

آسیب شناسی جامعه پذیری حجاب

پوشش و حجاب یک آموزه و دستور دینی است که مبتنی بر آیات، روایات و احکام است. آشنایی فرد با معیارها، الگوها، آموزه‌ها و احکام دینی در فرآیند جامعه پذیری دینی وی انجام می‌شود. در این فرآیند، فرد با محتوا و معنای این معیارها آشنا شده و آنها را در موقعیت‌ها و تعاملات زندگی روزمره خود به کار می‌گیرد.

در آسیب‌شناسی جامعه‌پذیری حجاب این سوال مطرح می‌شود که دلایل عدم رواج حجاب به عنوان یک رفتار در جامعه چیست و چرا برخی از جوانان مسلمان این دستور دینی را رعایت نمی‌کنند؟ جامعه‌پذیری دینی و آشنایی فرد با مفهوم و معنای حجاب، اصولاً از خانواده شروع شده و پس از آن در مدرسه ادامه می‌یابد و سپس توسط رسانه‌ها، به وسیله تدوین برنامه‌های خاص برای نوجوانان و جوانان و ساخت فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی تقویت یا تضعیف می‌شود.

کارکرد و وظیفه عمده و مهم نهاد دین و سازمان‌های مذهبی، ارائه ارزش‌ها و هنجارهای دینی به منظور آشنایی مردم با این الگوها و قواعد می‌باشد. نوجوانان و جوانان بخشی از آشنایی با مفهوم حجاب را در برخورد با گروه دوستان و نهادهای اجتماعی فرامی‌گیرند. با توجه به این‌که هر یک از این نهادها بخشی از جامعه‌پذیری دینی نوجوانان و جوانان را بر عهده دارند؛ بررسی میزان اثرگذاری آنها، در انتقال این ارزش‌ها و معیارها لازم و ضروری می‌باشد.

شبکه روابط اجتماعی

جامعه‌پذیری حجاب در شبکه‌های روابط اجتماعی، بایستی با اقناع سازی و ایجاد پیوندهای عمیق بین منافع فردی و جمعی در خصوص رعایت حجاب و آشناسازی افراد با فواید آن باشد، در حالی که روش‌های ترویج حجاب و پوشش اسلامی در جامعه ما در گذشته و حال بنا به اظهار نظر بسیاری از کارشناسان، روش‌های اجباری، نظامی، مقطعی و بر اساس میل و نظر اشخاص و گروه‌های خاص بوده است. در اوایل انقلاب، ترویج حجاب اسلامی توسط گروهی از متدی‌ن‌ان، بدون سیاست‌های ثابت و روشن انجام شد. در واقع تأثیرپذیری برنامه‌ها و سیاست‌ها از شرایط سیاسی (مثلاً نزدیکی به انتخابات و نیاز به آراء عمومی) و ناهماهنگی مسئولان، در تنفر جوانان از حجاب تأثیر داشته است.

این مسئله باعث شد شکاف و مغایرتی میان ارزشهای فردی و اجتماعی ایجاد شود و افراد، به ویژه نوجوانان و جوانان، ارزشها و معیارهای حجاب را مانع و حائل در برابر ارزشها و آمال خود بدانند. نوجوانان و جوانانی که هرگونه لباس پوشیدن را حق خود میدانند و به دستورات دینی، اسلامی و عرفی در خصوص پوشش اعتنایی نمیکنند، نتیجه این شکاف و تمایز است.

شبکه روابط اقتصادی

در جامعه پذیرای حجاب، آن چه موجب درونی شدن این آموزه‌ها و ارزشهای دینی میشود، این است که افراد باور داشته باشند، رفتارشان (حجاب و تبعیت از الگوی پوششی خاص) برای آنها منفعت مادی و اجتماعی بالایی دارد. به عنوان مثال، این نوع البسه، ارزان، بادوام و با کیفیت بوده و استفاده از آن نسبت به اجناس مشابه، با صرفه‌تر میباشد و از لحاظ اجتماعی و معنوی، تبعیت از این الگوی پوششی خاص، موجب تحکیم پایگاه شده یا پایگاه جدید و بالایی برای وی به ارمغان می‌آورد.

