

## بررسی ترویج پوشش نامناسب از طریق فضای مجازی

زهرا رضائیان\*

### اشاره

جوامع انسانی از ابتدای تاریخ سبک زندگی ویژه خود را دارا بوده و الگوهای رفتاری متناسب با شاخص‌های فرهنگی خود را داشته‌اند. جامعه اسلامی نیز سبک زندگی ویژه‌اش را دارد که می‌توان از آموزه‌های اسلام به دست آورد. حجاب یکی از شاخصه‌های سبک زندگی اسلامی است که در فضای مجازی به آن حمله می‌شود. امروزه گسترش تکنولوژی و در ادامه آن ارتباطات غیرحضوری، سبب گسترش تعامل افراد در بستر مجازی شده است. محتوای ارائه‌شده در فضای مجازی از سوی کشورهای صاحب‌امتیاز، با اندیشه تأمین خوراک فکری و زیربنای باورهای تمام کاربران فضای مجازی سراسر جهان، ذائقه مخاطب را تغییر می‌دهد؛ زیرا با تغییر نگرش‌ها و سبک زندگی بانوان - در جایگاه مسئولان اصلی پرورش نسل آینده - می‌توانند هویت ایرانی، اسلامی را به راحتی دستخوش تغییر کنند.

---

\* کارشناس ارشد علوم قرآن و حدیث.

## الف) جایگاه و اهمیت پوشش

بر اساس گواهی متون تاریخی، حجاب زنان در بیشتر ملت‌ها و آیین‌های جهان رواج داشته است. هرچند در طول تاریخ فرازونشیب‌های زیادی را طی کرده، اما کامل از بین نرفته است.<sup>۱</sup> اسلام با معرفی لباس و پوشاک به عنوان پوشش و وجوب آن به ویژه برای زنان آن را تعدیل کرده است؛ همچنین با تشریح قانون پوشش، اشتیاق زنان به حجاب را مستحکم کرد تا گوهر هستی زن حفظ شود؛ از این‌رو دشمنان در جنگ نرم می‌کوشند با حجاب‌زدایی زمینه تغییر ارزش‌های دینی را فراهم نموده و افراد و جامعه را در گرداب فساد گرفتار کنند. امروزه این امر در فضای مجازی بیشتر نمود پیدا کرده است.

## ب) اهداف حجاب‌زدایی

پس از سیطره غرب که به مدد نوگرایی و تحول آن دیار پس از رنسانس به وجود آمده بود، تمدنی شکل گرفت که با انگیزه گسترش، به جهانی فراتر از حصار موقعیت جغرافیایی خاصی می‌اندیشید؛ از این‌رو برای آسان‌کردن روند سیطره خود، یکسان‌سازی فرهنگی و تخریب فرهنگ ملت‌ها امری زیربنایی در دستور کار قرار گرفت و کوشیده شد بدین‌وسیله زمینه تسلط سیاسی امنیتی فراهم شود. با تضعیف و تخریب فرهنگ ملت‌ها، فرهنگ وارداتی بی‌بندوباری و بی‌عفتی جوامع غربی بر جوامع شرقی - به ویژه اسلامی - تحمیل شد تا کشورها به بازار فروش محصولات غربی تبدیل شوند.

شاید بتوان انقلاب صنعتی و اختراع ماشین بخار در سال ۱۷۱۲ میلادی

۱. براون و اشنايدر، پوشاک اقوام مختلف، ص ۲۰.

را اولین جرقه مبارزه با حجاب دانست؛ چراکه سرمایه‌داران و صاحبان کارخانجات برای تأمین نیروی انسانی ارزان مورد نیاز، به فکر جذب زنان به بازار کار افتادند؛ از این رو تبلیغات گسترده‌ای به نام «آزادی زن» به راه انداختند تا بتوانند آنان را اجیر و اسیر دنیای سرمایه‌داری جدید کنند. پس از آن با افزایش تولید و کم شدن تقاضا بر اثر اشباع بازار، زنان به ابزاری در راستای مصرف بیشتر و سوق دادن جامعه به سوی تجمل‌گرایی بدل شدند. به این ترتیب زن در عصر تجدد و مدرنیته، به نام «آزادی» به بدترین شیوه در اسارت منافع سرمایه‌داران طمع و هوس‌باز قرار گرفت.<sup>۱</sup>

