

به کارگیری بینش‌های رفتاری
با هدف جلوگیری از گسترش
رفتار کشف حجاب بانوان در جامعه



مرکز بینش‌های رفتاری ایران

بسم الله الرحمن الرحيم

عنوان:

بکارگیری بینش‌های رفتاری با هدف جلوگیری از گسترش رفتار
کشف حجاب بانوان در جامعه

به سفارش:

دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور

کارشناسان:

زینب امینی (کارشناسی ارشد علوم شناختی دانشگاه تهران)

فاطمه مروتی (کارشناسی ارشد علوم شناختی دانشگاه تهران)

زینب ایلایی (کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی دانشگاه تهران)

محمد حسن ابراهیم‌کنی (کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی دانشگاه تهران)

تاریخ:

۱۷ آذر سال ۱۴۰۱



چکیده گزارش

یکی از تازه‌ترین و جدی‌ترین مسائلی که جامعه ایران طی ماه‌های گذشته با آن مواجه شده است، رفتار کشف حجاب گروهی از بانوان جامعه می‌باشد و از آنجایی که پوشش مردم یک جامعه تا حدود زیادی به هنجارهای رایج در آن جامعه مرتبط است، نگاه به این پدیده از زاویه ادبیات روان‌شناسی هنجار، افق‌های جدیدی را برای فهم بهتر و مواجهه کارآمدتر با این موضوع فراهم می‌کند.

در این گزارش سعی شده ضمن ایجاد آشنایی مقدماتی با یافته‌ها و شواهد موجود در زمینه هنجارهای اجتماعی، به برخی از اصلی‌ترین و معتبرترین استراتژی‌ها در زمینه ایجاد، تقویت و تضعیف هنجارهای اجتماعی و مواجهه با مسئله هنجارشکنی در زمینه مسئله حجاب در جامعه ایران پرداخته شود.

در بخش اول گزارش «برخی از مهم‌ترین یافته‌های رفتاری در زمینه هنجارهای اجتماعی» مطرح می‌شود. بخش دوم گزارش به «استراتژی‌های جلوگیری از گسترش رفتار کشف حجاب در جامعه» و بخش سوم به «استراتژی‌های برخورد مناسب با هنجارشکنی کشف حجاب» می‌پردازد. بخش آخر نیز مربوط به «توصیه‌های عمومی برای به‌کارگیری استراتژی‌های پیشنهادی» است.



سرفصل‌های استراتژی‌های مطرح شده مربوط به بخش دوم و سوم گزارش در جدول زیر ارائه شده است:

استراتژی‌های جاویدی از گسترش رفتار کشف حجاب	استراتژی‌های هنجار توصیفی	ادراک مردم از فراوانی و پراکندگی انجام رفتار مثبت و رفتار منفی را در جهت مدنظر بسازید.
		در صورتی‌که رفتار مثبت یا نگرش‌های مرتبط با آن، در جامعه شیوع بالاتر از چیزی که به نظر می‌رسد دارد، روی آن مانور دهید؛ در غیر این صورت از اطلاع‌رسانی پرهیز کنید.
		در صورتی‌که رفتار منفی فراوان به نظر می‌رسد، احتمال شکاف میان هنجار توصیفی با هنجار تجویزی و یا تفاوت رفتار با نظر خصوصی مردم (جهل کثرت‌گرایانه) را برجسته کنید.
	استراتژی‌های هنجار تجویزی	ادراک اینکه رفتار هدف توسط اکثریت مردم جامعه مطلوب و مثبت تلقی می‌شود را برای افراد بسازید.
اجازه ندهید هنجارشکنی، مطلوب و تداعی‌کننده مفاهیمی مثبت (مثل جسارت، شجاعت و حمایت از حقوق زنان) شود.		
با برچسب‌زنی منفی به رفتار نامطلوب، از مطلوبیت و قابل قبول بودن آن در جامعه بکاهید.		
استراتژی‌های گروه مرجع	گروه‌های مرجع مختلف جامعه هدف را به دقت شناسایی کنید و متناسب با آنها برای تغییر هنجار مدنظر برنامه‌ریزی کنید.	
	افراد مؤثر و سرشبکه را شناسایی کنید؛ اقدامات خود را از طریق این افراد که متحد هدف مطلوب هستند پیش ببرید.	
استراتژی‌های برخورد مناسب با هنجارشکنی کشف حجاب	استراتژی‌های هزینه هنجارشکنی	رفتار هنجارشکنی را بی هزینه نشان ندهید.
		از ظرفیت تحریم‌های غیررسمی در مواجهه با هنجارشکنان غافل نشوید.
		قانون یا جریمه را متناسب با هنجار نامطلوب مشخص کنید.
	سایر استراتژی‌های مواجهه با هنجارشکنی	با هنجارشکنی‌های افراطی به شکل قاطعانه و پرهزینه برخورد کنید.
ادراک هنجارشکنی بودن رفتار نامطلوب را برای مردم برجسته کنید.		
هویت گروهی افراد هنجارشکن را تضعیف کنید.		
به افزایش تعداد افراد هنجارشکن به شدت حساس باشید و پیش از رسیدن به جرم بحرانی با روش‌های مختلف از گسترش بیشتر آن جلوگیری کنید.		



مقدمه

حجاب بانوان از زمان انقلاب اسلامی همیشه به درجات مختلف، محل بحث افراد و گروه‌هایی از مردم جامعه ایران بوده است. بحث اصلی در این میان غالباً بر سر اجباری بودن قانون حجاب بوده و در برهه‌های مختلف، برخی حوادث اجتماعی منجر به داغ‌شدن این بحث و انجام کنش‌های اجتماعی در جهت موافق یا مخالف با این قانون شده است. یکی از مهم‌ترین وقایعی که منجر به توجه آحاد مردم به این موضوع شد، سلسله اتفاقاتی بود که از اواخر شهریور ۱۴۰۱ با فوت خانم مهسا امینی رقم خورد. با وقوع این حادثه و حوادث بعدی، گروهی از بانوان جامعه به دلایل مختلف از جمله نشان‌دادن مخالفت خود با قانون حجاب اجباری، مخالفت با جمهوری اسلامی، هماهنگ‌شدن با موج جدید ایجاد شده در جامعه، استفاده از فرصت انفعال شکل‌گرفته در طرف مقابل و غیره اقدام به کشف حجاب (غالباً به شکل برداشتن پوشش سر) کرده‌اند و طبق مشاهدات و آمارهای اعلام شده، میزان این کشف حجاب تا کنون تقریباً حدود دو برابر قبل شده است.

از طرف دیگر انسان‌ها موجوداتی بسیار اجتماعی هستند که بسیاری از رفتارهای خود را بر اساس ادراکشان از رفتاری که اکثر افراد گروه اجتماعی مرجعشان انجام می‌دهند (هنجار توصیفی) یا باید انجام بدهند (هنجار تجویزی) تنظیم می‌کنند. در واقع هنجارهای اجتماعی مکانیسم مؤثری برای تغییر رفتارها هستند. آن‌ها، محدودیت‌های اجتماعی‌ای هستند که رفتار را در برخی جهات هدایت می‌کنند و از رفتن آن به سمت‌های دیگر جلوگیری می‌کنند. هنجارهای اجتماعی شبیه به قوانین هستند، فقط رسمیت کمتری دارند و استانداردهایی که آنها ترویج می‌کنند مدون نیستند و اجرای آنها به صورت غیررسمی و از طریق تحریم‌ها و پاداش‌های اجتماعی در گروه‌ها و جوامع صورت می‌گیرد. از این‌رو رفتارهای اجتماعی جدید برخاسته از این هنجارها، مانند یک ویروس مسری، قابلیت انتشار سریع و گسترده‌ای دارند (پدیده سرایت رفتاری)^۱ که وجود برخی عوامل و شرایط به تسریع یا جلوگیری از این سرایت کمک می‌کند.

با توجه به اینکه پوشش مردم یک جامعه به شدت تحت تأثیر هنجارهای توصیفی و تجویزی آن جامعه است، مرکز بینش‌های رفتاری ایران در این گزارش تلاش کرده با مرور دقیق ادبیات روان‌شناسی هنجار و برخورد با هنجارشکنی، ضمن ارائه تحلیلی جدید از وضعیت فعلی گسترش رفتار کشف حجاب بانوان جامعه، استراتژی‌هایی کاربردی و متناسب با شرایط روز جامعه برای مواجهه با این پدیده ارائه دهد.

در بخش اول گزارش پیش‌رو، به برخی از مهم‌ترین یافته‌های رفتاری در زمینه هنجارهای اجتماعی پرداخته می‌شود که به فهم بهتر این پدیده و استراتژی‌های ارائه شده در بخش‌های بعدی کمک می‌کند.

در بخش دوم گزارش، **استراتژی‌های جلوگیری از گسترش رفتار کشف حجاب بانوان در جامعه** ارائه می‌شوند که از ادبیات روان‌شناختی هنجارسازی استخراج شده‌اند. در این بخش تلاش شده به پدیده کشف حجاب به عنوان رفتاری که در ابتدای مسیر تبدیل شدن به هنجار جدید است نگاه شود و با نگاهی روان‌شناسانه، به طرق مختلف استراتژی‌هایی ارائه شود که جلوی این هنجارسازی گرفته شود. **استراتژی‌های برخورد مناسب با هنجارشکنی کشف حجاب**، بخش سوم این گزارش را تشکیل می‌دهند که از ادبیات روان‌شناختی هنجارشکنی استخراج شده‌اند. در این بخش به پدیده کشف حجاب به عنوان رفتاری هنجارشکنانه نگاه شده

¹ Behavioral contagion



است که در صورت مواجهه مناسب با آن، می‌تواند تحت کنترل قرار بگیرد و نسبت به آن قبح‌زدایی و عادی‌سازی اتفاق نیفتد.

