

عملکرد رسانه‌ها (تلویزیون) در ترویج عفاف و حجاب

شفیقه رأفت*

چکیده

یکی از مهم‌ترین مفاهیم دینی که بحث آن همواره مورد توجه محافل مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و رسانه بوده، مفهوم عملکرد رسانه در ترویج عفاف و حجاب، کاربرد و استفاده از این مفهوم چه نزد طبقه فرهیخته و نخبه جامعه و چه طبقه متوسط به حدی است که کمتر کسی را می‌توان یافت که تصویری از این واژه در ذهن نداشته باشد و یا مراد آن را نداند.

مقاله حاضر به سه سؤال پاسخ می‌دهد که عبارت از: معنای دقیق واژه‌های عفاف و حجاب چیست؟ جایگاه حجاب و عفاف در رسانه اسلامی چگونه است؟ راهکارهای ترویج حجاب و عفاف در رسانه کدام است؟ این مسئله امری است که بحث از آن نه تنها پرفایده و روشنگرانه است؛ بلکه برای ورود به مباحث جدی در این باب لازم و ضروری به نظر می‌رسد؛ چراکه گاه غفلت از حقیقت آن باعث فساد در جامعه می‌شود.

لذا شایسته و بایسته آن است که چپستی آن مورد بررسی موشکافانه قرار گیرد تا روشن شود که حدود مرز این مفهوم تا کجاست و دایره این مسئله تا چه اندازه است.

واژگان کلیدی

حجاب، عفاف، رسانه، عملکرد رسانه.

* کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآنی، جامعه المصطفی العالمیه: shafige_r@yahoo.com

تبیین مسئله

موضوع عفاف و حجاب از مهم‌ترین دغدغه‌های فرهنگی اجتماعی جامعه ما بوده است که صاحب‌نظران کارشناسان و مسئولان دستگاه‌های فرهنگی جامعه همواره بدان توجه داشته‌اند. در این میان نقش وسایل ارتباطات جمعی همچون رسانه‌های دیداری در ترویج فرهنگ عفاف و حجاب یا تضعیف و محدودیت آن در سطح جامعه به‌ویژه در نسل جوان انگار ناپذیر است. عفاف و حجاب پیش از آن که یک مسئله فقهی و شرعی باشد، یک مقوله فرهنگی است و گسترش آن به برنامه‌ریزی طولانی‌مدت نیاز دارد و همچنین یکی از رسالت‌های انقلاب اسلامی و دستگاه‌های فرهنگی تبلیغی جامعه مانند صدا و سیما، گسترش و تقویت عفاف و حجاب بوده و بر این اساس، اکنون این پرسش مطرح است که با توجه به پیچیدگی‌ها و ظرافت‌های این ابزار هنری وظایف و مسئولیت‌های صدا و سیما به عنوان یک نهاد فرهنگ‌ساز، در برابر فرهنگ عفاف و حجاب چیست؟ و راهکارهای آن کدامند؟

توجه به این نکته ضروری است که رسانه جمعی (تلویزیون)، خود نهادی فرهنگی و رسالت آن، ترویج فرهنگ عفاف و حجاب و تصحیح باورها و گرایش‌های نادرست اجتماعی است؛ چرا که کشور ما یک جامعه دینی است که ارزش‌های اسلامی در آن جاری است، یکی از نمادهای جامعه دینی وجود عفت عمومی و صیانت از این ارزش است که می‌توان آن را در پوشش و حجاب، در محیط‌های مختلف جامعه به‌خصوص رسانه مشاهده کرد. مسئله حجاب و عفاف همیشه مورد توجه مسئولان سیاسی، فرهنگی و رسانه کشور قرار داشته و همواره پیرامون چگونگی ترویج و تعمق این آموزه اسلامی تحقیقات و فعالیت‌های صورت گرفته است. در این مقاله در پی عملکرد رسانه در ترویج فرهنگ عفاف و حجاب هستیم؛ چراکه نقش رسانه در افکار عمومی جامعه و انتقال ارزش‌ها و ادراک هر فرد از حقایق بسیار آشکار است.

هدف این است که تأثیر رسانه‌ها (تلویزیون) روی این ارزش اخلاقی چه اندازه است و پژوهش انجام گرفته در این راستا به چند دسته تقسیم می‌شود:

تحقیقاتی که به موضوع حجاب، عفاف و رسانه در آموزه‌های اسلامی پرداخته شده و مسئله فقهی آن بیان شده، عفاف و حجاب در فرهنگ اسلامی از چه جایگاهی برخوردار است، آثار عفاف و حجاب چگونه است، فرمایشات امام خمینی علیه السلام در مورد رادیو و تلویزیون. تحقیقاتی در مورد اثرگذاری وسایل ارتباط جمعی در جهان اسلام از چه جایگاهی برخوردار است، ارتباط رسانه با فرهنگ حجاب، سخنان مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، عملکردهای مثبت و منفی رسانه در فرهنگ عفاف و حجاب و در کل روش پژوهش در این مقاله توصیفی است.

