

# عوامل مؤثر بر اجرایی شدن سیاست‌های حجاب و راهکارهای پیش‌رو

کد موضوعی: ۲۷۰

شماره مسلسل: ۱۵۹۵۸

مردادماه ۱۳۹۷

معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی

دفتر: مطالعات فرهنگی

## به نام خدا

### فهرست مطالب

۱	چکیده
۴	بیان مسئله
۵	۱. وضعیت حجاب در کشور
۵	۱-۱. نگرش جامعه به حجاب
۱۵	۱-۲. رفتار پوششی جامعه
۱۹	۲. عوامل تشدیدکننده وضعیت موجود
۱۹	۲-۱. تحصیلات
۲۰	۲-۲. سن
۲۲	۲-۳. تأهل و مجرد
۲۲	۲-۴. محل سکونت
۲۳	۲-۵. شغل
۲۴	۲-۶. مصرف رسانه‌ای
۲۵	۲-۷. گروه‌های مرجع و فعالان رسانه‌ای
۲۸	۲-۸. گران بودن البسه اسلامی و دسترسی محدود به آن
۳۰	۳. سیاستگذاری در حوزه حجاب
۳۰	۳-۱. بررسی دوره‌های سیاستگذاری
۳۳	۳-۲. امکان‌های پیش‌روی سیاستگذاری
۳۵	۳-۳. اقتضائات و الزامات وضعیت حجاب و عوامل آن
۳۵	۳-۴. سناریوهای پیش‌رو در مسئله حجاب
۳۸	جمع‌بندی
۳۹	منابع و مأخذ



## عوامل مؤثر بر اجرایی شدن سیاست‌های حجاب و راهکارهای پیش‌رو

### چکیده

گزارش پیش‌رو با بررسی وضعیت حجاب در جامعه، عوامل تشدیدکننده این وضعیت و روند سیاست‌گذاری حجاب، تلاش کرده است تا امکان‌های پیش‌روی سیاست‌گذاری در این حوزه را نشان دهد. در بخش اول گزارش، دو پارامتر «نگرش مردم نسبت به موضوع حجاب» و «رفتار پوششی» آنها بررسی شده است. وضعیت نگرش جامعه به موضوع حجاب در ۵ محور اساسی زیر بررسی شده است:

۱. ارزشمندی حجاب،

۲. ضرورت حجاب برای زن مسلمان،

۳. حدود حجاب،

۴. پیامدهای حجاب و بی‌حجابی،

۵. مداخله دولت در موضوع حجاب.

نتایج نشان می‌دهند که ارزشمندی حجاب در جامعه دچار تحول شده و براساس آخرین تحقیقات حدود ۳۵ الی ۴۰ درصد از مردم کاملاً در این طیف قرار می‌گیرند. در دو موضوع «ضرورت» و «پیامدهای حجاب»، ۷۰ تا ۸۰ درصد از مردم نگرش مثبتی نسبت به این موضوع داشته و آگاهی‌های لازم را دارند. در خصوص «حدود حجاب» نتایج نشان می‌دهد که تعریف عرفی از حجاب بر تعریف شرعی آن پیشی گرفته و بیشتر افراد تلقی عرفی از حجاب دارند. در نهایت در مورد «مداخله دولت در موضوع حجاب» با محوریت گشت ارشاد، کاهش قابل توجهی در نگرش مثبت افراد دیده می‌شود به‌گونه‌ای که تنها ۳۵-۴۵ درصد از افراد، موافق مداخله و ورود دولت به این شکل در این موضوع هستند.

در حوزه رفتار، نتایج نشان می‌دهد دامنه ۶۰ تا ۷۰ درصدی از زنان جامعه در گروه محجبه‌های عرفی (بدحجاب با تعریف شرعی) قرار دارند که از این میان ۱۰-۱۵ درصد در وضعیت حاد و یا به‌عبارتی بدحجاب هنجارشکن بوده و سایر افراد در گروهی هستند که می‌توان آنها را دارای حجاب عرفی و یا بدحجاب معمولی تلقی کرد. ۳۰ تا ۴۰ درصد از زنان نیز در گروه باحجاب‌ها قرار دارند که از این میان حدود ۱۳ درصد به‌صورت سنتی حجاب خود را رعایت می‌کنند و مابقی زنان باحجاب از شیوه‌های جدید حجاب، از قبیل چادرملی و... استفاده می‌کنند. بنابراین نزدیک به ۷۰ درصد از زنان جامعه در قشر خاکستری قرار دارند که با تغییرات متغیرهای تأثیرگذار (در ادامه به این متغیرها اشاره خواهد شد) در این زمینه احتمال

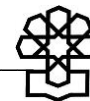
جایابی آنها به سایر گروه‌ها به خصوص طیف هنجارشکن بسیار زیاد است. در بخش دوم از این گزارش متغیرهای تأثیرگذار بر رعایت حجاب بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهد «تحصیلات» رابطه معنادار و مثبتی با بدپوششی زنان دارد و با افزایش تحصیلات میزان حجاب زنان کاهش می‌یابد. متغیر «سن» نیز در تغییرات پوششی زنان تأثیرگذار بوده است و با افزایش سن از میزان بدپوششی‌های زنان کاسته می‌شود و جوانان بیشتر در معرض بدپوششی قرار دارند. نتایج تغییرات پوششی در «مشاغل متفاوت» نشان می‌دهد که ۳ گروه از افراد، یعنی زنان بیکار، محصل‌ها و کارمندان شرکت‌های خصوصی جزء گروه‌های آسیب‌دار هستند؛ در میان شاغلان نیز کارمندان شرکت‌های خصوصی، بازاری‌ها، کارگران و فعالان رسانه‌ای بیشترین آمار بدپوششی را دارند. بررسی رابطه «وضعیت تأهل» و میزان حجاب نشان می‌دهد، متغیر تأهل تأثیر قابل ملاحظه‌ای در تغییرات پوششی زنان جامعه ندارد و اختلاف بین زنان مجرد و متأهل بدحجاب جامعه، تقریباً ۱۰ درصد است. از این‌رو وضعیت تأهل افراد را نمی‌توان به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار به‌شمار آورد. متغیر دیگر که در کاهش ارزشمندی حجاب اثر مستقیم دارد، «مصرف رسانه‌ای خاص مردم» است؛ به‌گونه‌ای که با افزایش مصرف رسانه‌ای میزان بدپوششی آنها نیز افزایش می‌یابد. آخرین متغیر تأثیرگذار در کاهش ارزشمندی حجاب، «گران بودن البسه اسلامی و نبود زیرساخت‌های لازم برای ارائه الگوی پوششی زیبا و ارزان» است که به نوعی منزلت حجاب را بازیابی می‌کند.

هنرمندان و سلبریتی‌ها به‌عنوان گروه‌های مرجع در تشدید این وضعیت و از بین بردن حریم‌های پوششی و الگوبرداری از سبک زندگی و پوشش آنها اثرگذار هستند که این اثرگذاری در حال افزایش است. اما نکته قابل ملاحظه تغییر جایگاه رتبه‌ای گروه‌های مرجع (معلم‌ها و اساتید دانشگاه، خانواده، هنرمندان و ورزشکاران، روحانیون) در جامعه و افزایش رتبه هنرمندان و سلبریتی‌ها در این رتبه‌بندی‌هاست.

بنابراین افراد تحصیلکرده جوان فاقد شغل و یا شاغل در بخش خصوصی که معمولاً رسانه خاصی مثل ماهواره، تماشا می‌کنند، آسیب‌دارترین وضعیت را در جامعه دارند.

بخش سوم این گزارش، سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران در خصوص حجاب را بررسی کرده و نشان می‌دهد که سیاست‌های اتخاذ شده، منطبق بر تحولات اجتماعی تغییر کرده است. رویکرد سیاستگذاران در دوره‌های مختلف اجباری (جرم‌انگارانه و تعیین مجازات‌ها)، هنجاری (تمرکز بر اجتماعی بودن و قانونی بودن پوشش) و شناختی (سعی بر افزایش آگاهی‌های مردم در حوزه حجاب و عفاف محور بودن سیاست‌ها) بوده و میزانی از سیاست‌های اجباری در تمام دوره‌ها وجود داشته است.

با توجه به وضعیت حجاب در جامعه و عوامل مؤثر بر آن، سیاستگذاری در این عرصه مستلزم رعایت اصول زیر است:



## ۱. ضرورت اولویت‌بندی

الف) اولویت دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی به محیط‌های عمومی (به دلیل امکان بالای عمل، وضعیت بهتر، کنترل بیشتر و همراهی بالاتر)،  
ب) اولویت جرم‌انگاری دستگاه‌های دولتی به جرم‌انگاری مردم (به دلیل مقاومت بالای مردم، تجربه ناموفق گشت ارشاد و اثرگذاری کم آن)،  
ج) اولویت اقدامات ایجابی بر اقدامات سلبی و سازگاری آنها،  
د) اولویت موارد مؤثر و مخرب بر موارد کم‌اهمیت و کم‌اثر.

## ۲. ضرورت پوشیدگی

با توجه به حساسیت‌های بالای اجتماعی، مقاومت رسانه‌ای و پیامدهای احتمالی جنجال‌های رسانه‌ای، طرح عنوان عفاف و حجاب، دارای پیامدهای منفی خواهد بود.

## ۳. ضرورت هم‌نوایی و همراهی

براساس این اصل، عفاف و حجاب باید در کنار مواردی باشد که فضای عمومی جامعه و همچنین رسانه‌ها و نخبگان، با آن همراهی داشته و نسبت به آن پذیرش دارند.

## ۴. ضرورت تضمین ضمانت اجرا

اساس هر طرح و سیاستگذاری بر تضمین ضمانت اجرای آن استوار است و از آنجایی که جامعیت در برخی موارد مانع اجرای کامل طرح‌ها می‌شود لذا؛ طرح‌های پیشنهادی در این حوزه باید صرفاً مواردی را پوشش دهد که تأثیرات مخرب و منفی آن برای حجاب و عفاف بسیار بالا بوده و در صورت تخلف، مجازات‌های روشنی برای متخلف پیش‌بینی شود.

## ۵. ضرورت سودمندی حداکثری

براساس این اصل، مواد قانونی باید به‌گونه‌ای تنظیم شوند که اجرای حداقلی آنها نیز نتایج حداکثری در حوزه عفاف و حجاب به همراه داشته باشد.

با توجه به تحولات پیش‌آمده در خصوص مسئله حجاب پنج سناریوی قابل طرح وجود دارد که پیگیری و تحقق هر کدام از آنها پیامدها و دستاوردهایی به همراه دارد:

۱. تشدید فرآیند جرم‌انگاری و ممنوعیت،

۲. جرم‌زدایی از بی‌حجابی و تمرکز بر اقدامات ترویجی،

۳. تداوم و حفظ وضع موجود،

۴. تغافل و جرم‌زدایی تدریجی از بی‌حجابی،

۵. اصلاح سیاست‌های حجاب با محوریت اقدامات رسانه‌ای - تبلیغی.

انتخاب فقط یکی از سناریوهای فوق امکان مغفول ماندن ابعادی از حوزه حجاب را به همراه خواهد داشت. از این روی راهکار پیشنهادی، قرار دادن سناریوهای آخر یعنی بازطراحی نظام سیاستگذاری با محوریت دستگاه رسانه‌ای و حفظ برخی جنبه‌های کم‌تنش سناریوهای دیگر است.

### بیان مسئله

سیاست مناسب پیش‌روی پدیده بدحجابی چیست؟ این پرسشی است که در سال‌های اخیر، پیش‌روی سیاستگذاران بوده و پاسخ‌های سیاستی به این پرسش معمولاً در قالب قوانین، سیاست‌ها و مصوبات اجرایی ظهور و بروز یافته که این پاسخ‌ها، هم شامل رویکرد جزایی و هم رویکرد فرهنگی بوده است. با این همه پدیده حجاب هنوز به صورت یک مسئله مبهم و لاینحل نزد سیاستگذاران است. به گونه‌ای که بخشی از سیاست‌های اتخاذی در سال‌های گذشته با نوعی عدم توفیق روبرو شده و مطابق با آمارهای موجود، بدپوششی در جامعه روند افزایشی داشته است. به طور طبیعی سیاستگذار به دنبال ارائه راهکاری مناسب برای حل مسئله حجاب است که بیشترین بازدهی را به دنبال داشته باشد. به گونه‌ای که ناکامی‌های سیاستی سال‌های گذشته را جبران کرده و از روند صعودی بدحجابی جلوگیری کند. از همین روی طرح پرسش «سیاست مناسب پیش‌روی بدحجابی چیست؟» در حال حاضر مهمترین دغدغه فعالان و سیاستگذاران این حوزه است. رسیدن به سیاست مناسب، مستلزم آگاهی دقیق از شرایط موجود جامعه در حوزه حجاب در کنار ارزیابی روند سیاستی سال‌های قبل و عوامل مؤثر بر تغییرات پدیده مورد نظر است. در واقع برای پاسخ به این پرسش در خصوص حجاب باید به سه سؤال مهم زیر پاسخ داده شود:

۱. وضعیت حجاب در سال‌های اخیر در دو بُعد رفتاری و نگرشی به چه صورتی بوده است؟
  ۲. عوامل مؤثر بر تغییرات ارزشی و رفتاری حجاب چیست؟
  ۳. سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران از ابتدای انقلاب تا به امروز در قبال موضوع حجاب چه بوده است؟ و با عنایت به پاسخ دو سؤال قبلی چگونه می‌توان روند این تغییرات را تحت کنترل قرار داد؟ و یا سیاست اتخاذی مناسب برای کنترل بدپوششی در جامعه چیست؟
- پاسخ به پرسش‌های مطرح شده، نیازمند ترتیب پلکانی است. به این معنا که در ابتدا باید برای بیان تغییرات ارزشی جامعه، وضعیت موجود جامعه را به لحاظ پوششی بررسی کرد. تعیین وضعیت موجود جامعه، نیازمند رصد همزمان رفتار و نگرش افراد جامعه نسبت به این موضوع است، زیرا تغییرات رفتاری، وضعیت ظاهری امروز جامعه را نشان می‌دهد و تغییرات نگرشی، ریشه تغییرات رفتاری امروز و تغییرات احتمالی آینده جامعه را توضیح خواهد داد. از سوی دیگر نگرش مردم نسبت به حجاب و رفتار پوششی آنها در موفقیت سیاست‌ها، بسیار تعیین‌کننده است. به عبارت دقیق‌تر این همراهی مردم و هماهنگی نگرش‌ها با سیاست‌ها،



ضامن اصلی اجرای سیاست‌های کلان در جامعه است و اگر بین سیاست‌ها و نگرش مردم همگرایی وجود نداشته باشد، قدرت سیاستگذار در اجرا، پایین خواهد بود. پس از پاسخ به این پرسش، باید عوامل اجتماعی مؤثر بر ایجاد این وضعیت، مورد بررسی قرار گیرد تا متغیرهای مؤثر بر ایجاد این وضعیت، شناسایی شود و راهکارهای معطوف به عوامل مؤثر ارائه شود. در واقع می‌توان گفت که دو پارامتر کلیدی، اتخاذ سیاست مناسب، اطلاع از وضع موجود و عوامل ایجاد این شرایط است. دو مرحله ذکر شده برای شناسایی هر مسئله فرهنگی لازم است، اما در مورد حجاب مرحله دیگری نیز وجود دارد که بسیار حائز اهمیت است و آن سیاست‌ها و رویکردهای حاکمیت در سال‌های گذشته می‌باشد؛ زیرا حجاب به‌عنوان نقطه ثقل عملکرد فرهنگی جمهوری اسلامی ایران شناخته شده است و سیاست‌های اعمال شده در سال‌های گذشته یکی از عوامل ایجاد شرایط امروز بوده و به‌دلیل تمرکز بسیار زیاد سیاستگذار بر این موضوع، چگونگی ورود دوباره سیاستگذار به آن از اهمیت و حساسیت بالایی برخوردار است. این ورود باید ازسویی اشتباهات گذشته را جبران کند و ازسوی دیگر رویکرد حاکمیت را در حوزه مسائل فرهنگی نشان دهد. به همین دلیل مرحله نهایی گزارش، ارزیابی سیاست‌های جمهوری اسلامی در خصوص حجاب است و در نهایت بر اساس این محورها، امکان‌های پیش‌روی سیاستگذاری در این حوزه مشخص شده است.

## ۱. وضعیت حجاب در کشور

همان‌طور که ذکر شد، لازمه بررسی سیر تحولات حجاب در کشور، بررسی آن در دو بخش نگرش به حجاب و رفتار جامعه است.

### ۱-۱. نگرش جامعه به حجاب

از طریق بررسی تغییرات نگرشی در یک جامعه می‌توان رفتار افراد در گذشته و احتمال بروز رفتار آنها در آینده را تا حدود زیادی مشخص نمود. تا اوایل دهه ۱۳۸۰ اطلاعات آماری و تحقیقات بسیار کمی در زمینه نوع نگرش به حجاب وجود دارد، اما بعد از این تاریخ به واسطه مهم شدن موضوع حجاب در جامعه، میزان تحقیقات انجام شده نیز افزایش یافته است. با توجه به تحقیقات گوناگون انجام شده در ۵ بُعد، نگرش به مسئله حجاب در این تحقیقات سنجیده شده است که عبارت است از:

۱-۱-۱. ارزشمندی حجاب (آیا حجاب برای فرد با ارزش است)؟

۱-۱-۲. ضرورت حجاب (آیا حجاب واجب و ضروری است)؟

۱-۱-۳. حدود حجاب (حدود حجاب چیست)؟

۱-۱-۴. پیامدهای بدحجابی و آثار مثبت حجاب (بدحجابی و بی‌حجابی چه پیامدهایی دارد که حجاب مانع آنها می‌شود)؟

۵-۱-۱. مداخله دولت در مسئله حجاب (آیا دولت حق مداخله در مورد حجاب را دارد)؟  
در این بخش نتایج تحقیقات مختلف در هر یک از ابعاد فوق بررسی شده است.

