

تحلیل جایگاه نهادهای دولتی موثر در شبکه‌ی تولید و توزیع لباس ایران (نمونه مطالعاتی: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)

فرزانه سادات مطهری*، جواد آقاجانی کشتلی

دانشگاه علم و هنر یزد

Farzaneh.motahari@gmail.com*

Aghajani_j@yahoo.com

چکیده

بر خلاف برخی قرائت‌های سنتی از هنر، که آن را محدود به سه‌گانه‌ی هنرمند، اثر هنری و مخاطب می‌داند، جامعه‌شناسان هنر، تولید و توزیع اثر هنری را در مشارکت شبکه‌ای از عاملیت‌ها، نهادهای دولتی و غیر دولتی تعریف می‌کنند. نهادهای دولتی و غیر دولتی که از مرحله پیشاتولید تا تولید و توزیع اثر به عنوان عوامل سیاستگذار و یا حامی و مشوق مشارکت دارند. در امر تولید و توزیع پوشاک نیز نهادهایی چون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت بازرگانی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، نیروی انتظامی، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، فروشندگان و اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک موثر هستند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در کارگروه‌های مختلف وظایفی را در قبال تولید پوشاک دنبال کرده است. این مقاله با هدف بررسی وظایف وزارتخانه نامبرده و در پی پاسخ به این سوال که وزارت فرهنگ و ارشاد به عنوان یک نهاد موثر در حوزه تولید پوشاک چه وظایفی بر عهده دارد، انجام شده است. روش انجام تحقیق بر اساس ماهیت همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. جامعه پژوهش، کارگروه‌های تشکیل شده زیر نظر وزارت مذکور است. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز به صورت کیفی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داده است که این وزارتخانه هم در امر سیاستگذاری و هم نظارت بر حوزه لباس دخالت دارد. وظایفی مانند برگزاری جشنواره‌های مد و لباس مناسب با رویکرد فرهنگی جامعه، ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و فصلی در این خصوص، امکان ثبت آثار طراحان و ساماندهی حوزه طراحی و تولید نیز با این وزارتخانه است.

واژگان کلیدی: سیاست‌گذاری فرهنگی، جامعه‌شناسی پوشش، عاملیت، نهادها، لباس

مقدمه

وقتی یک اثر را از جنبه های جامعه شناسانه مورد بررسی قرار می دهیم، باید با یک نگاه بیرونی به اثر بنگریم و در نظر داشته باشیم آنچه در تولید اثر مطرح می شود تاثیر مجموعه ای از عوامل در کنار یکدیگر، از جمله سیاست، مذهب، فرهنگ، اقتصاد و ... است. علم جامعه شناسی، علمی است که به نظام ها، ساختارها و فرهنگ ها می نگرد، یعنی به رابطه های میان افراد، الگوهای ثبت شده ناشی از کنش های اجتماعی و معانی مشترک میان افراد اجتماع می پردازد. بایستی بدانیم که جامعه شناسی آدمیان را در پیوند با نظام ها، ساختارها و فرهنگ مد نظر قرار می دهد. رابطه بین هنر و ایدئولوژی، هنر و تحولات فناوری، هنر با ساختار طبقاتی یک جامعه و بسیاری از این قبیل. از آنجا که در مطالعات جامعه شناسی هنر، تاثیر دوسویه اجتماع بر اثر و همینطور اثر بر اجتماع امری اجتناب ناپذیر است، پژوهش در حوزه ی بینا رشته ای هنر و جامعه شناسی نیز ضرورت پیدا می کند. یکی از عوامل جامعه شناسانه ای که در این عرصه مورد توجه است، رویکرد حاکمان سیاسی یا عاملیت ها و نوع سیاست گذاری آنها در مدیریت هنری است و طراحی لباس و پوشاک نیز به عنوان یک عامل فرهنگی مستثنی از بقیه موارد نیست. انسان ها، افکار، اعتقادات، آداب و رسوم و عادات، ارزش ها و تقید به هنجارها و دیگر عناصر فرهنگی از جمله هنر، قوانین و مقررات، گرایش های سیاسی، همبستگی اجتماعی، به سر بردن در فضای ساختارهای اجتماعی از قبیل نهاد، سازمان، گروه، قشر و طبقه اجتماعی، سطح علم، تربیت و مهارت های خود را در عرصه ارتباط اجتماعی است که معلوم می کنند.

جامعه شناسی هنر شاید به عنوان یکی از زیرمجموعه های جامعه شناسی فرهنگی به شاخه های مختلف هنری توجه کند. تحولات در امر پوشش و لباس به عنوان یک کالای مادی و معنوی و یک رسانه مورد توجه جامعه شناسان هنر قرار گرفته است. لباس هم به سلیقه فردی مرتبط است و هم تا حدودی به سلیقه اجتماعی افراد ارتباط دارد. امر لباس در اجتماع در دوره های مختلف مورد توجه سیاست گذاران بوده است و امروز نیز توجه ویژه ای به آن می شود.

لباس می تواند از عرصه های مهم اعمال قدرت و ایدئولوژی توسط دولت ها و حکومت ها نیز شمرده شود. در ایران پوشاک طی ادوار مختلف به خصوص در سده های اخیر، تحت تاثیر فراز و نشیب های سیاسی و مذهبی بسیار دچار تغییر شده است. در اینجا تحولات پس از انقلاب اسلامیدر سبک پوشش که یکی از واضح ترین اشکال حاکمیت تفکر عقیدتی و اسلامی بر قوانین اجتماعی محسوب می شود مورد بحث است و اگر بخواهیم از وجه هنری هم به این موضوع بپردازیم، به اصولی خارج از ایدئولوژی حاکم نخواهیم رسید. پس با توجه به این امر می توان اینطور نتیجه گرفت که هنر طراحی لباس می تواند در راستای تحقق اهداف والای جامعه اسلامی ایران مورد توجه قرار گیرد و ارج نهاده شود. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متولی اصلی و نهاد سیاست گذار این حوزه جایگاه ویژه ای در امر تولید و توزیع لباس دارد.

با توجه به ذوق و تمایل جامعه امروز، در کنار پدیده فراگیر و جهانی مد و در مواجهه با عصری که فرآیند انتقال و تاثیرات آن به سرعت انجام می شود، حفظ هویت ایرانی و اهداف اسلامی تعریف شده برای موقعیت جامعه اسلامی در ارائه یک تصویر فرهنگی مناسب بیش از پیش اهمیت دارد. «به منظور حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی- اسلامی، ارج نهادن، تبیین، تثبیت و ترویج الگوهای بومی و ملی، هدایت بازار تولید و عرضه البسه و پوشاک بر اساس طرح ها و الگوهای داخلی و نیز در جهت ترغیب عموم مردم به پرهیز از انتخاب و مصرف الگوهای بیگانه و غیر مانوس با فرهنگ و هویت ایرانی، وزارت ارشاد اسلامی مکلف است جهت پی ریزی ساختار مدیریتی موضوع این قانون، کارگروهی (کمیته ای) متشکل از یک نفر نماینده تام الاختیار از هر کدام از وزارتخانه های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، بازرگانی و صنایع و معادن و سازمان های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و مدیریت و برنامه ریزی کشور و سه نفر از نمایندگان صنوف ذیربط (طراحان و تولید کنندگان) و یک نفر نماینده از کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی به عنوان ناظر تشکیل دهد.» (قانون و آئین نامه کارگروه ساماندهی مد و لباس: ۵)

در پژوهش حاضر نیز تلاش شده است تا حد امکان به تدوین و جمع آوری سیاست گذاری های انجام شده در این عرصه، توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پرداخته شود، سپس همسویی آنها با قانونگذاری ها، فرهنگ سازی ها، و برنامه ریزی های اجرایی مورد واکاوی قرار گیرد.