معنای لغوی حجاب

حجاب از لحاظ لغوی هم به معنای پوشیدن و هم به معنای پرده و حاجب به کار می‌رود. (مطهری، ۱۳۷۴: ۷۸) و دیگر معانی حجاب، پوشش، منع و آنچه میان دو چیز واقع شود. (طریحی، ۱۳۷۵: ۲، ۳۴) تعبیر حجاب با همین معنا در قرآن کریم به کار برده شده است. «وَمَا كَانَ لِبَشَرٍ أَنْ يُكَلِّمَهُ اللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِيَ بآيَاتِهِ مَا يَشَاءُ إِنَّهُ عَلَىٰ حَكِيمٍ» «هیچ بشری را نرسد که خدا جز به وحی یا از آن سوی پرده، با او سخن گوید یا فرشته‌ای می‌فرستد تا به فرمان او هر چه بخواهد به او وحی کند. او بلندپایه و حکیم است.» (شوری: ۵۱) و در اصطلاح فقهی، حجاب پوشش زن در برابر بیگانه است، (مطهری، ۱۳۷۴: ۷۸) اما فقهاء در کتب فقهی از این واژه کمتر استفاده نموده و بیشتر برای بیان این معنا از واژه‌های ستر و نظر بهره گرفته‌اند. (خلفی، ۱۳۸۶: ۷۷)

پوشش ظاهری زن مسلمان بخشی از حقیقت باطنی و بیانگر اندیشه‌ها و نظام ارزش‌های درونی اوست. (یزدخواستی، ۱۳۸۶: ۹۳) در نظام ارزشی اسلام مسئله حجاب از اصول پذیرفته شده است که در وجوب آن نیز هیچ تردیدی نیست. تمام فقه‌های شیعه و اهل تسنن بر آن اتفاق نظر دارند و مهم‌ترین دلیل وجوب حجاب، آیات قرآن است «وَقُلْ لِّلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ

مِنْهَا وَلَيَضْرِبَنَّ بِخُمْرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ»، (نور: ۳۱) «و به زنان باایمان بگو دیدگان خود را [از هر نامحرمی] فروبندند و پاک‌دامنی ورزند و زیورهای خود را آشکار نگردانند مگر آنچه طبعاً از آن پیداست و باید روسری خود را بر سینه خویش [فرو] اندازند.» راغب اصفهانی، عفت را این‌گونه معنا می‌کند: «العفة حصول حالةٍ للنفس تمتنع بها عن غلبة الشهوة والمستعفف المتعاطی لذلک بضرب من الممارسه و القهر»؛ «عفت حالت نفسانی است که مانع تسلط شهوت بر انسان می‌شود و انسان عقیف کسی است که با تمرین و تلاش مستمر و پیروزی بر شهوت، به این حالت دست‌یافته باشد.» (راغب اصفهانی، ۱۳۶۲: ۳۳۹).

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «عفاف زهد و خویشتن‌داری است.» (میزان‌الحکمه، بی‌تا: ۶، ۳۵۹) و در جای دیگر بیان می‌دارند: «زکاة الجمال العفاف»، «زکات زیبایی، عفت است.» (غررالحکم و درر الکلم، ۱، ۳۸۴) عفاف ملکه دوری از گناه در زندگی مؤمن است. (ابن‌منظور، ۹، ۲۵۲) دهخدا نیز عفاف را به پارسایی و پرهیزگاری، نهفتگی، پاک‌دامنی، خویشتن‌داری معنا کرده است. (لغت‌نامه دهخدا، ذیل واژه عفاف) عفت و حیاء که جز جدایی‌ناپذیر دین و ایمان به شمار می‌رود رابط مستقیم با عقل دارد. (کلینی، ۱۳۶۵: ۳، ۶۵) عفاف ورزید یعنی در گفتار و کردار از آنچه حلال نیست دوری کنید. (اقراب‌الموارد، ۱۳۶۷: ۲، ۸۰۳).

در اصطلاح عفاف را در معنای وسیع‌تر از عفاف و پاکی جنسی به‌کاربرده و آن را به معنای در پیش گرفتن رویه اعتدال، خود‌نگهداری، تسلط بر خویشتن، صبوری و ایستادگی در برابر کام‌جویی ناروا می‌دانند که در حوزه تمایلات جسمی و جنسی می‌گنجد و نفس انسانی خواهان برآورده شدن بی‌قید و حصر این نیازهاست. (هاشمی، ۱۳۸۴: ۸).