### ۱-۱-۱. ارزشمندی حجاب

در اینجا منظور از ارزشمندی حجاب، تمایل اجتماعی به این پدیده است به این معنا که اگر حجاب در جامعه ارزشمند تلقی شود، به‌عنوان یک هنجار در جامعه تلقی می‌شود و هنجارهای مغایر با آن مجالی برای بروز نخواهند یافت. ارزشمندی حجاب در تحقیقات گوناگون با شاخص‌های متفاوتی سنجیده شده است. در پژوهشی که نتایج آن در کتاب توسعه و تضاد<sup>۱</sup> آمده؛ دو شاخص عیب بودن بدحجابی و احترام به زنان چادری سنجیده شده است و نتایج آن نشان می‌دهد که ۸۶/۲ درصد پاسخگویان معتقد بودند در سال ۱۳۶۵ عدم رعایت حجاب از نظر مردم عیب بوده و یک خودکنترلی درونی در جامعه وجود داشته است. در حالی که این رقم برای سال ۱۳۵۶ بسیار پایین است؛ همین بررسی نشان می‌دهد در سال ۱۳۷۱ عدم رعایت حجاب در جامعه کمتر به‌عنوان یک رفتار ناپسند تلقی می‌شده و تنها ۴۱/۵ درصد جامعه آن را عیب می‌دانسته‌اند. به‌عبارتی ارزشمندی حجاب، کاهش تقریباً ۵۰ درصدی داشته است. همچنین ۸۱/۸ درصد پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که مردم جامعه در سال ۱۳۶۵ به خانم‌های چادری احترام بیشتری می‌گذاشتند؛ در حالی که این رقم در سال ۱۳۷۱ به ۳۶/۸ درصد کاهش یافته است. این تحقیق نگرش مردم در خصوص ارزشمندی حجاب را سنجیده است و نشان می‌دهد که ذهن جامعه تازه شکل گرفته بعد از انقلاب، حجاب را ارزشمند می‌داند و افراد با حجاب دارای شأن اجتماعی بیشتری هستند، اما به مرور این ارزشمندی کاهش یافته است. براساس نتایج پژوهش فوق که در سال ۱۳۷۶ منتشر شده و داده‌های آن مربوط به سال ۱۳۷۱ است؛ سیر تحول ارزشمندی حجاب با کاهش قابل توجهی مواجه بوده است.

علاوه بر پژوهش فوق، در سال ۱۳۹۰ پژوهشی در تهران انجام شده که در آن ارزشمندی حجاب با شاخص زیبایی و راحتی و بهترین نوع پوشش سنجیده شده است. ۴۴/۷ درصد از مردم، مانتو و شلوار با شال، روسری یا مقنعه را زیباترین ترکیب می‌دانند. ۳۹/۸ درصد پاسخگویان چادر مشکی با روسری یا مقنعه را زیباترین پوشش برای پوشیدن در بیرون از خانه می‌دانند. بنابراین از حیث زیبا دانستن نوع پوشش، جامعه دچار یک وضعیت قطبی شده است که در آن نصف جامعه پوشش مانتو و نصف دیگر، پوشش چادر را زیبا می‌دانند و از آنجایی که پوشش چادر معادل حجاب در جامعه ترویج شده، این وضعیت نشان‌دهنده نوعی کاهش ارزش حجاب با شاخص زیبایی است.

علاوه بر این ۴۷/۳ درصد زنان، مانتو و شلوار با شال، روسری یا مقنعه را راحت‌ترین نوع پوشش و

۱. فرامرز رفیع‌پور، توسعه و تضاد، تهران، ۱۳۷۶.

۲. مهدی فرجی، نفیسه حمیدی، بررسی فرهنگ پوشش و حجاب زنان ایران، ۱۳۹۰.





۴۰/۹ درصد انواع چادر با روسری یا مقنعه را راحت‌ترین نوع پوشش برای پوشیدن در بیرون از خانه می‌دانند. از حیث راحت بودن پوشش نیز وضعیت دوقطبی مشاهده می‌شود با این تفاوت که در این مورد کفه ترازو به نفع مانتو سنگین‌تر است.

درخصوص بهترین نوع پوشش، ۴۶/۳ درصد از زنان استان تهران گفته‌اند مانتو و شلوار با شال، روسری یا مقنعه بهترین نوع لباسی است که زنان در جامعه می‌توانند از آن استفاده کنند. ۴۴/۴ درصد پاسخگویان بهترین لباس را انواع چادر با روسری یا مقنعه می‌دانند. در این مورد نیز وضعیت قطبی‌شدگی جامعه مشهود است و با توجه به این اینکه عموماً پوشش مانتو، شلوار و روسری در برابر چادر و روسری، به نوعی در عرف پوشش بدحجابی محسوب می‌شود. نتایج این تحقیق نیز نشان می‌دهد که از حیث ارزشمندی با ۳ شاخص مذکور با تأکید بر زیبایی ظاهری تقریباً نیمی از زنان مهمترین کلان‌شهر ایران معتقد به ارزشمندی پوششی غیر از پوششی بوده‌اند که از سوی حاکمیت تبلیغ و ترویج شده است.

در پژوهش دیگری که از سوی سازمان ملی جوانان در سال ۱۳۸۸ انجام شده است،<sup>۱</sup> ارزشمندی حجاب با شاخص زیبایی سنجش شده است. براساس نتایج این تحقیق، ۵۴/۳ درصد از مردم با گزاره «بسیاری از زنان با حجاب مشکل دارند، چون زیبایی ظاهری را پنهان می‌کند» موافق بوده‌اند و به نوعی حجاب را از آن جهت ارزشمند ندانسته‌اند که زیبایی ظاهری ندارد.

در طرح‌های نظرسنجی ایسپا<sup>۲</sup> در سال‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۹۳، ارزشمندی حجاب با شاخص میزان تمایل مردم به حجاب سنجیده شده است. نتایج این طرح نشان می‌دهد میزان تمایل مردم شهر تهران به پوششی که مورد تأیید فرهنگ رسمی جامعه است (پوشش اسلامی مطلوب با توجه به معیارها و آیین‌نامه‌های سازمان‌های دولتی) از ۵۴/۴ درصد به ۳۵/۱ درصد تقلیل پیدا کرده است.

در نتیجه ارزشمندی حجاب چه با شاخص عیب بودن بدحجابی و احترام به محجبه‌ها، چه با شاخص راحتی و زیبایی ظاهری و چه با شاخص میزان تمایل مردم که در تحقیقات مختلف مورد استفاده قرار گرفته، با کاهش روبرو بوده است. معنای این تحول آن است که حجاب، انتخاب اول افراد نخواهد بود و نوعی فشار روانی و اجتماعی بر ضدحجاب در جامعه وجود دارد. درواقع شرایط محجبه بودن در جامعه به لحاظ اجتماعی همراه با فشارهای اجتماعی مختلف است.

۱. سازمان ملی جوانان، پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان، ۱۳۸۸.

۲. علی جنادله و محمد آقاسی، نظرسنجی دیدگاه مردم در مورد پوشش و حجاب بانوان در جامعه ۱۳۹۳.

## ۱-۱-۲. ضرورت حجاب

بعد دوم که در تحقیقات مربوط به حجاب مورد سنجش قرار گرفته است، ضرورت حجاب برای زنان است. در تحقیقی که با عنوان «گرایش فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی»<sup>۱</sup> در سال ۱۳۵۸ در شهر تهران انجام شده، نگرش مردم نسبت به این بُعد سنجش و پرسش شده است: «به نظر شما حجاب برای زن لازم است یا خیر»؟

جدول ۱. نگرش به حجاب در سال ۱۳۵۸

فراوانی نسبی (درصدی)			سال ۱۳۵۸
خیر	فرقی نمی‌کند	بلی	
۲۳/۸	۷/۶	۶۷/۳	به نظر شما حجاب برای زن لازم است یا خیر؟

طبق نتایج این تحقیق ۶۷ درصد مردم در سال ۱۳۵۸ حجاب را برای زن ضروری دانسته‌اند. البته آمار ۲۳/۸ درصد برای پاسخ منفی به این سؤال نیز در آن برهه تاریخی که همبستگی اجتماعی بالاست و در جامعه بر روی حجاب اتفاق نظر وجود دارد قابل توجه است و نشان‌دهنده وجود یک اقلیت قابل توجه در جامعه و به صورت خاص در کلان‌شهر تهران است. در ارتباط با ضرورت حجاب برای زنان، در تحقیقی که توسط سازمان تبلیغات اسلامی انجام شده است<sup>۲</sup> با دو سؤال، ضرورت حجاب سنجش شده است:

- الف) پوشش زنان بر مبنای اعتقاد دینی،  
ب) زن مسلمان نباید هر لباسی بپوشد.

جدول ۲. بررسی میزان اعتقاد مردم به حجاب

فراوانی نسبی (درصد)			میزان اعتقاد به حجاب
مخالفم	بینابین	موافقم	
۶	۱۱/۷	۸۲/۳	به نظر من پوشش زنان باید بر مبنای اعتقادات دینی باشد
۶/۵	۹/۸	۸۳/۶	زن مسلمان نباید هر لباسی را بپوشد

نتایج این پژوهش که در سال ۱۳۸۷ انجام شده است، نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد مردم جامعه، حجاب را یک امر ضروری برای زن می‌دانند.

۱. علی اسدی، مرکز سنجش افکار و تحقیقات اجتماعی سازمان رادیو و تلویزیون.  
۲. سینا کلهر، ۱۳۹۶.



همچنین در پژوهشی ملی دیگری، تحت عنوان «پوشش و حجاب زنان ایران»<sup>۱</sup> که سازمان تبلیغات در سال ۱۳۹۰ انجام داده است، ۹۵/۶ درصد از مردم به سؤال «آیا به حجاب اعتقاد دارید؟» پاسخ مثبت داده‌اند. بنابراین در پرسش کلی میزان اعتقاد به حجاب و یا ضرورت حجاب، درصد بسیار بالایی از مردم به ضرورت آن اشاره می‌کنند. در موج سوم از پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان که در سال ۱۳۹۴ انجام شده،<sup>۲</sup> اولویت ویژگی‌های زن/دختر خوب برای ازدواج از نگاه مردم مشخص شده است. در میان ۲۵ ویژگی ذکر شده، حجاب در اولویت چهارم قرار دارد و جزء شاخص‌های مهم به شمار می‌رود. این پژوهش نیز نشان می‌دهد که به لحاظ ذهنی، جامعه حجاب را جزء ویژگی‌های اساسی و از ضرورت‌های یک همسر خوب می‌داند؛ هرچند در موج‌های دیگر این پیمایش و پژوهش‌های مختلف، این پرسش مطرح شده و تا سال ۱۳۷۴، مسئله حجاب جزء ویژگی‌های ذکر شده نبوده، بلکه پیش‌فرض افراد در پاسخ به این سؤال، محجبه بودن زنان بوده است و این تحول نشان‌دهنده کاهش میزان ضرورت حجاب است.

### ۳-۱-۱. حدود حجاب

در تحقیق سازمان تبلیغات اسلامی که در سال ۱۳۸۷ تحت عنوان «نظرسنجی درباره احکام شرعی حجاب» انجام شده است، به‌طور میانگین ۸۲/۷۲ درصد مردم از گفتارهای موافق حجاب، حمایت می‌کنند، اما از این تعداد، صرفاً ۶۴/۷ درصد از پاسخگویان با گزاره «حجاب زن باید به نحوی باشد که موهایش اصلاً معلوم نباشد» موافق هستند. در واقع در مسئله حدود حجاب به‌نظر می‌رسد میان درک مردم از حجاب و قرائت رسمی از آن، اختلافاتی وجود دارد. در سال ۱۳۹۰، سازمان تبلیغات اسلامی در پژوهشی میزان اعتقاد مردم را بررسی کرده است. در این پژوهش رویکرد مردم نسبت به گزاره «حجاب شکل ثابتی ندارد و مقدار آن را عرف هر جامعه تعیین می‌کند» ۳۲/۱ درصد موافق، ۱۱/۴ درصد بینابین و ۵۶ درصد مخالف هستند. این موضوع نشان می‌دهد که حداقل نیمی از مردم به عرفی بودن حدود حجاب باور دارند.

در سنجش دیگری که از سوی سازمان تبلیغات اسلامی در سال ۱۳۹۰ انجام شده است،<sup>۳</sup> ابعاد دیگری از موضوع حدود حجاب روشن شده است:

۱. همان.

۲. پیمایش ارزش‌ها و نگرش ایرانیان، موج سوم، دفتر طرح‌های ملی و مرکز رصد اجتماعی، ۱۳۹۵.

۳. سینا کلهر، مدیریت حجاب در جمهوری اسلامی، ۱۳۹۶.

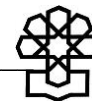
## جدول ۳. نگرش مردم به حدود شرعی حجاب در سال ۱۳۹۰

فراوانی نسبی (درصد)			نگرش به حجاب شرعی
مخالفم	مرددم	موافقم	
۷۶/۵	۶	۱۷/۵	رعایت نکردن حجاب در برابر برادر شوهر و یا شوهر خواهر
۷۰/۱	۸/۸	۲۱/۱	در موقعیت‌های خاص مثل شب عروسی لازم نیست درباره حجاب سختگیری کرد
۵۶/۷	۱۳/۲	۳۰/۱	وقتی هم دکتر زن و هم دکتر مرد وجود دارد، فرقی نمی‌کند که به کدام یک مراجعه شود
۸۴/۱	۵/۳	۱۰/۶	پوشیدن مانتوهایی که جذب باشد ایرادی ندارد
۵۸/۲	۱۱/۶	۳۰/۳	پیدا شدن دست‌ها بالاتر از مچ در هنگام کار و فعالیت‌هایی مثل ظرف شستن در برابر اقوام یا کار در مزرعه اشکال ندارد
۶۱/۳	۹/۶	۲۹/۱	پیدا شدن بخشی از موهای جلوی سر در اثر عقب و جلو شدن روسری و چادر ایرادی ندارد

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که میان حدود شرعی و حدود عرفی حجاب فاصله‌ای وجود دارد و این فاصله حاکی از برداشت متفاوت از حدود حجاب است. در پیمایش ملی مرکز افکارسنجی دانشجویان در سال ۱۳۸۸ نگرش به حجاب شرعی را با طرح گزاره «حجاب زن باید به نحوی باشد که موهایش اصلاً معلوم نباشد» سنجش شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ۶۴/۷ درصد از مردم با گزاره فوق، موافق هستند بنابراین نتایج این تحقیق نیز اختلاف میان حجاب عرفی و شرعی را نشان می‌دهد. به عبارتی می‌توان گفت که تقریباً نیمی از کسانی که ظاهراً به حجاب اعتقاد دارند، نوعی از پوشش را انتخاب کرده‌اند که عرف جامعه تأیید کرده است.

در سال ۱۳۹۳ نیز پژوهشی تحت عنوان «دیدگاه مردم در مورد پوشش و حجاب بانوان در جامعه» از سوی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) انجام شده است. در این پژوهش ۸ تصویر از نوع پوشش زنان در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفته تا از میان آنها پوشش مورد تأیید خود را انتخاب کنند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد؛ ۳۲ درصد از پاسخگویان پوشش مانتو و شال را به‌عنوان حجاب مورد پسند خود انتخاب کرده‌اند و پوشش‌های مانتو و مقنعه با ۲۰/۴ درصد و چادر با ۱۴/۷ درصد در رتبه‌های بعدی انتخاب پاسخ‌دهندگان بوده‌اند. معیار اسلامی بودن پوشش‌های انتخابی از سوی مردم در این پژوهش؛ با توجه به معیارها و آیین‌نامه‌های سازمان‌های دولتی، چادر و مانتو و مقنعه در نظر گرفته شده است که در مجموع ۳۵/۱ درصد از کل انتخاب‌ها را به‌خود اختصاص داده است و مابقی پوشش‌های انتخابی حدود شرعی کافی را ندارند. نکته حائز اهمیت دیدگاه مردم در مورد پوشش رایج کنونی جامعه است؛ تصور مردم از وضعیت پوششی زنان این است که ۳۳/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان پوشش رایج را، مانتو کوتاه و جذب و شال دانسته‌اند و فقط ۵/۴ درصد از مردم پوشش رایج را اسلامی می‌دانند. این آمارها نشان‌دهنده فاصله قابل ملاحظه بین انتخاب نظری و عملی مردم در پوشش و همچنین تأثیر تبلیغات (از هر نوعی) بر عرفی‌سازی پوشش است.<sup>۱</sup>

۱. مهدی رفیعی، علی جنادله، «گزارش نظرسنجی دیدگاه مردم در مورد پوشش و حجاب بانوان در جامعه»، ۱۳۹۳.