مبانی نظری:

برنامه ریزی فرهنگی

برنامه ریزی فرهنگی، تلاشی است برای تغییر آگاهانه در زمینه بینش ها، احساسات، ارزش ها، اندیشه ها، عقاید و سلوک نسبتا پایدار و با دوام یک جامعه، مطابق خواست و الگوی ذهنی برنامه ریز. (رضایی؛ شادالویی، ۱۳۹۲: ۹) از نظر هاگمبیرنامه ریزی عبارت است از "کامیابی در برابر بحران در هر واقعیتهایی از زندگیمان" و برنامه ریزی فرهنگی فرصتی برای جامعه به وجود می آورد تا بتواند نقشه راه منحصر به فردی را برای نیازها، امیال و استراتژی ها ایجاد نمایند و به واسطه برنامه ریزی استراتژیک دولت های محلی و گروه های هنری می توانند با کار جمعی برای یکپارچگی و انسجام فرهنگ و هنر در اجتماع گام بردارند. (مظاهری و دیگران، ۱۳۸۷: ۳۹)

لوتر گیولیک در حدود نیم قرن پیش، وظایف مدیریت را به ترتیب زیر بیان می کند: ۱- برنامه ریزی ۲- سازمان دادن ۳- به کار گماردن ۴- راهنمایی کردن ۵- هماهنگ کردن ۶- گزارش دادن ۷- بودجه بندی (رضایی؛ فردو، ۱۳۸۸: ۴۱)

برنامه ریزی فرهنگی عبارت است از طراحی مجموعه ای از رفتارها، کنش ها و واکنش ها، اقدامات و تدابیر برای مسائل فرهنگی بر اساس یک آینده محتمل یا متصور. (همان: ۴۲)

برنامه ریزی فرهنگی خصلت کاملا جمعی دارد و به عبارت دیگر حضور جامعه و نخبگان و مجریان و ناظرین در آن، تحقق هر چه قوی تر این برنامه ها را ضمانتی گسترده تر می بخشد. به دیگر سخن تحقق برنامه ریزی فرهنگی نیازمند برقراری مناسبات متوازن میان خرده نظام های اجتماعی در سطوح کلان (اقتصاد، سیاست، جامعه، فرهنگ) و خرد (ارگانیزم رفتاری، شخصیت، اجتماع، الگوهای رفتاری) است و تنها از این رهگذر است که فرهنگ می تواند کاربرد ارشادی خود را برای اعتلای نظام جامعه به ارمغان آورد. (محمدی اصل، ۱۳۸۴: ۶۲)

ارزش های فرهنگی

در تعریف ارزش می گوئیم: شیوه ای از بودن یا عمل که یک شخص یا یک جمع به عنوان آرمان می شناسد و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می شوند مطلوب و متشخص می سازد. (گی روشه، ۱۳۶۷: ۷۶)

روکیچ بر این باور بود که ارزش ها به انسان ها آموزش داده می شوند و پس از یادگیری، در درون نظام ارزشی سازمان می یابند که در این نظام، هر ارزش بر اساس رابطه اش با ارزش های دیگر مرتب می شود. ارزش ها می توانند برای افراد کارکردهای مختلفی داشته باشند. آنها استانداردهای رفتاری را شکل می دهند. (احمدی؛ قادرزاده، ۱۳۹۳: ۳۶) بنابر نظر روکیچ بین ارزش ها و گرایش های کلی که تمایلات شخصی نامیده می شوند، پیوند ناگسستنی وجود دارد.

برای دورکیم و وبر، ارزش ها برای تبیین سازمان و تغییر اجتماعی و فردی حیاتی و مهم بودند. (همان: ۳۵)

هافستد^۱ (۲۰۰۵) در تعریف ارزش ها، آن را گرایش های وسیعی برای ترجیح دادن حالت های ویژه ای از امور بر سایر حالت ها می داند. او تاکید می کند که بسیاری از ارزش های فرهنگی به دلیل اینکه در سال های اولیه زندگی اکتساب می شوند، در ناخودآگاه

انسان ها باقی می مانند، بنابراین نمی توان درباره آنها بحث کرد یا اینکه به طور مستقیم به مشاهده آنها پرداخت؛ بلکه می توان آنها را با توجه به طریقی که افراد در موقعیت مختلف عمل می کنند، درک کرد. (کرمی و دیگران، ۱۳۹۵: ۳۰۵)

نهادهای فرهنگی

برنامه های فرهنگی تغییر نگرش در واقع آخرین مرحله از مراحل مختلف فعالیت ها و برنامه های فرهنگی است که با رسیدن مخاطبین به این درجه می توان مطمئن بود، برنامه مورد نظر به هدف خود دست یافته است. هدف اصلی برنامه های نگرشی آن است که احساسات فرد نسبت به موضوع را تغییر داده و با ایجاد تمایلات مثبت یا منفی فرد را برای تحقق اهداف تعیین شده آماده سازد. (جوانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۴۷ تا ۴۸)

مداخله دولت در موضوعات فرهنگی برگرفته از ملاحظات سیاسی او در تلاش برای انتقال فرهنگ است. روشن است که این تلاش ها می تواند با هدف برجسته سازی جایگاه کشور مورد بحث در تاریخ و یا در جامعه جهانی و یا صرفاً گسترش هنجارها و نمادهای آن به خاطر خود آن فرهنگ باشد. (ذکایی؛ شفیع، ۱۳۸۹: ۸۷)

نهاد دولت در حوزه فرهنگ جامعه نیز همچون سایر عرصه های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی وظیفه مند است، اگر چه وظیفه مند و مکلف بودن دولت، بر حسب ضرورت به معنای مداخله مستقیم در اجرا و تصدی گری امور فرهنگی نیست. دولت می تواند با فراهم کردن چارچوب حقوقی، سیستم نظارتی و ارزیابی، زمینه و بستر مناسب برای فعالیت های فرهنگی نهادهای جامعه را جهت عهده داری و اجرای برنامه های فرهنگی در راستای سیاست های فرهنگی مورد نظر، هدایت و حمایت کند. (رضایی؛ شادالویی، ۱۳۹۲: ۱۱)

سیاست فرهنگی

سیاست های فرهنگی مجموعه تصمیمات کلان و چارچوب های قانونی خاصی هستند که در حکومت برای حفظ و استقرار شرایط فرهنگی - اجتماعی مطلوب و مناسب در جامعه اتخاذ می کند. (صباغ پور، ۱۳۸۵: ۵۵)

خط مشی ها و راهبردهای کلان فرهنگی برای رسیدن به اهداف چهارگانه توسعه فرهنگی یعنی همکاری فرهنگی؛ مشارکت فرهنگی؛ میراث فرهنگی و هویت فرهنگی، سیاست فرهنگی خوانده می شود. سیاست فرهنگی نوعی برنامه ریزی راهبردی است که از آرمان ها و ارزش های جامعه (ایدئولوژی) الهام گرفته می شود. (قائم؛ یادگاری، ۱۳۹۴: ۱۶۲)

سیاست فرهنگی به اصول و مبانی اطلاق می شود که به صورت رسمی از جانب «دولت» اعلام می شود تا معیار عمل سازمان های فرهنگی قرار گیرد. تعریف سیاست گذاری فرهنگی در معنای خاص عبارت است از کوشش آگاهانه و سازمان یافته دولت برای ایجاد تغییر در محتوای فرهنگ و دستیابی به اهداف مطلوب در حوزه های مختلف فرهنگی (شامل نهادها، اندیشه ها، ارزش و هنجارها). امور مختلفی از قبیل ترویج برخی از فرهنگ ها و نفی برخی دیگر، نمایش برخی نمادها و پنهان نگه داشتن برخی دیگر، مشروعیت بخشیدن به هنجارهای مشخص، مبنا قرار دادن ارزش های خاص، راه دادن به بعضی عناصر خاص فرهنگی و سد کردن بعضی دیگر و ایجاد حس هویت و شکل دادن به رفتارهای اجتماعی و غیره همه در چارچوب سیاست های فرهنگی قرار می گیرد. (ارمکی و منوری، ۱۳۸۹: ۴۹)