رابطه عفاف و حجاب

عفاف خصلتی درونی و حالتی درونی است نشانه‌های بیرونی دارد، در گفتار و رفتار بروز می‌کند؛ با رفتار و نشانه‌های متناقض سازگار نیست، نه از موضع ناتوانی؛ بلکه از بلندای عزت و اقتدار صورت می‌پذیرد و پوشش اسلامی کامل‌ترین گونه رعایت عفاف است. استاد مطهری در مورد عفاف و حجاب بیان می‌دارد که قاعده کلی این است که زن مسلمان چنان رفت‌وآمد کند که علائم و قار و عفاف از او هویدا باشد، حجاب یک تکلیف است و نشانه یک خصلت انسانی یعنی عفاف است، حجاب و پوشش نشانگر عفاف است. (مطهری، ش ۵۱ و ۵۲، ۱۲) عفاف در مقایسه با حجاب امری کلی است و وجود نیروی عفاف به‌عنوان یک صفت نفسانی و ارادی، سبب می‌شود، انسان به نیازها و غرایز وجودی خود پاسخی عاقلانه و مناسب بدهد. عفاف امری ذاتی و حالتی درونی است، جنسیت بردار نیست و زن و مرد هر دو مصداق آن هستند. به عبارت دیگر این نوع انسان (فارغ از زن یا مرد بودن) است که به واسطه فطرتش گرایش به عفت و خویشتن‌داری دارد؛ اما حجاب اولاً تنها زن را شامل می‌شود. ثانیاً در شرع اسلام افرادی همچون افراد غیر بالغ و زنان سالمند از قاعده حجاب استثنا شده‌اند. (طباطبایی- یزدی، ۱۴۲۲: ۱، ۳۹۱)

جایگاه عفاف و حجاب در فرهنگ اسلامی

عفاف و پاک‌دامنی از آشکارترین نشانه‌های زندگی و سلامت جامعه اسلامی است و حجاب اسلامی یکی از مهم‌ترین نمادهای تمایز آشکار میان جوامع اسلامی و غیر اسلامی به شمار می‌رود. در پرتو رعایت حجاب و التزام به عفاف است که شخصیت انسانی زن حفظ و زمینه‌های رشد و تکامل زن و مرد در ابعاد مختلف فراهم می‌شود، در پرتو حجاب است که ابعاد گوناگون سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... تضمین می‌شود و به همین خاطر است که حجاب از ضروریات دین اسلام بشمار می‌آید. (علی‌اکبر ولایتی، ۱۳۸۴: ۱۴۶) اسلام با حفظ حجاب به دنبال بهداشت روانی جامعه، استحکام پیوند خانواده‌ها، تضمین امنیت زنان جامعه برای حضوری مفید و جدی در اجتماع و حفظ شأن و موقعیت واقعی زنان بوده است. (مطهری، ۱۳۷۴: ۸۲-۹۵).

آرامش روحی فرد و جامعه در پرتو عفاف و حجاب

با عفاف و خویشتن‌داری می‌توان از هدر رفتن استعدادها، توانایی‌ها و امکانات جلوگیری نمود و به بالندگی هنجارها و ارزش‌ها یاری نمود. پایبند نبودن به حجاب، آرامش خانواده و جامعه را بر هم زده و به التهاب دامن می‌زند. رعایت عفاف در رفتار و گفتار، خانواده را سالم و آسیب‌ناپذیر نگاه می‌دارد. آیا آنان که با فریب‌کاری، شعار آزادی زن را سر دادند و حجاب را از عفت تفکیک کردند، توانستند با ولنگاری زنان در غرب و تشویق مردان هوس‌باز، نظام خانواده را حفظ کنند. (خمینی رحمته‌الله، بی تا: ۳۲).

اهمیت رسانه‌های جمعی

رسانه‌های جمعی به تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به وسیله آن، پیام‌های دیداری و یا شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند. تلویزیون، رادیو، سینما، اینترنت، ماهواره و مجلات، کتب و... در زمره رسانه‌های جمعی محسوب می‌شوند. (سولویون، ۱۳۸۴: ۳۹-۲۴) امروزه این رسانه‌ها، نقش مهمی در تحولات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به ویژه فرهنگی دارند و به نوعی در پی تسلط بر زندگی مردم هستند؛ بنابراین ذهنیت مردم را با انفجار اطلاعات (درست یا نادرست) شکل می‌دهند تا بتوانند بر زندگی آن‌ها و شیوه آن مسلط شوند. (سیف‌اللهی، ۱۳۷۳: ۲۲۴) امام خمینی رحمته‌الله در این زمینه می‌فرماید: «اهمیت رادیو و تلویزیون بیشتر از همه (وسایل ارتباط جمعی) است این دستگاه‌ها، دستگاه‌های تربیتی هستند؛ باید تمام اقشار ملت با این دستگاه‌ها تربیت شوند. این یک دانشگاه عمومی است؛ یعنی دانشگاهی است که در تمام سطح کشور گسترده شده است.» (خمینی رحمته‌الله، ۱۳۶۱: ۵، ۲۰۳).

مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در مورد اهمیت و نقش رسانه‌های جمعی (تلویزیون) در جمع مدیران سازمان این سخنان را ایراد فرمودند: «این همه تلاش و کاری که (در صدا و سیما) انجام گرفته، چرا محصول رادیو و تلویزیون آن چیزی که توقع می‌رود، نیست. مدیر خوب، معاون خوب. کارهای تحقیقاتی و برنامه‌سازی و کارهای نرم‌افزاری به این خوبی، نتیجه آن چیزی که می‌خواهیم، نیست، علتش چیست؟ ببینید، آن چیزی که به نظر من در صداوسیما احتیاج داریم تحقق پیدا کند، نظارت و پی‌گیری است. پی‌گیری یک کلمه آسانی است، اما

دشوارترین بخش کار این است؛ اما شما الآن باید نظارت بکنید تا ببینید آیا اولاً این برنامه ساخته شد یا نه؟