بخش چهارم این گزارش شامل توصیه‌هایی عمومی برای اقدام مناسب در وضعیت فعلی و همچنین استفاده بهتر از استراتژی‌های پیشنهادی است.

در پایان توجه شود که متأسفانه با این که رفتار مطلوب مورد انتظار جامعه اسلامی، رعایت حجاب کامل توسط بانوان مطابق با حدود شروعی است، هنجار پوششی فعلی بانوان جامعه در حال حاضر حجاب غیر کامل (با حفظ پوشش سر) است، در این شرایط برداشتن پوشش سر، هنجارشکنی تلقی می‌شود و در مواردی که برخی بانوان شدت هنجارشکنی را افزایش می‌دهند و به‌عنوان مثال بدون مانتو و روسری در جامعه ظاهر می‌شوند، ما با هنجارشکنی افراطی روبه‌رو هستیم. طبق ادبیات روان‌شناختی، همه این موارد قابلیت تبدیل به یکدیگر را دارند؛ یعنی رفتاری که تا چند سال قبل هنجارشکنی افراطی بوده (برداشتن روسری)، با کاهش انگ اجتماعی، در حال حاضر تبدیل به هنجارشکنی شده و در صورت عدم مواجهه مناسب، پتانسیل تبدیل شدن به هنجار عادی جامعه را دارد که این موضوع ضرورت اقدام هر چه سریع‌تر و البته متناسب با شرایط را به شدت پررنگ می‌کند.

اقدام متناسب با شرایط در زمینه هنجارسازی و مقابله با هنجارشکنی بسیار مهم است چرا که برخی استراتژی‌های مبتنی بر هنجار، بسته به شرایط تفاوت زیادی دارند و در مواردی حتی کاملاً در جهت عکس هم قرار دارند. اولویت به‌کارگیری استراتژی‌ها نیز بسیار وابسته به وضعیت است. در واقع شناخت دقیق، علمی و واقعی پدیده فعلی در جامعه ایران مقدم بر ارائه استراتژی‌ها می‌باشد چرا که اولاً تحلیل دقیق‌تری از چیستی، چرایی و چگونگی وقوع این پدیده در جامعه ارائه می‌دهد و ثانیاً بسته به تحلیل به‌دست‌آمده و مبتنی بر واقعیت از این پدیده ممکن است استراتژی‌های مواجهه با پدیده متفاوت شوند؛ لذا برای روشن شدن هرچه بهتر لزوم توجه به وضعیت و شرایط جامعه برای اتخاذ مواجهه درست، مواردی که تعیین وضعیت فعلی و شناخت آنها در این پدیده پراهمیت‌تر هستند، در ادامه گزارش با نماد  مشخص شده‌اند.



بخش اول:



برخی از مهم‌ترین یافته‌های رفتاری در زمینه هنجارهای اجتماعی

الف) مردم تحت تأثیر دو نوع هنجار متفاوت هستند.

هنجارها به وسیله ادراک افراد از رفتاری که اکثر افراد گروه مرجع در عمل انجام می‌دهند (هنجار توصیفی) یا ادراک اینکه اکثر افراد گروه چه قدر رفتار مدنظر را قابل قبول و مطلوب می‌دانند (هنجار تجویزی) شکل می‌گیرند و هر دو نظم رفتاری را ایجاد می‌کنند، ولی به این دلیل که نقض آنها عجیب و غریب تلقی می‌شود و دومی به این دلیل که نقض آنها کاری بد تلقی می‌شود. در پدیده کشف حجاب هنجار توصیفی بدین معنی است که افراد فکر می‌کنند اکثریت مردم جامعه در حال حاضر چه قدر پایبند به حجاب هستند و یا کشف حجاب کرده‌اند و هنجار تجویزی بدین معنی است که افراد فکر می‌کنند در نظر عموم مردم جامعه محجبه بودن و یا کشف حجاب کردن چه قدر رفتاری مطلوب یا نامطلوب است. هنجارهای توصیفی و تجویزی می‌توانند با یکدیگر سازگار، ناسازگار یا به طور کلی مستقل از هم باشند. هنجارهای توصیفی در برخی زمینه‌ها، برای تغییر رفتار تأثیر بیشتر و سریع‌تری از هنجارهای تجویزی دارند و تغییر آن‌ها معمولاً راحت‌تر است [1].

ب) افراد برای پذیرش هنجارهای جدید، مقاومت و وضعیت یکسانی ندارند.

مردم در برابر پذیرش رفتار جدید (رفتار کشف حجاب) یکپارچه نیستند و مقاومت متفاوتی در برابر تغییر رفتار دارند. افراد با مقاومت کم نسبت به تغییر رفتار، افراد با انگیزه بالا برای تغییر رفتار و یا حتی افراد با ویژگی‌های شخصیتی خاص (مثلاً خودکارآمدی بالا، ادراک پایین از ریسک، خودمختاری بالا و حساسیت به هنجار پایین) [2]، معمولاً جز نفرات اولی هستند که رفتار جدید را می‌پذیرند [1] [3]. با شروع انجام رفتار جدید توسط این افراد متقدم از طریق مکانیزم اثبات اجتماعی^۲ (دیدن تعداد زیادی از افراد که رفتار را انجام می‌دهند)، رفتار به گروه‌های دیگر جامعه سرایت می‌کند و هنجارسازی رخ می‌دهد. وقتی تعداد عمل کنندگان به رفتار مدنظر با این دو مرحله زیاد شود، اقلیتی که هنوز رفتار جدید را نپذیرفته‌اند، در فشار اجتماعی^۳ قرار می‌گیرند و احتمال تغییر رفتار آن‌ها نیز بالا می‌رود. در واقع ابتدا گروه‌های محدود و خاصی در جامعه کشف حجاب می‌کنند و بعد به دلیل اینکه افراد می‌بینند، عده ای این کار را انجام داده‌اند، خودشان نیز به کشف حجاب روی می‌آورند و در آخر گروه‌هایی که مقاومت بالاتری در ابتدا داشتند به دلیل فشارهای اجتماعی که بر آنها وارد می‌شود، کشف حجاب می‌کنند تا از این فشارها رهایی پیدا کنند.

در همین راستا یکی از روش‌های تغییر رفتار به‌ویژه در محیط‌های با جمعیت‌های ناهمگن، استفاده از استراتژی گلوله برفی^۴ است که در پدیده کشف حجاب نیز در جامعه در حال رخ دادن است. برای این کار ابتدا افراد جامعه بر اساس درجه مقاومتی که نسبت به انجام رفتار دارند، به چند گروه تقسیم می‌شوند. در ادامه با هر یک از این زیر گروه‌ها براساس ویژگی‌های آن زیرگروه، رویکرد متفاوت و مناسبی اتخاذ می‌شود. اول بر

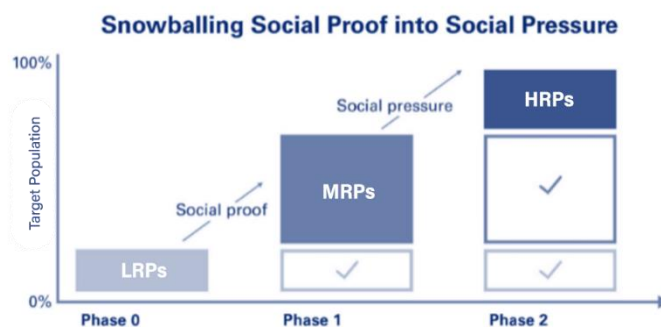
² Social proof

³ Social pressure

⁴ Snowball



روی زیرگروهی که مقاومت کمتری نسبت به تغییر رفتار دارند تمرکز می‌شود تا رفتار هدف را انجام دهند. سپس از ظرفیت تغییر رفتار آن‌ها برای تغییر رفتار گروه‌های دیگر جامعه استفاده می‌شود و نهایتاً علیه اقلیتی که هنوز رفتارشان را تغییر نداده است، فشار اجتماعی ایجاد می‌شود تا آن‌ها نیز به انجام رفتار هدف مبادرت ورزند [4].



ج) جهت و پراکندگی دو عامل مهم در پذیرش هنجارها هستند.

هنجارهای اجتماعی دو ویژگی متمایز دارند: اول **گرایش مرکزی** و دوم **پراکندگی**. گرایش مرکزی به محتوا و جهت هنجار اشاره دارد و پراکندگی، به قدرت نفوذ و یکنواختی آن هنجار در جامعه مربوط می‌شود. [1] در هنجار حجاب می‌توان گفت جهت این هنجار بدین معنی است که اکثر افراد جامعه حجاب داشتن و یا کشف حجاب را درست می‌دانند. در واقع اگر اکثر افراد جامعه فکر کنند که حجاب داشتن امری مطلوب است، جهت این هنجار به سمت محجبه بودن است و در جهت کشف حجاب نیست. همچنین پراکندگی در هنجار حجاب بدین معنی است که محجبه بودن و یا کشف حجاب هر کدام در جامعه از چه فراوانی برخوردار است و مردم جامعه در این زمینه چقدر یکنواخت هستند. لذا به طور کلی با شناخت جهت هنجار و پراکندگی آن می‌توان تغییرات رفتار را پیش بینی کرد.