حرمت‌زدایی از حجاب در ایران، پروژه‌ای است که بهائیت با کشف حجاب شروع کرد و سپس با اجبار و سرکوب برای کشف حجاب، به رضاخان دیکته شد. پهلوی‌ها ۵۴ سال کوشیدند تا ریشه‌های عفاف، حجاب و حیا را بسوزانند و نسل جوان را گرفتار و سرگرم خود کنند.<sup>۲</sup> این بار با رشد و پیشرفت تکنولوژی نوع مبارزه با حجاب و بهره‌وری از زنان به ویژه در کشورهای اسلامی رنگ‌وبوی دیگری به خود گرفته است. امروزه غرب می‌کوشد با راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی و به‌کارگیری شیوه‌های جنگ نرم، با تهییج و تحریک افراد عادی و ترغیب برخی مراجع فکری، با پیام‌های به‌ظاهر جذاب اما فریبنده، حقایق فرهنگ اسلامی و باورهای الهی را انکار و ارزش‌های مادی و دنیوی متکی بر ماتریالیسم را به ارزش‌هایی جهانی تبدیل کند؛ به گونه‌ای که همگان این

---

۱. ر.ک به: محمد ملک‌زاده، «بدحجابی و بی‌عفتی حربه دشمن برای فتنه‌انگیزی؛ فتنه فرهنگی از استعمار کهن تا فرانوا»، فصلنامه فرهنگ پویا، ش ۱۸، ص ۷۷.

۲. دختران خیابان انقلاب (خبر)، نشریه پیام زن، ش ۳۱۱، ص ۹.

فرهنگ را فرهنگی معتبر و عام بپذیرند و میراث فرهنگی و دینی و داشته‌های بومی خود را برای آن کنار بگذارند.

## ج) شیوه‌های حجاب‌زدایی در فضای مجازی

### ۱. فرهنگ‌سازی

از جمله راهکارهای حجاب‌زدایی، فرهنگ‌سازی رفتارهای منجر به بی‌حجابی است. دشمنان غربی با استفاده از امکانات فضای مجازی درصددند پس از شناسایی روحیات افراد جامعه با گسترش رقابت‌جویی، عرفی‌سازی، اشاعه فرهنگ تأییدگیری و ... غیرمستقیم میل به بی‌حجابی را بین افراد به وجود آورند؛ چراکه «بعد از اینکه تمایل برای انجام رفتاری در درون فرد به وجود آمد، با توجه به شرایط محیطی، آن رفتار شکل می‌گیرد و به مرور تثبیت و در وجود فرد نهادینه و به فرهنگ تبدیل می‌شود».<sup>۱</sup>

### رقابت‌جویی

یکی از راهکارهای مؤثر در فرهنگ‌سازی، گسترش چشم و هم‌چشمی بین افراد است. دشمنان مدام در فضای مجازی با روش‌های غیرمستقیم (تبلیغات، مدگرایی و ...)، افراد را به رقابت در بی‌حجابی و جلوه‌گری هرچه بیشتر سوق می‌دهند و اینگونه القا می‌کنند که در صورت بی‌حجابی، از فخر و محبوبیت بیشتری بین دیگران برخوردار خواهند شد. بر این اساس «برخی از خانم‌ها، بدون ارزیابی اینکه بدحجاب‌ها چه هدف و منظوری از این کارشان دارند، فقط برای تقلید و برتری‌جویی از

---

۱. سیداحمد جلیلی‌راد، «تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ حجاب و عفاف در ایران اسلامی، چهارمین همایش ملی مشاوره و سلامت روان»، ص ۳.