ثانیاً این محتوای موردنظر در آن به وجود آمد یا نه؟ ثالثاً از جنبه هنری استاندارد است یا نیست؟ رابعاً در کنار این کار، کار محتوایی که آن محتوا در آن هست، کار هنری هم فرض کنیم که بالاست، آیا یک جنبه انحرافی یا موزی گرانه و عمدی یا از سر غفلت وجود دارد یا ندارد؟ کسی که تسلط بر کار این کارگردان دارد و نظارت خواهد کرد تا بفهمد آیا این کارگردان در اینجا درست کار کرد، شخصیت‌ها را درست چید و یا دیالوگ‌ها را به قول شماها این گفت و یا گوها محاوره‌ها را درست انجام داد یا نه؟

حالا فرض می‌کنیم آن به اصطلاح فیلم‌نامه‌ای که نوشته شده، صد درصد یک فیلم‌نامه خوب است، اما یک فیلم‌نامه صد درصد خوب می‌تواند در صحنه عمل ۳۰ درصد، ۴۰ درصد ۲۰ درصد تغییر کند و تبدیل شود؛ با فضا سازی، نورپردازی، با صدا با کارگردانی. این را من به عنوان یک نمونه از کار نظارت خواستم عرض بکنم. این یک چیز کوچکی است، یک بخش از کار نظارت است و همه مسئله نظارت این نیست. بروید سراغ کیفیت‌ها؛ خلاصه کیفیت‌ها را بالا ببرید کمیته‌ها را متوقف کنید. (رهنمودهای مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در دیدار با رئیس و معاون صداوسیما، ۱۳۷۹: ۶، ۱۴).

اثرگذاری وسایل ارتباط جمعی (تلویزیون)

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون، سیم، اینترنت و موبایل، با انتقال اطلاعات و شکل‌دهی افکار عمومی، در توسعه و تغییر فرهنگ و تمدن بشر نقش بزرگی ایفا می‌کنند؛ و کمتر رویداد و جریان مهم اجتماعی را می‌توان یافت که رسانه‌ها در پیدایش و شکل‌گیری آن و یا کنترل آن نقش و سهمی نداشته باشند. (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۵۶).

برلسون و جان ویتس درباره اثرگذاری وسایل ارتباط جمعی می‌نویسند: «اثرگذاری وسایل ارتباط جمعی بسیار وسیع و گوناگون است. این آثار امکان دارد در درازمدت یا در کوتاه‌مدت بروز کند. ممکن است قوی یا ضعیف باشد. این آثار امکان دارد از جنبه‌های مختلفی نشأت

گیرد و یا ممکن است از جنبه روانی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی باشد و همچنین احتمال دارد بر روی عقاید، ارزش‌ها، مهارت‌ها، سلیقه‌ها و رفتارهای ظاهری اثر بگذارد.» (معمد نژاد، ۱۳۰۰: ۳۱).

ارتباط رسانه‌های به‌ویژه تلویزیون با فرهنگ حجاب

در جهان امروز یا به عبارت بهتر عصر امپراتوری رسانه‌ها، وسایل ارتباط جمعی با انتقال اطلاعات و شکل دادن به آن‌ها نقش مهمی در توسعه و تغییر فرهنگ و تمدن بشری ایفا می‌کنند. در میان این رسانه‌ها، تلویزیون به دلیل دسترسی آسان و تنوع برنامه‌ها، تأثیرگذاری بیشتری دارد و به‌عنوان یک ابزار مهم در تولید و انتقال یا حفظ فرهنگ‌های مختلف، فعالیت‌های گسترده‌ای دارد. امروزه ابرقدرت‌ها برای غارت فرهنگ و منابع کشورها که به سرسپردگی مطلق و همه‌جانبه آن کشورها می‌انجامد، شبکه‌های بزرگ تلویزیونی را در دست گرفته است و با استفاده از توان فناورانه فوق مدرن در صنعت ارتباطات تلویزیونی، تغییرات مهمی در حوادث فرهنگی و سیاسی و اقتصادی دنیا به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم ایجاد می‌کنند؛ زیرا قدرت درک و تحلیل کسانی که با کتاب، روزنامه و رسانه‌های نوشتاری سروکار دارند، نسبت به مسائل جاری جهان بیشتر از آن‌هایی است که فقط با رسانه‌های بصری و سمعی دم‌خورند. از این‌رو، رسانه‌های تصویری مانند تلویزیون، به دلیل ارتباط با همه اقشار جامعه، می‌توانند بهتر و مؤثرتر عمل کنند. آن‌ها با تهیه و پخش برنامه‌های متنوع و جذاب و بهره‌گیری از غرایض، احساسات و حتی فطریات انسانی، با القای فرهنگ موردنظر خودشان، عرصه را بر فرهنگ‌های سنتی و رقیب تنگ می‌کنند و با در اختیار گرفتن افکار مخاطبان و تغییر نگرش در آنان، رفتارشان را نیز کنترل می‌نمایند. (مجله نامه جامعه، ۱۳۸۸: ۶۵) امام خمینی علیه السلام در وصیت‌نامه سیاسی الهی خود در این خصوص فرموده‌اند: «رادیو و تلویزیون... از ابزارهای مؤثر تباهی و تخدیر ملت‌ها خصوصاً نسل جوان بوده است. در این صدسال اخیر به‌ویژه نیمه دوم آنچه نقشه‌های بزرگی از این ابزار، چه در تبلیغ ضد اسلام و ضد روحانیت خدمتگزار و چه در تبلیغ استعمارگران غرب و شرق کشیده می‌شد و از آن‌ها (رادیو و تلویزیون) برای درست کردن بازار کالا... استفاده گردید... همه این‌ها طبقه جوان زن و مرد را از مسیر