نکته دیگر اختلاف بین رعایت حدود حجاب در فضاهای خصوصی و عمومی افراد است، سازمان تبلیغات اسلامی در سال ۱۳۸۷ پوشش زنان در فضای عمومی را مورد پرسش قرار داده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ۶۶/۹ درصد از زنان به لحاظ نگرشی با پوشش مانتو، شلوار و شال (روسری) موافق هستند و ۴۹/۳ درصد از زنان در رفتار نیز همین پوشش را انتخاب می‌کنند. همچنین ۷۳/۲ درصد از زنان با مانتو، شلوار و مقنعه موافق هستند و ۵۱/۴ درصد نیز در عمل همین پوشش را انتخاب کرده‌اند. ۶۵/۳ درصد از زنان با چادر و روسری موافق بوده‌اند و در عمل نیز ۵۵/۲ درصد از همین نوع پوشش استفاده می‌کرده‌اند. در مورد پوشش بلوز و دامن و شال ۲۲/۲ درصد از زنان با آن موافق هستند و تنها ۳/۵ درصد از آنها در رفتار نیز این پوشش را انتخاب می‌کنند. اما وقتی حجاب در فضای خصوصی در مقابل نامحرم، مورد پرسش قرار می‌گیرد ۴۳/۶ درصد از زنان با پوشش بلوز و دامن و شال؛ ۴۴/۲ درصد با مانتو و شلوار و شال و ۶۶/۹ درصد با چادر رنگی موافق هستند. در واقع افرادی که در فضای عمومی از چادر و روسری استفاده می‌کنند در فضای خصوصی نیز از چادر رنگی استفاده می‌کنند اما افرادی که در فضای عمومی از مانتو و یا بلوز و دامن استفاده می‌کنند در فضای خصوصی حجاب متفاوت‌تری را انتخاب می‌کنند. این تفاوت در نوع پوشش در فضای خصوصی و عمومی نیز به نوعی بیانگر برداشت‌های متفاوت از حدود حجاب می‌باشد.

«در نتیجه تلقی مردم از حجاب شرعی و عرفی دچار تغییر شده و بسیاری از مردم حجاب عرفی را معادل حجاب شرعی می‌دانند و از همین رو نیز بر این باور هستند که حجاب را رعایت می‌کنند و زمانی که از آنها پرسیده می‌شود آیا به حجاب اعتقاد دارید، درصد بسیار بالایی از مردم پاسخ مثبت می‌دهند؛ اما وقتی مصداق دقیق حجاب شرعی یعنی صرفاً از نپوشاندن صورت و دست‌ها سؤال شده است، تنها ۶۹ درصد از مردم با آن همراهی می‌کنند. وجود این گسست همچنین در میزان عمل به حجاب شرعی نیز مشهود است.<sup>۱</sup> به عبارتی برای اتخاذ سیاست مناسب باید عوامل تأثیرگذار در تعریف عرف حجاب در جامعه را مورد بررسی قرار داد.

در سال ۱۳۸۸ پژوهشی با عنوان «سنجش نگرش دانشجویان دانشگاه‌های تهران به حجاب» انجام شده که در آن گسست میان درک عرفی از حجاب و حجاب شرعی تأیید شده است. در این پژوهش نگرش دانشجویان در مورد متغیرهای مرتبط با پوشش از قبیل سن، تحصیلات، دخالت دولت، حدود حجاب و... را مورد بررسی قرار داده است. «در داده‌های این تحقیق تغییرات اجتماعی یکی از مهمترین عوامل نگرش‌ساز است و عرف اجتماعی در زندگی روزمره، ارزش‌های متفاوت با ارزش‌های دینی پیدا کرده است. عرف اجتماعی حجاب بر شیک‌پوشی، زیبایی، به‌روز بودن و رعایت مد تأکید دارد و ارزش‌های دینی بر ساده‌پوشی، پوشش زینت‌ها، قناعت و... تأکید می‌کند».<sup>۲</sup>

۱. سینا کلهر، مدیریت حجاب در جمهوری اسلامی، ۱۳۹۶.

۲. گیتی عزیززاده، سنجش نگرش دانشجویان دانشگاه‌های تهران به پوشش و حجاب، ۱۳۸۹.

## ۴-۱-۱. پیامدهای حجاب

دیدگاهی نسبت به حجاب وجود دارد و آن این است که پیامدهای فردی و اجتماعی حجاب دلیل وجوب آن از سوی حاکمیت می‌باشد. سازمان تبلیغات اسلامی در سال ۱۳۸۷ پژوهشی انجام داده<sup>۱</sup> و در آن نظر مردم در مورد پیامدهای حجاب و بدحجابی را مورد بررسی قرار داده است:

## جدول ۴. پیامدهای بدحجابی از دید مردم

فراوانی نسبی (درصد)			پیامدهای حجاب
مخالفم	بینابین	موافقم	
۷/۲	۸/۵	۸۴/۳	لباس نامناسب زن را در معرض گناه قرار می‌دهد
۱۱/۱	۱۳/۱	۷۵/۸	نوع لباس پوشیدن زنان با رستگاری آنها ارتباط دارد
۷	۷/۵	۸۵/۵	حجاب، زن را از نگاه‌های بد مردان حفظ می‌کند
۶۰/۸	۱۴/۹	۲۴/۳	پیدا بودن موهای زنان اثرات منفی در جامعه ایجاد نخواهد کرد
۵۶/۱	۲۰/۵	۲۳/۴	آرایش کردن زنان موجب نشاط و شادی آنها و جامعه می‌شود
۷۱/۳	۱۲/۱	۱۵/۶	نوع لباس‌های دختران فاقد تأثیر در سلامت رابطه دختران و پسران است
۷۸	۱۲	۹/۹	پوشیدن لباس کوتاه و تنگ هیچ پیامد منفی اجتماعی ندارد

آمارهای فوق نشان می‌دهد که اکثر جامعه نظر مثبت نسبت به منفی بودن پیامدهای بدحجابی دارند و در پایین‌ترین آمار موجود، ۵۶/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان میزان اثرگذاری آرایش کردن بر نشاط زنان را نفی کرده‌اند. البته اذعان به پیامدهای حجاب لزوماً به معنای رعایت آن از سوی مردم نیست بلکه باید عامل بودن مردم را در بخش رفتارها و تقید به حجاب مورد بررسی قرار گیرد.

## ۵-۱-۱. مداخله دولت در مسئله حجاب

براساس تحقیقی که مرکز افکارسنجی دانشجویان در سال ۱۳۸۵ انجام داده است کسانی که با شخصی بودن حجاب و عدم مداخله دولت در این موضوع موافق هستند؛ ۳۴/۷ درصد بودند و در سال ۱۳۹۳ نیز تعداد کسانی که با گزاره فوق موافق می‌باشند به ۴۹/۲ درصد افزایش یافته است. در همین پژوهش ۵۵/۵ درصد از مردم در سال ۱۳۸۵ معتقد بودند که باید با افراد بدحجاب برخورد شود درحالی که در سال ۱۳۹۳ تعداد افرادی که گزاره فوق را تأیید کرده‌اند ۳۹/۹ درصد بوده است. درواقع تعداد افرادی که قائل به شخصی بودن حجاب و عدم دخالت حکومت هستند روند افزایشی و کسانی که قائل به برخورد حکومت با بدحجابی بوده‌اند روند کاهشی دارد. علاوه بر این میزان اعتقاد شرعی و عرفی مردم در جامعه نشان‌دهنده موافقت و مخالفت مردم با ورود حاکمیت به موضوع حجاب در جامعه نیست. به عبارتی درصد بالایی از اعتقاد نیز متضمن موافقت مردم با برخوردهایی از قبیل گشت ارشاد نیست.

۱. سینا کلهر، مدیریت حجاب در جمهوری اسلامی، ۱۳۹۶.



همچنین در سال ۱۳۹۱ پژوهشی با روش تحلیل ثانویه تحت عنوان «اعتقاد به حجاب و نگرش‌های مربوط به آن» انجام شده که داده‌های پژوهش «طرح نظرسنجی مردم تهران درباره نوع نگرش آنان به وضعیت عفاف و حجاب در جامعه» انجام شده در «پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات» را واکای کرده است. نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد ۶۴/۵۹ درصد از زنان و ۶۰/۵۵ درصد از مردان به حجاب اعتقاد دارند، اما در همین پژوهش فقط ۴۴/۷۳ درصد از مردم به لزوم اجبار اجتماعی برای حجاب اعتقاد دارند.<sup>۱</sup>

سازمان ملی جوانان در پژوهشی در سال ۱۳۸۸ چند گزاره را پرسش کرده است<sup>۲</sup> که از کنار یکدیگر قرار دادن این نتایج، شرح دقیق‌تری از نگرش مردم به میزان مداخله دولت در موضوع حجاب ارائه می‌شود:

جدول ۵. نظر مردم در مورد فردی و اجتماعی بودن حجاب

مخالفم	موافقم	سؤال
۴۸/۷	۵۱/۲	رعایت حجاب موضوعی فردی است
۶۲/۵	۳۷/۵	قلب پاک مهم است، نه رعایت حجاب
۲۶/۴	۷۴/۷	کنترل حجاب توسط نیروی انتظامی ضروری است.

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد درحالی که نیمی از جوانان اعتقاد به فردی بودن حجاب دارند و تقریباً ۴۰ درصد از آنها قلب و درونیات فرد را مهمتر از رعایت ظاهری حجاب می‌دانند، ۷۴/۷ درصد از جوانان، موافق الزام بیرونی از سوی نیروی انتظامی هستند. نتایج این تحقیق با دیگر نتایج همخوانی ندارد. درحالی که سایر تحقیقات دلالت بر میزان پایین همراهی مردم با این موضوع دارد، در این تحقیق اکثریت قابل توجهی (۷۵ درصد) موافق این موضوع هستند. دلیل این امر می‌تواند، برداشت‌های متفاوت از حدود حجاب باشد. درواقع افراد با ذهنیت خود در مورد حدود و چگونگی حجاب و بدحجابی به سؤالات پاسخ داده‌اند و یا آنکه پاسخ جوانان در مورد، ورود نیروی انتظامی به موضوع حجاب با میزانی از ترس همراه بوده است.

اما همین نتایج نشان می‌دهد ۲۶/۴ درصد از جوانان قطعاً با الزام بیرونی حجاب مخالف و ۵۱/۲ درصد حجاب را موضوعی فردی می‌دانند؛ بنابراین می‌توان گفت که به لحاظ نگرشی بخشی از ۷۴/۷ درصد، موافق با الزام بیرونی، در واقعیت با این عمل همراهی ندارند. در پژوهشی با عنوان «وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان»<sup>۳</sup> نظر مردم در مورد گزاره «جلوگیری از شیوع بی‌حجابی در جامعه باید یکی از وظایف اصلی دولت باشد» سنجیده شده است و نتایج به شرح زیر است:

۱. معصومه طالبی دلیر و سیدمجیدی رضوی توسی، «اعتقاد به حجاب و نگرش‌های مربوط به آن»، ۱۳۹۱.  
 ۲. سازمان ملی جوانان، پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان، ۱۳۸۸.  
 ۳. منصور واعظی، وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان، ۱۳۹۲، ص ۱۸۶.

## جدول ۶. نگرش مردم نسبت به میزان مداخله دولت در موضوع حجاب (درصد)

اعتقاد / وضعیت پوشش	بسیار موافق	تاحدی موافق	تاحدی مخالف	کاملاً مخالف
بدحجاب	۴۲/۱	۶۶/۶	۷۲/۹	۷۹/۳
باحجاب	۵۷/۹	۳۳/۴	۲۷/۱	۲۰/۸

آمار فوق نشان می‌دهد نه تنها اکثریت جامعه زنان بدحجاب با مداخله دولت مخالف هستند، بلکه درصدی از جامعه زنان باحجاب نیز با مداخله دولت در موضوع حجاب مخالفند و این درصد از مخالفت مردم میزان قدرت دولت را برای برخورد مستقیم با پدیده بدحجابی کاهش می‌دهد. به‌طور کلی می‌توان میزان مداخله دولت در موضوع حجاب را از دو وجه بررسی کرد. اولین رویکرد، موضوع فردی بودن حجاب است و اینکه دولت نباید در این امور مداخله کند. رویکرد دوم چگونگی ورود حاکمیت به این موضوع در سال‌های گذشته است که سبب بروز مخالفت با این موضوع شده است. به‌عبارتی شکل کنش حاکمیت و چگونگی ورود، در اصل موضوع ورود یا عدم ورود حاکمیت اثرگذار بوده است. متأسفانه تحقیقی که نشان دهنده تفکیک افراد مخالف در دو دسته فوق باشد، وجود ندارد. اما به‌لحاظ تحلیلی می‌توان هر دو عامل را تأثیرگذار دانست.

نتایج بررسی پنج بعد مذکور در حوزه بررسی نگرش جامعه نسبت به حجاب به‌شرح زیر است:

۱. از حیث ارزشمندی حجاب، ارزش حجاب روندی نزولی دارد. این کاهش قابل توجه و ملموس بوده است و براساس برخی تحقیقات موجود به ۳۵ درصد رسیده است. با این حال توجه به این نکته بسیار مهم است که مردم معتقد به ارزشمندی حجاب در وضعیت حداقلی قرار دارند، اما جمعیتی منسجم، قابل توجه و دارای انگیزه‌های اعتقادی و ایمانی هستند.

۲. از حیث ضرورت دانستن حجاب، همچنان بخش قابل توجهی از افراد جامعه قائل به ضرورت حجاب برای زن مسلمان هستند. به‌طور میانگین می‌توان گفت که حدود ۸۵ درصد از جامعه حجاب را برای زنان ضروری می‌دانند. هر چند میان درک عرفی و شرعی از حجاب تفاوت‌هایی در میان مردم وجود دارد که خود را در بعد حدود حجاب نشان می‌دهد.

۳. نگرش مردم نسبت به حدود حجاب تفاوت‌هایی با نگرش شرعی دارد. به‌گونه‌ای که تقریباً ۵۰ درصد جامعه به حجاب عرفی گرایش دارند.

۴. درخصوص پیامدها و تأثیرات بدحجابی بخش قابل توجهی از مردم قائل به تأثیرات منفی و زیانبار بدحجابی در جامعه هستند. اما همان‌گونه که در بعد حدود حجاب عنوان شد نگرش مردم به حدود حجاب عامل تعیین‌کننده در رفتار آنهاست و پذیرش پیامدهای بدحجابی را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد.

۵. نگرش نسبت به مداخله دولت و نحوه برخورد با بدحجابی در مقایسه با سایر ابعاد مذکور بیشترین میزان تغییر و تحول را داشته و منفی شدن و مخالفت مردم با مداخله دولت سیر صعودی





داشته است. به گونه‌ای که طبق آخرین یافته‌ها صرفاً ۴۰ درصد از مردم از دخالت دولت در حجاب حمایت می‌کنند.

از میان پنج بُعد مطرح شده، نگرش مردم در دو بُعد آن - ضرورت حجاب و پیامدهای بدحجابی - مثبت و حداکثری است و در دو بعد ارزشمندی حجاب و میزان مداخله دولت با منفی شدن متغیر روبرو هستیم و بُعد تعیین‌کننده در برآورد کلی نگرش مردم به حجاب حدود حجاب است که در حال حاضر در وضعیت بینابینی قرار دارد. البته باید به وزن و بُرد اثرگذاری هر کدام از این ابعاد نیز توجه داشت. به نظر می‌آید وزن ارزشمندی حجاب و نگرش مردم به حدود حجاب نسبت به بقیه بالاتر باشد. به همین دلیل کاهش ارزشمندی حجاب در کنار عرفی‌گرایی و نسبی‌گرایی حجاب باید محل اعتنا باشد. زیرا در نهایت این دو بُعد تعیین‌کننده رفتار فرد هستند و جهت رفتاری جامعه را تعیین می‌کنند.

## ۲-۱. رفتار پوششی جامعه

رفتارهای اجتماعی هر فرد از دو منبع ارزش‌های فردی و ارزش‌های اجتماعی تغذیه می‌شود. این دو منبع معمولاً در راستای هم عمل کرده و با فشار اجتماعی، تعیین‌کننده عملکرد فرد در اجتماع هستند. به تعبیر بوردیو<sup>۱</sup> عادت‌واره‌هایی که از هنجارها و ارزش‌های اجتماعی افراد شکل گرفته‌اند جهت حرکت هنجاری جامعه را نشان می‌دهند. در این بخش علاوه بر بررسی تغییرات ارزشی و هنجاری جامعه ایران، رفتارهای افراد در خصوص نحوه پوشش آنها در جامعه بررسی شده است.