آنها پیروی می‌کنند».<sup>۱</sup> همچنین برخی از افراد خودکم‌بین، بی‌حجابی را راهکاری برای برانگیزی حس تحسین و توجه دیگران می‌دانند که از راه آن می‌توانند با خودنمایی به احساس خوشایند ارزشمند بودن دست یابند. «حدود شصت درصد از کسانی که بدحجاب هستند، دچار نارسایی یا ناهنجاری رفتاری‌اند و می‌خواهند جلب توجه کنند».<sup>۲</sup>

### عرفی‌سازی

عرفی‌سازی بی‌حجابی یکی دیگر از راهکارهای حجاب‌زدایی است. با ارائه و ترویج تصاویر بی‌حجاب در شبکه‌های اجتماعی ممکن است «این تصور اشتباه در کاربران ناآگاه شکل گیرد که تمام جامعه اینگونه‌اند و بدحجابی یک رفتار عمومی و عرفی است».<sup>۳</sup> نیز تصور شود که استفاده از پوشش نامناسب، برای هم‌رنگی با دیگران مانعی ندارد.

### اشاعه فرهنگ تأییدگیری

در فضای مجازی با اشاعه فرهنگ تأییدگیری، معیارهای ارزشی خوب و درست‌بودن هرگونه اندیشه و رفتاری دستخوش تغییر می‌شود؛ زیرا ویژگی‌های فضای مجازی سبب می‌شود «غالب کاربران قدرت منطق و باورهای اخلاقی و مذهبی خود را نادیده گرفته و تعداد لایک‌ها (Like) و دنبال‌کننده‌های (Follower) هر موضوع و محتوا را ملاک صحت و پسندیده بودن آن برشمرند، غافل از اینکه لایکی که از هوس برخیزد،

---

۱. مصاحبه با دکتر مجید ابهری، «شبکه‌های اجتماعی و ترویج بدحجابی»، خبرگزاری فارس، ۱۱ مرداد ۱۳۹۵.

۲. همان.

۳. جواد محبی، «کشف حجاب در شبکه‌های اجتماعی»، شبکه اطلاع‌رسانی راه دانا، ۲۵ دی ۱۳۹۴.

مبنای عقلی و اخلاقی ندارد.<sup>۱</sup> با توجه به آنکه در بیشتر صفحات مجازی مشاهده می‌کنیم کلیپ‌ها و تصاویر بی‌حجاب افراد شمار تأییدهای بسیاری دارند؛ شاید این بینش در نوجوان شکل گیرد که بی‌حجابی برای تأییدگیری (لایک) امری پسندیده است و بدین‌وسیله فرهنگ بی‌حجابی رواج پیدا می‌کند.

## ۲. الگوسازی

دشمنان در جنگ نرم به وسیله فضای مجازی، بیش از هر روشی در حجاب‌زدایی بر الگوسازی تمرکز کرده‌اند؛ چراکه الگوها به طور غیرمستقیم سبب تغییر بینش، ارزش‌ها، ایده‌ها و هنجارهای جوانان و نوجوانان می‌شوند و در تمامی رفتارهای زندگی آنها تأثیرگذار هستند. الگوهای واجد شرایط فرهنگی و اخلاقی می‌توانند با پشتوانه تبلیغات، تأثیرات عمیقی در نسل جوان برجا نهند. متأسفانه ارائه‌نکردن الگوهای اسلامی سبب شده فرهنگ مادی غرب برای تغییر گروه‌های مرجع نوجوان و جوانان با الگوهای کاذب برای توسعه بی‌حجابی سرمایه‌گذاری وسیع رسانه‌ای نماید.<sup>۲</sup>

«تأثیر برخی از الگوها بر روی نوجوانان و جوانان چنان است که در برخی از موارد از حالت هم‌زادپنداری گذشته و به جنون تشابه رسیده‌اند.»<sup>۳</sup> در این تشابه‌سازی آنچه بیش از هر چیز دستخوش تغییر

۱. نوید کمالی، «گرم‌شدن هوا و شروع فصل بدحجابی در شبکه‌های اجتماعی»، خبرگزاری ظهور ۱۲، ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۴.
۲. هنگامه خسروانی، «پیامدهای رسانه و ناتو فرهنگی بر حجاب»، فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، س ۱، ش ۲، ص ۳۶.
۳. سیدعلی اصغر موسوی، فاطمه علیها السلام مادر تمام خوبی‌ها، ص ۴۱.