د) در تغییر هنجارها نقطه عطفی^۵ وجود دارد که با گذر از آستانه آن، گسترش هنجار سرعت بیشتری می‌گیرد.

یک اقلیت متعهد به انجام یک رفتار مثبت یا منفی وقتی به اندازه کافی برسد (معمولاً به آن «**توده بحرانی**»^۶) می‌گویند) می‌توانند با عبور دادن سیستم اجتماعی از **نقطه عطف**، رفتار را به هنجار عمومی جامعه تبدیل کند. در واقع با عبور از این نقطه، اقدامات این گروه اقلیت، باعث ایجاد آبشاری از تغییر رفتار در سطح جامعه می‌شود و پذیرش دیدگاه اقلیت پس از آن به شدت افزایش می‌یابد. انتظار می‌رود اندازه توده بحرانی مورد نیاز برای تبدیل شدن رفتار به هنجار غالب گروه، بر اساس ویژگی‌های محیط اجتماعی مدنظر و هنجار در حال گسترش، متفاوت باشد [5] [2]. توجه به مفهوم جرم بحرانی و نقطه عطف هنگامی که قصد گسترش یک هنجار یا جلوگیری از انتشار یک نابه‌هنجاری را داریم اهمیت بسیار زیادی می‌یابد و در مسئله کشف حجاب این اصل بدین معنی است که یک اقلیتی ابتدا شروع به کشف حجاب می‌کنند که می‌توانند به مرور افراد

⁵ Tipping Point

⁶ Critical mass





بیشتری را با روندی قابل پیش‌بینی با خود همراه کنند. یعنی گسترش رفتار کشف حجاب ابتدا به آرامی رخ می‌دهد اما زمانی که فراوانی انجام رفتار کشف حجاب در جامعه به نقطه عطف برسد، پدیده کشف حجاب با سرعت بسیار زیادی فراگیر خواهد شد و در واقع پس از گذر از نقطه عطف جلوگیری از گسترش و یا کنترل رفتار بسیار دشوار می‌شود.

چرا توجه به نقطه عطف ضروری است؟

توجه به نقطه عطف ضروری است اولاً به این خاطر که برخلاف فرضیات تئوری‌های کلاسیک، برای فراگیر شدن یک هنجار، نیازی به انجام رفتار هدف توسط بیش از نصف افراد گروه نیست و پژوهش‌های مختلف از نقطه عطف‌های ۱۰، ۲۵، ۳۰ و ۴۰ درصد در موقعیت‌های مختلف یاد کرده‌اند که همگی تصریح دارند که این عدد بسیار کمتر از ۵۰ درصد است. ثانیاً اگر نقطه عطف مورد نیاز برای سرایت رفتاری سریع یک هنجار را ۲۵ درصد در نظر بگیریم، سرایت این رفتار دقیقاً تا قبل از این آستانه، به آهستگی و با زحمت زیاد انجام می‌شود، ولی با عبور از این آستانه، همه چیز تغییر می‌کند و رفتار با سرعت بسیار بیشتر و با زحمت بسیار کمتری در جامعه شایع می‌شود [6]. این مفهوم لزوم اقدام هر چه سریع‌تر در مواجهه درست با هنجارشکنی و البته خوش‌بین نبودن به شیب پایین گسترش ناهنجاری در ابتدای امر را برجسته می‌کند، چرا که ممکن است وضعیت نه چندان بد فعلی در هنگام گسترش یک ناهنجاری، در عرض چند روز به یک نقطه غیر قابل مهار برسد.

۵) مردم‌داری گروه‌های مرجع متفاوتی برای پذیرش هنجارها هستند.

برای اینکه یک هنجار وجود داشته باشد، به یک گروه (ما) نیاز است. در واقع قدرت هنجارهای اجتماعی برای محدود کردن رفتار در کنش‌ها و واکنش‌هایی است که در درون گروه‌ها اتفاق می‌افتد (از جمله در تمایل اعضای گروه به نگاه کردن به یکدیگر برای راهنمایی و یا تأیید گرفتن و در فشارهای روانی به سمت یکنواختی در گروه). این گروه می‌تواند اعضای یک باشگاه، گروه هم‌کلاسی‌ها، هم‌محله‌ای‌ها، همکارها، گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و غیره باشد. همچنین گروه‌ها می‌توانند به شکل آزادانه یا غیرآزادانه، رسمی یا غیررسمی، رودررو یا مجازی شکل بگیرند. آنچه مهم است این است که اعضای گروه خود را **همتا و برابر**، دوست و از جهات مهمی مشابه با یکدیگر بدانند و بنابراین عقاید و رفتار سایر اعضای گروه را مرتبط با خود کنند [2]. پس تأکید بر این نکته مهم است که هنجارهای اجتماعی مخصوص گروه خود فرد (درون‌گروهی) هستند. آنها از بازنمایی سایر گروه‌ها متمایز هستند و افراد انتظار دارند تا در صورت انجام رفتار هنجار مطابق با معیارهای گروه مرجع خود، مورد **حمایت و تشویق** قرار بگیرند و در مقابل در صورت انجام رفتار نامتناسب با هنجار، از طرف گروه مرجع خود **تحریم و طرد** شوند [7]. در مسئله هنجار حجاب نیز این اصل صادق است. افراد در پذیرفتن هنجار محجبه بودن و یا کشف حجاب کردن بیش از همه از افراد گروه‌های مرجع خود تاثیر می‌گیرند و در صورتی که تغییر رفتار به سمت محجبه شدن و یا کشف حجاب را در بین اعضای گروه خود مثل دوستان، همکاران، هم‌کلاسی‌ها و غیره مشاهده کنند، آنها نیز تاثیر می‌گیرند اما اگر تغییر در کسانی رخ دهد که آنها را با گروه خود مرتبط نمی‌دانند، تاثیری نخواهند پذیرفت.



بخش دوم:



استراتژی‌های جلوگیری از گسترش رفتار کشف حجاب بانوان در جامعه (مبتنی بر ادبیات روان‌شناختی هنجار)



الف. استراتژی‌های متمرکز بر هنجار توصیفی

یک. ادراک مردم از فراوانی و پراکندگی انجام رفتار مثبت و رفتار منفی را در جهت مدنظر بسازید. برجسته‌کردن فراوانی، جهت و یکنواختی رفتار گروه در انجام یک هنجار به تقویت آن کمک می‌کند و کاهش برجستگی رفتار گروه و یا برجسته‌کردن ناهمگونی آن به تضعیف آنها کمک خواهد کرد [1]. در پدیده حاضر لازم است میزان بالای محجبه بودن مردم جامعه و پایین بودن کشف حجاب را در ذهن مردم برجسته کنید و نشان دهید هنجار غالب مردم ایران محجبه بودن است و افرادی که کشف حجاب می‌کنند عده‌ای محدود هستند و تصور اینکه فراوانی بالایی دارند، نادرست است. برای ایجاد این ادراک می‌توانید از ۱- افزایش و برجسته‌کردن هدفمند **حضور فیزیکی** و در معرض دید افراد با حجاب در محیط‌های مختلف ۲- **کار رسانه‌ای و تبلیغاتی** در جهت ایجاد این ادراک و ۳- **ارائه آمار** هم راستا با این هدف (نشان دادن آمار بالای افراد محجبه و آمار پایین کشف حجاب) و عدم ارائه آمار (برای زمانی که فراوانی کشف حجاب واقعا زیاد است)، استفاده کنید.

دو. در صورتی که رفتار مثبت یا نگرش‌های مرتبط با آن، در جامعه شیوع بالاتر از چیزی که به نظر می‌رسد دارد، روی آن مانور دهید؛ در غیر این صورت از اطلاع‌رسانی پرهیز کنید.



دریافت اطلاعات در مورد رفتارها و نظرات یک گروه مانند «از هر پنج دانشجو، چهار دانشجو یک رفتار خاص را انجام می‌دهد»، مداخله هنجاری محبوبی است که می‌تواند رفتار افراد را شکل دهد و به خاطر اجرای عملی آسان، به گستردگی در سراسر دنیا مورد استفاده قرار گرفته است. خواندن پیام‌های ساده در مورد رفتارهای خاص که به «چند نفرها»، «چند وقت‌ها» و «چند درصدها» اشاره می‌کنند، تأثیرات مهمی بر ادراکات و رفتارهای هنجاری فردی دارد [8]. نکته مهمی که در اینجا وجود دارد این است که هنگامی که هدف تلاش برای مقابله با رفتاری منفی است که شیوع بالایی دارد، بالا بردن آگاهی عمومی از رواج بالای این رفتار، اشتباه متداولی است که توسط مسئولین یا رسانه‌ها به قصد هشدار دادن و نشان دادن ضرورت مقابله با آن اتفاق می‌افتد. این اشتباه در بسیاری موارد ناخواسته **اثر معکوس** می‌گذارد چرا که باعث می‌شود مخاطبان بر روی هنجار توصیفی نامطلوب متمرکز شوند و ناخواسته رفتار نامطلوب بیشتر شود [9]. در جهت عکس، در صورتی که آمار و مشاهدات میدانی، نگرش مثبت یا رفتار مثبتی را با شیوع بالا نشان می‌دهند، برجسته کردن و تکرار این موضوع به تقویت آن کمک خواهد کرد [10]. طبق این اصل در مسئله حجاب مکررا بر روی آمار بالای محجبه بودن در جامعه و اعتقاد اکثر افراد جامعه به مطلوبیت حجاب داشتن اشاره کنید و همچنین به هر طریقی از جمله با ارائه آمار نشان دهید که رفتار کشف حجاب در جامعه فراوانی کمی دارد و افراد معدودی هستند که فکر می‌کنند کشف حجاب کاری درست است. در صورتی که آمار کشف حجاب بالا



است و یا افراد زیادی به غیراجباری شدن حجاب اعتقاد دارند، به هیچ عنوان این آمارها را به صورت عمومی در جامعه مطرح نکنید.