## ۱-۲-۱. وضعیت کلی پوشش

آمارهای موجود در خصوص تغییرات بی‌حجابی نشان‌دهنده سیر صعودی این پدیده در جامعه است. به عبارتی رفتار افراد جامعه به سمت بدپوششی گرایش دارد. در جدول زیر که براساس اطلاعات کتاب وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان است<sup>۲</sup> تغییرات پوشش زنان متردد در تهران در ۶ سال پیاپی نشان داده شده است:

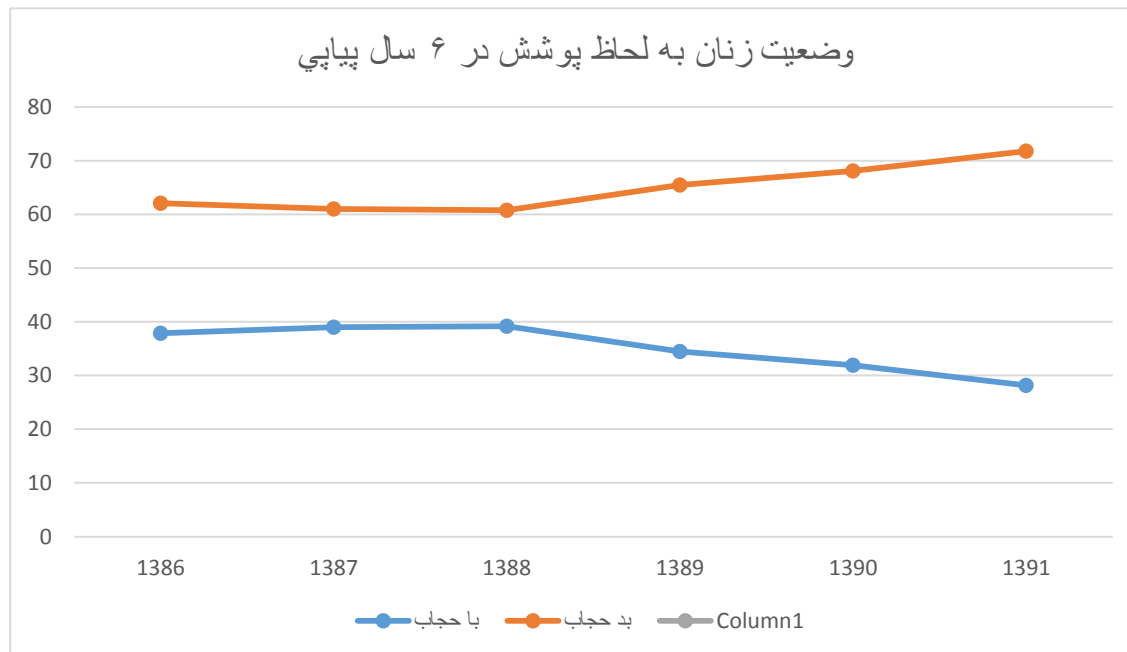
جدول ۷. تقسیم‌بندی زنان به لحاظ پوشش در ۶ سال پیاپی

سال	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱
وضعیت پوشش						
بدحجاب	۶۲/۱	۶۱	۶۰/۸	۶۵/۵	۶۸/۱	۷۱/۸
باحجاب	۳۷/۹	۳۹	۳۹/۲	۳۴/۵	۳۱/۹	۲۸/۲

۱. پییر بوردیو، تمایز، ۱۳۹۳.

۲. منصور واعظی، پوشش و آرایش ایرانیان، ص ۳۵، انتشارات کتاب نشر، ۱۳۹۲.

## نمودار ۱. تغییرات رفتاری زنان نسبت به رعایت حجاب شرعی



آمارهای موجود نشان می‌دهد تحول رفتاری و هنجاری در جامعه به سمت بدحجابی یا حجاب عرفی است. در همین پژوهش و در سال ۱۳۹۱ پوشش زنان متردد در شهرها و روستاهای کل کشور بررسی شده و نتیجه آن بوده است که ۶۴/۹ درصد از زنان بدحجاب بوده‌اند. به عبارتی علاوه بر تغییر ارزشی جامعه و کاهش نگرش مثبت به حجاب، در عمل نیز درصد بدحجابان افزایش پیدا کرده است و تغییر رفتار جامعه با تغییرات ارزشمندی حجاب و عرفی‌گرایی آن، همسو بوده است.

## ۲-۱-۲. وضعیت گروه‌های مختلف بدحجاب و باحجاب

با توجه به وجود گروه‌های متفاوت در میان دو گروه تفکیکی باحجاب و بدحجاب، وضعیت این گروه‌ها از حیث پوشش به شکل زیر است:

## الف) وضعیت گروه‌های بدحجاب

- گروه‌های بسیار هنجارشکن که در برخی پژوهش‌ها از تعبیر مهاجم و متخلف از آنها یاد شده است و نقش الگودهی در جامعه دارند. مطابق گزارش وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان آمار این گروه حدود ۱۱ درصد از بدحجابی‌ها را شامل می‌شود.

- گروه‌های بدحجاب غافل و یا محجبه‌های عرفی، در پی ترویج بی‌بندوباری نیستند و میزان الگوپذیری آنها نیز بالاست. آمار موجود از نوع بدحجابی‌ها نشان می‌دهد ۸۹ درصد از بدحجابی‌ها از نوع بدحجاب‌های غافل هستند (واعظی، ۱۳۹۲: ۹۹).

**ب) وضعیت زنان باحجاب**

که در دو دسته کلی باحجاب با پوشش سنتی و جدید تقسیم‌بندی می‌شوند:  
- گروه‌های با حجاب سنتی که در برخی پژوهش‌ها از عنوان مروج برای آنها استفاده می‌شود که ۲۶/۵ درصد از باحجابان جامعه را به خود اختصاص می‌دهد.

- گروه‌های باحجاب نوین که با عنوان باحجاب‌های منضبط و هوشیار نیز شناخته شده و ۷۳/۴ درصد از زنان باحجاب جامعه را شامل می‌شوند. در این دسته از افراد شاهد شیوه‌های نوینی از پوشش هستیم و زیباسازی حجاب برای آنها اهمیت دارد.

در سال ۱۳۸۷ پژوهشی با عنوان «فرهنگ پوشش و حجاب در زندگی روزمره زنان ایران»<sup>۱</sup> انجام شده است که در دو محیط خصوصی و عمومی حجاب زنان را بررسی کرده است. در این پژوهش اعتقاد و رفتار افراد جامعه به صورت همزمان مورد پرسش قرار گرفته است. پوشش‌های مورد پرسش در این پژوهش در سه دسته بلوز، مانتو و چادر تقسیم شده‌اند که نتایج آن به شرح زیر است:

**جدول ۸. اولویت پوشش زنان در اماکن عمومی در سال ۱۳۸۷**

خیر	بلی	مخالفم	بینابین	موافقم	نوع پوشش	پوشش در فضای عمومی	
۹۶/۵	۳/۵	۶۲/۴	۱۳/۶	۲۲/۲	جدید	بلوز	بلوز و دامن و شال (روسری)
۹۵/۸	۴/۲	۶۷/۸	۱۲/۳	۱۹/۹	جدید		بلوز(کت) و شلوار و شال
۸۸/۹	۱۱/۱	۴۵/۹	۲۴/۵	۲۹/۶	جدید	مانتو	مانتو و دامن و شال (روسری)
۵۰/۷	۴۹/۳	۱۶/۴	۱۶/۷	۶۶/۹	جدید		مانتو، شلوار و شال(روسری)
۴۸/۶	۵۱/۴	۱۲/۶	۱۴/۲	۷۳/۲	سنتی		مانتو، شلوار و مقنعه
۴۴/۸	۵۵/۲	۱۹/۲	۱۵/۶	۶۵/۳	جدید	چادر	چادر و روسری (شال)
۸۰/۹	۱۹/۱	۳۱/۵	۲۰/۳	۴۸/۲	جدید		چادرعربی (ایرانی)
۴۳/۶	۵۶/۴	۱۸/۲	۱۳/۶	۶۸/۳	سنتی		چادر و مقنعه

آنچه که از تحقیق فوق استنباط می‌شود این است که تقریباً ۵۵ درصد جامعه از پوشش سنتی (چادر و مقنعه - مانتو، شلوار و مقنعه) استفاده می‌کنند و مابقی از اشکال متفاوت پوشش جدید استفاده می‌کنند و پوشش‌های خاص (مثل بلوز) بسیار کم است. شایان ذکر است که استفاده از پوشش چادر لزوماً به معنای باحجاب بودن زنان جامعه نیست و این آمار میزان حجاب جامعه را به ما نشان نمی‌دهد، بلکه تنوع پوششی جامعه مشخص می‌شود از سوی دیگر در پوشش‌های عرفی جامعه از قبیل مانتو و شلوارو روسری (مقنعه) و چادر و روسری (مقنعه)، ذهنیت افراد با عملکرد آنها نزدیکی بالایی دارد، اما در پوشش‌های غیرمتعارف مانند بلوز و دامن و یا مانتو و دامن و چادر عربی شکاف زیادی بین ذهنیت و رفتار افراد وجود دارد. این شکاف نمایانگر پذیرش حجاب عرفی در جامعه است.

۱. سینا کلهر، مدیریت حجاب در جمهوری اسلامی، ۱۳۹۶.

حجابی که حدود شرعی کامل را ندارد و از سوی دیگر هنجارهای پوششی را کامل زیر پا نگذاشته است، بلکه پوششی بینابین است.

در سال ۱۳۸۰ وضعیت پوشش زنان در تهران توسط محمدحسین رضایی بررسی شده است. در این پژوهش علاوه بر تنوع پوششی میزان شرعی بودن آن نیز سنجیده شده است. نتایج این پژوهش به شرح زیر است:<sup>۱</sup>

جدول ۹. تفکیک نوع پوشش و آرایش زنان

ردیف	نوع پوشش و آرایش	فراوانی	درصد نسبی
۱	پوشش اسلامی با چادر و بدون آرایش	۲۲۱۰	۳۲/۳
۲	پوشش اسلامی با مانتو و بدون آرایش	۷۷۸	۱۱/۴
۳	پوشش نسبتاً اسلامی با چادر و مقداری آرایش	۱۰۱	۱/۵
۴	پوشش کمتر اسلامی با مانتو و آرایش	۳۰۰۱	۴۳/۸
۵	پوشش خیلی کمتر اسلامی با مانتو و آرایش زیاد	۷۵۳	۱۱

نتایج حاصل از این پژوهش نیز حاکی از آن است که ۱۱ درصد از زنان جامعه در وضعیت حاد پوششی و آرایشی قرار دارند و مابقی بدپوششی‌ها به نوعی رفتار عرفی زنان در جامعه است. در پژوهش فوق ۴۳/۷ درصد از زنان حجاب اسلامی دارند و ۵۶/۳ درصد از زنان حجاب کمتر اسلامی دارند. این آمار با آمارهای پژوهش «پوشش و آرایش ایرانیان» اختلاف ۱۰ درصدی دارد که می‌توان این اختلاف را مربوط به فاصله زمانی ۱۰ ساله انجام دو پژوهش دانست. همچنین می‌توان گفت، افرادی که در وضعیت بینابین قرار داشته‌اند گرایش به سمت حجاب عرفی پیدا کرده‌اند تا حجاب شرعی. در نهایت با استناد به پژوهش‌های مختلف می‌توان به نتایج زیر در مورد وضعیت جامعه در حوزه حجاب رسید:

جدول ۱۰. وضعیت کلی حجاب در جامعه

زنان از حیث پوشش	درصد	تفکیک (درصد)
زنان بدحجاب	۶۴/۸	خیلی بدحجاب
		بدحجاب متوسط (عرفی)
زنان باحجاب	۳۵/۲	

در نتیجه می‌توان گفت، زنان بدحجاب بخش قابل توجهی از جامعه را شامل می‌شوند، اما نکته قابل ملاحظه توجه به تنوع میان گروه بدحجاب‌هاست. زیرا تنها ۱۱ درصد این گروه هنجارشکن



محسوب می‌شوند و اکثریت آنها در گروه بدحجابان عرفی قرار دارند. علاوه بر این در میان باحجاب‌ها اکثریت متعلق به پوشش‌های جدید است. بنابراین نوعی تطابق رفتاری و نگرشی در جامعه به چشم می‌خورد که تأثیرات آن حتی در میان گروه باحجاب‌ها نیز قابل توجه و مشهود است و دلالت‌های خاصی برای سیاستگذاری به همراه دارد.

## ۲. عوامل تشدیدکننده وضعیت موجود

حجاب پدیده‌ای اجتماعی متأثر از عوامل متعدد اجتماعی و اقتصادی در جامعه است و باید تحولات آن را در بستر تغییرات اجتماعی بررسی کرد. رشد شهرها و به تناسب آن رشد تکنولوژی و توسعه‌گرایی یکی از عوامل مهم است که خود عوامل ثانوی زیادی از جمله تغییرات جمعیتی، ایجاد مراکز دانشگاهی، گسترش فناوری و ارتباطات، توسعه اقتصادی و رشد فردگرایی را به همراه دارد. برای بررسی تغییرات رفتار پوششی زنان جامعه به‌عنوان یک پارامتر فرهنگی - اجتماعی باید چگونگی شاخص‌های مذکور را بررسی کرد. از این‌روی تغییرات پوششی در مراکز شهری و روستایی، تأثیر تحصیلات بر رفتار پوششی، رسانه‌ها به‌عنوان ابزارهای ارتباطی، زیرساخت‌های حجاب به‌عنوان عوامل اقتصادی تأثیرگذار در این حوزه و سن به‌عنوان شاخص بررسی تغییرات جمعیتی مورد توجه قرار گرفته‌اند.

### ۲-۱. تحصیلات

تحصیلات یکی از مهمترین متغیرهای مؤثر بر پدیده حجاب است. تمام دولت‌های بعد از انقلاب اهتمام ویژه‌ای به موضوع تحصیلات، مخصوصاً تحصیلات زنان داشته‌اند. شواهد تجربی نشان می‌دهند که میان تحصیلات و وضعیت پوشش همبستگی مثبت بالایی وجود دارد.

جدول ۱۱. تغییرات پوششی به تبع تغییرات تحصیلات در تهران<sup>۱</sup> (درصد)

تحصیلات نوع پوشش	بیسواد/کم‌سواد	کمتر از دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس
آسیب‌دار	۳۳/۸	۵۵/۲	۶۷/۵	۷۴/۳	۷۲	۷۲/۴
بی‌آسیب	۶۶/۲	۴۴/۸	۳۲/۵	۲۵/۷	۲۸	۲۷/۶

این جدول نشان می‌دهد که هرچه میزان تحصیلات زنان در تهران بیشتر می‌شود، پوشش آنها نامناسب‌تر می‌گردد. آمار کل کشور که شامل شهرها و روستاهاست، نشان می‌دهد که بیشترین آسیب‌ها متوجه زنان در گروه‌های دیپلم (۶۹/۱ درصد)، دانشجو (۶۸/۲ درصد) و فوق‌دیپلم (۶۹/۴

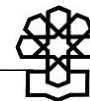
۱. منصور واعظی، پوشش و آرایش ایرانیان، انتشارات کتاب نشر، ۱۳۹۲.

درصد) است (واعظی، ۱۳۹۲: ۱۲۱). این آمار نیز تأییدکننده ارتباط معنادار و مثبت افزایش تحصیلات و افزایش بدپوششی است؛ چرا در شهرستان‌ها و روستاها غالب زنان حداکثر تا مقاطع فوق‌دیپلم و لیسانس ادامه تحصیل می‌دهند.

در پژوهش دیگری که اصغر محمدی و میثم قدسی در سال ۱۳۹۵ در شهر ایلام تحت عنوان «بررسی نگرش به حجاب در بین زنان ۱۵ سال به بالای شهر ایلام و رابطه آن با متغیرهای دموگرافیک» انجام داده‌اند رابطه معناداری بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و حجاب زنان وجود دارد به این معنا که هر چقدر میزان پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان که شامل میزان تحصیلات، وضعیت شغلی و درآمد است بالاتر باشد میزان حجاب آنها نسبت به زنان با طبقه اجتماعی - اقتصادی پایین، کمتر است و در واقع می‌توان گفت رابطه معکوسی بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی زنان و حجاب وجود دارد.

## ۲-۲. سن

فرض موجود در این رابطه این است که زنان و دختران در سنین پایین‌تر گرایش بیشتری به بدپوششی دارند که این خود متأثر از چند عامل است. یکی از عوامل مفروض تشدید غرایز در سنین جوانی است به گونه‌ای که عامل تیرج در این دوران بسیار پررنگ می‌شود. در پژوهشی که به سفارش سازمان بسیج و توسط پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج در سال ۱۳۹۳ انجام شده است، با افزایش سن درصد قانون‌پذیری افراد و به تبع آن پذیرش قانون اجتماعی - فرهنگی حجاب در بین زنان افزایش می‌یابد. همین نتیجه در وضعیت سنجی پوشش و آرایش ایرانیان نیز حاصل شده است. مطابق این پژوهش بیشترین آمار بدحجابی مربوط به گروه سنی ۱۲-۱۸ سال است و این امر با توجه به بالارفتن سن بلوغ فکری در جامعه قابل توجیه است. در واقع می‌توان گفت که سن کودکانگاری دختران و پسران در جامعه افزایش یافته و به همین دلیل سن پذیرش حجاب شرعی نیز افزایش یافته است. آن چیز که از این پژوهش دریافت می‌شود این است که گروه‌های آسیب‌دار بیشتر در رده سنی جوان قرار دارند و هر چه سن بالاتر می‌رود از میزان بدپوششی آنها کاسته می‌شود (واعظی، ۱۳۹۲: ۱۲۰). البته این روند تا سن ۶۲ سال یکنواخت است و از این سن به بعد با افزایش بدپوششی زنان روبرو هستیم که افزایش بدحجابی در این سن را نمی‌توان برگرفته از عوامل تیرجی و... دانست، بلکه از این سن به بعد به دلیل کاهش زیبایی‌های ظاهری زنان دیگر نیازی به پوشیدگی را حس نمی‌کنند. نکته دیگر اینکه روند بدپوششی زنان در تهران ثابت و کاهشی است و وقتی این پژوهش در کل ایران انجام می‌شود با افزایش بدحجابی در سنین بالای ۶۲ سال روبرو می‌شویم. این تفاوت آماری برخاسته از بدپوششی‌های فرهنگی و وابسته به سنت در شهرستان‌ها و روستاهاست که در زمره بدپوششی‌های عرفی قرار می‌گیرند. پژوهش دیگری تحت عنوان تبیین و بررسی حجاب‌گزینی در میان دختران ۱۵ تا ۳۰ سال شهر بوشهر که در سال ۱۳۹۱ توسط خانم سیده فاطمه موسوی انجام شده است که متغیرهای مختلفی را در



موضوع حجاب بررسی کرده است. در این پژوهش رابطه بدحجابی و سن زنان، رابطه‌ای معکوس است و نشان می‌دهد که با افزایش سن زنان و دختران از بدحجابی آنها کاسته می‌شود. همچنین در پژوهشی که در سال ۱۳۹۲ تحت عنوان اعتقاد به حجاب و نگرش‌های مربوط به آن انجام شده است،<sup>۱</sup> متغیر سن به‌عنوان یک متغیر مؤثر که افزایش آن موجب افزایش اعتقاد به حجاب می‌شود بیان شده است.