سیاستگذاری فرهنگی

سیاست گذاری فرهنگی نوعی برنامه ریزی کلان است که فعالیت های فرهنگی، اجتماعی را در جهت تحقق بخشیدن به اهداف سامان می دهد. اعمال این سیاست ها از سطح قانون گذاری گذشته، به معنای نوعی اعمال قدرت دولت به منظور اصلاح، بهبود و یا ایجاد دگرگونی در باور ها و رفتار های فرهنگی است. (ذکایی؛ شفیع، ۱۳۸۹: ۷۷)

در نگاه یونسکو، فرهنگ و سیاست گذاری های فرهنگی نه در حاشیه که در کانون فرآیند توسعه پایدار کشورها تعریف می گردند».
(رضایی؛ شادالویی، ۱۳۹۲: ۹)

جامعه شناسی هنر در تلاش است در مسیر ترقی سیاست گذاری های فرهنگی و الگو های درک اثر هنری و کارکردهای اقتصادی گام بردارد و رفع نقص کند. در واقع هدف جامعه شناسی هنر، شناخت هنرمند، بررسی آثار هنری، قوانین ارتباطی بین هنرمند و سایر نهادهای رسمی و غیر رسمی و بررسی کارکردهای اجتماعی هنر است. (احمدیان شیجانی، ۱۳۹۳: ۴۰)

هنر محصول کار مشترک و جمعی تولیدکنندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان است. از این رو شبکه ای از نقش های مختلف و نظامی از کار تقسیم شده میان فعالان عرضه هنر وجود دارد تا هنر را با زمینه های اقتصادی سازگار سازد. (مریدی، ۱۳۹۳: ۴۴)

جامعه شناسی هنر در صورتی می تواند وجود داشته باشد که نهادهای مربوط؛ یعنی جمعیت هنر شناس، حامی خصوصی یا عمومی هنرمندان، منتقدان هنری، موزه های هنر، فرهنگستان ها، دانشکده های هنر و مانند اینها موجود باشند. (جل، ۱۹۹۷: ۳۲، ۳۳)

نهاد

نهاد عبارت است از نظامی به نسبت پایدار و سازمان یافته از الگوهای اجتماعی کنش که برخی رفتارهای نظارت شده و یکسان را با هدف برآوردن نیازهای اساسی جامعه در بر می گیرد. (مریدی، ۱۳۹۳: ۱۵۵)

نهاد های اجتماعی حد و مرز انتخاب های افراد را تعیین و محدودیت هایی را برای افراد جامعه تحمیل می کنند که آزادی کنش را محدود کرده و به این ترتیب موجب ساختارمند شدن رفتارها و روابط افراد می شود و فرصت طلبی را کاهش می دهد. در این شرایط عدول از هنجارها تنبیه شده و به رعایت هنجارها پاداش داده می شود؛ بنابراین هنجارهای نهادی، علائق درهم تنیده منفی یا مثبت را ایجاد می کنند. (مختاریان پور؛ گنجعلی، ۱۳۹۰: ۱۲۴)

شاید مهم ترین عنصر یک نهاد این باشد که در برخی روش ها یک ویژگی ساختاری از جامعه یا از سیاست وجود دارد. این ساختار ممکن است رسمی باشد مانند یک مجلس، یک کارگزار بوروکراسی عمومی یا یک چارچوب قانونی، یا ممکن است غیر رسمی باشد همانند یک شبکه از سازمان های متقابل یا مجموعه ای از هنجارهای مشترک. (لک زایی، ۱۳۸۳: ۳۲۸)

لباس به وسیله ای اطلاق می شود که توسط آن تمام یا بخش هایی از بدن با اهداف مختلفی پوشانده می شود. شکل و فرم لباس در هر فرهنگی تابع تعریف و هدف آن فرهنگ از بکار گرفتن لباس است. (بابایی و اکبری، ۱۳۹۳: ۲۴۳)

نیاز به پوشاک ایرانی و اسلامی نیازی نه تنها فرهنگی، بلکه اجتماعی نیز تلقی می شود. چالش های هویتی امروزه از سطح امری فرهنگی فراتر رفته و شاخصه های زندگی اجتماعی افراد را نیز تحت تاثیر قرار داده است. برخی نظریه پردازان معتقدند: "فرهنگ دوره اخیر مدرنیته، فرهنگی بصری و نمایشی است به گونه ای که بستر اصلی برقراری ارتباط و به بکار بستن معانی همان نمایشی شدن و بصری شدن است." (یاسینی، ۱۳۹۵: ۵۷)

پذیرش نوع پوشش از سوی هر فرد در جامعه، در حقیقت بیانگر نوع جهان بینی اوست. نهاد درونی انسان با پارچه و رنگ و مد پیام رسانی می کند. به همین دلیل هر فرد از جامعه با انتخاب نوع پوشش خاص، در لایه های جامعه همفکر و هم مسلک خود راه می یابد. باز به همین دلیل، هر فرد متناسب با نوع جهان بینی خود، به سراغ لباسی خاص می رود. (ابراهیم زاده، ۱۳۹۰: ۱۳۸)

لباس نیز همانند خط یا زبان، نشانه و نمادی برای فرهنگ به شمار می رود. همانطور که گفتار و نوشتار شیوه هایی هستند که به کمک آنها می توان معانی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را بیان کرد و هر جامعه ای خط و زبان خود را داراست، شکل و فرم و رنگ پوشاک نیز دارای معانی خاصی است که بستگی تام به فرهنگ جامعه تولید کننده و مصرف کننده آن دارد. حتی می توان گفت لباس ها سریع تر از خط و زبان می توانند بسیاری از موارد مطروحه را انتقال دهند. (زارع، رهبرنیا، ۱۳۹۵: ۵)

قوانین و سیاستگذاری های مرتبط با لباس در جمهوری اسلامی ایران

یکی از عناصر فرهنگی جامعه، نحوه پوشش افراد آن است. در اماکن عمومی جامعه، این مسئله به عنوان یک مسئله عمومی مطرح است و دولت ها، در این مسئله نیز همچون مسائل عمومی دیگر، به اشکال مختلفی مداخله می کنند، به گونه ای که در هر جامعه ای می توان شکل و مد لباس غالب را در هر برهه ای از زمان تشخیص داد. نهادینه شدن یک نوع لباس در یک جامعه ممکن است صرفاً ناشی از اراده ملت تلقی شود، ولی در مواردی دولت ها به طور غیر مستقیم یا حتی مستقیم در این مسئله مداخله می کنند. (قلی پور، ۱۳۸۶: ۱۰)

پیشینه تحقیق

- مختاریان پور، مجید؛ گنجعلی، اسدالله. (۱۳۹۰) در مقاله ای با عنوان "نهادی سازی عفاف و حجاب در جامعه با رویکرد فرایندی" که در مجله علمی پژوهشی تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱۵ به چاپ رسیده است، طی مطالعاتی تطبیقی بین نهادگرایی و حجاب و عفاف، به بررسی وضعیت حجاب پس از انقلاب اسلامی پرداخته اند که به علت برخی برخوردهای افراطی رو به کم رنگ شدن رفته است و ضمن مطرح شدن مسئله بی حجابی، به خاطر عدم ارائه برنامه علمی و به دور از قضاوت های احساسی، در این زمینه فرهنگ سازی خاصی جهت نهادینه شدن حجاب صورت نگرفته است. در این مقاله همچنین به برخی علل اشاعه بی حجابی، مانند تهاجم رسانه های غربی اشاره شده است و سیاست گذاری های اصلاح هنجاری حجاب و نهادی کردن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، صرف نظر از برداشت های ذهنی فردی و دست یابی به یک برداشت و تفسیر عینی و مشترک صحیح و ارزش مدار، تعریف استانداردهای مشخص در این زمینه و سپس تکرار و گسترش، در تثبیت ارزش های زیربنایی حجاب موثر دانسته شده است.