خطر وقوع ناخواسته اثر معکوس



اشاره مکرر و برجسته کردن آمار رفتارها یا نگرش‌های رایج مربوط به محجبه بودن در جامعه و عدم اشاره به آمار بالای کشف حجاب در سطح عمومی

اطلاع رسانی به عموم مردم در مورد آمار بالای یک رفتار نامطلوب (مانند کشف حجاب) به قصد هشدار نسبت به وضعیت بحرانی



سه. در صورتی که رفتار منفی فراوان به نظر می‌رسد، احتمال شکاف میان هنجار توصیفی با هنجار تجویزی و یا تفاوت رفتار با نظر خصوصی مردم (جهل کثرت‌گرایانه) را برجسته کنید.

در موقعیت‌هایی که رفتار نامطلوب رواج بالایی دارد و مردم این را می‌بینند (کشف حجاب به صورت زیاد در جامعه دیده می‌شود)، می‌توانید با مطرح کردن احتمال وجود شکاف بین آنچه مردم انجام می‌دهند و آنچه مناسب می‌دانند یا واقعاً مایل به انجام آن هستند، از اعتبار رفتار نامطلوب (کشف حجاب) کم کنید. در واقع نشان دهید که افراد جامعه ممکن است در ظاهر و در بیان با حجاب اجباری مخالفت کنند؛ اما در واقعیت حجاب داشتن را امری مطلوب بدانند و صرفاً به خاطر فشارهای اجتماعی که عده‌ای محدود در جامعه اعمال کرده‌اند، در ظاهر با کشف حجاب همراهی کنند. در واقع هنجارها همیشه منطبق بر واقعیت نیستند و ممکن است افراد به دلایلی مثل ترس از برچسب خوردن، هم‌رنگی با جماعت و غیره از ابراز نظر واقعی خود به صورت علنی خودداری کنند؛ لذا برای جلوگیری از بیش برآورد حمایت از هنجار کشف حجاب در جامعه احتمال شکاف بین فراوانی دیده شده رفتار کشف حجاب با نظر واقعی و ابراز نشده مردم در حمایت از حجاب را برجسته کنید تا رفتار کشف حجاب گسترش پیدا نکند [11]. یکی از اقدامات موثر در صورت وجود **جهل کثرت‌گرایانه**^۷، استفاده از **صدای رهایی‌بخش**^۸ است، به این معنی که فرصتی برای مردم فراهم کنید تا نظرات خصوصی خود را بیان کنند و نظرات خصوصی دیگران را بشنوند. این فرایند تنوع عقاید درون گروه را برای افراد برجسته می‌کند و در نتیجه توهم اکثریت بودن را از بین می‌برد. نظرسنجی از افکار عمومی و اعلام آن در این وضعیت، یکی از راه‌هایی است که می‌تواند این کارکرد را انجام دهد.

جهل کثرت‌گرایانه چیست؟



هنجارها اغلب به طور قابل توجهی از احساسات و ترجیحات فردی متفاوت هستند و هنجارهای اجتماعی همیشه منعکس‌کننده آن چیزی نیستند که افرادی که از آنها پیروی می‌کنند و آنها را اجرا می‌کنند، مطلوب و مناسب می‌دانند. جهل کثرت‌گرایانه زمانی وجود دارد که اکثر اعضای گروه، درحالی‌که به طور خصوصی یک هنجار را رد می‌کنند، در عمل با آن همراهی می‌کنند؛ زیرا فکر می‌کنند دیگران از آنها انتظار دارند

⁷ pluralistic ignorance

⁸ Liberating voice



از هنجار پیروی کنند. اگر در مورد یک هنجار، جهل کثرت‌گرایانه وجود داشته باشد فرصت بسیار خوبی برای تغییر رفتار وجود دارد و با آگاه‌ساختن افراد از عقاید و نگرش‌های شخصی دیگر اعضای گروه، می‌توان هنجار را تغییر داد چرا که تصور مردم از آنچه «عادی» یا «قابل قبول» تلقی می‌شود با این مداخله تغییر می‌کند. البته منبع اطلاعات در مورد عقاید و نگرش‌های شخصی گروه، باید از نظر افراد، معتبر باشد و این اطلاعات باید به اکثر افرادی که هنوز در حال انجام آن عمل هستند نیز برسد [2].

ب. استراتژی‌های متمرکز بر هنجار تجویزی



یک. ادراک اینکه رفتار هدف توسط اکثریت مردم جامعه مطلوب و مثبت تلقی می‌شود را برای افراد بسازید. ساده‌ترین روش برای تقویت و یا تضعیف هنجارها، تغییر برداشت مردم از جهت و پراکندگی هنجار است [1]. در استراتژی اول از بخش «استراتژی‌های متمرکز بر هنجار توصیفی» مطرح شد که برای تغییر هنجار، ادراک از فراوانی آن در جامعه را دستکاری کنید. در استراتژی حاضر مطرح می‌شود که جهت تغییر یک هنجار باید برداشت مردم از مطلوب بودن رفتار در جامعه را دستکاری کرد. بدین منظور در مسئله حجاب برای گسترده شدن رفتار محببه بودن باید نشان دهید اکثریت مردم اعتقاد دارند حجاب داشتن کاری درست و مطلوب است و به نفع جامعه می‌باشد (به ویژه در وضعیت **تأخیر محافظه کار**⁹). همچنین برای کاهش رفتار کشف حجاب باید نشان دهید که باور و اعتقاد و انگیزه‌های مردم در مسئله کشف حجاب اصلاً یکنواخت، یکدست و مشابه هم نیست. برای مثال خیلی از افراد به جد مخالف کشف حجاب هستند، خیلی از افراد علیرغم اینکه مخالف کشف حجاب هستند اما سکوت کرده‌اند و حتی بین افرادی که موافق کشف حجاب هستند و یا حجاب مناسبی ندارند، تفاوت‌های بسیاری وجود دارد (برخی انگیزه سیاسی دارند، برخی انگیزه اشاعه فحشا دارند، برخی انگیزه‌های فردی دارند و غیره).

تأخیر محافظه‌کار چیست؟



در زمان تغییرات اجتماعی که هنجارهای موجود زیر سؤال رفته و مورد اعتراض قرار گرفته‌اند، گاهی نگرش‌ها سریع‌تر از هنجارها تغییر می‌کنند (یعنی نگرش عموم تغییر کرده؛ ولی افراد نمی‌دانند بر اساس آن تغییر چطور رفتار کنند، یعنی در عمل همچنان به رفتار قبلی که دیگر با آن موافق نیستند ادامه می‌دهند). در این شرایط افراد برای گرفتن راهنمایی به دیگران نگاه می‌کنند. اگر افراد در این حالت انفعال ساینرین را ببینند، توهم حمایت گسترده دیگران از هنجارهای قدیمی را پیدا می‌کنند. به این پدیده تأخیر محافظه‌کار می‌گویند [11]. توجه به مفهوم تأخیر محافظه‌کار از دو جهت اهمیت دارد: ۱- اینکه مردم هنوز در حال انجام رفتاری هستند، لزوماً به معنای داشتن نگرش‌های همسو با آن نیست و ممکن است نگرش‌های مردم به مرور تغییر کرده باشد و منتظر یک جرقه برای تغییر ناگهانی رفتار باشند. چه بسا نگرش‌های پشت رفتار کشف حجاب امروز بسیاری از مردم، از سال‌ها قبل شکل گرفته باشد ۲- در وضعیت تأخیر محافظه‌کار که مردم اغلب منفعل هستند و بر رفتار قبلی خود باقی مانده‌اند اگر این رفتار قبلی مطلوب سیاست‌گذار است، می‌توان این ادراک را ساخت که سکوت و انفعال مردم و انجام رفتار قبلی، نشان‌دهنده حمایت آن‌ها از رفتار قبلی است،

⁹ Conservative lag



توجه شود که در این وضعیت، انفعال مردم از طرف جریان مخالف می‌تواند دقیقاً به‌عنوان همراهی مردم با رفتار جدید تفسیر و القا شود.

دو. اجازه ندهید هنجارشکنی، مطلوب و تداعی‌کننده مفاهیمی مثبت (مثل جسارت، شجاعت و حمایت از حقوق زنان) شود.

