطبی، محمد بن احمد (۱۳۶۴). **الجامع لأحكام القرآن**. تهران: ناصر خسرو.
- مصطفوی، حسن (۱۳۶۰). **التحقیق فی کلمات القرآن**. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- نیلچی زاده، فروغ (۱۳۸۵). «مدلهای برتر و نازل تر حجاب از دیدگاه قرآن». **بانوان شیعه**، ش ۱۰.

- **The Holy Quran.**
- **Nahj al-Balagha.** Muhammad bin Hossein Sharif Razi (1993). Qom: Hijrat.
- Alizadeh, Mehdi (2022). "**The Relationship between the Science of Ethics and Spirituality Studies in the Paradigm of Islamic Sciences**". *Islam and Spirituality Studies*, No. 1.
- Fakhr Razi, Muhammad bin Umar (1999). **Al-Tafsir al-Kabir (Mafatih al-Ghayb)**. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi, 3rd edition.
- Farahidi, Khalil bin Ahmad (1990). **Al-Ain**. Qom: Hijrat Publications.
- Feyz Kashani, Fathullah bin Shukrullah (1994). **Minhaj al-Sadiqin fi Ilzam al-Mukhalifin**. Tehran: Islamic Bookstore.
- Hosseini Khamenei, Seyyed Ali (2018). **The Second Step of the Revolution Statement Addressed to the Iranian Nation**. Tehran: Cultural and Social Deputy of the Endowments and Charity Affairs Organization.
- Ibn Athir, Mubarak bin Muhammad (1988). **Al-Nihaya fi Gharib al-Hadith wal-Athar**. Qom: Esmailian.
- Ibn Manzur, Muhammad bin Makram (1993). **Lisan al-Arab**. Beirut: Dar Sadir, 3rd edition.
- Mostafavi, Hassan (1981). **Al-Tahqiq fi Kalimat al-Quran**. Tehran: Translation and Publishing Bureau.
- Nilchizadeh, Forough (2006). "**Superior and Inferior Models of Hijab from the Perspective of the Quran**". *Shiite Women Quarterly*, No. 10.
- Qarashi, Seyyed Ali Akbar (1991). **Qamus al-Quran**. Tehran: Dar al-Kutub al-Islamiyya, 6th edition.
- Qurtubi, Muhammad bin Ahmad (1985). **Al-Jami' li-Ahkam al-Quran**. Tehran: Nasir Khosrow.
- Raghib Isfahani, Hossein bin Muhammad (1997). **Al-Mufradat fi Gharib al-Quran**, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyya.
- Sadeghi Rashad, Ali Akbar (2006). "**?**". *Cultural Engineering Biweekly*, No. 2. Tehran: Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution.
- Soroush, Abdolkarim (1999). **The Story of the Masters of Knowledge**. Tehran: Soroush.
- Tabarsi, Fazl bin Hasan (1981). **Tafsir Majma' al-Bayan**. Tehran: Farahani.

- Tabatabaei, Muhammad Hossein (1995). **Tafsir al-Mizan**. Qom: Society of Seminary Teachers of Qom, Islamic Publications Office, 5th edition.
- Tahanawi, Muhammad Ali bin Ali (1996). **Kashshaf Istilahat al-Funun wal-Ulum**. Beirut: Maktabat Lubnan.