در حال حاضر در کشور ما، سیاستها برخلاف این است. از یکسو، قیمت کالایی که به عنوان الگوی مناسب پوشش توسط جامعه ارائه میشود (یک قواره چادر) نسبت به مدل مشابه، مخالف آن (مانتو رنگی یا کوتاه) بسیار بالا است. از سوی دیگر، اکثریت افراد موفق یا به ظاهر موفق جامعه که توسط رسانه‌ها مطرح میشوند یا مورد توجه قرار می‌گیرند، عموماً دارای چهره و ظاهری متناسب با الگوهای هستند که برخلاف الگوی حجاب جامعه بوده و تصویر به نمایش درآمده در تلویزیون و سایر رسانه‌ها از زنان زندانی و مجرم با چادر است. واضح است که این تصاویر چه تصویری از چادر یا پوشش اسلامی برای نوجوان ایجاد میکند.

شبکه روابط سیاسی

در خصوص جامعه پذیرای حجاب، هماهنگی و همکاری دستگاهها و سازمانهای مشارکت کننده و پیروی آنها از یک منشور و قانون دستگاه حاکم، در حوزه شبکه روابط میانی جای می‌گیرد. در این صورت پیروی مردم از قوانین، معیارها و ارزشهای ارائه شده، بیشتر و ثابت‌تر میشود. در کشور ما، دولت و سایر نهادها و سازمانهای دولتی و خصوصی، عزم و هماهنگی لازم برای پیگیری امور را ندارند. برخی مواقع، تحت تأثیر افراد و گروه‌هایی خاص، مسأله حجاب در دستور کار

قرار می‌گیرد و گاه، تحت تأثیر فشارها و مخالفت‌های گروه‌های داخلی یا فشارهای بین‌المللی، مسأله مزبور به فراموشی سپرده می‌شود.



شبکه روابط فرهنگی

اساس این شبکه در روابط گفتمانی است. ارتباطات و تعاملات اجتماعی، به صورت مباحثات و مجادلات عقلی، پیرامون کلیت‌ها و مفاهیم انتزاعی نظیر جهان هستی، انسان، طبیعت، علت‌العلل، زیبایی، عشق، محنت، رنج، معنا و مانند آن دور می‌زنند. در جامعه‌پذیری حجاب به جهت آنکه حجاب و پوشش دستور دینی و عرفی است، کسانی که مجری این دستورات می‌شوند، بایستی به دستورات و مبانی دینی و فرهنگ و آداب و رسوم این کشور آگاه بوده، قابلیت بحث و بیان و خطابه را داشته باشند.

طرح‌ها و برنامه‌هایی توسط افراد نظامی و انتظامی در خصوص حجاب و پوشش اجراء شده است که بیش از آن که اقناعی و توجیهی باشد، با زور و اجبار همراه است. در واقع دارندگان زور و قدرت وارد عرصه فرهنگی شده و صحنه را از حالت فرهنگی، به کارزار عملیاتی و سیاسی تبدیل کرده‌اند؛ در حالی که می‌بایست ابتدا با انجام بحث‌های مفهومی، اذهان مردم را نسبت به موضوع حجاب آگاه و قانع ساخته و در صورت عناد، اقدام به الزام اجباری نمایند.

سازمان‌ها و مؤسسات

در این سطح، سازمان‌ها، مؤسسات، گروه‌ها، انجمن‌ها و نوع روابط این سازمان‌ها با هم مورد توجه قرار می‌گیرد. در صورتی‌که فعالیت این سازمان‌ها هماهنگ بوده و فعالیت هر یک، مکمل فعالیت دیگری باشد، ثبات، نظم و حیات اجتماعی برقرار می‌شود. در خصوص جامعه‌پذیری، موفقیت فرآیند جامعه‌پذیری، به هماهنگی و روابط نهادها، سازمان‌ها، گروه‌ها و مؤسسات جامعه پذیرکننده (آموزش و پرورش، مذهب، صدا و سیما، خانواده، گروه دوستان و...) وابسته است. هر قدر که میان این نهادها هماهنگی و ارتباط حاکم باشد، یادگیری و درونی شدن ارزش‌ها و باورها در فرد قوی‌تر شده و هر مقدار که ناهماهنگی باشد، جامعه‌پذیری ضعیف‌تر و ناقص‌تر انجام می‌شود.