نیروهایی که تمایل دارند ظهور هنجارهای افراطی را در موقعیت‌های بسیار نامطمئن یا ناپایدار ترویج کنند، معمولاً افرادی غیرمعمول و دارای ویژگی‌های مشابه مردمی هستند که تداعی‌کننده ویژگی‌های جسارت و شجاعت‌اند؛ آن‌هایی که باعجله وارد ساختمانی در حال سوختن می‌شوند، اولین کسانی که در همسایگی خود یک هم‌کلاسی سیاه‌پوست را برای بازی دعوت می‌کنند (در یک جامعه نژادپرست) و همان‌هایی که نظرات خود را زمانی که دیگران سکوت می‌کنند بیان می‌کنند [1]. از آنجایی که انجام رفتارهای خلاف هنجار رایج، معمولاً نیازمند جسارت و شجاعت عاملان است و جسارت و شجاعت از نظر انسان‌ها تحسین‌برانگیز می‌باشد، رفتار خلاف هنجار از این زاویه، ظرفیت بالایی برای مطلوب دانسته شدن توسط مردم دارد. در مسئله کشف حجاب اگر مطلوب دانسته شدن رفتار کشف حجاب به دلیل **تداعی شجاعت و جسارت**، در جامعه تبدیل به هنجار تجویزی شود یعنی افراد فکر کنند اغلب مردم رفتار افرادی که کشف حجاب می‌کنند را به دلیل شجاعت و جسارتی که دارند، تحسین می‌کنند و مطلوب می‌شمارند، فراوانی و شدت رفتار کشف حجاب در جامعه افزایش خواهد یافت. لذا با توجه به این مسئله به هیچ وجه اجازه ندهید رفتار کشف حجاب با مفاهیمی مثل شجاعت، جسارت، آزادی خواهی، حمایت از حقوق زنان و هر مفهوم مثبت دیگری جفت و تداعی شود.

سه. با برجسب‌زنی منفی به رفتار نامطلوب، از مطلوبیت و قابل قبول بودن آن در جامعه بکاهید.

برجسب‌زدن منفی به یک رفتار خاص توسط جامعه سبب می‌شود انجام رفتار به معنی نقض هنجارهای تجویزی که کاری نامطلوب است، تلقی شود و همین امر در کاهش انجام رفتار مؤثر است [11]. به‌عنوان مثال تجربه مواجهه با رفتارهایی مانند رانندگی در حالت مستی و خشونت خانگی در کشورهای دیگر نشان داده اگرچه مردم موافقند که این رفتارهای نامطلوب باید کاهش یابند یا حذف شوند، اما آماده پذیرش راه حل‌های قانونی در مقابل آن نیستند. در این شرایط برجسب‌زدن منفی به این رفتارها راهگشا بوده است [1]. طبق این استراتژی جهت کاهش رفتار کشف حجاب می‌توانید به این رفتار و افراد انجام دهنده آن در جامعه برجسب منفی و انگ بزنید. برای مثال به شکل مکرر اینکه این رفتار و افراد انجام دهنده آن بی بند و بار، به دنبال اشاعه فساد در جامعه، مرفه بی درد و حتی گیرنده پول در قبال این کار هستند را برجسته کنید و با این کار، گسترش رفتار در جامعه را از طریق اینکه انجام رفتار هنجارشکنانه برای فرد با برجسب منفی خوردن در جامعه همراه می‌شود، کنترل کنید.



یک. گروه‌های مرجع مختلف جامعه هدف را به دقت شناسایی کنید و متناسب با آنها برای تغییر هنجار مدنظر برنامه‌ریزی کنید.

گروه‌های مرجع از افرادی تشکیل شده است که نظر آنها برای ما اهمیت دارد و بنابراین می‌تواند برای هر فرد یا هر هنجار منحصر به فرد باشد. این گروه‌های مرجع می‌توانند الگوهایی در اتخاذ رفتارهای مثبت یا منفی برای افراد جامعه باشند (گروه‌هایی مثل دوستان، همکاران و مدیران محیط کار، زنان و دختران فامیل، زنان و دختران محله و حتی اینفلوئنسرهای خانم حاضر در شبکه‌های اجتماعی). آنچه مهم است این است که اعضای گروه، خود را همتا و برابر و مشابه یکدیگر بدانند و بنابراین باورها و رفتارهای سایر اعضای گروه را مرتبط با خود بدانند [7] [11]. شناسایی گروه‌های مرجع اصلی که اقشار مختلف بانوان، برای ارزیابی هنجارهای خود به آن نگاه می‌کنند، گامی مهم و اولیه برای اثرگذاری بیشتر سایر استراتژی‌های پیشنهاد شده است. هنگامی که گروه‌های مرجع شناسایی شدند، می‌توان مداخلاتی طراحی کرد تا با تأثیر بر این گروه‌ها، افراد بیشتری درگیر رفتار مدنظر شوند. پس برای بهینه‌کردن و سرعت‌بخشیدن مداخلات مدنظر، ابتدا باید گروه‌های مرجع افراد شناسایی شوند و سپس مداخله بر روی گروه‌های مرجع افراد طراحی شده و از طریق این گروه‌ها بر روی افراد هدف اعمال شود. برای مثال در مسئله کشف حجاب، به جای اینکه مداخله به صورت عمومی بر روی زنان یک منطقه باشد، بهتر است مداخله نوجوانان از طریق گروه مدرسه آنها، مداخله زنان جوان از طریق گروه باشگاه ورزشی آنها یا صفحه‌های پرمخاطب شبکه‌های مجازی این گروه و غیره انجام شود و به طرق مختلف این تمایز بین گروه‌های مرجع افراد ایجاد شود.

دو. افراد مؤثر و سرشبکه را شناسایی کنید؛ اقدامات خود را از طریق این افراد که متحد هدف مطلوب هستند پیش ببرید.

رفتارها مانند ویروس و از طریق **سرایت رفتاری** قابلیت انتشار عمومی دارند. تسهیل‌کننده‌های این سرایت اجتماعی عمدتاً افراد مؤثر و سرشبکه‌ها هستند که ارتباطات گسترده، قوی و متنوعی با گروه‌های مختلف و افراد متنوعی دارند. ابتدا گروه‌های مرجع افراد مختلف جامعه را در رفتار حجاب داشتن شناسایی کنید (این کار را می‌توانید از طریق پیمایش، مصاحبه، فوکوس گروپ و غیره انجام دهید). در ادامه لازم است افراد بانفوذ و به عبارتی سرشبکه‌ها یعنی افرادی که ارتباطات اجتماعی گسترده و قوی دارند، شناسایی کنید و باورهای آنها در مورد محجبه بودن و کشف حجاب را مورد بررسی و تحلیل قرار دهید. در ادامه افراد هم‌راستا با هدف مدنظر یعنی موافق حجاب داشتن و مخالف کشف حجاب را به عنوان «**متحدان در گروه مرجع**» در نظر بگیرید و از آنها حمایت کنید، هم‌افزایی انجام دهید و سعی کنید آنها را به بازیگران کلیدی فعالیت‌ها و برنامه‌های خود تبدیل کنید [7]. به موازات اقدام قبل، افراد بانفوذ و سرشبکه گروه‌های مرجع که مخالف حجاب و موافق کشف حجاب هستند را شناسایی کنید و به طرق مختلف (اعم از برخورد قانونی، اقناع، برچسب زدن اجتماعی و غیره) آنها را تضعیف کنید.



بخش سوم:



استراتژی‌های برخورد مناسب با هنجارشکنی کشف حجاب (مبتنی بر ادبیات روان‌شناختی هنجارشکنی)

الف. استراتژی‌های مربوط به هزینه هنجارشکنی



یک. رفتار هنجارشکنی را بی هزینه نشان ندهید.

هنجارشکن‌ها این‌گونه نشان می‌دهند که هرطور دلشان بخواهد رفتار می‌کنند و کسی با آن‌ها برخورد نمی‌کند. نتیجتاً این اتفاق آن‌ها را **قدرتمند** نشان می‌دهد. به صورت بالقوه این قضیه شروع یک **حلقه خودتأییدی** می‌باشد که در آن، ادراک قدرت بیشتر باعث فراخوانی هنجارشکنی شدیدتر می‌شود. راه جلوگیری از این اتفاقات این است که رفتار افراد هنجارشکن برایشان **هزینه‌زا** شود که این کار می‌تواند با استفاده از **تحریم‌های غیررسمی** (تحریم‌های اجتماعی، مانند عصبانیت یا طرد اجتماعی) و **رسمی** (استفاده از قانون و جریمه)، بسته به موقعیت و رفتار انجام شود. در حالت انفعال، این افراد پاداش (احساس قدرتمند بودن) دریافت می‌کنند؛ بنابراین با ایجاد تحریم این پاداش باید تبدیل به تنبیه و هزینه شود تا جلوی رفتار هنجارشکنی گرفته شود. تحریم ادراک قدرت راجع به این افراد را از بین می‌برد (دچار تنبیه و جریمه رسمی یا غیررسمی می‌شوند و افراد دیگر جامعه این را می‌بینند) و با توقف چرخه خود تأییدی، باعث کاهش رفتار ناهنجار می‌شود [12]. بر این اساس نباید نسبت به رفتار هنجارشکنانه کشف حجاب بی تفاوت باشید و به امید اینکه به صورت خودکار اصلاح شود، اقدامی انجام ندهید. در عوض لازم است برای رفتار کشف حجاب هزینه ایجاد کنید و نشان دهید افرادی که این رفتار را انجام می‌دهند دچار هزینه می‌شود و اینطور نیست که افراد کشف حجاب کنند و به راحتی و بدون هیچ‌گونه مانعی به اهداف خود برسند. برای ایجاد هزینه هم لازم است انواع تحریم‌ها و مجازات‌های رسمی و غیررسمی را طراحی کرده و بکار ببرید. برای مثال نشان دهید افرادی که کشف حجاب کرده اند در جامعه مقبولیت ندارند، رفتار مردم با آنها مناسب نیست، دچار تعرض جنسی می‌شوند، احترام و عزت آنها حفظ نمی‌شود و یا قانون آن‌ها را مجازات می‌کند، مجبور هستند جریمه بپردازند و یا از خدمات اجتماعی محروم می‌گردند.