- قلی پور، آرین. (۱۳۸۶) در مقاله خود با عنوان "نقش دولت در نهادینه سازی حجاب" که در مجله مطالعات راهبردی زنان، شماره ۳۸ به چاپ رسیده است، طی مطالعاتی درباره نهادینه سازی حجاب در جامعه تلاش کرده تا مکانیزم های تحقق این امر را در سه دهه اخیر ایران، یعنی پس از انقلاب اسلامی مورد بررسی قرار دهد. او این مکانیزم ها را به سه دسته مکانیزم های اجباری، هنجاری و شناختی تقسیم کرده و به ذکر تاثیرات و تفاوت های آنها پرداخته است. از نظر او مکانیزم های اجباری ضمن شتاب زیاد، از ثبات بسیار کم و هزینه بسیار بالا برخوردارند. در این مکانیزم، حجاب امری تحمیلی تلقی شده و به مقاومت جامعه در پذیرش آن منجر می شود. در حالی که مکانیزم های هنجاری و شناختی از شتاب کمتری برخوردارند، اما با ثبات بالا همراهند و موجب می شوند حجاب به یک عادت رفتاری تبدیل شود. این نوع سیاست گذاری ها می توانند جایگزین مناسبی به جای سیاست های زور و اجبار ارزیابی شوند. علاوه بر اینکه زور و اجبار، باعث تحلیل مشروعیت دولت می شوند، وقتی حجاب به عنوان یک فرهنگ با انتخاب فردی صورت می گیرد از ماندگاری بیشتری برخوردار خواهد بود.

- اسدی، لیلا. (۱۳۸۴) در مقاله اش با عنوان "بررسی قوانین کیفری ایران در امر پوشش مردم" که در مجله فقه و حقوق خانواده، شماره ۴۰، چاپ گردیده است، انواع پوشش را از منظر نگاه حکومتی به سه دسته پوشاک عرفی، شرعی و قانونی تقسیم کرده، سپس دولت ها را در امر پوشش از دو دیدگاه ناشی از اقتدار و تفکر و ایدئولوژی مورد واکاوی قرار داده است، در این خصوص به ذکر تبصره های مربوط به قانون مجازات اسلامی و نیز نقد گفتمان کیفری قانون گذار ایران در ارتباط با پوشش مردم پرداخته است.

- ذکایی، محمد؛ شفیعی، سمیه سادات. (۱۳۸۹) در مقاله ای با عنوان "کالبدشکافی سیاست گذاری های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در حوزه سبک زندگی دختران" در مجله علمی پژوهشی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۰، به وجوه اصلی سیاست گذاری های فرهنگی در حوزه سبک زندگی دختران در چهار اصل ضوابط حجاب و پوشش، ممنوعیت آرایش، تفکیک جنسی و در نهایت اوقات فراغت به عنوان شاکله اصلی این سیاست ها پرداخته اند که در امتداد ایدئولوژی نظام سیاسی و برخاسته از ارزش های دینی سیاست گذاران در مورد زن در فضای انقلابی شکل گرفته است. همین طور برای رسیدن به محورهای اصلی این سیاست گذاری ها با صرف نظر از نقل قول ها و گزارشات، متون رسمی انتشار یافته شامل مصوبات، اسناد و آئین نامه های دیستگاه های سیاست گذار

از جمله شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان ملی جوانان و سازمان صدا و سیما مورد تحلیل قرار گرفته است. که در این میان حجاب و پوشش به عنوان مهمترین اصل سیاست گذاری های فرهنگی در حوزه مورد بحث پس از انقلاب در کانون مطالعات قرار دارد. به سیاست گذاری های فرهنگی در حیطه میزان پوشش در جامعه اسلامی پس از انقلاب از نقطه نظرهای دینی توجه شده و اصل پوشیدگی صراحتاً در راستای اجتناب از عرضه زنان به عنوان ابزار جنسی و ممانعت از تحریک شهوانی مخاطبان بیان شده است.

- بابایی، پروین؛ اکبری، فاطمه. (۱۳۹۳) در مقاله ای تحت عنوان "بررسی مبانی نظری طراحی مد و لباس زنانه در الگوی ایرانی-اسلامی" که در شماره های ۱ و ۲، در مجله نقد کتاب هنر به چاپ رسیده است، سعی کرده اند با بررسی تاثیر مولفه هایی چون نحوه زندگی و اوضاع اجتماعی، جنگ ها و اوضاع سیاسی، شرایط و اوضاع اقتصادی و پیشرفت تکنولوژی، اعتقادات مذهبی، آداب و رسوم، نظام طبقاتی حاکم بر جامعه در ادوار گوناگون تاریخی، به تدوین اصول و قواعدی بر اساس ارزش های فرهنگی، اسلامی و زیباسازی شناسی برای طراحی لباس به سبک ایرانی دست یابند.

روش تحقیق

روش انجام تحقیق توصیفی-تحلیلی است. ابتدا موارد موثر مربوط به عاملان و نهادهای دولتی و به طور ویژه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر ساختار لباس مردم ایران پس از انقلاب شناسایی و بررسی می شود. مبانی نظری مربوط به جامعه شناسی و سیاست ورزی در این حوزه مورد کنکاش قرار می گیرد و در پایان نامه همه این موارد تحلیل شده است.

روش گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه ای و پیمایشی است. ابزار گردآوری اطلاعات در روش کتابخانه ای استفاده از فیش برداری از کتب، مقالات، استفاده از سایت های معتبر اینترنتی است. ابزار گردآوری اطلاعات در روش پیمایشی، مصاحبه است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات به صورت کیفی است به این صورت که صرفاً جایگاه و نقش میانجی موثر بر ساختار لباس به صورت کیفی تحلیل خواهد شد.

جامعه مورد پژوهش نهادهای دولتی موثر بر لباس مردم ایران پس از انقلاب است، مانند: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اتحادیه اصناف پوشاک و ...

تعداد نمونه: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

روش نمونه گیری: به صورت هدفمند و با رویکرد تاثیر بیشتر پس از بررسی اولیه انجام خواهد شد.

تحلیل یافته ها

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان نهادی دولتی محسوب می شود که مطابق با قوانین جمهوری اسلامی ایران، اعمال حاکمیت و تصدی دولت در امور مربوطه را عهده دار است و با هدف رشد فضایل اخلاقی-اسلامی، گسترش روابط و تعاملات فرهنگی با دیگر ملل جهان به خصوص مسلمانان، حفظ استقلال فرهنگی، رواج فرهنگ و هنر اسلامی و نیز صیانت از جامعه در برابر نفوذ بیگانه، در تاریخ ۱۲ اسفند ۱۳۶۵ تشکیل گردید.

وزارت ارشاد اسلامی همچنین دارای معاونت های تخصصی و سازمان های پشتیبانی مورد تایید سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور است و کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور که طی پیشنهاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به مجلس تشکیل شد، در حوزه فعالیت معاونت امور هنری این وزارتخانه جای می گیرد.

بر طبق ماده یکم از آئین نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس این کارگروه توسط وزارت ارشاد اسلامی تشکیل شد و اعضای آن مرکب از معاون امور هنری وزارت ارشاد به عنوان نماینده تام الاختیار این وزارتخانه در سمت رئیس کارگروه، نماینده تام الاختیار وزارت های آموزش و پرورش، صنعت، معدن و تجارت، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور، نمایندگان صنوف طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس، با نظارت نماینده ای از کمیسیون فرهنگی مجلس می باشد.

در چارچوب اهداف کلی و بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد که پیش تر مختصر اشاره ای بدان شد، وزارت ارشاد به عنوان یکی از دستگاه های عضو کارگروه و نیز ریاست آن موظف است تمهیدات و اقدامات لازم و موثر در کلیه امور مربوط را اعمال کند و در سیاستگذاری ها و هماهنگی های منطبق با اهداف قانون مد و لباس کوشا باشد. از جمله این وظایف و اقدامات می توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- ساماندهی فرهنگی- هنری طراحان پارچه و لباس با هدف رواج نمادها و الگوهای پارچه و لباس ایرانی- اسلامی و نیز بومی مناطق مختلف کشور از طریق برپایی نمایشگاه های دائمی پارچه و لباس، برپایی جشنواره و نیز شرکت در نمایشگاه های بین المللی در راستای فراهم کردن بستر مبادلات فرهنگی.