حال با بررسی وضعیت جمعیتی ایران بعد از انقلاب اسلامی می‌توانیم تعیین کنیم که چند درصد از زنان جامعه در منطقه بحرانی سن به لحاظ انحرافات پوششی قرار دارند. طبق گزارش مرکز آمار ایران در سال ۱۳۷۵، ۲۳ درصد از جمعیت کشور زیر بازه سنی ۲۰-۳۵ سال بوده‌اند و همین آمار در سال‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰ به ترتیب ۳۱ و ۳۲ درصد است به عبارتی تقریباً در دو دهه گذشته یک‌سوم از جامعه ایرانی در منطقه بحرانی قرار داشته‌اند.

در پژوهش دیگری که اصغر محمدی و میثم قدسی در سال ۱۳۹۵ در شهر ایلام تحت عنوان «بررسی نگرش به حجاب در بین زنان ۱۵ سال به بالای شهر ایلام و رابطه آن با متغیرهای دموگرافیک» انجام داده‌اند رابطه معناداری بین سن و میزان حجاب زنان وجود دارد بدین معنا که زنان دارای سن بالاتر نسبت به زنانی که سن پایین‌تری دارند گرایش بیشتری به حجاب دارند.

بنابراین با توجه به آمار اعلام شده و پیش‌بینی صورت گرفته از سوی مرکز آمار ایران تا سال ۱۴۳۰ در بهترین حالت که میزان باروری بالاتر از سطح جانشینی باشد یعنی معادل ۲/۵ فرزند؛ باز هم با روند نزولی رشد جمعیت مواجه هستیم و در بدترین حالت که کاهش نرخ باروری است رشد جمعیت منفی خواهد بود که در هر صورت روند پیری جامعه را در پیش خواهیم داشت. این آمار بیانگر این مطلب است که نسل جوان جامعه که بیشترین آمار بدپوششی تهرج‌گونه در بین آنها دیده می‌شود روز به روز پیر شده و از دایره گروه بدپوششان نوآور خارج می‌شوند و به‌واسطه رشد منفی جمعیت شمار نسل جوان کاهش پیدا می‌کند در این وضعیت چند احتمال وجود دارد:

۱. آمار بدحجابی به حالتی از ثبات برسد، زیرا نسل نوآور در جلوه‌های بدپوششی در اقلیت جامعه قرار می‌گیرند و کنش‌های آنها به حاشیه برده می‌شود. به عبارتی الگوهای تزریق فرهنگ بدپوششی کمرنگ می‌شوند.

۲. به دلیل تثبیت رفتارهای هنجارشکنانه در نسل میانسال جامعه آمار بدحجابی افزایش یافته، اما همچنان درصد جمعیت نوآور و مهاجم به دلیل کاهش جمعیت جوان ثابت خواهد بود.

۳. به دلیل جابجایی نسل، جمعیت جوان امروز در جایگاه والد و تربیت‌کننده نسل بعدی قرار می‌گیرد و به دلیل عدم پایداری آنها نسل مورد تربیت هنجارشکن‌تر خواهد بود و همچنان بدحجابی روند افزایشی خواهد داشت.

۱. معصومه طالبی دلیر و سیدمجتبی رضوی طوسی، ۱۳۹۲.

### ۲-۳. تأهل و مجرد

در کتاب وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان آمده است که ۷۰/۸ درصد از زنان مجرد و ۶۱ درصد از زنان متأهل بدپوشش و آسیب‌دار هستند. به‌عبارت دیگر مجرد زنان بستری است که در آن بدپوششی افزایش می‌یابد، اما این افزایش چندان زیاد و قابل توجه نیست. در پژوهشی که توسط سیده فاطمه موسوی انجام شده است نیز این رابطه تأیید شده است. در این پژوهش آمده است که میزان تمایل و تعهد زنان متأهل به حجاب بیشتر است. اما در آمار ارائه شده اختلاف بین دو گروه چشمگیر نیست.

در پژوهش دیگری که اصغر محمدی و میثم قدسی در سال ۱۳۹۵ در شهر ایلام تحت عنوان «بررسی نگرش به حجاب در بین زنان ۱۵ سال به بالای شهر ایلام و رابطه آن با متغیرهای دموگرافیک» انجام داده‌اند رابطه معناداری بین وضعیت تأهل زنان و حجاب وجود دارد بدین معنا که زنان متأهل، نسبت به زنان مجرد، گرایش بیشتری به حجاب دارند. همچنین در طرح پژوهشی که توسط دبیرخانه شورای اسلامی‌کردن دانشگاه‌ها انجام گرفته، تأهل و مجرد به‌عنوان عوامل مؤثر در زمینه حجاب یا بدحجابی دانشجویان اعلام شده است. به‌گونه‌ای که تأهل زنان زمینه با حجابی را در آنها افزایش می‌دهد. همچنین در پژوهشی تحت عنوان «اعتقاد به حجاب و نگرش‌های مربوط به آن» که در سال ۱۳۹۲ انجام شده است، اعتقاد به حجاب در میان افراد مجرد ۵۷/۷۶ درصد و در میان متأهل‌ها ۶۶/۳۸ درصد است. به‌عبارتی اختلاف ۱۰ درصد میان افراد مجرد و متأهل به‌لحاظ اعتقاد به حجاب وجود دارد.

ازسوی دیگر در بعد ضرورت حجاب ذکر شد که با حجاب بودن زن جزء چهار ویژگی مهم انتخاب همسر است. اما در بررسی متغیر تأهل در حجاب، دیده می‌شود که این متغیر تأثیر زیادی بر رفتار پوششی زنان ندارد. بنابراین می‌توان گفت که تلقی از با حجاب بودن در ویژگی‌های زن خوب، حجاب عرفی است.

### ۲-۴. محل سکونت

همان‌گونه که بیان شد متغیر شهرنشینی به‌عنوان یکی از عوامل زمینه‌ای در موضوع حجاب بررسی شده است. پیش‌فرض این موضوع این است که فرآیند شهرنشینی در سیر صعودی و افزایشی بدپوششی تأثیر مستقیم و افزایشی دارد. به‌عبارتی این انتظار وجود دارد که آمار بدحجابی در شهرها بیشتر از روستاها باشد. نسبت موجود بین زنان باحجاب و بدحجاب در بین زنانی که در شهرهای با جمعیت پایین و روستاها تردد کرده‌اند و به‌عبارتی بیرون از منزل بوده‌اند در کل ایران، ۳۵/۲ درصد به ۶۴/۸ درصد بوده است یعنی تقریباً نسبت ۱ به ۲ برقرار است. در کلان‌شهرها نیز نسبت ۴۰/۶ به ۵۹/۴ درصد برقرار است (واعظی، ۱۳۹۱: ۱۴۷). اختلاف ناچیز بین کلان‌شهرها و کل شهرها و روستاهای





ایران نشان می‌دهد که این امر فقط دامنگیر کلان‌شهرها نیست. مسئله موجود این است که نوع بدحجابی‌های دیده شده در سطح کلان‌شهرها با شهرهای کوچک و روستاها متفاوت است. شهرهای بزرگ در موضوع گسترش انواع بدحجابی، صرفاً نوآور و پیشرو هستند و به دلیل فرآیند ترویج سریع؛ نوآوری‌های شهرهای بزرگ به شهرستان‌ها و حتی روستاها منتقل می‌شود. به عبارت دیگر امروزه تفاوت‌های فرهنگی فاحشی بین مناطق مختلف جغرافیایی در موضوع پوشش زنان و مردان دیده نمی‌شود.

نکته قابل تأمل در این خصوص درصد بالای زنان متخلف و مهاجم و بدپوشش در شهرهایی با جمعیت زیر ۲۰ هزار و شهرهای با جمعیت ۲۰-۵۰ هزار است. در این شهرها با ۵۰/۹ درصد و ۳۰/۱۰ درصد زنان بدپوشش و متخلف روبرو هستیم (واعظی، ۱۳۹۱: ۱۰۰). که بالاترین میزان و فراوانی بدپوششی را در میان تقسیمات شهری و روستایی و حتی کلان‌شهرها دارند. در واقع در شهرهای کوچکی که زنان جامعه تازه با زیست شهرنشینی مواجه شده‌اند و کاملاً متأثر از تغییر سبک زندگی سنتی به مدرن هستند و در فرآیند شهرنشینی کاملاً ادغام شده‌اند، با آمار نسبتاً بالایی از بدپوششی در مقایسه با کلان‌شهرها روبرو هستیم.

## ۵-۲. شغل

شغل افراد یکی از شاخص‌های تعیین پایگاه اجتماعی و یکی از عوامل تمایز گروه‌های اجتماعی است. در این بررسی میزان اثر شغل افراد در نوع پوششی که انتخاب می‌کنند مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۱۲. تغییرات حجاب در مشاغل مختلف<sup>۱</sup>

شغل / نوع پوشش	خود اشتغال راننده تاکسی	مغازه‌دار و بازاری	کشاورز و باغبان	کارگر ساده	کارگر متخصص	محصل	دانشجو و طلبه	معلم	کارمند ساده دولتی	کارمند ساده خصوصی	کارمند متخصص دولتی	کارمند متخصص خصوصی
بدحجاب	۶۹/۶	۷۳/۲	۶۰/۸	۶۰/۶	۷۰/۲	۷۷/۹	۶۷/۳	۴۲/۲	۵۶/۴	۶۷/۵	۵۸/۲	۷۶/۷
باحجاب	۳۰/۴	۲۶/۸	۳۹/۲	۳۹/۴	۲۹/۸	۲۲/۱	۳۲/۷	۵۷/۸	۴۳/۶	۳۲/۵	۴۱/۸	۲۳/۳

شغل / نوع پوشش	نیروهای مسلح	دکتر مهندس وکیل و قاضی	استاد دانشگاه و حوزه پژوهشگر	روزنامه‌نگار شاغل در رسانه	خانه دار	بیکار	بازنشسته
بدحجاب	۴۶/۷	۵۸/۶	۵۰/۴	۷۰/۲	۶۲/۶	۷۱/۹	۵۳/۵
باحجاب	۵۳/۳	۴۱/۱	۴۹/۶	۲۹/۸	۳۷/۴	۲۸/۱	۴۶/۵

۱. منصور واعظی، پوشش و آرایش ایرانیان.

مطابق با داده‌های جداول فوق، سه شغلی که زنان در آن کمترین بدحجابی را داشته‌اند به ترتیب، معلمی، نیروهای مسلح و استادان دانشگاه و پژوهشگران هستند و بالاترین میزان بدحجابی به محصل‌ها، کارمندان متخصص بخش خصوصی و بیکارها اختصاص دارد. اگر محصلان جزء مجموعه غیرفعال در جامعه به‌شمار آیند می‌توان گفت که بیشترین آمار بدحجابی زنان به گروه‌های غیرفعال در جامعه اختصاص دارد. بنابراین در دوگانه بیکار و شاغل افراد بیکار به لحاظ پوششی آسیب‌دارتر هستند و در میان شاغلان بالاترین بدپوششی‌ها به کارمندان متخصص شرکت‌های خصوصی، بازاری‌ها، کارگران متخصص و فعالان رسانه‌ای اختصاص دارد. به عبارتی مشاغل غیردولتی که عمدتاً درآمد بالایی دارند که کارمندان حوزه رسانه و خبرنگاران بخشی از آن محسوب می‌شوند، آمار بیشترین بدحجابی‌ها را دارند.

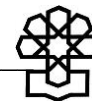
## ۲-۶. مصرف رسانه‌ای

### ۲-۶-۱. رسانه‌های خارجی و ماهواره‌ها

در خصوص تأثیر رسانه‌ها و ماهواره‌ها بر نوع پوشش جوامع مذهبی و سنتی تحقیقاتی انجام شده می‌توان گفت نتیجه همه آنها حاکی از وجود رابطه مستقیم و معنادار افزایش مصرف رسانه‌ای و کاهش حجاب سنتی و تغییر سبک زندگی دینی بوده است. مهتا، در مطالعه‌ای تحت عنوان فرهنگ کالایی و مرزهای متضاد اجتماعی و دینی، تأثیر عمیق رسانه‌های مدرن در زنان مسلمان دهلی را در طول ۳۰ سال مؤثر بررسی کرده است. یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده این واقعیت است که زنان مسلمان مفروضات سنتی مصرف رسانه‌ای را کاملاً تغییر داده و سبک زندگی و الگوهای اندیشیده شده از خود را بازبینی کرده‌اند (مهتا، ۲۰۱۰).

در وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان نیز میزان تأثیر مصارف فرهنگی بر نوع پوشش زنان جامعه بررسی شده است و نتایج حاکی از آن است که هر چه میزان تماشای روزانه ماهواره بیشتر می‌شود درصد آسیب‌دار بودن پوشش زنان نیز افزایش می‌یابد (واعظی ۱۳۹۱، ۶۸).

مصرف ماهواره و سن و تحصیلات مصرف‌کنندگان آن روابط معناداری دارند. افهمی در سال ۱۳۸۵ پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد» انجام داده است و نتایج نشان داد که میان افراد مسن و جوان‌تر در گرایش به استفاده از ماهواره تفاوت وجود دارد و بر این اساس هرچه سن افراد پایین‌تر باشد، گرایش آنها به ماهواره بیشتر بوده است، در پژوهش دیگری با عنوان الگوی مصرف تلویزیون‌های فارسی‌زبان در میان زنان؛ که توسط مهرداد متانی انجام شده است نتایج قابل توجهی به دست آمده: «مخاطبانی که در رده سنی ۱۶-۱۹ سال هستند و روزانه ۳-۴ ساعت از زمان خود را صرف تماشای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای می‌کنند و مخاطبان ۲۰-۲۴ سال که روزانه ۲-۳ ساعت را صرف تماشای ماهواره بیشترین فراوانی را دارند و مخاطبانی که بیشتر از ۴ ساعت در روز به



تماشای ماهواره مشغول بودند بالاتر از ۵۵ سال سن داشته‌اند. این آمار نشان می‌دهد که رده سنی ۱۶-۲۴ سال بیشترین مصرف شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای را دارند.

از سوی دیگر یافته‌های مربوط به میزان مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان نشان می‌دهد که بیشترین مصرف در مقطع تحصیلی زیردیپلم و دیپلم (۳-۴ ساعت) قرار دارند و افرادی که بالای ۴ ساعت به تماشای ماهواره می‌پردازند در رده تحصیلاتی دیپلم و زیردیپلم قرار دارند و با بالا رفتن سطح تحصیلات مصرف رسانه کاهش می‌یابد و طبق نظریه گریمر در بررسی مخاطبان پرمصرف در سطوح تحصیلی پایین و مخاطبان کم‌مصرف در مقاطع تحصیلی بالاتر قرار دارند (الگوهای مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان زنان). همچنین در این پژوهش نیازهای رسانه‌ای مخاطبان بررسی شده است و در صدر همه آنها نیاز به سرگرمی و تفریح بوده است و این نشان می‌دهد که بیشترین مصرف ماهواره‌ای مخاطبان فیلم و سریال و شو است.

از سوی دیگر طبق آمار موجود در وضعیت سنجی پوشش ایرانیان ۸۲/۶ درصد از افرادی که روزانه ۲ ساعت و بیشتر را به تماشای ماهواره اختصاص می‌دهند به لحاظ پوششی آسیب‌دار هستند.

## ۲-۶-۲. سینما

نتایج حاصل از وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان نشان می‌دهد که با افزایش مصرف محصولات سینمایی بدپوششی زنان نیز تشدید می‌شود. در کمترین میزان بدپوششی ۵۴/۸ درصد از زنان قرار دارند که اصلاً به سینما نمی‌روند و در بیشترین حالت ۸۱/۸ درصد زنان بدپوشش هستند و هر هفته به سینما می‌روند. البته این نکته قابل بررسی است که در این رابطه کدام متغیر مستقل و کدام وابسته است: بدپوششی زنان گرایش آنها را به سینما رفتن تشدید می‌کند و یا سینما رفتن موجب افزایش بدپوششی زنان می‌شود؛ اما آنچه قطعی است آسیب‌دار بودن تولیدات سینمایی است که آن را در شرایط علت و معلولی قرار می‌دهد. در واقع دو تئوری جامعه‌شناختی «تأثیرات» و «بازتاب» که در اولی تأثیر سینما بر اجتماع و در مورد دوم بازتاب فضای اجتماعی بر تولیدات سینمایی مورد توجه قرار می‌گیرد.<sup>۱</sup> اما آنچه از تعریف رسانه برمی‌آید بیشتر شامل نظریات تأثیرات می‌شود و رسانه را یک نهاد هنجارساز معرفی می‌کند.