عادی زندگی و کار و صنعت و تولید، منحرف و به‌سوی بی‌خبری از خویش و شخصیت خود هدایت می‌کردند.» (خمینی رحمته‌الله، ۱۳۶۱: ۲۱، ۱۹۵).

رسانه‌ها و عملکردشان در مورد حجاب و عفاف

رسانه‌ها در کشور اسلامی از سالم‌ترین رسانه‌های جهانی است، در جامعه‌ای که حاکمیت دینی برقرار است رسانه‌ها نقش مهمی در فرهنگ‌سازی و نهادینه ساختن هنجارهای دینی دارند.

حکومت اسلامی که عهده‌دار امور مسلمانان در جامعه است؛ باید احکام مربوط به مسائل اجتماعی را پیگیری و لازم‌الاجرا نماید؛ بنابراین اعلام رعایت حجاب و عفاف و نظارت بر آن در جامعه، به‌ویژه رسانه‌های تصویری بر عهده حکومت اسلامی است. برای نهادینه ساختن امر حجاب و عفاف در جامعه ابتدا باید عملکرد رسانه‌های دیداری (به‌خصوص تلویزیون) موردبررسی قرارداد. عملکردهای مثبت و منفی زیاد دارد و ما در اینجا به دو مورد از هر کدام بسنده می‌کنیم.

عملکردهای مثبت رسانه‌ها در امر حجاب و عفاف

زن عفیف موضوعیت دارد و حجاب هم فرع و جزئی از آن است، آیابوشش به تنهایی موضوعیت ندارد؟ بله. عفت به این معنا نیست که فرد مراقب بعضی از مسائل مثل پوشش است؛ اما مراقب بعضی مسائل دیگر در شکل نگاه، طرز حرف زدن، نوع راه رفتن و امثال این‌ها نباشد در رسانه که به گفته همه حوزه‌ای فرهنگی است به‌طور کلی چه توانایی‌هایی برای ترویج حجاب وجود دارد. (ضیغ‌فر، ۱۳۹۰: شماره ۹۲، ۳).

الف) شخصیت‌پردازی مناسب از بانوان محجبه؛ در برخی برنامه‌ها و زنجیره‌های تلویزیونی، بانوان با پوشش مناسب از چهره‌های مثبت و سازنده‌ای برخوردار هستند. این امر نشان می‌دهد که یک فرد باحجاب هم می‌تواند موفق و اثرگذار جلوه کند و به پیشرفت‌های اجتماعی و تحصیلی دست یابد، یا در اجرای برنامه‌ها گاهی دیده می‌شود که مجریان خانم با استفاده از حجاب برتر (چادر) اجرای موفق‌تری دارند، این امر باعث علاقه‌مندی مخاطبان به این شخصیت‌ها

می‌شود و اثرگذاری گفتار و رفتار این افراد در مخاطبان، برای ترویج فرهنگ حجاب بسیار مؤثر است. (مجله نامه جامعه، ۱۳۸۸: ۶۵، حجاب در رسانه ملی)

ب) شاید حجاب کامل؛ یعنی چادر محدودیت‌های را برای زنان ایجاد کند ولی هرگز بازدارنده نیست و زنان می‌توانند با بهره‌گیری از آثار مهم مترتب بر حجاب، آزادانه به فعالیت‌های علمی و هنری و... بپردازند و تلویزیون با این برنامه‌ها اثبات می‌کند که حجاب مانع هیچ فعالیت برونی نخواهد بود. (ستوده، ۱۳۷۲: ۲۵).

عملکردهای منفی رسانه‌ها در امر حجاب و عفاف

با در نظر گرفتن عملکردهای مثبت تلویزیون، این رسانه به دلیل برخی ضعف‌ها و آسیب‌های اساسی در برنامه‌سازی تا حدودی نیز باعث کم‌رنگ شدن فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه امروز شده است و آن آسیب‌ها و ضعف‌ها عبارت از:

الف) عدم تبیین صحیح فرهنگ ناب اسلامی در مورد حجاب؛ عفاف به‌عنوان یک فرهنگ در جامعه، حاکی از روش و منش مسلمانی است. هر جامعه‌ای دارای فرهنگ معین و اهداف مشخصی است. فرهنگی که قرآن به مسلمانان عرضه می‌کند، فرهنگ عفاف است که هدف از آن تأمین امنیت جنسی زن و مرد و رسیدن به کمال مطلوب است. حجاب نماد و بخش عظیمی از این فرهنگ به شمار می‌رود. به عبارت دیگر این دو جدایی‌ناپذیرند و بدون همراهی یکدیگر، معنای حقیقی خود را از دست می‌دهند؛ یعنی حجاب بدون در نظر گرفتن عفاف، برهنه کردن آن از مفهوم واقعی خود و گامی در جهت گسترش فساد می‌باش، درحالی‌که نخستین گام بی‌حجابی، کاسته شدن حیاست که به دنبال آن بی‌عفتی نیز دامن‌گیر زن خواهد شد. در حدیث آمده است: «سبب العفة الحياء»، (غررالحکم، بی‌تا: ۲۵۷، ح ۵۴۴۴) پیش‌درآمد عفت و پاک‌دامنی، داشتن حیاست. هنگامی که فرهنگ حیا در میان مردم نهادینه شود، به دنبال آن عفاف و خویش‌داری درونی پدید می‌آید و سپس ثمرات آن یعنی حفظ حریم‌ها و حدود (حجاب و عفاف) در جامعه نمودار می‌شود.

عدم تبیین صحیح از فرهنگ حجاب، می‌تواند به دلیل استفاده نکردن از کارشناسان متخصص و متدوین فیلم‌نامه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی به صورت خشک و نامناسب با طبع

جوانان، ترویج آزادی‌ها به سبک و سیاق غرب و ترویج تساهل و تسامح باشد که باعث ناهماهنگی در فرهنگ‌سازی در این مسیر و عدم نبین فرهنگ حجاب در جامعه اسلامی خواهد شد.

ب کاستی سیما در معرفی الگوهای مناسب؛ قرآن کریم درباره زنان نمونه می‌فرماید: «وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ آمَنُوا امْرَأَتَ فِرْعَوْنَ إِذْ قَالَتْ رَبِّ ابْنِ لِي عِنْدَكَ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ وَنَجِّنِي مِنَ فِرْعَوْنَ وَعَمَلِهِ وَنَجِّنِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ.» (تحریم: ۱۱) «و خداوند برای مردم بالیمان، همسر فرعون را مثل می‌زند، آنگاه که گفت: پروردگارا! مرا نزد خود در بهشت جای ده و از فرعون و کردارش نجاتم بخش و از مردم ستم‌پیشه رهایم ساز و (سرمشق دیگر) مریم دختر عمران (است) «و مَرِيَمَ ابْنَتَ عِمْرَانَ الَّتِي أَحْصَنَتْ فَرْجَهَا فَنَفَخْنَا فِيهِ مِنْ رُوحِنَا وَصَدَقْتُ بِكَلِمَاتِ رَبِّهَا وَكُتِبَ عَلَيْهَا وَكَانَتْ مِنَ الْقَائِمِينَ.» (تحریم: ۱۲)، «آن که دامنش را پاک نگاه داشت و ما از روح خویش در او دمیدیم و نشانه‌های پروردگار و کتاب‌هایش را تصدیق کرد و از پارسایان بود.»

یکی از اصول تربیتی انسان معرفی الگوی مناسب است. وقتی نهادهای فرهنگی جامعه در معرفی الگو از خود سستی نشان دهند، دشمن اختیار عمل را به دست می‌گیرد و الگوهای مدنظر خود را به جوانان و نوجوانان به راحتی معرفی می‌کند. در این هنگام الگوهای مناسب به دلیل جلوه‌گری الگوهای کاذب اعتبار و جایگاه واقعی خود را در نظر مردم از دست می‌دهند. (مجله نامه جامعه، ۶۵:۱۳۸۸، حجاب در رسانه ملی)

دین اسلام از جهت داشتن الگوهای مناسب، بسیار غنی است، اما به دلیل ارائه نشدن و یا ارائه نامناسب این الگوها نه تنها حجاب اسلامی باوجود فلسفه غنی‌اش در جامعه گسترده‌تر نشد؛ بلکه این رفتارها و الگوهای نامناسب، جامعه را به سوی رفتار نادرست کشاند (مصباح- یزدی، بی تا: ۱ و ۲، ۲۴۲ و ۲۴۳)

ج. جداسازی حجاب از عفاف و حیا، یکی از آسیب‌های دیگر است. وقتی صرفاً محور مباحث حجاب باشد و نه عفاف، آنچه از آموزش‌ها و برنامه‌های تبلیغی رسانه حاصل می‌شود،

آن چیزی نیست که قلب و ذهن را تحت تأثیر قرار دهد. «عفت» حالتی نفسانی و درونی است که با فطرت انسانی سازگار است و یکی از نمادهای آن، حجاب است که به عفاف و حیا صورت و شکل می‌دهد و حتی گاهی در عمل، عفت که حالت نفسانی و درونی است، باحجاب به تعارض می‌رسند. (مجله فرهنگ کوثر، ۱۳۸۷: ۷۶)

نتیجه

پوشش اسلامی به‌منزله یک حفاظ ظاهری و باطنی در برابر افراد نامحرم، قلمداد می‌شود که مصونیت اخلاقی، خانوادگی و پیوند عمیق میان حجاب ظاهری و بازداری باطنی و از همه مهم‌تر امنیت اجتماعی را فراهم می‌سازد. درواقع عفاف و حجاب تضمین‌کننده امنیت و آرامش زنان در تعاملات اجتماعی و ایجادکننده جامعه‌ای سالم و متعادل است.