می‌شود، ظاهر نوجوانان است.

تبلیغات یکی دیگر از ترفندهای جنگ نرم در الگوسازی است که بارها از آن استفاده می‌شود. در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی، کاربران همیشه شاهد کلیپ‌ها، بنرها و پست‌های بی‌شماری برای تبلیغ انواع کالاها توسط زنان و دختران بی‌حجاب فراوان هستند؛ حتی کالاهایی که ارتباطی به نیازهای دختران و زنان ندارند. «قابل تأکید است مانکن‌های مردانه و نشر آن در فضای مجازی شاید یک مدل برای تبلیغ لباس باشد؛ اما پشت صحنه اجرای این مدل‌ها، حقیقتی به عنوان کشف حجاب پنهان شده است».<sup>۱</sup>

«نظرسنجی‌ها بیانگر آن است که حدود بیست درصد خانم‌ها و ده درصد آقایان سبک پوشش خود را با مشاهده تصاویر مربوط به پوشش دیگر اعضای شبکه‌های اجتماعی انتخاب می‌کنند».<sup>۲</sup>

### ۳. القای مخالفت حجاب با مدرنیته

با توجه به اهداف جنگ نرم، دشمنان در فضای مجازی برای حجاب‌زدایی با استفاده از کالاهای فرهنگی - هنری از جمله عکس‌نوشت، کاریکاتور، کلیپ و نیز راه‌اندازی کمپین‌های ضدحجاب، پوشش را نماد تحجر، سنت‌گرایی، بی‌تمدنی، بی‌کلاسی و در مقابل مدرنیته نشان می‌دهند. همچنین آن را مانع پیشرفت، ورزش و کار می‌دانند و بی‌حجابی را راه تجدد، پیشرفت و موفقیت در نظر می‌گیرند.

---

۱. همان، ص ۴۰.

۲. جواد محبی، «کشف حجاب در شبکه‌های اجتماعی»، شبکه اطلاع‌رسانی راه دانا؛

۲۵ دی ۱۳۹۴.

برای مثال در یکی از کانال‌ها «زنان چادری و باحجاب را بیشتر افرادی عقب‌مانده، بی‌سواد، غیرمنطقی همراه با تقلیدهای کورکورانه و در واقع افرادی بی‌کلاس نشان می‌دهند و در مقابل افراد بی‌حجاب، افرادی تحصیل‌کرده و قابل احترام هستند. همچنین در کاریکاتورهایی زن چادری با چهره‌ای عبوس، زشت، بی‌ادب و بی‌فرهنگ جلوه داده می‌شود که به قوانین اجتماعی احترام نمی‌گذارد؛ اما در مقابل کاریکاتورها، خانمی که با لباسی بسیار نامناسب طراحی شده است، نسبت به حقوق دیگران احترام می‌گذارد و قوانین را مراعات می‌کند و طوری به مخاطب این حس را القا می‌کند که تمام بانوان محجبه، افراد بیمار و بی‌شخصیت جامعه هستند؛ اما افرادی که برهنگی بیشتری دارند، کلاس و تشخیص بیشتری دارند»<sup>۱</sup>.

بدین‌گونه در جنگ نرم در پی آن هستند تا غیرمستقیم به افراد جامعه به‌ویژه پسران القا کنند که حجاب سبب بی‌کلاسی، سنت‌گرایی و عقب‌ماندگی زنان است و اگر زنان از حجاب درآیند، متمدن خواهند شد. با توجه به این موارد می‌بینیم در جامعه دختران نوجوان و جوان و مادران محجبه، توسط برخی از پسران مسخره می‌شوند؛ نیز در معیارهای ازدواج برای گزینش همسر کمتر به حجاب توجه می‌شود. در صورتی که هر ساله جنبش‌هایی مثل جنبش زنان پوشاننده سر، خواهان لباس عفیف، جنبش سی‌روزه حجاب رمضان، جنبش احیای شأنیت زن و مادری و ... برای اشاعه حجاب در کشورهای غربی شکل می‌گیرد. بررسی آمار

۱. «القای کانال‌های ضددینی برای مبارزه با حجاب»، پایگاه اطلاع‌رسانی خبرنگار، ۲۰ شهریور ۱۳۹۵.