## ۲-۷. گروه‌های مرجع و فعالان رسانه‌ای

گروه مرجع، گروهی است که افراد خود را با آن مقایسه و با استانداردهای آن خود را ارزیابی می‌کنند (رفیع‌پور، ۱۳۸۲: ۱۳۳). گروه‌های مرجع دو کارکرد عمده دارند: اولاً هنجارها، دستورالعمل‌ها، رویه‌ها، ارزش‌ها و باورهایی را به دیگران القا می‌کنند و به اصطلاح کارکرد هنجاری دارند. ثانیاً استانداردها و معیارهایی در اختیار کنشگران قرار می‌دهند که کنش و نگرش خود را با آن محک می‌زنند و اصطلاحاً کارکرد مقایسه‌ای و

۱. عصمت پیرحیاتی، تیب‌شناسی زن از نظر (آرایش و پوشش) در سینمای دهه ۱۳۸۰ ایران.

تطبیقی دارند (صبوری خسرو شاهی، ۱۳۹۰: ۳۶). پرداختن به گروه‌های مرجع به ما نشان خواهد داد که افراد یک جامعه ارزش‌ها، هنجارها و رفتار خود را از چه کسانی و یا چه گروه‌هایی اخذ می‌کنند. شناخت این موضوع می‌تواند به برنامه‌ریزان اجتماعی کمک کند تا موجبات از خود بیگانگی در میان افراد جامعه و تضعیف انسجام اجتماعی را بررسی کنند. به عبارتی فرض اولیه این است که یکی از متغیرهای اثرگذار در تغییرات پوششی جامعه تغییر در گروه‌های مرجع در جامعه است. در پژوهشی که در سال ۱۳۹۵ تحت عنوان «بررسی روند تغییرات نگرشی نسل سوم در زمینه گروه‌های مرجع در دهه ۱۳۸۰»<sup>۱</sup> انجام شده، فرض تغییر گروه‌های مرجع در بین جوانان تأیید شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، در اوایل دهه ۱۳۸۰ بالاترین میزان اعتماد جوانان به معلمان و اساتید دانشگاه بوده و در رده‌های بعدی ورزشکاران و هنرمندان قرار دارند و روزنامه‌نگاران و روحانیون در آخرین مرتبه‌ها هستند. در اواسط دهه ۱۳۸۰ نیز همین آمارها به دست آمده است با این تفاوت که روند رشد میزان اعتماد مردم به هنرمندان سرعت بیشتری گرفته است. به عبارتی اگر این روند رشد را ثابت و بدون افزایش شتاب در نظر بگیریم تا چند سال بعد و یا در دهه ۱۳۹۰ می‌توان پیش‌بینی کرد که هنرمندان در رده‌های اولیه گروه‌های مورد اعتماد مردم قرار بگیرند. در حالی که در سال‌های قبل از انقلاب و تا دو دهه بعد از انقلاب اسلامی به نظر می‌رسد که روحانیون در رأس گروه‌های مورد اعتماد مردم قرار داشتند. نتایج تحقیق دیگری<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که گروه خانواده و دوستان در رتبه اول مرجعیت برای جوانان قرار دارند و گروه‌های ثانوی از قبیل هنرمندان و ورزشکاران در رتبه‌های پایین‌تر قرار دارند. البته این نتیجه لزوماً به معنی عدم تأثیرگذاری هنرمندان و ورزشکاران نیست، بلکه می‌توان این‌گونه استنباط کرد که الگوبرداری از آنها به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم (از طریق دوستان) صورت می‌گیرد.

در پژوهش دیگری تحت عنوان «عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان» که در سال ۱۳۹۰ گروه‌های مرجع دانشجویان اصفهان مورد بررسی قرار گرفته است، رفاه اقتصادی غرب عامل بسیار تعیین‌کننده‌ای در انتخاب گروه‌های مرجع شناخته شده است که به سبب آن تمایل دانشجویان به استفاده از فیلم‌ها و سریال‌های غربی و ماهواره افزایش یافته و به نوعی سبک زندگی غربی الگوی زندگی در میان دانشجویان قرار گرفته است. همچنین در پژوهش دیگری که در سال ۱۳۹۰ تحت عنوان بررسی گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران توسط حبیب خسروشاهی انجام گرفته؛ گروه‌های مرجع در سه بخش تقسیم شده‌اند: خودی و غیرخودی، گروه‌های مرجع در بعد اقشار و گروه‌های اجتماعی و دسته سوم عضو و غیرعضو هستند. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که جوانان در دسته اول به گروه‌های مرجع غیرخودی تمایل نشان داده‌اند و بیشتر از سبک زندگی غربی الگوبرداری می‌کنند. در دسته دوم نیز ۳ تفکیک وجود دارد: سنتی، مدرن و عضو که بیشترین استقبال از گروه مرجع عضو (دوستان و همکلاسی‌ها) است و بعد از آن به ترتیب گروه‌های سنتی (خانواده، معلمان،

۱. محمدرضا حاتمی و همکاران، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۱۳۹۵.

۲. جعفر هزار جریبی و رضا صفری شالی، «بررسی چرایی دگرگونی‌های گروه مرجع در بین دانشجویان، بهار ۱۳۹۵».



روحانیون) و مدرن (هنرپیشه‌ها و ورزشکاران) قرار دارند. نکته بسیار حائز اهمیت این است که در انتخاب گروه مرجع خودی و غیر خودی، رویکرد جوانان به سبک زندگی غیر خودی و غربی بوده است و در تقسیم‌بندی دوم دوستان در رده اول گروه‌های مرجع قرار دارند، بنابراین به صورت غیرمستقیم جوانان هنرپیشه‌ها و الگوهای غربی را به عنوان گروه مرجع و مورد پذیرش خود انتخاب کرده‌اند. به عبارتی می‌توان الگوبرداری از هنرپیشه‌های داخلی و خارجی را از یکدیگر تفکیک کرد که اگر مجموع آنها را محاسبه شود آمار نسبتاً بالایی به دست می‌آید.

از سوی دیگر شهرت عامل بسیار تأثیرگذاری در الگوبرداری افراد است و هرچقدر میزان مصرف رسانه افزایش یابد شهرت هنرمندان و به تبع آن الگوبرداری از آنها افزایش می‌یابد. رشد شهرت براساس همگن‌شدگی دیدگاه‌ها صورت می‌گیرد. «البته نه از این جهت که مخاطبان به صورت همگن بگویند فلان فرد خوب است یا بد است، بلکه از این جهت که به صورت ناخودآگاه به این نتیجه برسند که باید به فلان فرد توجه کنند و خوبی یا بدی‌اش را برشمارند»<sup>۱</sup>. به همین سبب نوع پوشش گروه‌های مرجع و یا فعالان رسانه‌ای مورد رجوع بخش زیادی از جامعه است و به نوعی این افراد الگوهای پوششی جامعه به حساب می‌آیند. این افراد تحت عنوان سلبریتی‌ها شناخته می‌شوند. سلبریتی (celebrity) از دیدگاه جامعه‌شناسی چهره جذاب و شناخته شده‌ای است که یا با اتکا به ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و خصوصیات خاص خودش یا حتی بر مبنای یک حادثه اجتماعی، مورد توجه خاص رسانه‌ای، به موفقیت‌هایی در عرصه‌های مختلف ورزش، هنر و موسیقی، دانش و اندیشه دست پیدا کرده و از همه لحاظ، مورد توجه مردم است. البته در ایران سلبریتی‌ها شامل فعالان در حوزه‌های بازیگری و ورزش و موسیقی هستند. به عبارتی افراد به دنبال گروه مرجعی می‌روند که برای آنها منزلت ذهنی ایجاد کند. میزان دنبال‌کننده‌های صفحه‌های شخصی بازیگران به ما نشان می‌دهد که این گروه از افراد به لحاظ سبک زندگی، زیر ذره‌بین جامعه قرار دارند. جدول زیر افرادی که بیشترین دنبال‌کننده در فضای مجازی در ایران دارند را نشان می‌دهد:<sup>۲</sup>

جدول ۱۳. افراد دارای بیشترین مخاطب در فضای مجازی

ردیف	نام و نام خانوادگی	زمینه فعالیت	تعداد فالور (میلیون نفر)	ردیف	نام و نام خانوادگی	زمینه فعالیت	تعداد فالور
۱	مهناز افشار	بازیگر	۷/۱	۶	ترانه علیدوستی	بازیگر	۵/۳
۲	رامبد جوان	بازیگر	۶/۴	۷	محمد رضا گلزار	بازیگر	۵/۱
۳	بهنوش بختیاری	بازیگر	۶/۲	۸	رضا عطاران	بازیگر	۳/۵
۴	الناز شاکردوست	بازیگر	۶/۱	۹	بهرام رادان	بازیگر	۳/۴
۵	سحر قریشی	بازیگر	۵/۹	۱۰	علی دایی	ورزشکار	۳/۴

۱. تمینه شاوردی، بررسی تفاوت شهرت حقیقی و مجازی و نقش رسانه‌ها در میزان شناخته‌شدگی افراد، ۱۳۹۶.

۲. از صفحه شخصی فرد برداشت شده است.

نکته حائز اهمیت این است که طبق گزارش ایسپا از هر ۱۰ نفر ایرانی ۶ نفر از آنها عضو شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام هستند و به‌طور دقیق‌تر در بازه سنی ۱۲-۵۰ سال تقریباً ۶۰ درصد جامعه از این شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و این نشان از مخاطب بالا و به‌تبع آن تأثیرگذاری این شبکه‌ها دارد.<sup>۱</sup> این جدول نشان می‌دهد که فعالیت و تمام اتفاقات و به نوعی سبک زندگی بازیگران جذابیت بیشتری برای افراد جامعه دارد و به‌تبع آن، این افراد اثرگذاری بالاتری را در رفتارهای فردی و اجتماعی افراد جامعه دارند. از سوی دیگر رفتار متناقض بازیگران در سطح جامعه نسبت به پوشش و حجاب اسلامی - عرفی باعث می‌شود که میزان اثرگذاری رسانه‌های دیداری بر روی جامعه کاهش پیدا کند و اعتماد جامعه را به رسانه رسمی کاهش دهد.

در نهایت می‌توان گفت که بازیگران و ورزشکاران مورد توجه خاص مردم، به‌خصوص جوانان هستند و به همین دلیل سبک زندگی و رفتار پوششی آنها در جامعه اثرگذار است.

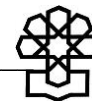
## ۲-۸. گران بودن البسه اسلامی و دسترسی محدود به آن

### ۲-۸-۱. چادر

یکی دیگر از متغیرهای مؤثر بر پدیده حجاب، مسئله قیمت البسه اسلامی، تنوع آن از حیث زیبایی و دسترسی به آن است. طبق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس که در سال ۱۳۹۴ تهیه شده است، ایران بالاترین سرانه مصرف چادر مشکی در جهان را دارد و بزرگ‌ترین مصرف‌کننده این محصول در جهان به حساب می‌آید و براساس آمار انجمن صنایع نساجی ایران میزان مصرف پارچه چادر مشکی در ایران حدود ۸۰ الی ۹۰ میلیون مترمربع است. از سوی دیگر با توجه به مصوبه ۸۹۸۱۸۷/ت ۳۵۹۲۲ ک، در سال ۱۳۸۵ حقوق ورودی پارچه چادر مشکی از ۷۰ درصد به ۲۰ درصد کاهش یافت و از سال ۱۳۹۲ با توجه به تغییرات نرخ ارز این مقدار به ۱۰ درصد رسید و در حال حاضر حقوق ورودی آن به تناسب نوع پارچه از ۳۲ تا ۴۰ درصد است. علی‌رغم افت و خیزهای حقوق ورودی چادر، قیمت تمام شده پارچه چادری برای مصرف‌کننده سیر صعودی را طی می‌کند و حتی مصوبه سال ۱۳۹۲ که با هدف کاهش قیمت پارچه چادری تصویب شد فقط به کاهش میزان درآمدهای دولتی و افزایش قاچاق پارچه‌های گرانقیمت با تعرفه چادری انجامید.

در نهایت می‌توان گفت که به‌دلیل نبود پارچه باکیفیت و متنوع داخلی و گران بودن پارچه‌های وارداتی حجاب چادر بسیار گران است و بخشی از جامعه مصرفی پارچه چادری به‌دنبال جایگزینی برای نوع پوشش انتخابی خود هستند تا از میزان هزینه‌های خود بکاهند و این متغیر در کنار سایر متغیرها مؤثر است.

1. <http://ispa.ir/>



## ۲-۸-۲. مانتو

مانتو از جمله پرمصرفترین اقلام پوشاکی به‌شمار می‌رود که همه اقشار جامعه (بدحجاب و باحجاب) از آن استفاده می‌کنند. عموماً زنان جامعه برای انتخاب مانتو مناسب چند شاخص را بررسی می‌کنند: زیبایی، کیفیت، مناسب بودن قیمت. درواقع زیبایی و مدل طراحی مانتو و پوشاک زنانه باید حس زیبایی‌شناختی زنان را اقناع کند.

به گفته محمدفرهاد شایسته، طراح و فروشنده پارچه، ۹۰ درصد پارچه مانتوها وارداتی هستند و این نشان از ضعف صنعت نساجی در ایران دارد. با توجه به موارد ذکر شده دو پارامتر تأثیرگذار در عرضه کالای ورودی به بازار متعلق به فرهنگ بومی ایران نیستند و وارداتی می‌باشند؛ پارچه وارداتی حقوق ورودی پرنوسانی داشته است به‌گونه‌ای که طی دو سال از ۲۰۰ درصد به ۵۵ درصد کاهش یافته است. اما همچنان قیمت تمام شده پوشاک برای مصرف‌کننده داخلی بسیار بالاست و تولیدکنندگان به روش‌های مختلف سعی می‌کنند قیمت تمام شده را کاهش دهند که یکی از این روش‌ها مصرف کمتر پارچه است و در پی آن مانتوها کوتاه، جلو باز و... تولید می‌شود. روش دیگر استفاده از پارچه‌های با کیفیت پایین است و پیامد دیگر آن قاچاق پارچه است و یا استفاده از بلوزهای کوتاه به‌جای مانتو در مجامع عمومی که در نهایت به حجاب آسیب می‌زند. ازسوی دیگر نوع طراحی لباس که مطابق با فرهنگ‌های دیگر است و به‌تبع آن نوع پوشش زنان جامعه نیز مطابق با فرهنگ ملی و مذهبی جامعه ایران نیست. علاوه بر این با کاهش تعرفه واردات پوشاک از ۷۵ درصد به ۳۵ درصد، وارد کردن پوشاک مقرون به‌صرفه‌تر از تولید آن است و سرمایه‌گذاری در حوزه تولیدات پوشاک عاقلانه به‌نظر نمی‌آید. برآورد کلی در این زمینه این است که مشکلات اقتصادی - صنعتی، در کنار تبلیغات فرهنگی عامل تأثیرگذار مهمی است و تا حد زیادی تعیین‌کننده نوع پوشاک مصرفی غالب زنان جامعه است. با یک نگاه کلی به فروشگاه‌های پوشاک زنانه و مانتو مشاهده می‌شود که با میانگین ۴۰ تا ۶۰ هزار تومان می‌توان لباس‌هایی تحت عنوان مانتو تهیه کرد که پوشش کاملی ایجاد نمی‌کند و اگر کسی در پی خرید مانتویی با پوشش کامل و تأمین حس زیبایی‌شناختی باشد باید ۱۵۰ هزار تومان به بالا هزینه کند که برای بخش عمده‌ای از خانواده‌های ایرانی با توجه به تغییرات فصلی مد امکان‌پذیر نیست.

براساس پژوهشی که توسط پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج انجام شده است ۶۲ درصد از زنان شرکت‌کننده در این پژوهش برای انتخاب نوع پوشش خود از مد پیروی می‌کنند. به‌عبارتی نوع مد موجود در جامعه تعیین‌کننده در نوع پوشش زنان است و تأثیر بسزایی در گرایش‌های پوششی زنان جامعه دارد. بنابراین در شرایطی که بیش از نیمی از جامعه از مدهای روز پیروی می‌کنند این امکان برایشان وجود ندارد که سالیانه ۵۰۰ هزار تومان به بالا، صرف تهیه مانتو کنند.

### ۳. سیاستگذاری در حوزه حجاب

#### ۳-۱. بررسی دوره‌های سیاستگذاری

در پژوهشی که توسط آراین قلی‌پور انجام شده است مکانیسم تحقق حجاب را با توجه به تجربه سه دهه اخیر در ایران بیان کند و در این راستا به ذکر تفاوت مکانیسم‌های اجباری، هنجاری و شناختی در تحقق حجاب پرداخته است. از نظر او روش شناختی، شتاب کمتر اما ثبات نتیجه بالاتری دارد و موجب می‌شود رفتار پوششی مثبت در جامعه به عادت تبدیل شود. همچنین مکانیسم هنجاری شتاب متوسطی دارد که فرد را متعهد به حجاب در زمان و مکان خاصی می‌کند و روش اجباری علی‌رغم شتاب زیاد ثبات کمی دارد و موجب ایجاد مقاومت جامعه در برابر حجاب تحمیلی می‌شود. از نظر او بهترین شیوه برخورد دولت ترکیبی از مکانیسم‌های هنجاری و شناختی است (قلی‌پور، ۱۳۸۶).