دو. از ظرفیت تحریم‌های غیررسمی در مواجهه با هنجارشکنان غافل نشوید.

تحریم‌های غیررسمی در برابر رفتار نامناسب، محدودیت مشخصی ندارند و توسط عموم مردم جامعه قابل انجام می‌باشند. این تحریم‌ها برای کنترل رفتار انسان‌ها در جوامع نقش بسیار پررنگی دارند و معمولاً به شکل طبیعی توسط نزدیکان یا افراد دیگر جامعه اعمال می‌شوند. حداقل سه دسته تحریم غیررسمی وجود



دارد: ۱- **طرد اجتماعی**^{۱۰} (افراد یا گروه‌ها به صورت فعالانه مانع فرد شوند) ۲- **بدگویی از رفتار نادرست**^{۱۱} (صحبت با دیگری درمورد رفتار نامناسب فرد یا افراد دیگر جامعه یا یک آسیب در جامعه)^{۱۲} و ۳- **مقابله مستقیم**^{۱۳} (کلامی یا فیزیکی) [13] [14]. مفهوم نهی از منکر توسط مردم، ذیل این تحریم‌های غیررسمی قرار می‌گیرد. لذا جهت مقابله با هنجارشکنی **کشف حجاب** لازم است تا به صورت حداکثری از انواع مختلف تحریم‌های غیررسمی استفاده کنید. برای مثال به به افرادی از جامعه که قابلیت همراهی دارند بگویید تا در موقعیت‌های گوناگون، افرادی که کشف حجاب کرده‌اند را طرد کنند و مثلاً از ارائه خدمات یا برخورد مهربانانه با آن‌ها جلوگیری کنند، به آنها تذکر دهند و یا صرفاً با یکدیگر و با افراد جامعه در رابطه با اشتباه بودن و نقض قانون بودن رفتار کشف حجاب و یا پیامدهای نامطلوب آن برای سلامت جامعه و خانواده‌ها صحبت کنند (عمل gossip). توجه شود که در وضعیت کنونی نباید با افراد بدحجاب مانند افراد کشف حجاب کرده برخورد شود تا این دو گروه هم هویت شوند، بلکه باید تا جای ممکن افراد گروه بدحجاب را هم هویت افراد محجبه کرد، این قضیه در مورد تحریم‌های رسمی مثل برخورد قانونی نیز در شرایط کنونی صادق است. در جهت عکس نیز می‌توانید از حمایت‌ها و پاداش‌های اجتماعی مثبت برای افراد محجبه و افرادی که هنوز به هنجار حجاب داشتن پایبند هستند استفاده کنید. برای مثال حمایت جامعه از افراد محجبه را نشان دهید و اجازه ندهید این تصور در جامعه رواج پیدا کند که افراد محجبه در جامعه امنیت ندارند، با آنها بدرفتاری شده و طرد می‌شوند. زیرا یکی از راهبردهای طرف مقابل در قبال تضعیف هنجار محجبه بودن دقیقاً همین مورد است و لازم است خلاف آن حرکت کنید.

سه. قانون یا جرمه را متناسب با هنجار نامطلوب مشخص کنید

بسیاری از تجربیات قبلی در دنیا (به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه) نشان می‌دهند که در زمینه هنجارها، تغییراتی که به شکلی از **بالا به پایین** آغاز می‌شود (مداخلات قانونی)، به‌ندرت موثر واقع می‌شوند [2]. در واقع هنگام تلاش برای تغییر رفتارهای نامطلوب شایع (تبدیل شده به هنجار توصیفی)، اگر از افزایش چشمگیر کوتاه مدت در شدت مجازات خودداری شود و در عوض مجازات‌ها را در مدت زمان طولانی‌تری با شیب ملایمی افزایش داد، احتمال موفقیت در تغییر رفتار نامطلوب بیشتر خواهد بود [15]. در مسئله حجاب این بدین معنی است که جلوگیری از انجام رفتار کشف حجاب و یا حجاب ضعیف با یک قانون و مجازات رسمی شدید و بدون مقدمه نه تنها موثر نخواهد بود که حتی ممکن است به بدتر شدن وضع موجود نیز منجر شود و در عوض اگر شدت برخورد قانونی در طول زمان با شیب ملایم افزایش پیدا کند موثرتر خواهد بود. همچنین میزان پذیرش قانون برای تغییر هنجار اجتماعی، به ادراک عموم مردم از مشروعیت آن، عدالت روبه‌ای و

¹⁰ Social ostracism

¹¹ Gossip

¹² این مفهوم به منظور الهام‌گیری جهت گسترش رفتاری مثل صحبت یک راننده تاکسی با سرنشینان خودرو در مورد رفتار نامناسب کشف حجاب توسط بانوان در مسیر است. این گفتگوها اطلاعات راجع به رفتار درست و غلط را منتشر می‌کنند، بر هنجارشکنی تأثیر منفی می‌گذارند و باعث افزایش انسجام اجتماعی بین افرادی که این اطلاعات را با یکدیگر درمیان می‌گذارند، می‌شوند.

¹³ Direct confrontation



چگونگی ایجاد و اجرای قانون وابستگی زیادی دارد، از نظر مردم یک قانون مشروع باید از یک مرجع قانونی و شناخته‌شده ناشی شود و رویه‌هایی که از طریق آن مقام تصمیم‌گیری می‌کند نیز باید منصفانه و مناسب تلقی شود، همچنین باید روشن باشد که قانون به طور مداوم اجرا می‌شود و مجریان صادق تلقی می‌شوند [2]. در واقع در مسئله حاضر تنها در این صورت قانون برای جلوگیری از کشف حجاب موثر واقع می‌شود که افراد احساس کنند قانون وضع شده متناسب با میزان جرم است (نه بیشتر و نه کمتر)، در رویه پیاده‌سازی آن عدالت وجود دارد یعنی فقط برای قشر ضعیف‌تر به کار نمی‌رود و همه در اجرای آن قانون با یکدیگر برابر هستند و همچنین اجرای آن به صورت درست و عادلانه و توسط افراد صادق و شایسته و به صورت همیشه و نه مقطعی انجام می‌شود. یکی از دلایل عدم موفقیت گشت ارشاد نیز دقیقاً عدم رعایت این شروط در اجرا بود و لذا در صورتی که قصد وضع و اجرای قوانین جدید دارید حتماً باید موارد مطرح شده را در طراحی، وضع و اجرای آن مدنظر قرار دهید.

اثر معکوس در استفاده از قانون چه زمانی می‌تواند اتفاق بیفتد؟

در جامعه‌ای که نحوه نگرش افراد به یک هنجار اجتماعی نامطلوب متکثر است (یعنی عده‌ای رفتار را کاملاً درست و حداکثر اشتباهی کوچک می‌دانند و عده‌ای رفتار را کاملاً غلط و لایق مجازات می‌دانند)، اگر رفتار نامطلوب بسیار رایج باشد، قانون و جریمه سخت‌گیرانه می‌تواند در جهت تغییر این رفتار اثر معکوس بگذارد. این **اثر معکوس** به این دلیل رخ می‌دهد که شیوع بالای رفتار در جامعه اکثر تصمیم‌گیرندگان و مجریان را در اجرای قانون بی‌میل می‌کند که منجر به عدم اجرای آن قانون و جریمه در عمل می‌شود. در این حالت پلیس نسبت به دستگیری، دادستان‌ها برای متهم‌کردن، هیئت منصفه برای محکوم‌کردن و قضات برای مجازات و مردم برای تحریم آن افراد بی‌میل‌تر می‌شوند. آنچه در تعیین شدت مناسب قانون یا مجازات در این زمینه کمک می‌کند، این است که قانون یا جریمه مدنظر تا چه اندازه رفتار نامطلوب را شدیدتر از انتظار تصمیم‌گیرندگان و مجریان معمولی (افرادی مثل عموم پلیس‌ها که وظیفه دستگیری مجرمان را دارند) محکوم می‌کند. اگر قانون رفتار را به میزان قابل‌توجهی بیشتر از انتظار این افراد محکوم کند، بیزاری شخصی تصمیم‌گیرنده از محکوم‌کردن افراطی، بر تمایل او برای اجرای قانون مسلط خواهد شد و در نتیجه این فرد با احتمال بالایی با قانون‌شکن برخورد نخواهد کرد. در ادامه بی‌میلی و بی‌عملی آنها عزم دیگران را بیشتر می‌کند و **موج خود تقویت‌کننده مقاومت** به راه می‌افتد و رفتار نامطلوب در عمل بدون تنبیه باقی می‌ماند و بیشتر می‌شود. اما اگر قانون، رفتار را فقط اندکی بیشتر از انتظار معمول محکوم کند، این اتفاق نمی‌افتد. بنابراین قوانین کمتر محکوم‌کننده گاهی در تغییر رفتارهای نامطلوب هنجارمحور، مؤثرتر از قوانین سخت هستند و مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده اجرای موفقیت‌آمیز یک قانون این است که ترتیبات قانونی در نظر گرفته شده، آن قدر از هنجارهای اجتماعی موجود دور نیستند که اعتبار خود را از دست بدهند چرا که اگر قانون بیش از حد از هنجارها دور شود، مردم به قانون احترام نمی‌گذارند و از این رو به کسانی که آن را نقض می‌کنند، برچسب مجرم نمی‌زنند [2] [16].