دختران و زنان تازه‌مسلمان در کشورهای اروپایی (از جمله بسیاری از خوانندگان، مدل‌ها و بازیگران و...)، نشان‌دهنده این است که حجاب در همه زمان‌ها نو است؛ از سویی هر ساله دختران و زنان محجبه به موفقیت‌ها و پیشرفت‌های مهم ورزشی، علمی و... دست می‌یابند؛ بنابراین نمی‌توان گفت حجاب محدودیت‌ساز است. برای نمونه «در ایالت ماساچوست آمریکا پوشیدن ساپورت و شلوارهای تنگ برای دانش‌آموزان ممنوع شد؛ چراکه مسئولین این مدارس معتقدند پوشیدن لباس‌های تنگ و تحریک‌کننده مانع پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان می‌شود. آنها برای مقابله با افت تحصیلی دست به این اقدام زده‌اند»<sup>۱</sup>.

#### ۴. حیازدایی

از دیگر روش‌های حجاب‌زدایی، گسترش بی‌رویه تصاویر و ویدئوهای برهنه و بی‌حجاب در شبکه‌های اجتماعی برای افزایش تأثیرپذیری از بی‌حجابی، کم‌رنگ کردن ارزش پوشش در ذهن افراد و در نتیجه ترویج حیازدایی است. به عبارتی «متخصصان عملیات روانی برای کند و متوقف کردن رفتار (رعایت پوشش اسلامی) مخاطبان، پست‌خوان احساسی — عاطفی آنها را نشانه می‌روند و شور و احساس حاکم بر رفتار ایشان را به تدریج کم‌رنگ می‌کنند. برای نمونه در حال حاضر فیس‌بوک و عوامل پنهان سازمان‌های اطلاعاتی آمریکا غیرمستقیم اعضای مسلمان آن را تشویق می‌کنند عکس‌های بی‌حجاب در پروفایل خود بگذارند تا از این طریق احساسات افراد مذهبی در خصوص حجاب را از بین ببرند و بتوانند به

---

۱. «حجاب و عفاف (مانکن‌های تبلیغاتی اینترنت فراتر از آفساید)»، شیعه نیوز، اسفند

مرور زمان به استعمار فرانو خود در کشورهای مسلمان جامه عمل  
پوشانند.<sup>۱</sup>

همچنین «باتوجه به نظریه ماریچ سکوت الیزابت نوئل نئومان،<sup>۲</sup> کاربران فضای مجازی هر کدام به دیگری نگاه می‌کنند و می‌بینند دوستان، همکاران و حتی برخی بازیگران داخلی که گاهی هم با پوشش‌های مناسب در اجتماع و رسانه ظاهر می‌شوند، در شبکه‌های مجازی به گونه دیگری عکس‌های کاربری خود را در معرض دید بقیه قرار می‌دهند؛ پس قبح این قضیه از بعد اجتماعی به تدریج از بین می‌رود و این خودبه‌خود به شکل‌گیری یک ماریچ بزرگ سکوت نسبت به پوشش کمک می‌کند.»<sup>۳</sup>

#### ۵. تضعیف باورها

یکی دیگر از شیوه‌های حجاب‌زدایی در جنگ نرم، متزلزل‌کردن اعتقاد و باور دینی افراد نسبت به اصل پوشش است. «صنعت ابتذال از همان ابتدای فناوری دیجیتال تمام تلاش خود را برای انحراف نسل جوان به

۱. حمیدرضا لشکریان و مرتضی روشنی، «تغییر رفتار و عملیات روانی در شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک (با تکیه بر عوامل و منابع پنهان)»، فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی امنیتی دانشگاه جامع امام حسین علیه‌السلام، س ۱، ش ۴، ص ۱۳۳-۱۳۴.