۲- نظارت بر علائم و نقوش مورد استفاده بر روی پوشاک توسط معاونت امور هنری وزارت ارشاد، بنابر ماده ۵ آیین نامه نحوه نظارت بر علائم، نشانه ها و نساویر روی البسه لوازم التحریر و کالاهایی مشابه، مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی.

۳- تسهیل شرایط صدور مجوز برای تاسیس موسسات فرهنگی- هنری در راستای ارتقای طراحان پارچه و لباس.

۴- ایجاد بستر های هماهنگی و ارتباط میان اعضای کارگروه مد و لباس با جامعه طراحان، دانشجویان و مرتبیین جهت فراهم کردن امکان اجرای طرح ها و پروژه های مطالعاتی و تحقیقاتی.

۵- نظارت بر عملکرد دستگاه های عضو کارگروه و جمع بندی گزارشات و ارزیابی آنها به منظور پیشرفت و توسعه فعالیت های کارگروه.

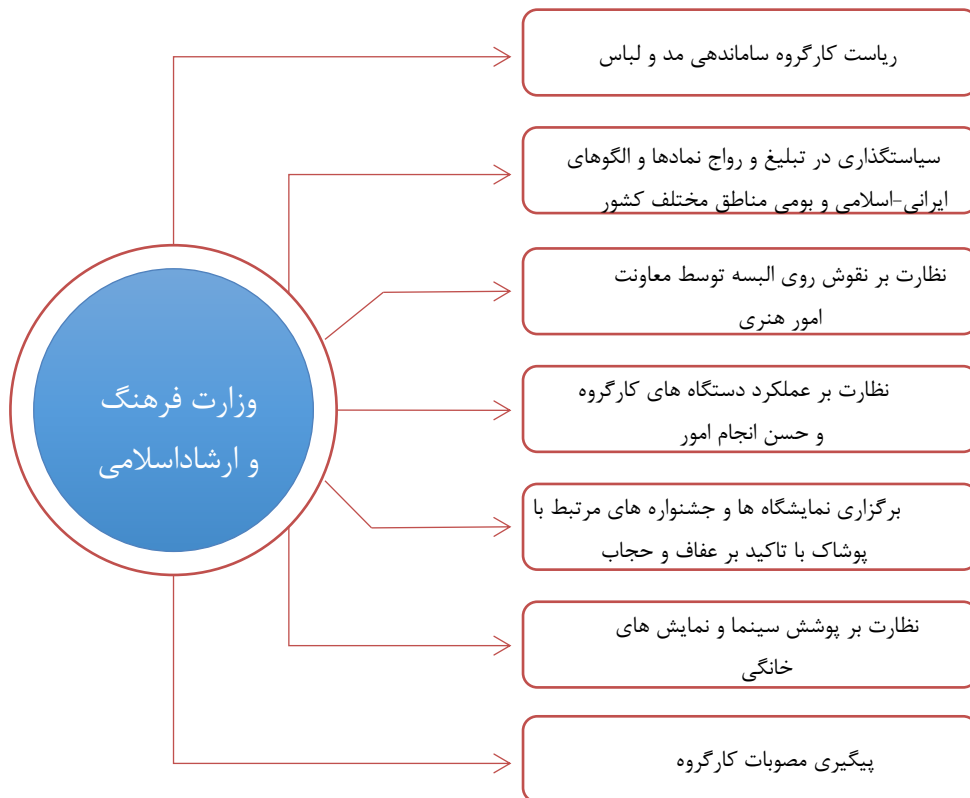
۶- تبلیغ نمادها و الگوهای پارچه و لباس ملی و بومی مناطق مختلف کشور از طریق همکاری با سازمان صدا و سیما.

۷- جلوگیری از انتشار و تبلیغ کالاهای فرهنگی که با شئون ملی و دینی کشور مغایرت داشته باشد، بر اساس سیاست ها و ضوابطی که در تاریخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۷ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی که به منظور ساماندهی و حفظ ارزش های انقلابی، ملی و اسلامی و نیز حمایت از تولیدات داخلی به تصویب رسیده است. در این قانون تبلیغات کالاهای خارجی نباید باعث سلب اعتماد جامعه از تولیدات داخلی شود، یا تبلیغات دارای ادعاهای کذب باشند. همچنین در نوشتار تبلیغات باید از خط و نوشتار فارسی و املا صحیح بهره گرفته شود. تبلیغات نباید به محیط زیست آسیب رساند.

۸- ترویج فرهنگ عفاف و حجاب از طریق کالاهای مرتبط و محصولات فرهنگی جلوگیری از جنبه های منفی مدگرایی.

۹- نظارت بر نوع پوشش در فیلم های سینمایی و نمایش های خانگی برای صدور پروانه نمایش آنها، بنا بر ماده ۶ آئین نامه اجرایی نظارت بر نمایش فیلم و اسلاید و ویدئو با عنوان « نفی یا مخدوش نمودن ارزش های والای انسانی». در تبصره این ماده از قانون وظیفه وزارت ارشاد در این زمینه اینگونه توصیف شده است: "هیات نظارت موظف است ضوابط نحوه حضور زن را به طوری که با کرامت انسانی زن مغایرت نداشته باشد با توجه به ضوابط شرعی در کلیه فیلم ها اعم از ایرانی و خارجی را تعیین و در اختیار سازندگان و واردکنندگان فیلم های خارجی قرار دهد.

۱۰- پیگیری مصوبات کارگروه مد و لباس و نظارت بر حسن اجرای آنها.



شکل ۱

اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در امر لباس

پس از شناسایی نهادها و بررسی محدوده وظایفشان در زمینه های قانونگذاری، سیاستگذاری و اقدامات حمایتی که هر یک در رابطه با مد و پوشاک مشغول به انجام آنها هستند، جایگاه وزارت فرهنگ و ارشاد و نقش کلیدی آن در انجام فعالیت ها و تاثیر مستقیم اقدامات این وزارتخانه از نظرها پوشیده نخواهد ماند و بیش از پیش بر تاکید به بیان فعالیت های وزین این وزارتخانه که مستقلا و نیز با همکاری اعضای کارگروه ساماندهی مد و لباس و دیگر اعضای فعال و موثر در این بخش، چه در زمینه فرهنگی و چه در زمینه تولید و بسط این صنعت انجام می دهد، ضرورت خواهد یافت.

مبنای سیاستگذاری ها و قانونگذاری های این وزارتخانه بر اساس فعالیت ها و نظارت بر عملکرد های فرهنگی موثر در رواج هنجارها و ارزش های اسلامی و ایرانی در همه بسترهای دینی، انقلابی، انسانی و اجتماعی است که در هر زمینه ای توسط معاونت ها و سازمان های وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد جمهوری اسلامی به مرحله اجرا می رسد. در ادامه به شناسایی معاونت ها و سازمان های مرتبط با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اشاره به مجموعه اقدامات این وزارتخانه توسط معاونت ها و سازمان های مربوطه در حوزه پوشاک خواهیم پرداخت.

معاونت امور هنری

معاونت امور هنری وزارت ارشاد به عنوان متولی سیاستگذاری ها و نظارت های این وزارتخانه در زمینه هنرهای تجسمی، نمایشی، موسیقی و کارگروه ساماندهی مد و لباس محسوب می گردد که با دیدگاه صیانت از حقوق شهروندی با محوریت عفاف و حجاب و حفظ ارزش های اخلاقی و دینی در پوشش، به برنامه ریزی برای فعالیت در این بخش می پردازد.