در این بخش با مرور سیاست‌های انتخابی جمهوری اسلامی ایران در حوزه حجاب و پوشش اسلامی از ابتدای انقلاب و عنایت به وضعیت حال حاضر جامعه سیاست مورد نیاز در حوزه حجاب ارائه می‌شود:

تغییرات سیاستی ایران در این حوزه را می‌توان به سه دوره تقسیم کرد:

#### ۱. دوره اول: الگوی مقاومت اقلیت و انسجام اجتماعی بالا و سیاست کنترلی حداقلی (۱۳۵۷ -

تیرماه ۱۳۵۹)

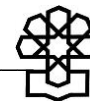
در این دوره طبق آمارهای موجود گرایش حداکثری جامعه به رعایت حجاب و ارزشمندی مقوله حجاب را نشان می‌دهد و مقاومت‌ها در مقابل قانون‌های وضع شده حداقلی بوده است.<sup>۱</sup> از سوی دیگر قانون‌های وضع شده بیشتر محدود به ادارات و محیط‌های کاری است که به نوعی نمادهای حکومتی به‌شمار می‌روند.

سیاست‌ها در هر جامعه‌ای تحت تأثیر تغییرات ارزشی است که از چند سال قبل در جامعه ایجاد شده است. بنابراین به لحاظ زمانی همواره تغییرات ارزشی در جامعه بر سیاست‌ها تقدم دارد. اگرچه اطلاعات محدودی در خصوص وضعیت ارزشی جامعه در این دوره وجود دارد با این حال داده‌های پیمایش ملی «گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران» در سال ۱۳۵۳ نشان از وضعیت مناسب نگرش به حجاب در جامعه دارد که امکان اعمال سیاست‌های سخت‌گیرانه را فراهم می‌کند.<sup>۲</sup> در واقع چهار سال قبل از وقوع انقلاب اسلامی و در زمانی که مردم آزادی کامل برای بروز رفتارها و مناسک دینی نداشته‌اند، سه‌چهارم جمعیت (۷۵ درصد) ترجیح می‌دادند که زن «باحجاب» داشته باشند و تنها درصد بسیار ناچیزی (۷ درصد) اظهار داشتند که تمایل به داشتن زن «بی‌حجاب» دارند.

۱. سینا کلهر، دوره اول: مطالبه و اجماع عمومی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴.

۲. تهرانیان و اسدی، گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران: گزارشی از یک نظرخواهی ملی در سال ۱۳۵۲، تهران، سازمان رادیو و تلویزیون ۱۳۵۶.





۲. دوره دوم: الگوی انسجام بالای اجتماعی و اجماع عمومی و سیاست‌های کنترلی حداکثری

(تیرماه ۱۳۵۹ - ۱۳۷۵)

این بازه زمانی، دوره سیاست جرم‌انگاری بدحجابی در ایران است. مهمترین ویژگی نظام ارزشی حاکم بر این دوره، اجماع و اتفاق نظر عمومی درخصوص ارزشمندی حجاب و الزام رعایت آن در جامعه است که با از بین رفتن مقاومت اقلیت مخالف، امکان اعمال سیاست کنترلی حداکثری را در جامعه فراهم می‌آورد. با این حال سال‌های پایانی این دوره همراه با تغییراتی در نظام ارزشی جامعه است که الگوی جدیدی از رابطه نظام ارزشی و سیاست‌های حجاب را به وجود می‌آورد. در نهایت می‌توان گفت به لحاظ رفتاری پوشش زنان جامعه هنوز به مسئله تبدیل نشده است، اما همان‌گونه که اشاره شد نگرش مثبت نسبت به حجاب بسیار پایین آمده است.

«مجموعه اقدامات سیاستی این دوره معطوف به سیاست‌های جرم‌انگاری و مجازات در سه گروه:

فرد خاطی (بدحجاب و بی‌حجاب)، محیط‌های ایجادکننده و کالاهای مغایر با حجاب می‌شود. در هرکدام از این موارد نیز قوانین وضع شده و مکانیسم حقوقی در نظر گرفته شد و در هر مورد شدیدترین مجازات‌ها وضع شده است»<sup>۱</sup>.

۳. دوره سوم: الگوی پیدایش مقاومت اجتماعی و انسجام اجتماعی پایین و سیاست‌های اقناعی

(۱۳۷۶ - امروز)

تمرکز بر سیاست‌های اقناعی عنصر ثابت سیاست‌های حجاب در دوره سوم است. با این حال در برخی از سال‌ها، اشکالی از سیاست‌های کنترلی در قالب طرح‌های انتظامی و با عنوان گشت ارشاد اجرایی شده است که علاوه بر اینکه به صورت موقت و فصلی بوده است، در حاشیه سیاست‌های حجاب قرار داشته است. شکل‌گیری وضعیت جدیدی در نظام ارزشی جامعه نشان‌دهنده شکل‌گیری نوعی نگرش ضد الزام حجاب در جامعه است. این نگرش که ناشی از غلبه اکثریت بدحجاب در جامعه است با مقاومت پایدار محجبه‌ها در جامعه همراه است که نزدیک به سه دهه و از سال‌های آغازین دهه ۱۳۷۰ در برابر فشارهای اجتماعی مقاومت کرده و تبدیل مسئله حجاب به دال گفتمانی و هویتی امکان تداوم سیاست‌های کنترلی را در جامعه فراهم کرده است. وضعیت جدید همان بستری است که سیاست‌های آینده حجاب در تعامل و برهم کنش با آن ایجاد خواهد شد.

ویژگی بارز این دوره ظهور اقلیت مخالف حجاب و افزایش حجاب عرفی در جامعه است که برخلاف دوره اول امکان اعمال سیاست‌های کنترلی را منتفی می‌کند. در واقع سیاست‌های کنترلی به شدت وابسته به حد بالایی از انسجام اجتماعی است. در شرایط تضعیف انسجام اجتماعی و حضور اقلیت نیرومند در جامعه، امکانات سیاستی پیش‌روی نظام سیاست‌گذاری محدود شده و تمرکز بر جنبه‌های ذهنی و بینشی افزایش می‌یابد.

۱. سینا کلهر، دوره اول: مطالبه و اجماع عمومی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴.

مصوبه‌ای که در مورد مدیریت مسئله حجاب از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی مطرح شده است، حجاب را نشان‌دهنده میزان ایمان افراد معرفی کرده و اصلاح بدحجابی را در گرو اصلاح ایمان می‌داند. به همین سبب راهکار اجرایی کردن سیاست تقویت ایمان، تبیین فلسفه و فواید حجاب از طریق آموزش و رفع موانع عنوان شده و برخوردهای سخت و خشن با پدیده بدحجابی به حاشیه رفته است. در مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی پنج حوزه مأموریتی برای دستگاه‌های اجرایی تدوین شده است:

**الف) آموزش و آگاهی‌بخشی:** در این بخش محور آگاهی‌بخشی به جامعه در حوزه قوانین اسلام و فلسفه حجاب است. اما نکته این است که «دولت به تنهایی چه تعداد از شهروندان را در این مسئله می‌تواند آموزش دهد و آیا این کار امکانپذیر است؟»<sup>۱</sup>

**ب) الگوسازی:** مانع دیگری که سد راه با حجابی در جامعه می‌شود نبود الگوی مناسب در جامعه است. نبود الگو جنبه‌های مختلفی دارد. از جمله نبود زیرساخت‌های اقتصادی، نبود اراده مسئولین.

**ج) تأمین نیاز:** در این بخش از مصوبه به نیازهای عاطفی، زمینه‌سازی اشتغال و ازدواج و تسهیل در شرایط تولید و توزیع اشاره کرده است. اما نکته حائز اهمیت بی‌توجهی به فراهم‌سازی امکانات لازم برای دستیابی به این اهداف و چگونگی اجرایی شدن آن است.

**د) بسترسازی و ایجاد محیط مناسب:** در این بخش محیط‌های کاری و نیروی انسانی و ابزار تبلیغات مورد توجه قرار گرفته است و محور اصلی پرداختن به محیط‌های فیزیکی، تفکیک جنسیتی است.

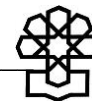
**ه) هماهنگی دستگاه‌ها:** در این بخش که به نظر می‌رسد اولین هدف مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی است، مدیران و مسئولان کشور خطاب قرار گرفته‌اند. به واقع یکی از عوامل مهم مسئله بدحجابی در کشور ناهماهنگی ارگان‌های مختلف و اراده ضعیف مدیران در برخورد با این موضوع شناسایی شده است.<sup>۲</sup>

حوزه اول بیشتر محورهای ایجابی را پوشش می‌دهند و دو مورد آخر تا حدی نگاه سلبی نسبت به مسئله دارند، اما در کل می‌توان گفت که شورای عالی انقلاب فرهنگی در بخش‌های ایجابی مصوبه خود افزایش ایمان، زمینه‌سازی اشتغال و ازدواج را محور قرار داده‌اند.

طیف متنوعی از سیاست‌ها و اقدامات در این حوزه مورد توجه بوده و در دوره‌های مختلف استفاده شده است. با این حال دوره متأخر سیاست‌گذاری با توجه به شرایط اجتماعی به مسئله آگاهی‌بخشی و تقویت ایمان متمرکز بوده است. در واقع این راهبرد جز امکانات و مقدمات پیش‌روی سیاستگذار است. به نوعی می‌توان اجرای این سیاست را موفقیت‌آمیز دانست. هرچند اجرای این سیاست، سبب بهبود وضعیت حجاب در جامعه نشده است، اما باعث شده بخش زیادی از مردم نسبت به پیامدهای حجاب و بدحجابی و

۱. سینا کلهر، مدیریت حجاب در جمهوری اسلامی.

۲. همان.



ضرورت آن آگاهی لازم را داشته باشند. نتایج حاصل در بخش اول این گزارش نشان می‌دهد که اکثریت مردم طبق آخرین پژوهش‌ها، حجاب را برای زنان ضروری دانسته‌اند و نسبت به پیامدهای بدحجابی، آگاهی دارند؛ به‌گونه‌ای که بیش از ۶۰ درصد جامعه به پیامدهای منفی بدحجابی اعتقاد دارند، با این حال ابعاد ارزشمندی و زیباشناختی حجاب دچار اختلال شده و روند حرکت جامعه، تمایل به بدپوششی و یا حجاب عرفی است. به این ترتیب ذیل سیاست‌های مختلف کنترلی، اقماعی و... مجموعه‌ای از اقدامات آگاهانه در خصوص حجاب در جمهوری اسلامی انجام شده که عبارت است از:

#### الف) اعمال ممنوعیت و محدودیت برای بی‌حجابی و بدحجابی

۱. ممنوعیت رفت و آمد در معابر عمومی
۲. ممنوعیت استخدام در ادارات و مراکز دولتی
۳. ممنوعیت حضور در مراکز آموزشی
۴. ممنوعیت تردد در محیط‌های تفریحی و گردش

#### ب) آموزش

۱. حدود حجاب و احکام آن
۲. مبانی شرعی و دینی
۳. پیامدها و آثار

#### ج) تسهیل زیرساخت‌ها

۱. تفکیک جنسیتی برخی محیط‌ها، رشته‌ها و مشاغل
۲. پوشاک ارزانقیمت

#### د) تشویق و ترویج

۱. الگوسازی دینی و اجتماعی (از رسانه‌های سنتی و مدرن)
۲. اولویت در اشتغال و خدمات

#### ۲-۳. امکان‌های پیش‌روی سیاستگذاری

با توجه به سیاست‌های اتخاذ شده که مجموعه متنوعی از اقدامات را شامل می‌شود، در حال حاضر پرسش اساسی این است که در این حوزه چه امکانی پیش‌روی سیاستگذار وجود دارد؟  
متغیرهای تحصیلات، سن، محل زندگی و نوع مصرف فرهنگی (ماهواره) بیشترین همبستگی را با پدیده بدحجابی دارند و به‌نظر می‌رسد کانون اصلی بحران در مسئله حجاب در میان افراد تحصیلکرده، جوان، ساکن شهرهای بزرگ و دارای مصرف فرهنگی خاص است. به‌طور کلی وضعیت حجاب را می‌توان به شکل زیر خلاصه کرد:

### ۱. وضعیت ارزشی

- ارزش حجاب در جامعه کاهش یافته و نوعی فشار اجتماعی بر علیه حجاب وجود دارد.

### ۲. وضعیت رفتاری

- محجبه‌ها علی‌رغم در اقلیت بودن در جامعه انسجام نسبتاً بالایی دارند.
- بخش عمده بدحجابی‌ها، بدحجابی‌های عرفی است که قشر خاکستری را تشکیل می‌دهند.

### ۳. وضعیت مطالبه‌گری

- مخالفت ذهنی با مداخله دولت به صورت گشت ارشاد فعلی بسیار زیاد است.

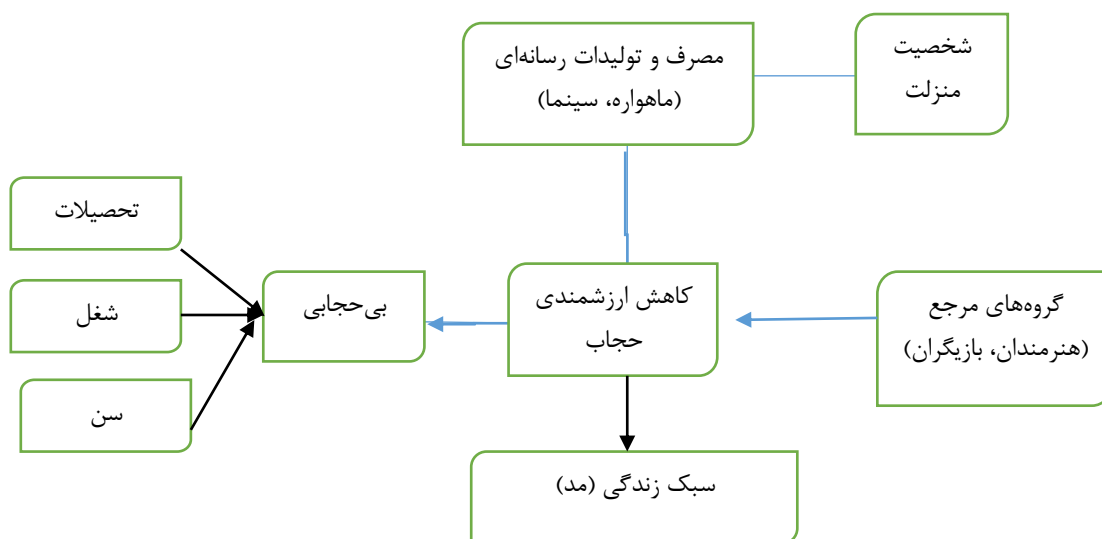
### • عوامل مهم مؤثر

- جوانان تحصیلکرده با مصرف رسانه‌ای خاص، که بیکار و یا کارمند بخش خصوصی هستند، بیشترین میزان بدحجابی را دارند.

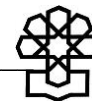
### متغیرهای مؤثر بر بدحجابی

براساس نتایج پژوهش‌های مختلف که در بخش دوم این گزارش بررسی شد، متغیرهای مؤثر بر بدحجابی در شرایط کنونی را می‌توان به شکل زیر نشان داد:

#### نمودار ۱. متغیرهای مؤثر بر بدحجابی در شرایط کنونی



در نمودار بالا عامل اصلی بدحجابی زنان، کاهش ارزشمندی آن شناخته شده است و سه عامل تحصیلات، شغل و سن نیز جزء متغیرهای تأثیرگذار بر افزایش بدحجابی هستند و عواملی که بر کاهش ارزشمندی حجاب اثرگذار هستند: گروه‌های مرجع (هنرمندان، بازیگران و...)، سبک زندگی (مد) و مصرف تولیدات رسانه‌ای (ماهواره، سینما) است.



### ۳-۳. اقتضائات و الزامات وضعیت حجاب و عوامل آن

با توجه به وضعیت ارزشی و نگرشی و رفتاری حجاب در جامعه، باید حساسیت و ظرافت بسیار زیادی در خصوص سیاست‌ها اعمال شود تا بتواند حداقل میزان اثربخشی را به همراه داشته باشد. مهمترین الزامات این وضعیت عبارت است از:

#### ۱. ضرورت اولویت‌بندی

الف) اولویت دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی به محیط‌های عمومی (به دلیل امکان بالای عمل، وضعیت بهتر، کنترل بیشتر و همراهی بالاتر)

ب) اولویت جرم‌انگاری دستگاه‌های دولتی به جرم‌انگاری مردم (به دلیل مقاومت بالای مردم، تجربه ناموفق گشت ارشاد و اثرگذاری کم آن)

ج) اولویت اقدامات ایجابی بر اقدامات سلبی و سازگاری آنها

د) اولویت موارد مؤثر و مخرب بر موارد کم اهمیت و کم‌اثر

#### ۲. ضرورت پوشیدگی

با توجه به حساسیت‌های بالای اجتماعی، مقاومت رسانه‌ای و پیامدهای احتمالی جنجال‌های رسانه‌ای، طرح عنوان عفاف و حجاب دارای پیامدهای منفی خواهد بود.