خطر وقوع ناخواسته اثر معکوس



وضع قوانین و جرمه‌های متناسب با پذیرش فعلی افکار عمومی و مجریان قانون و در صورت نیاز افزایش شدت آن به مرور

وضع قوانین و جرمه‌های سنگین در برابر رفتاری که به دلیل شیوع بالای آن در جامعه، برخورد با افراد خاطی در عمل توسط مجریان انجام نمی‌شود



چهار. با هنجارشکنی‌های افراطی به شکل قاطعانه و پرهزینه برخورد کنید.

در موقعیت‌های مبهم و ناپایدار، افرادی ظهور می‌کنند که قصد دارند **هنجارهای افراطی** را ترویج کنند. اینها افرادی خاص و محدود هستند. این دسته یک اقلیت پرسروصدا و غیر نماینده هستند که اقداماتی جهت ترویج هنجارهای جدید می‌کنند و در ابتدا پشتوانه ندارند؛ اما در صورت عدم برخورد مناسب، بقیه را همراه کرده و هنجار جدید را می‌سازند [11]، در واقع آنچه امروز هنجارشکنی افراطی است، در صورت اتخاذ انفعال و عدم برخورد مناسب، به مرور می‌تواند ابتدا تبدیل به هنجارشکنی و سپس تبدیل به هنجار شود [12]. در مسئله کشف حجاب در برخی مناطق هنوز صرف روستری نداشتن به معنی هنجارشکنی افراطی است اما در اکثر مناطق هنجارشکنی افراطی فراتر از صرفا روستری نداشتن شده است و مشخصاً پوشش فرد به صورت افراطی فاقد حجاب است. بر این اساس لازم است نسبت به این افراد محدود که در مسئله پوشش به صورت افراطی هنجارشکنی می‌کنند، حساس باشید و در سریعترین زمان ممکن و بدون اغماض و سهلگیری و از هر طریقی به صورت تک به تک با آنها برخورد کنید.

ب. سایر استراتژی‌های مواجهه با هنجارشکنی



یک. ادراک هنجارشکنی بودن رفتار نامطلوب را برای مردم برجسته کنید.

مقدمه ضروری جهت پذیرش عموم جامعه برای برخورد رسمی (مثل قانون، جرمه) و برخورد غیررسمی (مثل طرد، سرزنش) با افراد هنجارشکن، این است که رفتار نامطلوب در جامعه هدف، واقعاً به عنوان هنجارشکنی تلقی شود. اگر این ادراک هنجارشکن بودن رفتار وجود نداشته باشد، فرد هنجارشکن و عموم مردم نسبت به برخوردهای غیررسمی و رسمی پذیرش نخواهند داشت و برای حفظ رفتار مقاومت خواهند کرد [12] [17]. بر این اساس لازم است تا با روش‌های مختلف از جمله روش‌های اقناعی و کار رسانه‌ای، هنجارشکنی بودن رفتار را در اذهان جا بیندازید. در واقع این بدین معنی است که در رفتار کشف حجاب نشان دهید که هنوز در جامعه اکثریت افراد محجبه هستند و به حجاب اعتقاد دارند و صرفاً تعداد افراد محدود اما پرسروصدایی هستند که کشف حجاب کرده‌اند و به دنبال آزاد کردن پوشش هستند و کار آنها هنجارشکنی است.



دو. هویت گروهی افراد هنجارشکن را تضعیف کنید.

وقتی هنجار اجتماعی برای یک فرد شکست، این فرد یا هنجار و گروه اجتماعی جدیدی را بر می‌گزیند (هنجارشکنی و گروه هنجارشکنان) و یا به هنجار قبلی باز می‌گردد. با روش‌های مختلف باید **هویت اجتماعی** گروه هنجارشکنان و افراد هنجارشکن جدید را تضعیف کرد تا فرد به هنجار قبلی بازگردد [11]. مثلاً می‌توان گروه هنجارشکنان را **ناهمگن** نشان داد: هنجارشکنان یکدست نیستند، برخی برای پول، گروهی برای آزادی و بی‌اخلاقی، یک سری به خاطر مد، گروهی برای مخالفت با حکومت و غیره اقدام به کشف حجاب کرده‌اند. لذا تا حد ممکن بین افراد گروه هنجارشکن یعنی بین افرادی که کشف حجاب کرده‌اند تفرقه و اختلاف بیندازید و اجازه ندهید احساس کنند شبیه یکدیگر، یکپارچه و یکدست هستند.

سه. به افزایش تعداد افراد هنجارشکن به شدت حساس باشید و پیش از رسیدن به جرم بحرانی با روش‌های مختلف از گسترش بیشتر آن جلوگیری کنید.

یک **توده مصمم** مردم در حدود ۲۵ درصد^{۱۴}، توانایی تبدیل یک رفتار، به هنجار عمومی را دارند. برای اینکه این هنجار عمومی شود، رسیدن به این **حد نصاب** ضروری است. تا رسیدن به این نقطه، تغییرات با زحمت بیشتر و سرعت کمتری صورت می‌گیرد ولی با عبور از این نقطه، تغییرات سرعت زیادی برای انتشار می‌گیرند [3] [5]. از این رو باید از تعداد افراد دارای رفتار ناهنجار، با روش‌های مختلف در دسترس و بسته به مخاطب کاست (دستگیری سرشاخه‌ها و افرادی که با پول کشف حجاب کرده‌اند، ایجاد جریمه برای کارکنان، دانشجویان و دانش‌آموزان، اقناع افراد با مقاومت کمتر و غیره) تا از رسیدن درصد افراد هنجارشکن به این نقطه عطف پیشگیری شود. **عبور از این آستانه به معنای ده‌ها برابر، دشوار شدن مسیر اصلاح هنجار است.** در این راستا می‌توانید از استراتژی گلوله برفی که برای هنجارسازی استفاده می‌شود [4]، در جهت معکوس و به منظور کاهش رفتار هنجارشکنی استفاده کنید (به بخش اول گزارش رجوع شود). در واقع این بدین معنی است که از افرادی که برای تغییر و مجدداً روسری سرکردن آماده‌تر هستند شروع کنید و کم‌کم به سمت افراد با مقاومت بیشتر نسبت به تغییر بروید. لازمه این امر شناسایی خوشه‌های مختلف افراد نسبت به سهولت در تغییر می‌باشد.

^{۱۴} این عدد تقریبی است و تعیین دقیق این آستانه امکان پذیر نیست چرا که بسته به رفتار هدف و ویژگی‌های جامعه مدنظر متفاوت است.



یک. با استفاده از روش‌های معتبر، وضعیت را به‌درستی ارزیابی کنید و تغییر وضعیت را مانیتور کنید.

هنگامی که قصد انجام مداخله هنجاری داریم، برای آن که استراتژی‌های درستی را به کار گیریم و اثرگذاری آنها را افزایش دهیم، شناسایی وضعیتی که جامعه در آن قرار دارد و تغییراتی که به وجود می‌آید اهمیت زیادی دارد [18] [19]. در واقع در مسئله حجاب در جامعه امروز ایران، شناخت دقیق، علمی و واقعی از وضع موجود رفتار حجاب، باور به حجاب، انگیزه‌ها، عوامل و فاکتورهای موثر، علل ایجاد رفتار، پیامدها و غیره وجود ندارد و لذا تحلیل رفتاری و روانشناختی عمیقی نیز مبتنی بر واقعیت جامعه نمی‌توان ارائه داد و عمده اقدامات نیز تا الان مبتنی بر فرضیات و حدس و گمان صورت گرفته که بسیار نامطلوب می‌باشد. برای شناخت دقیق وضع موجود لازم است تا از ابزارهای گوناگون به نحو احسن استفاده کرد. انجام پیمایش، کلاسترینگ، مشاهدات میدانی سیستماتیک، مصاحبه، فکوس گروپ و موارد مشابه برای ارزیابی وضعیت فعلی و بررسی تأثیر مداخلات انجام شده به‌شدت مورد نیاز و در مواردی اجتناب‌ناپذیر است. به عنوان مثال اگر بدانیم اکثریت مردم کشف حجاب کرده اند و همچنین اکثریت نیز دیگر حجاب را مطلوب نمی‌دانند (عدم شکاف بین هنجار توصیفی و تجویزی) و یا اگر بدانیم نظر خصوصی مردم در رابطه با حجاب عیناً همان بروز بیرونی در جامعه است (عدم شکاف بین هنجار و نظر خصوصی)، می‌توانیم نتیجه بگیریم مداخلات مبتنی بر شکاف هنجاری مطلوب نیستند و باید از مداخلات تغییر نگرش برای بهبود وضعیت حجاب استفاده کنیم [11]. رسیدن به شناخت مبتنی بر واقعیت جامعه برای سؤالاتی مشابه آنچه در جدول زیر مطرح می‌شود، به تشخیص اولویت‌های ورود در مداخلات مدنظر کمک قابل توجهی می‌کند.