بر این اساس برای تثبیت ارزش حجاب و عفاف از طریق رسانه‌های جمعی (تلویزیون) تلاش و کوشش باید صورت گیرد و می‌تواند به این صورت باشد: تعریف حجاب و عفاف: عفاف خصلتی درونی و حالتی درونی است نشانه‌های بیرونی دارد، در گفتار و رفتار بروز می‌کند؛ با رفتار و نشانه‌های متناقض سازگار نیست، نه از موضع ناتوانی؛ بلکه از بلندای عزت و اقتدار صورت می‌پذیرد و حجاب پوشش اسلامی، کامل‌ترین گونه رعایت عفاف است. جایگاه حجاب و عفاف در کشوری اسلامی، مصونیت زن مسلمان است نه محدودیت. امام خمینی علیه السلام نقش رسانه در فرهنگ عفاف و حجاب اهمیت آن را بیان می‌دارند که: «این دستگاه تربیتی است باید تمام اقشار ملت با این دستگاه‌ها تربیت شوند و یک دانشگاه عمومی است، دانشگاهی که در تمام سطح کشور اسلامی گسترده است.» مقام معظم رهبری در این مورد می‌فرمایند: «باید نظارت و پی‌گیری در صداوسیما تحقق پیدا کند نظارت روی برنامه‌های صداوسیما» که این نظارت چگونه باید باشد. اثرگذاری وسایل ارتباط جمعیت روی افکار عمومی است و در توسعه و تغییر فرهنگ و تمدن بشر نقش بزرگی ایفاء می‌کند و روی جریان فرهنگی اثر می‌گذارد. ارتباط رسانه با فرهنگ حجاب به دلیل دسترسی آسان تأثیرگذاری آن روی افکار مخاطبین خیلی سریع و آسان است. رسانه عملکردهای مثبت و منفی زیادی دارد ما در اینجا به دو نمونه از هر کدام بسنده کرده‌ایم که اثرهای مثبت آن این‌که حجاب محدودیت برای زنان نیست؛

بلکه زنان می‌توانند آزادانه به فعالیت‌های علمی و پژوهشی و هنری خود بپردازند و عملکرد منفی این‌که حجاب و عفاف جدایی‌ناپذیرند بدون همراهی یکدیگر معنای حقیقی خود را از دست می‌دهند و عدم تبیین صحیح هردو باعث ناهماهنگی در فرهنگ‌سازی جامعه اسلامی می‌شود.

پیشنهادها

تعریف و تبیین محدوده حجاب و عفاف برای برنامه‌سازان، اولین ضروری‌ترین گام به‌منظور ترویج حجاب و عفاف از طریق تلویزیون است تا زمانی که این امر صورت نگیرد هرگونه تلاش و کوشش جهت ترویج و فرهنگ‌سازی در این زمینه، بی‌نتیجه خواهد بود. اهتمام ویژه در خصوص معرفی و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب به‌منظور نهادینه‌سازی و جذاب نمودن آن.

تبیین نقش حجاب و عفاف در افزایش سلامت جامعه و بهره‌وری آن از طریق تولید برنامه‌های مختلف.

فرهنگ‌سازی در زمینه اصلاح پوشش نامناسب و ارائه راه‌حل‌های مؤثر و فوری از طریق تولید برنامه‌های کارشناسی، گفتمان، تولید فیلم و...

تبیین و آموزش احکام شرعی حجاب و عفاف و رعایت حریم عفاف در خانه و اجتماع و آموزش معیارهای رفتار صحیح زن و مرد جهت برقراری روابط متعادل اجتماعی.

به تصویر کشیدن ابعاد شخصیت‌های الهی اسلام؛ چون حضرت زهرا علیها السلام و حضرت زینب علیها السلام و زنان نمونه از صدر اسلام تا دوران معاصر.

افزایش سطح آگاهی سطح خانواده‌ها از طریق رسانه ملی در مورد اهمیت فرهنگی عفاف و حجاب.

سفارش ساخت و تولید آثار برجسته و تأثیرگذار در موضوع حجاب و عفاف.

حسن ختام فرمایش مقام معظم رهبری (مدظله العالی): «بر روی مسئله حجاب «کار هنری و کار زیبای تبلیغی» باید صورت گیرد تا این مسئله در ذهن جای گیرد. من فکر می‌کنم در وضع کنونی اگر در کنار میل طبیعی زن به حجاب شایسته، نوعی «تبلیغات صحیح» که بتواند

نظرگاه اسلام را هم تأمین کند ارائه شود، زنان ما به حجاب اصیل اسلامی و شرعی رو خواهند آورد. در این جنگ نرم وظیفه مجموعه فرهنگی این است که «هنر» را تمام‌عیار و با «قالبی مناسب» به میدان آورد تا اثرگذار شود.» و بهترین راه ترویج حجاب و عفاف رسانه ملی است. چراکه این موضوع از اهمیت زیادی برخوردار است جا دارد که در این زمینه تحقیقات زیادی صورت گیرد؛ لذا مقالات علمی و تخصصی در این مورد کمتر دیده شده و این ضرورت باعث شده تا مقاله‌ای تحت این عنوان تبیین شود.