در واقع در برنامه‌ها و طرح‌های اجرا شده در کشور در خصوص حجاب و ترویج این فرهنگ، هیچ‌گونه تناسب و هماهنگی میان اقدامات این سازمان‌ها و نهادها، کارگزارانی که مبشر و مبلغ این ارزش‌ها بوده‌اند، مشاهده نمی‌شود. تعالیم ارائه شده در کتاب‌های درسی مدارس، توسط رفتار معلمان و والدین خنثی می‌شود. شخصیت اصلی فیلم‌ها و سریال‌های سینما و صدا و سیما، پوشش مغایر با تعالیم ارزشی را تبلیغ می‌کند. برنامه و طرحی که توسط یک سازمان یا نهاد خاص، برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود با برنامه‌های سازمان دیگر، خنثی و بی‌ارزش می‌گردد. نتیجه این ناهماهنگی و مغایرت میان نهادها، سازمان‌ها و برنامه‌های اجرا شده توسط آنها، عدم توجه نوجوانان و جوانان به ارزش‌ها و تعالیم دینی و اجتماعی است.

سطح فردی

همان‌طور که می‌دانیم، اعضای تشکیل دهنده دسته‌جات، گروه‌ها و جامعه، فرد فرد مردم هستند. اگر طرح‌ها و برنامه‌ها متناسب با شرایط و خصوصیات افراد جامعه و اقناع‌کننده ذهنی و روحی و روانی آنها نباشد، با مشکلات فراوان روبرو شده و احتمالاً به شکست خواهد انجامید.

جامعه امروز از جامعه گذشته ۲۰ یا ۳۰ سال پیش، بسیار متفاوت است. سطح تحصیلات در این جامعه افزایش یافته و دسترسی وسیع مردم به وسایل ارتباطی مانند تلفن، روزنامه، مجلات، ماهواره و سایر شبکه‌های اجتماعی سرعت تبادلات فرهنگی و گردش اخبار و اطلاعات را در جامعه فزونی بخشیده است. این اتفاقات و بسیاری از اتفاقات دیگر، باعث شده است که مردم (اعم از پیر و جوان، زن و مرد) توانمندی‌های زیادی پیدا کنند. این توانمندی‌ها، شخصیت و

ظرفیتی به افراد می‌بخشد که دامنه وسیعی از فعالیت را در جامعه می‌طلبد. براساس این توانمندی‌ها، افراد، آن الگوهای رفتاری را برای خود برمی‌گزینند که بتوانند تعاملات خود را راحت‌تر و ساده‌تر انجام دهند و این الگوهای رفتاری ممکن است با الگوها و معیارهای رفتاری قبل، در تباین و تعارض باشد.

در جامعه امروز، زنان و دختران نیز در خود ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی می‌بینند که بسیار متفاوت از توانمندی‌های زنان و دختران گذشته است و در نتیجه بسیاری از تعالیم و باورهای قبلی، همانند کراهت ارتباط با افراد غریبه و نامحرم در هم می‌ریزد. زیرا شرط تقویت توانمندی‌های فعلی این است که ارتباط وسیع با دیگران وجود داشته باشد. تعالیم قبلی، فرد را ترغیب می‌کرد که آن گونه پوشش داشته باشد، در حالی که توانمندی‌های جدید او را به سوی پوشش‌های متفاوت سوق می‌دهد.

بنابراین، این توانمندی‌ها و ظرفیت‌ها، یکی از ویژگی‌های مردمان امروز است و بایستی دستورات و معیارهای ما متناسب با این توانمندی‌ها و شرایط باشد، در غیر این صورت باید مطمئن باشیم معیارها و قواعد ما راه به جایی نخواهند برد.

مرتضی زین آبادی I پژوهشگر مطالعات خانواده