معاونت امور هنری در زمینه برگزاری تئاتر، نمایشگاه و جشنواره های متعدد، عمده توجه خود را به مفاهیم مرتبط با دستاوردهای انقلاب اسلامی که همواره حجاب از مسائل مهم و مطرح در جریان های آن عنوان می شود، معطوف دارد و علاوه بر اجرای آنها در سطح استان های کشور، بر آن است تا زمینه را برای ارتباطات بین المللی و تعاملات دوسویه در این زمینه فراهم آورد. از جمله این فعالیت ها می توان به موارد ذیل اشاره داشت:

- ۱- برگزاری نمایشگاه عکس دفاع مقدس به مناسبت آزادسازی خرمشهر در تهران و آبادان.
- ۲- شرکت فعال هنری در نمایشگاه اجلاس سراسری در قزوین.
- ۳- برگزاری نمایشگاه نگارگری ایرانی- اسلامی در موزه هنرهای شرقی رم.
- ۴- طراحی نمایشگاه هستی شناسی هنر ایرانی- اسلامی در موزه هنرهای معاصر تهران.
- ۵- برگزاری نمایشگاه نگارگری ایرانی- اسلامی در موزه هنرهای ارمنستان.
- ۶- نمایش تاثیر هنر ایرانی- اسلامی بر هنر غرب با نمایش آثار «ویم ولووی» هنرمند بلژیکی در موزه هنرهای معاصر تهران.
- ۷- برنامه ریزی و برگزاری بخش ویژه هنرهای نمایشی در نمایشگاه بین المللی قرآن کریم.
- ۸- برپایی بالغ بر ۱۸۰ نمایشگاه عمومی و اختصاصی با موضوع مد و لباس و عفاف و حجاب با هدف الگوسازی و معرفی ظرفیت های هنر- صنعت ملی مد و لباس ایرانی- اسلامی.
- ۹- تدوین سند ملی توسعه مد و لباس به تصویب وزارت صنعت، معدن و تجارت.
- ۱۰- رونمایی از طرح ملی ارتقای کیفیت چادرهای نماز در مساجد و اماکن متبرکه.
- ۱۱- تاسیس انجمن موسسات فرهنگی هنری مد و لباس کشور تحت نظارت کارگروه مد و لباس به منظور تاثیرگذاری بیشتر موسسات در حوزه تولید، طراحی، فناوری، فروش و عرضه و تجاری سازی.
- ۱۲- تشکیل کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور و تدوین منشور اعضای کارگروه.
- ۱۳- جشنواره لباس کتابداران کشور.
- ۱۴- تدوین و انتشار مجموعه مقالات مد و لباس.

معاونت امور فرهنگی

معاونت امور فرهنگی نیز با وظیفه حفظ استمرار فرهنگ اسلامی، به عنوان مرجعی قانونی همواره برنامه ریزی و حمایت از مقالات، پژوهش ها، نمایشگاه های ادبی و نشر کتب مرتبط با هدف ترویج عفاف و حجاب را در اولویت فعالیت های خود قرار می دهد. می توان از جمله اقدامات مرتبط آن را در موارد زیر برشمرد:

- ۱- انتشار بالغ بر ۲۰ مقاله با موضوع حقوق شهروندی و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب.
- ۲- انتشار اشعار مرتبط با موضوعات روابط اجتماعی و حقوق شهروندی از جمله عفاف و حجاب.
- ۳- برگزاری نشست با عنوان «سبک زندگی» و طرح موضوعات مرتبط.
- ۴- معرفی و بررسی دانشنامه حضرت فاطمه (س).

۵- حضور فعال در خبرگزاری ایبنا در خصوص عفاف و حجاب و حقوق شهروندی.

معاونت توسعه مدیریت و منابع

بخش معاونت توسعه مدیریت و منابع در وزارت ارشاد، ضمن ارائه راهکارهایی برای جذب نیروی انسانی در امر کارآفرینی، برنامه ریزی، هماهنگی، نظارت و ارزشیابی در امور مختلف مربوط به کارکنان وزارت اعم از قوانین استخدامی، حقوقی، درمانی و بهداشتی و ... هم چنین نظارت بر انجام امور مالی در چارچوب مصوبات و همینطور برنامه ریزی صحیح برای هزینه های مربوطه، برنامه ریزی برای همکاری های بلند مدت و کوتاه مدت با واحدهای ذیربط و ... اقدام به برگزاری دوره های آموزش معارف مرتبط با موضوع عفاف و حجاب برای کارکنان و مراجعین به صورت الکترونیکی در زمینه گسترش عفاف و حجاب نموده است.

معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی

بر اساس ماده اول قانون مطبوعات ایران، تعریف مطبوعات بدین شرح آمده است: " نشریاتی که به طور منظم با نام ثابت و تاریخ و شماره ردیف در زمینه های گوناگون خبری، انتقادی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، کشاورزی، فرهنگی، دینی، علمی، فنی، نظامی، هنری، ورزشی و نظایر اینها منتشر می شوند."

همچنین با توجه به رسالت مطبوعات در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، در بند «د» از ماده دوم همین قانون آمده است: " مبارزه با مظاهر فرهنگ استعماری (اسراف)، تبذیر، لغو، تجمل پرستی، اشاعه فحشا و ... و ترویج و تبلیغ فرهنگ اصیل اسلامی و گسترش فضایل اخلاقی."

معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به کوشش در جهت توسعه فرهنگ عفاف و حجاب به عنوان یکی از مظاهر مهم اخلاق اسلامی می پردازد، من جمله:

۱- تصویب آئین نامه های حمایت از مطبوعاتی که به صورت تخصصی به مسائل مذهبی از جمله حجاب می پردازند و توصیه در انتشار ویژه نامه در این زمینه مانند نشریه «پیام زن» با ویژه نامه «زن در جمهوری اسلامی» یا نشریه «فقه» با ویژه نامه «حجاب».

۲- نظارت بر رعایت مولفه های حجاب در انتشار عکس و تصاویر در مطبوعات و مجلات.

۳- تذکر و توقیف مطبوعاتی که در نمایش تصویر زنان با حجاب نامناسب و نامتعارف استفاده کنند و یا در نمایش تصویر زنان مجرم و اشخاص منفی از حجاب و پوشش اسلامی و مثبت سود جویند.

۴- تشویق و حمایت از روزنامه نگارانی که در زمینه ترویج حجاب فعالیت می کنند.

۵- تعامل با نشریات خانوادگی، بهداشتی و آرایشی و اجتماعی در زمینه رعایت موضوع عفاف و حجاب.

۶- توصیه به مطبوعات در خصوص پوشش خبری مناسب همایش های مرتبط با حجاب.

۷- برگزاری سمینار (رسانه و نماز) که در آن به موضوع عفاف و حجاب توجه ویژه شده است.

۸- همکاری با بنیاد شهدا در نشر مقالات در زمینه اصول و ارزش های دینی از جمله ازدواج، سنت ها، حجاب و ...

۹- ابلاغ بخشنامه در تعیین پوشاک عرفی و همچنین تاکید بر حجاب در محیط های کاری در جهت حفظ ارزش های معنوی بانوان.

۱۰- شرکت همکاران دفتر در همایش «حجاب و عفاف» وزارت متبوع.

۱۱- شرکت همکاران در جلسات و همایش با موضوع حجاب در بخش امور بسیج بانوان معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی.

مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال

مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال واحدی است که وظیفه آن نظارت بر فناوری جدید اطلاعات و ارتباطاتی است که در چارچوب فعالیتی این ستاد قرار می گیرد که در راستای هدف اصلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، یعنی فرهنگ سازی بر اساس ارزش های دینی در ترویج عفاف و حجاب به فعالیت هایی چون ایجاد شبکه های اطلاع رسانی و آموزشی در حوزه ترویج پوشش مناسب با عفاف و ترویج حجاب برگزیده جامعه اسلامی از طریق پیام رسان های تلفن همراه، برگزاری نمایشگاه رسانه های دیجیتال انقلاب اسلامی و حمایت از آثار مرتبط با عفاف و حجاب در قالب بازی های رایانه ای و پویانمایی و ... و نیز برگزاری کارگاه ها و نشست های مرتبط به بهانه برگزاری نمایشگاه، پرداخته است.