منابع

- قرآن کریم، ترجمه مکارم شیرازی.
- ابراهیم زاده، حسن؛ «حجاب و رسانه‌های جمعی و هویت ما»؛ پیام زن، شماره ۱۸۴ و ۱۸۵، ۱۳۸۶.
- ابن منظور، محمد بن مكرم؛ لسان العرب؛ چاپ سوم، بیروت: دارصادر، ۱۴۴۱ ق.
- اسحاقی، سیدحسین؛ گوهر عفاف؛ چاپ اول، قم: مؤسسه بوستان کتاب، ۱۳۸۷.
- بهشتی، احمد؛ منشور عفاف، «تفسیر سوره نور»؛ چاپ اول، قم: بوستان کتاب، ۱۳۸۶.
- پیشوایی، فریده؛ «راه کارهای قرآنی ترویج عفاف و حجاب و مقایسه آن با عملکرد رسانه ملی»؛ فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، شماره ۴، بهار ۱۳۹۱.
- پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه، مجله فرهنگ کوثر، حجاب و رسانه، شماره ۷۶، ۱۳۸۷.
- مجله نامه جامعه، حجاب در رسانه ملی، شماره ۶۵، ۱۳۸۸.
- جعفری، علی؛ «خانم‌های چادری سیاه»؛ ماهنامه تخصصی خانه هنر و اندیشه، رواق اندیشه، س ۶، ش ۶۲.
- خلفی، محمد؛ «بازنگری درون دینی به حجاب»؛ کتاب زنان، شماره ۳۷، ۱۳۸۶.
- دهخدا، علی‌اکبر؛ لغت‌نامه دهخدا؛ ذیل واژه عفاف.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد؛ المفردات فی غریب القرآن؛ بیروت: دارالعلم، ۱۴۱۲ق.
- ری شهری، محمد؛ میزان الحکمه؛ ترجمه: حمیدرضا شیخی، ج ۶، تهران: مؤسسه فرهنگی دارالحدیث، بی تا.
- ستوده، هدایت‌الله؛ مقدمه‌ای پرآسیب‌شناسی اجتماعی؛ تهران: آوای نور، ۱۳۷۲.
- سیف‌اللهی، سیف‌الله؛ مبانی جامعه‌شناسی اصول، مبانی وسایل اجتماعی؛ چاپ سوم، گناباد: مرند، ۱۳۷۳.
- سولیون تا مو و دیگران؛ مفاهیم کلیدی ارتباطات؛ ترجمه: امیرحسن میش‌زاده، تهران: فصل نو، ۱۳۸۴.

- شرتوتی لبنانی؛ اقرب‌الموارد؛ ج ۲، تهران: میراث، ۱۳۶۷.
- طباطبایی یزدی، محمد کاظم؛ العروة الوثقی؛ بی‌جا: مرکز فقه الائمه الاطهار، ۱۴۲۲ق.
- طباطبایی، محمدحسین؛ المیزان فی تفسیرالقرآن؛ قم: انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۴۱۷ق.
- ضیغ فر، حکیمه؛ «عملکرد رسانه ملی در زمینه عفاف و حجاب در گفت‌وگو با خانم فریبا علاموند»؛ مجله: مطالعات جوان و رسانه، شماره ۳، ۱۳۹۰.
- طریحی، فخرالدین؛ مجمع‌البحرین؛ تهران: مکتبه‌المرتضویه، ۱۳۷۵.
- کلینی، محمدبن یعقوب؛ اصول کافی؛ ج ۳، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۵.
- مطهری، مرتضی؛ درآمدی بر مبانی کلی فقهی حجاب و مسئولیت دولت اسلامی؛ فقه، شماره ۵۱ و ۵۲.
- مطهری، مرتضی؛ مجموعه آثار؛ ج ۱۹.
- _____؛ مسئله حجاب؛ چاپ چهل دو، تهران: صدرا، ۱۳۷۴.
- مک کوایل، دینس؛ درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی؛ ترجمه: پرویز اجلالی، تهران: دفتر تبلیغات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۵.
- موسوی خمینی، سیدروح‌الله؛ صحیفه نور؛ ج ۵ و ۲۱، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۱.
- _____؛ زن و آزادی در کلام امام خمینی علیه السلام؛ بی‌جا: سازمان چاپ و انتشارات وزارت ارشاد، بی‌تا.
- هاشمی؛ «رابط حجاب و عفاف»؛ فصلنامه پژوهش‌های قرآنی، قابل دسترسی در سایت: <http://www.guran-p.com>
- ولایتی، علی‌اکبر؛ فرهنگ و تمدن غرب؛ قم: دفتر نشر معارف، ۱۳۸۴.
- یزدخواستی؛ «حجاب زنان با رویکرد جامعه‌شناسی»؛ کتاب زنان، شماره ۳۸، ۱۳۸۶.