آیا هنجار توصیفی و تجویزی جامعه در زمینه موردنظر با هم متناسب‌اند یا میان آن‌ها اختلاف وجود دارد؟
آیا هنجار جامعه و ادراک مردم از هنجار جامعه با هم هماهنگ هستند یا ادراک مردم مطابق واقعیت جامعه نیست؟
آیا تمایلات شخصی عموم مردم با هنجارهای جامعه هم‌راستاست یا میان آن‌ها اختلاف وجود دارد؟ (آیا در جامعه جهل کثرت‌گرایانه وجود دارد؟)
آیا نگرش‌های عموم مردم با هنجارهایی که در عمل انجام می‌دهند متناسب است یا نگرش آن‌ها تغییر کرده؛ ولی صرفاً به دلیل مشخص نبودن وضعیت هنجار جدید در جامعه، هنوز طبق هنجار قبلی خود عمل می‌کنند؟ (آیا در جامعه تأخیر محافظه‌کارانه حاکم است؟)
آیا انجام رفتار نامطلوب از نظر مردم هزینه‌بردار است؟
آیا عموم مردم در برابر رفتار هنجارشکن، برخورد می‌کنند؟ (تحریم غیررسمی)
آیا رفتار نامطلوب، بین عموم مردم هنجارشکنی در نظر گرفته می‌شود؟
آیا رفتار نامطلوب، بین مجریان قانون، هنجارشکنی در نظر گرفته می‌شود؟
آیا قانون و جرمه در نظر گرفته شده برای رفتار نامطلوب، متناسب با ادراک مردم و فراوانی رفتار مدنظر است؟



دو. در سریع‌ترین زمان بی‌عملی و انفعال را کنار بزنید.

در زمینه کاهش رفتار کشف حجاب، وضعیت نامناسب با گذر زمان نه تنها خودبه‌خود بهتر نمی‌شود؛ بلکه اگر مسئولین و عموم مردم در برابر هنجارشکنی کشف حجاب، انفعال به خرج دهند و اقدامی انجام ندهند، طبق مفهوم **نقطه عطف** که در بخش اول گزارش توضیح داده شد، با گذر زمان تعداد افرادی که کشف حجاب می‌کنند از طریق **سرایت رفتاری** به شکل تدریجی افزایش می‌یابد [5] [6]. افراد هنجارشکن نیز در نتیجه این عدم برخورد، **ادراک قدرتمندی** بیشتری می‌کنند که این ادراک قدرت بیشتر خود منجر به یک **حلقه خودتأییدی** می‌شود و در نتیجه هنجارشکنی، هم از نظر تعداد هم از نظر شدت، افزایش بیشتری پیدا می‌کند [12] و حتی بیم آن می‌رود که هنجارشکنی کشف حجاب در مدت کوتاهی به هنجار جامعه تبدیل شود.



خطر وقوع ناخواسته اثر معکوس



اقدامات کوتاه‌مدت در برابر هنجارشکنی برای جلوگیری از بالاتر رفتن ادراک قدرت هنجارشکنان، سرایت رفتاری هنجارشکنی و رسیدن آن به نقطه عطف، در کنار برنامه‌ریزی برای اقدامات بلندمدت‌تر

منفعل ماندن نسبت به شرایط جدید و عدم اقدام کوتاه‌مدت در مواجهه با هنجار شکنان (به‌ویژه هنجار شکنان افراطی) با هدف انجام کارهای بلندمدت



سه. از نقش سایر فاکتورهای دخیل در رفتار غفلت نکنید.

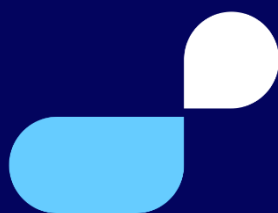
هر چند که استفاده از هنجارها و استراتژی‌های مبتنی بر آنها در جهت مقابله با پدیده کشف حجاب مؤثر هستند؛ اما باید به این نکته توجه کرد که سایر عوامل مؤثر بر رفتار محجبه بودن و کشف حجاب نیز مهم هستند و نباید از آنها نیز غفلت کرد [20]. مداخله مبتنی بر ادبیات روان‌شناسی هنجار، بخش مهمی از یک استراتژی **چندوجهی** برای ایجاد تغییر در رفتار است. انواع دیگری از انگیزه‌ها، نیازها، نگرش‌ها، اهداف، ارزش‌ها و غیره نیز در انتخاب رفتار محجبه بودن یا کشف حجاب توسط مردم نقش دارد؛ بنابراین، نتایج تقویت یا تضعیف یک هنجار خاص به نیروهای دیگر درون سیستم نیز بستگی دارد [1] [11]. از این رو اتخاذ راهبردهای دیگر تغییر رفتار، مانند تغییر نگرش‌های فردی و پرداختن به شرایط ساختاری و مادی در راستای تغییر رفتار در جهت مدنظر (مثل فراهم کردن سهولت و فراوانی دسترسی مردم به پوشش مناسب)، مکمل مداخلات هنجاری بوده [21] و باید همزمان مورد توجه قرار گیرند.



1. Goodman, R., Jinks, D., & Woods, A. K. (Eds.). (2012). Understanding social action, promoting human rights. Oxford University Press.
2. Bicchieri, C. (2016). Norms in the wild: How to diagnose, measure, and change social norms. Oxford University Press.
3. Bicchieri, C., & Funcke, A. (2018). Norm change: Trendsetters and social structure. *Social Research: An International Quarterly*, 85(1), 1-21.
4. Bujold, P., Karak, M. (2021, March 1). To Scale Behavior Change: Target Early Adopters, Then Leverage Social Proof and Social Pressure. Retrieved from <https://behavioralscientist.org/to-scale-behavior-change-target-early-adopters-then-leverage-social-proof-and-social-pressure/>
5. Centola, D., Becker, J., Brackbill, D., & Baronchelli, A. (2018). Experimental evidence for tipping points in social convention. *Science*, 360(6393), 1116-1119.
6. Noonan, D. (2018, June 8). The 25% Revolution—How Big Does a Minority Have to Be to Reshape Society?. Retrieved from <https://www.scientificamerican.com/article/the-25-revolution-how-big-does-a-minority-have-to-be-to-reshape-society/>
7. Care. (2020). Social Norms Data Use Tool. Retrieved from <https://www.care.org/news-and-stories/resources/social-norms-data-use-tool/>
8. Yamin, P., Fei, M., Lahlou, S., & Levy, S. (2019). Using social norms to change behavior and increase sustainability in the real world: A systematic review of the literature. *Sustainability*, 11(20), 5847
9. Kenrick, D. T., Goldstein, N. J., & Braver, S. L. (2012). Six degrees of social influence: Science, application, and the psychology of Robert Cialdini. Oxford University Press.
10. Cialdini, R. B., & Cialdini, R. B. (2007). Influence: The psychology of persuasion (Vol. 55, p. 339). New York: Collins.
11. Shah, J (2020). Design for social contagion handbook. master thesis 'Social contagion as a means to transitions' at Delft University of Technology.



12. Wanders, F., Homan, A. C., van Vianen, A. E., Rahal, R. M., & Van Kleef, G. A. (2021). How norm violators rise and fall in the eyes of others: The role of sanctions. *PLoS one*, 16(7), e0254574.
13. Eriksson, K., Strimling, P., Gelfand, M., Wu, J., Abernathy, J., Akotia, C. S., ... & Van Lange, P. A. (2021). Perceptions of the appropriate response to norm violation in 57 societies. *Nature communications*, 12(1), 1-11.
14. . Imada, H., Rullo, M., Hophthrow, T., Van de Vyver, J., & Zagefka, H. (2022). Gossip about in-group and out-group norm deviations. *Comprehensive Results in Social Psychology*, 1-21.
15. Kahan, D. M. (2000). Gentle nudges vs. hard shoves: Solving the sticky norms problem. *The University of Chicago Law Review*, 607-645.
16. Bicchieri, C., & Mercier, H. (2014). Norms and beliefs: How change occurs. In *The complexity of social norms* (pp. 37-54). Springer, Cham.
17. Malle, B. F., Guglielmo, S., Voiklis, J., & Monroe, A. E. (2022). Cognitive Blame Is Socially Shaped. *Current Directions in Psychological Science*, 31(2), 169-176.
18. Bicchieri, C., & Noah, T. (2017). Applying social norms theory in CATS Programming.
19. Koning, A., Ledgerwood, J., & Singh, N. (2021). Addressing Gender Norms to Increase Financial Inclusion: Designing for Impact. Technical Guide. Washington, DC: CGAP.
20. Cislighi, B., & Heise, L. (2019). Using social norms theory for health promotion in low-income countries. *Health promotion international*, 34(3), 616-623.
21. Social Norms Learning Collaborative. (2019). Community-based, norms-shifting interventions: definitions and attributes. Retrieved from <https://www.alignplatform.org/resources/community-based-norms-shifting-interventions-definitions-and-attributes>



راه‌های ارتباطی با مرکز بینش‌های رفتاری ایران