سازمان امور سینمایی و سمعی بصری

سازمان امور سینمایی و سمعی بصری در وزارت ارشاد موظف به انجام وظیفه در دویخش نظارتی و حمایتی است. در بخش نظارتی بیشتر به نظارت بر عدم مغایرت با ارزش های فرهنگی جامعه اسلامی در تولید محصولات سینمایی و نمایش خانگی می پردازد و در بخش حمایتی از طریق بنیاد سینمایی فارابی، مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی حامی تولید فیلم هایی است که واجد ارزش های فرهنگی و هنری مورد نظر این سازمان و وزارت ارشاد هستند و با مشارک و سرمایه گذاری اقدام به همکاری می کنند. از جمله موارد قابل تامل در اقدامات این سازمان در حوزه عفاف و حجاب نیز می توان از موارد زیر نام برد:

- ۱- برگزاری نمایشگاه عکس عفاف و حجاب در استان های همدان، سمنان و شهر مراغه.
- ۲- برگزاری همایش فرهنگی امر به معروف و نهی از منکر در شهرهای کرمانشاه و خمینی شهر.
- ۳- برگزاری همایش فرهنگی با موضوع سبک زندگی در شهر ارومیه.
- ۴- نمایش فیلم با موضوعات فرهنگی و مذهبی در جهت ترویج و گرایش جوانان به هارزش های اسلامی و انقلابی با محتوای دینی و اخلاقی در دفاتر انجمن سینمایی جوانان ایران و دقت در نوع پوشش بازیگران.
- ۵- همکاری و مشارکت با سازمان بسیج هنرمندان استان قم و حلقه صالحین برای ارائه راهکارهای احیا و اجرای امر به معروف و نهی از منکر.
- ۶- تهیه و ارسال کتب در زمینه های فرهنگی، مذهبی و همچنین دفاع مقدس به دفاتر انجمن سینمایی جوانان کشور.
- ۷- اخذ تعهد از تمامی هنرجویان جهت رعایت تمامی اصول شرعی و اسلامی در ابتدای دوره های آموزشی.
- ۸- تشویق و حمایت از هنرجویان جهت ساخت و نمایش فیلم هایی با موضوعات دینی و مذهبی مرتبط مثل: «رنگ عفاف» ساخته فرزانه دلشاد، «زیبایی ایرانی» ساخته مهدی جوزایی، «پوشاک برتر» ساخته ماکان میرآفتابی.

مرکز حراست

مرکز حراست وزارت فرهنگ و ارشاد بنا بر وظیفه اصلی خود به حفظ امنیت درون سازمانی در راستای ترویج فرهنگ عفاف و حجاب و همچنین رعایت شئون کارکنان و مراجعان وظایفش را بدین شرح به انجام می رساند:

۱- انعکاس روزانه اخبار ناهنجاری های فرهنگی به مقام عالی وزارتخانه که از جمله آنها نقض ضوابط حجاب در کنسرت ها، جشنواره ها و نمایشگاه ها می باشد.

۲- جمع آوری اطلاعات در خصوص تخلفات کارکنان در حوزه عفاف و حجاب.

۳- تشکیل بانک اطلاعاتی در خصوص رصد متخلفان به منظور تغییر رویه نامطلوب آنها در محیط اداری.

۴- شرکت یکی از خواهران سازمان حراست در جلسات و نشست های مسئولان هسته یاوران معرف برای انجام فریضه الهی امر به معروف در زمینه عفاف و حجاب.

۵- تداوم اجرای مصوبات قانونی در بخش عفاف و حجاب توسط نیروهای حفاظت فیزیکی در ورودی ساختمان های وزارت.

نهاد کتابخانه های عمومی کشور

نهاد کتابخانه های عمومی کشور تحت نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در راستای حفظ حقوق شهروندی و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب در سطح ملی عملکرد های خود را در زمینه های مرتبط به صورت زیر تداوم بخشیده است:

۱- با برگزاری مسابقات نقاشی و قصه گوئی برای خردسالان و نوجوانان در رابطه با موضوع حفظ حجاب و ممانعت از فرهنگ مد گرایی در سطح کتابخانه های کشور.

۲- تولید و توزیع بروشورها و پوسترهای حاوی نکات اخلاقی و دینی مرتبط با عفاف و حجاب و پخش و نصب آنها در کتابخانه ها و اماکن عمومی.

۳- برگزاری نشست های « کتابخوان ماه » و برنامه جمع خوانی به عنوان نشست های فرهنگی پیرامون مسئله عفاف و حجاب، که از جمله آنها می توان از نشست فرهنگی « دختران آفتاب » در استان مرکزی و سلسله نشست های « عطر حجاب » در کتابخانه های استان ها نام برد.

۴- برگزاری نشست های ادبی با موضوع عفاف و حقوق شهروندی به مناسبت ولادت حضرت فاطمه زهرا (س) در سطح کتابخانه های کشور.

۵- حمایت های مادی و معنوی از آثار مرتبط با موضوع عفاف و حجاب مثل برپایی نمایشگاه پوستر در هفته عفاف و حجاب در کتابخانه های عمومی کشور.

۶- تدارک غرفه کتاب عفاف و حجاب در جشنواره های فرهنگی و هنری.

۷- قدردانی از بانوان با حجاب شاغل در کتابخانه ها و تجلیل آنها به عنوان الگوی سایر کتابداران در همایش ملی روز حجاب.

۸- سراسری کردن استفاده از لباس مناسب با مولفه های فرهنگی و اقلیمی و همچنین نوع فعالیت آنها به عنوان لباس فرم با همکاری کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور.

۹- تدوین و تنظیم بخشنامه مرتبط با نحوه پوشش، لباس های متعارف و عناصر مصنوعه و ابلاغ آن به تمامی کتابخانه های عمومی کشور.

ستاد عالی هماهنگی و نظارت بر کانون های فرهنگی و هنری مساجد کشور

طبق مصوبه شماره ۳۰۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در برپایی کانون های فرهنگی- هنری در جوار مساجد کشور مکلف گشته است تا به ترویج آموزه های دینی و معارف و همچنین اصول و ارزش های انقلابی بپردازد. این کانون های فرهنگی که از سال ۱۳۷۲ فعالیت رسمی خود را آغاز کرده اند یکی از ماموریت های مهم خود را در راستای تحقق اهداف فرهنگی در خصوص مسئله عفاف و حجاب می داند.

۱- برگزاری سخنرانی هایی طبق دیدگاه آیات و روایت در مناسبت ها و بین دو نماز توسط حجت الاسلام والمسلمین سلیمانی.

۲- برگزاری دوره های آموزشی درباره عفاف و حجاب و تربیت مربی.

۳- ارشاد متخلفان از عدم رعایت حجاب و پوشش مناسب.

جدول ۱- اقدامات انجام شده در هریک از معاونت ها و سازمان های وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ردیف	معاونت یا سازمان وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	خلاصه اقدامات و وظایف
۱	معاونت امور هنری	تشکیل کارگروه ساماندهی مد و لباس- برگزاری جشنواره پوشاک کتابداران- برگزاری نمایشگاه های عکس دفاع مقدس در تهران و آبادان- شرکت در اجلاس سراسری هنر قزوین- برگزاری نمایشگاه آثار هنری ایرانی اسلامی در موزه هنرهای رم شرقی و موزه هنرهای ارمنستان- برگزاری نمایشگاه آثار ویم ولووی با هدف نمایش تاثیر هنر ایرانی و اسلامی بر هنر غرب در موزه هنرهای معاصر- شرکت در نمایشگاه قرآن- برپایی بالغ بر ۱۸۰ نمایشگاه مد و لباس و نیز عفاف و حجاب- طرح ارتقای کیفیت چادرهای نماز در مساجد و اماکن متبرکه- تاسیس انجمن موسسات مد و لباس
۲	معاونت امور فرهنگی	انتشار و ارائه مقاله در زمینه ترویج عفاف و حجاب- برگزاری نشست سبک زندگی و طرح موضوعات مرتبط- معرفی و بررسی دانشنامه حضرت فاطمه (س) همکاری های مستمر و فعال با خبرگزاری ایبنا
۳	معاونت توسعه مدیریت و منابع	برگزاری دوره های آموزش معارف مرتبط با موضوع حجاب به صورت الکترونیکی
۴	معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی	توصیه و نیز برنامه ریزی های حمایتی از مطبوعاتی که در زمینه عفاف و حجاب فعالیت دارند- نظارت بر رعایت مولفه های حجاب در نشر تصاویر- تذکر و توقیف مطبوعاتی که بی توجه به رعایت مولفه های عفاف و حجاب به چاپ تصاویر زنان یا تبلیغات منفی در این رابطه می پردازند- پوشش مناسب خبری از همایش ها و نمایشگاه های مرتبط با حجاب- همکاری با بنیاد شهدا برای ترویج ارزش های دینی از جمله حجاب- ابلاغ بخشنامه در تعیین و تایید حجاب در محیط کاری
۵	مرکز توسعه فناوری و اطلاعات و رسانه های دیجیتال	ایجاد شبکه های اطلاع رسانی در حوزه ترویج حجاب از طرق پیام رسان های همراه- حمایت از آثار مرتبط با عفاف و حجاب در نمایشگاه رسانه های دیجیتال انقلاب اسلامی- تولید آثار مرتبط در قالب بازی های رایانه ای و پویانمایی