#### ۳. ضرورت هم‌نوایی و همراهی

براساس این اصل، عفاف و حجاب باید در کنار مواردی باشد که فضای عمومی جامعه و همچنین رسانه‌ها و نخبگان، با آن همراهی داشته و نسبت به آن پذیرش دارند.

#### ۴. ضرورت تضمین ضمانت اجرا

اساس هر طرح و سیاست‌گذاری بر تضمین ضمانت اجرای آن استوار است و از آنجایی که جامعیت در برخی موارد مانع اجرای کامل طرح‌ها می‌شود؛ لذا؛ طرح‌های پیشنهادی در این حوزه باید صرفاً مواردی را پوشش دهد که تأثیرات مخرب و منفی آن بسیار بالا بوده و در صورت تخلف مجازات‌های روشنی برای متخلف پیش‌بینی شود.

#### ۵. ضرورت سودمندی حداکثری

براساس این اصل مواد قانونی باید به‌گونه‌ای تنظیم شوند که اجرای حداقلی آنها نیز نتایج حداکثری در حوزه عفاف و حجاب به همراه داشته باشد.

### ۳-۴. سناریوهای پیش‌رو در مسئله حجاب

با توجه به تحولات پیش‌آمده در خصوص مسئله حجاب پنج سناریوی قابل طرح وجود دارد، که امکان پیگیری و تحقق و پیامدهای هر یک از این سناریوها بررسی می‌شود:

### ۱. تشدید فرآیند جرم‌انگاری و ممنوعیت

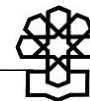
هدف این سناریو سخت‌تر کردن جرائم بی‌حجابی به منظور افزایش قدرت بازدارندگی و رفع موانع پیش‌روی اجرای آن است. انتخاب این سناریو مستلزم انسجام بالای اجتماعی و ارزشمندی حجاب در جامعه، انسجام حاکمیت و جریان‌های سیاسی و نخبگانی در کشور در برخورد با بدحجابی و مطالبه بالای رعایت حجاب از سوی جامعه است. با توجه به اینکه در حال حاضر شرایط فوق در جامعه وجود ندارد، پیامد اتخاذ چنین رویکرد سیاستی، تضعیف موقعیت حجاب در جامعه، اجرایی نشدن سیاست، احتمال ریزش بخش قابل توجهی از طیف خاکستری معتقد به حجاب عرفی به سمت بی‌حجابی است. بنابراین امکان پیگیری این سناریو در حال حاضر منتفی است.

### ۲. جرم‌زدایی از بی‌حجابی و تمرکز بر اقدامات ترویجی

سناریوی دوم بر عدم برخورد با بدحجابان در جامعه و تمرکز دولت بر اقدامات ایجابی و ترویجی از قبیل آگاه‌سازی، آموزش و حتی در مواردی تبعیض مثبت در نظام‌های اداری و استخدامی متمرکز است. این سناریو که نقطه مقابل سناریو اول است، تمرکز اساسی خود را بر موارد ایجابی می‌گذارد. اجرای این سناریو با توجه به گفتمانی شدن مسئله حجاب، وجود یک اقلیت قدرتمند و منسجم از افراد مخالف آزادی بی‌حجابی و پیامدهای مخرب آن ممکن نیست. در واقع هرگونه اقدام ناگهانی و دفعی در مسئله حجاب از یکسو باعث ایجاد موج‌های بی‌حجابی در جامعه شده و از سوی دیگر موجب ایجاد تنش و درگیری در جامعه می‌شود. علاوه بر این با توجه به پیوند این مسئله با مسائلی چون: حجاب تن، نحوه ارضای غرایز جنسی و... پیامدهای غیرقابل جبرانی در جامعه خواهد داشت. با توجه به طولانی‌بودن پروسه نتیجه‌بخشی اقدامات ترویجی، حذف جرم‌زدایی و عدم برخورد با بدحجابان، جامعه را در معرض گسترش بی‌رویه بی‌حجابی قرار خواهد داد و بر نتیجه بخشی اقدامات ترویجی هم اثرگذار خواهد بود.

### ۳. تداوم و حفظ وضع موجود

در این سناریو با توجه به محدودیت امکانات عمل سیاستگذار در این حوزه، بر عدم دستکاری وضعیت و حفظ وضع موجود تأکید می‌شود. مدافعان این نظر معتقد هستند که ورود حاکمیت به هر شکل، وضعیت را بحرانی‌تر می‌کند اگرچه این سناریو می‌تواند از تنش‌ها و پیامدهای هرگونه ایجاد تغییر نامناسب جلوگیری کند، در نهایت با توجه به موج حرکت‌های مطالبه‌گرایانه جمعیت قابل توجه بدحجاب‌ها در جامعه، روند رو به رشد بی‌حجابی و تغییرات ارزشی جامعه در راستای بی‌حجابی، تداوم وضع موجود در عمل ممکن نبوده و می‌تواند به افزایش موج بی‌حجابی فزاینده در جامعه منجر شود.



#### ۴. تغافل نسبت به پدیده بی‌حجابی

براساس این سناریو، ضمن حفظ وضع موجود، نسبت به هنجارشکنی و بدحجابی‌های موجود در جامعه نوعی تغافل صورت می‌گیرد و به نوعی، افراد در انتخاب نوع پوشش خود آزاد خواهند بود و فردی بودن حجاب پررنگ‌تر شده و پیامدهای اجتماعی بدحجابی نادیده گرفته می‌شود. در این حالت، در یک بازه زمانی میان‌مدت عملاً بی‌حجابی آزاد شده و در عمل از آن جرم‌زدایی می‌شود. این سناریو در واقع نتیجه بن‌بست سیاستی در حوزه حجاب و فرآیند طبیعی تداوم وضع موجود و محتمل‌ترین رخداد در این خصوص است.

#### ۵. اصلاح سیاست‌های حجاب با محوریت اقدامات رسانه‌ای - تبلیغی

در این سناریو تمرکز بر اصلاح و تقویت دستگاه‌های رسانه‌ای - تبلیغی با هدف تقویت ارزشمندی و زیبانهایی حجاب است. از آنجا که ارتباطات نوین بر همه جوانب زندگی افراد تأثیر غیرقابل انکاری دارد، برای حل یک معضل فرهنگی - اجتماعی باید از رسانه‌های ارتباطی به‌عنوان منبع هدایت جامعه استفاده کرد. در واقع می‌توان گفت که مسئله حجاب را باید در بستر فرهنگی و اجتماعی و با استفاده از ابزارهای خاص خودش حل کرد. یکی از مهمترین ابزارهای حوزه فرهنگ و هنجارسازی، رسانه‌ها هستند. بدین ترتیب سیاست اصلی جهت‌دهی دستگاه رسانه‌ای، الگوسازی گروه‌های مرجع به خصوص هنرمندان و کاهش تأثیری‌گذاری مخرب فقدان زیرساخت‌های تسهیلگر حجاب است. در واقع می‌توان گفت که مردم به‌لحاظ آگاهی‌های لازم در حوزه حجاب در وضعیت خوبی هستند و برای حل مسئله حجاب باید در بخش زیبانهایی حجاب ورود کرد و رعایت حجاب را به تمایل درونی افراد تبدیل کرد. در این حالت کنشگر تأثیرگذار در جامعه، هنرمندان و صاحبان رسانه‌های دیداری خواهند بود و برای کنترل جامعه می‌توان از قدرت نفوذ و تأثیر مثبت آنها استفاده کرد.

علاوه بر این با فراهم‌ساختن پوشاک مناسب با عرف و فرهنگ اسلامی، به‌طور گسترده، متنوع و با قیمت مناسب، در جهت تغییر رفتار بدحجابان، به‌ویژه بدحجابان عرفی تلاش کرد.

به‌نظر می‌رسد با توجه به بحرانی بودن و چندبعدی بودن وضعیت حجاب، اتخاذ یکی از سناریوهای فوق موجب مغفول ماندن دیگر ابعاد دخیل در این حوزه خواهد شد. از این‌رو راهکار احتمالی، باید مبتنی بر تغییر رویکرد نظام از افزایش آگاهی‌بخشی و تقویت ایمان (رویکرد حاکم بر مصوبه ۴۲۵ شورای عالی انقلاب فرهنگی) به افزایش «ارزشمندی حجاب» باشد. علاوه بر این برای کنترل وضعیت و حرکت به سمت بهبود وضعیت حجاب در جامعه باید تلفیقی از سناریوهای «تغافل نسبت به پدیده بی‌حجابی» و «زیبانهایی حجاب از طریق اصلاح و تقویت دستگاه‌های رسانه‌ای - تبلیغی» در دستور کار قرار گیرد که لازمه اجرای آن استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای (صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فضای مجازی و...)، گروه‌های مرجع و تغییر در سیاست‌های رسمی با مدیریت هوشمند یک مرکز رسانه‌ای قدرتمند است.

## جمع‌بندی

در خصوص وضعیت حجاب در کشور سه موضوع کانونی و مهم وجود دارد که هرگونه سیاستگذاری و تصمیم‌گیری باید با لحاظ کردن آن انجام شود. این موارد عبارت است از:

**الف) تغییر ارزشمندی حجاب از شرعی به عرفی**

از حیث ذهنی تحقیقات نشان می‌دهند که حجاب شرعی برای ۳۵ درصد از افراد جامعه ارزشمند است و تقریباً ۵۵ درصد از زنان حجاب عرفی را ارزشمند دانسته‌اند. در واقع نوعی حس و بی‌رغبتی در خصوص حجاب شرعی در میان بخشی از افراد جامعه ایجاد شده است که موجب می‌شود آنها بین دو گزینه حجاب عرفی و شرعی، حجاب عرفی را انتخاب کنند.

**ب) جمعیت بالای بدحجابان کم‌آسیب (محجبه‌های عرفی)**

نتایج تحقیقات متعدد نشان می‌دهد، بیش از ۸۵ درصد از جمعیت افراد بدحجاب در گروه بدحجابان کم‌آسیب قرار دارند که به لحاظ ذهنی خود را محجبه می‌دانند. این گروه که اصطلاحاً آنها را طیف خاکستری می‌نامند، به لحاظ ذهنی از یک طرف حجاب را برای زن مسلمان واجب دانسته و نسبت به پیامدهای منفی بدحجابی آگاهی دارند، اما از سوی دیگر نسبت به ارزشمندی حجاب شرعی و همچنین مداخله دولت در کنترل حجاب موضع داشته و مقاومت ذهنی دارند و بخشی از آنها به لحاظ ذهنی استعداد ریزش به سمت بدحجابان هنجارشکن را دارا هستند.

**ج) کانون‌های بحران بدحجابی**

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد افراد تحصیلکرده جوان ساکن شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها که عمده مصرف فرهنگی آنها تماشای ماهواره و فیلم‌های سینمایی داخلی و خارجی است، بیشترین میزان آسیب و ناهنجاری را در موضوع حجاب دارند. بنابراین قشر اصلی و هسته کانونی بدحجابی در کشور که طراح اصلی حرکت‌های ضدحجاب، کنشگران و بازیگران اصلی این صحنه هستند، دارای ویژگی‌هایی هستند که اتخاذ یک سیاست بسیار هوشمندانه، منعطف و سیال را ضروری می‌سازد.

از همین‌رو به‌نظر می‌رسد در صورتی که قرار باشد اقدامی در خصوص حجاب انجام گیرد، این اقدام باید معطوف به نقطه کانونی آسیب‌زا به مسئله حجاب، یعنی کاهش ارزشمندی آن باشد که بار اصلی آن بر دوش نظام رسانه‌ای و مصرف فرهنگی افراد است.





## منابع و مآخذ

۱. اسدی، علی. مرکز سنجش افکار و تحقیقات اجتماعی سازمان رادیو و تلویزیون.
۲. افهمی، بنفشه. بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی مردم مشهد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۸۵.
۳. الوانی، سیدمهدی و فتاح، شریف‌زادگان. فرآیند خط‌مشی‌گذاری عمومی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ چهارم، ۱۳۸۵.
۴. بوردیو، پبیر. تمایز نقد اجتماعی و قضاوت‌های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، ثالث، ۱۳۹۳.
۵. تغییرات فرهنگی در ایران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، پژوهشنامه ش ۷، بهار ۱۳۸۶.
۶. پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج، ۱۳۹۳.
۷. پیمایش ارزش‌ها و نگرش ایرانیان، موج سوم، دفتر طرح‌های ملی و مرکز رصد اجتماعی، ۱۳۹۵.
۸. پیرحیاتی، عصمت. تیپ‌شناسی زن از نظر (آرایش و پوشش) در سینمای دهه ۱۳۸۰ ایران.
۹. تهرانیان و اسدی. گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران، گزارشی از یک نظرخواهی ملی در سال ۱۳۵۳، سازمان رادیو و تلویزیون، تهران، ۱۳۵۶.
۱۰. جنادله، علی و محمد، آقاسی. نظرسنجی دیدگاه مردم در مورد پوشش و حجاب بانوان در جامعه، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، ۱۳۹۳.
۱۱. رضایی، محمدحسین. تحلیل جامعه‌شناختی پوشش اسلامی، دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی وزارت علوم تحقیقات و فناوری، ۱۳۸۲.
۱۲. رفیع‌پور، فرامرز. توسعه و تضاد، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۶.
۱۳. زین‌آبادی، مرتضی. جامعه‌پذیری حجاب، مجله کتاب زنان، سال دهم، ش ۳۸.
۱۴. سازمان ملی جوانان، پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان، معاونت مطالعات و تحقیقات، ۱۳۸۸.
۱۵. سالنامه آماری ۱۳۹۴.
۱۶. شاوردی، تهمینه و دیگران. بررسی تفاوت شهرت حقیقی و مجازی و نقش رسانه‌ها در میزان شناخته‌شدگی افراد، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، ش ۱۰، ۱۳۹۶.
۱۷. شورای عالی انقلاب فرهنگی، مجموعه مقالات (اولین همایش مهندسی فرهنگی در چهار جلد)، تهران، ۱۳۸۶.
۱۸. صبوری خسروشاهی، حبیب. بررسی گروه‌های مرجع جوانان در شهر تهران، فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۱۳۹۰.
۱۹. طالبی دلیر، معصومه و سیدمجیدی، رضوی طوسی. اعتقاد به حجاب و نگرش‌های مربوط به آن، فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده، سال هفتم، ش ۲۳، ۱۳۹۲.
۲۰. عزیززاده، گیتی. سنجش نگرش دانشجویان دانشگاه‌های تهران به پوشش و حجاب، ۱۳۸۹.
۲۱. عطائی، امید و علی‌اصغر، اژدری. وضعیت تولید و واردات پارچه چادر مشکی در ایران و راهکارهای برون‌رفت از چالش‌های موجود، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴.
۲۲. غفاری، غلامرضا و عادل، ابراهیمی لویه. تغییرات اجتماعی، دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۱.
۲۳. فرجی، مهدی، نفیسه، حمیدی. بررسی فرهنگ پوشش و حجاب زنان ایران، ۱۳۹۰.
۲۴. قلی‌پور، آرین. نقش دولت در نهادینه‌سازی حجاب، ۱۳۸۶.
۲۵. کلهر، سینا. بازخوانی سیاست‌ها و اقدامات جمهوری اسلامی ایران در خصوص «عفاف و حجاب» ۱. دوره اول: مطالبه و اجماع عمومی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴.
۲۶. کلهر، سینا. مدیریت حجاب در جمهوری اسلامی، نشر آرما، ۱۳۹۶.

۲۷. متانی، مهرداد. الگوهای مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان زنان، تابستان ۱۳۹۴.
۲۸. موسوی، سیده‌فاطمه. تبیین و بررسی حجاب‌گریزی در میان دختران ۱۵ تا ۳۰ سال شهر بوشهر، ۱۳۹۱.
۲۹. مهدیزاده، محمد. مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات، انتشارات مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴.
۳۰. واعظی، منصور. پوشش و آرایش ایرانیان، انتشارات کتاب نشر، ۱۳۹۲.
۳۱. هزار جریبی، جعفر، رضا، صفری‌شالی. بررسی چرایی دگرگونی‌های گروه مرجع در بین دانشجویان، بهار ۱۳۹۵.
۳۲. هزار جریبی، جعفر و محمد، آقاییگی کلاکی. عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۵۴، ۱۳۹۳.

33. Mehta, sh "Commodity Culture and Porous Socio- Religious Boundaries: Muslim Women in Dehli", South Asia Research. Vol 30 no.1, 2010.

34. <http://www.sedayeshia.com>

35. <http://ispa.ir/>



مرکز پژوهش‌ها  
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۵۹۵۸

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: عوامل مؤثر بر اجرایی شدن سیاست‌های حجاب و راهکارهای پیش‌رو

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه زنان و خانواده)

تهیه و تدوین کنندگان: سینا کلهر، ریحانه رحمانی‌پور

همکار: آسیه ارحامی

ناظر علمی: ایروان مسعودی اصل

متقاضی: کمیسیون فرهنگی

ویراستار تخصصی: \_\_\_\_\_

ویراستار ادبی: \_\_\_\_\_

واژه‌های کلیدی:

۱. حجاب

۲. قانون



تاریخ انتشار: ۱۳۹۷/۵/۳