۲. این نظریه اذعان می‌دارد در یک فضا (حقیقی یا مجازی)، اگر عقیده‌ای خاص و رو به گسترش - به طور مثال پوشش - توسط بیشتر افراد یک جامعه مقبول واقع شود و کم‌کم مخالفت با آن موضوع توسط اقلیت جامعه دشوار شود، ماریچ سکوت در آن جامعه از میان همین اقلیت شکل می‌گیرد و هر که می‌خواهد بداند نظر دیگری در آن موضوع چیست، تا اگر با عقیده خودش در تضاد بود، سکوت اختیار کند.

۳. فرزانه شریفی، «بی‌حجابی مجازی، دستاورد تروریسم فرهنگی غرب»، سایت پلیس فتا، ۱۳ اسفند ۱۳۹۱.

کارگرفته است تا به سودآوری بیشتری برسد. توسط دشمنان در اتاق‌های چت، تالارهای گفتمان مجازی و ... موضوعات اعتقادی و پرسش‌های مردم درباره پوشش رصد می‌شود و در مقابل طی برنامه‌ریزی‌هایی موضوعات انحراف‌دهنده و شبهات به گفتگو گذاشته می‌شود تا مقاصد مبتذل برآورده گردد.<sup>۱</sup> موضوعاتی که می‌تواند زیربنای ارزش‌ها و باورهای افراد را دچار تزلزل جدی کند و از آنجایی که در سطح جامعه کمتر محملی برای پاسخ‌گویی به سؤالات و شبهات اعتقادی وجود دارد، این سؤالات بی‌پاسخ، زمینه را برای کنار گذاشتن اعتقادات و شکستن هنجارها بیش از پیش فراهم می‌آورد.<sup>۲</sup>

#### ۶. معرفی حجاب در جایگاه عامل محدودیت‌سازی

دشمنان در فضای مجازی با استدلال‌های بی‌اساس، حجاب را نوعی اجبار و مانع در برابر آزادی نشان می‌دهند و خود را حامی افراد برای رهایی از سلطه حجاب معرفی می‌کنند. «با توجه به مقاله‌ای که در سال ۱۳۹۴ در وال استریت ژورنال چاپ شد، دولت آمریکا قصد دارد با ایجاد ادعای نابرابری زن و مرد در ایران، با خلق روش‌هایی برای تشویق بی‌حجابی، آرامش را از جامعه سلب و بنیان ایرانی را سست کند.»<sup>۳</sup> آنان به گمان خود با طرح این ادعاها در کمپین‌ها و صفحات مجازی خود درصددند تا احساسات و عواطف افراد را تحریک کنند و با ترفندهایی تعهد آنان را نسبت به باورها و اعتقادات درونی بزدایند؛ از جمله این

۱. سیدعلی اصغر موسوی، فاطمه علیها السلام مادر تمام خوبی‌ها، ص ۴۱.

۲. سیداحمد جلیلی راد، «تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ حجاب و عفاف در ایران

اسلامی، چهارمین همایش ملی مشاوره و سلامت روان»، ص ۵.

۳. دختران خیابان انقلاب (خبر)، نشریه پیام زن، ش ۳۱۱، ص ۹.

کمپین‌ها می‌توان به طرح‌های شکست‌خورده آزادی‌های یواشکی<sup>۱</sup> و چهارشنبه‌های سفید<sup>۲</sup> اشاره کرد.

- 
۱. کمپین «آزادی‌های یواشکی» در سال ۹۳ با همراهی شبکه اجتماعی فیس‌بوک با مسیح علی‌نژاد آغاز شد. (زهرا چیدری، روزنامه جوان، ۲۷ خرداد ۱۳۹۶).
  ۲. پس از شکست کمپین آزادی‌های یواشکی، در طرح چهارشنبه‌های سفید با انتشار نمائندگی‌هایی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از زنان دعوت می‌شد چهارشنبه‌ها بدون استفاده از حجاب و با نماد شال سفید در معابر عمومی احضار شوند. (همان)