<p>حمایت از طریق بنیاد سینمایی فارابی، مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی از محصولات مرتبط با عفاف و حجاب- برگزاری نمایشگاه عکس عفاف و حجاب در همدان، سمنان و مراغه- برگزاری همایش امر به معروف و نهی از منکر در کرمانشاه و خمینی شهر و نیز همکاری با بسیج هنرمندان قم برای ارائه راهکارهای مناسب در این زمینه- برگزاری همایش سبک زندگی با طرح موضوعات مرتبط درارومیه- نمایش فیلم و ارسال کتب مرتبط به دفاتر انجمن سینمایی جوانان</p>	<p>سازمان امور سینمایی و سمعی بصری</p>	<p>۶</p>
<p>حفظ امنیت در زمینه عفاف و نیز نظارت بر رعایت حجاب درون سازمان- انعکاس اخبار ناهنجاری های مرتبط با زمینه مورد بحث از کنسرت ها و جشنواره ها- تشکیل بانک اطلاعاتی در خصوص رصد تخلفات اشخاص در زمینه عفاف و حجاب- اجرای مصوبات قانونی در بخش عفاف و حجاب در ورودی ساختمان های وزارت.</p>	<p>مرکز حراست</p>	<p>۷</p>
<p>برگزاری مسابقات نقاشی و داستان گوئی در رابطه با موضوع حفظ حجاب- توزیع و نصب بروشورهای حاوی نکات اخلاقی و دینی در رابطه با حجاب در کتابخانه ها و اماکن عمومی- برگزاری نشست های فرهنگی پیرامون مسئله حجاب مثل دختران آفتاب و عطر حجاب- برپایی نمایشگاه پوستر در رابطه با موضوع عفاف و حجاب- تدارک غرفه کتب عفاف و حجاب در جشنواره های فرهنگی- سراسری کردن لباس کتابداران منطبق با مولفه های حجاب، فرهنگی و اقلیمی- تنظیم و ابلاغ بخشنامه مرتبط با نحوه پوشش در کتابخانه ها</p>	<p>نهاد کتابخانه های عمومی کشور</p>	<p>۸</p>
<p>برگزاری سخنرانی های مطابق با دیدگاه آیات و روایات در زمینه حفظ عفاف و حجاب- برگزاری دوره های آموزشی و تربیت مربی در باره موضوع حجاب- ارشاد متخلفان از عدم رعایت حجاب و پوشش مناسب</p>	<p>ستاد عالی هماهنگی و نظارت بر کانون های فرهنگی و هنری مساجد</p>	<p>۹</p>

کارگروه ساماندهی مد و لباس

آنگونه که پیشتر ذکر شد، با تصویب قانون ساماندهی مد و لباس در مجلس شورای اسلامی، در بخش معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کارگروهی به ریاست وزارتخانه، و با نظارت کمیسیون فرهنگی مجلس تشکیل شد که اعضای آن را نمایندگان وزارت آموزش و پرورش، صنعت، معدن و تجارت، سازمان صدا و سیما، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (معاونت راهبردی ریاست جمهور) و نمایندگانی از صنوف نساجی و لباس شامل می شود.

مبانی کلی عملکرد به وظایف این کارگروه طبق ماده دوم از آیین نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، شامل موارد زیر می باشد و کارگروه سامان دهی مد و لباس کشور فعالیت های خود را هم جهت با آنها پیش می برد:

الف- اتخاذ سیاست ها و خط مشی های اجرایی شدن مواد قانون.

ب- بررسی و تصویب برنامه های پیشنهادی اعضای کارگروه.

ج- تعیین برنامه دستگاه ها برای تحقق اهداف قانون.

د- نظارت بر فعالیت ها و عملکرد دستگاه ها و ارزیابی آنها.

ه- اخذ گزارش عملکرد دستگاه های مشمول قانون.

و- ایجاد هماهنگی و انسجام در برنامه ریزی و مراحل اجرایی فعالیت های دستگاه ها.

ز- تنظیم و تصویب شیوه نامه ها و دستورالعمل های مربوط به این آیین نامه یا کارگروه.

ح- پیگیری نتایج گزارش های ارائه شده به کارگروه.

ط- تعیین شرایط استفاده از تسهیلات بانکی و امتیازات دولتی و تعیین مشمولان تسهیلات و امتیازات.

به طور کلی این کارگروه در سال های اولیه تشکیل به جمع آوری، تدوین و تنظیم ضوابط و مقررات مربوط به وظایف هر کدام از نهادهای عضو کارگروه پرداخته و سپس با بررسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف این ضوابط و همچنین ظرفیت های موجود هر دستگاه به اقدامات مفید و موثر در این زمینه استمرار بخشیده است. از جمله این اقدامات می توان موارد زیر را توصیف کرد:

۱- ارائه بیش از ۴۰۰۰ طرح با مفاهیم اسلامی و ایرانی برای البسه و منسوجات با هدف ایجاد و ارتقای باور به توانمندی طراحان مد و لباس ایرانی در بین تولیدکنندگان و نیز مصرف کنندگان به منظور حمایت از تولید و تجاری شدن آنها.

۲- مهیا کردن زمینه های برگزاری نمایشگاه و جشنواره های مد و پوشاک برای معرفی طراحان و تولیدکنندگان و بررسی ظرفیت های هنری و صنعتی در جهت حمایت از تولیدات ملی و بهره وری اقتصادی.

۳- تدوین سند ملی توسعه مد و لباس با محوریت گسترش تعاملات صنفی و تخصصی با هدف افزایش مشارکت اعضای این حوزه و توسعه فعالیت های ملی و بین المللی .

۴- تدوین مجموعه ضوابط و شاخصه های طراحی، تولید و تبلیغ پوشاک اجتماعی بانوان بعنوان راهنمایی برای طراحان، تولیدکنندگان، مزون داران و دیگر فعالان این عرصه جهت از میان برداشتن موانع تولید پوشاک همسو با فرهنگ ملی:

۱-۴- عدم بکارگیری ترکیب های رنگی نامتعارف و خارج از عرف جامعه، پارچه های نازک و بدن نما مثل پارچه های توری، پوست حیوانات حرام گوشت و مواد اولیه ای که ممنوعیت شرعی دارند.

۲-۴- عدم وجود ویژگی های «لباس شهرت» مثل نمادهای کثیفی و پارگی و یا استفاده از عناصر قیمتی.

۳-۴- عدم استفاده از الگوهای بدن نما و چسبان.

۴-۴- منظور کردن قد بلند (تا زیر زانو)، آستین استاندارد (تا مچ دست)، بکارگیری دکمه، زیپ، قزن و ... برای بسته بودن جلوی لباس.

۵-۴- خودداری از برش ها و فرم های دوختی که باعث جلب توجه نواحی خاص بدن بانوان شود.

۶-۴- پرهیز از طراحی لباس هایی که در فرم، شباهت به لباس مردانه داشته باشند یا فاقد جنسیت باشند.

۷-۴- پرهیز از طرح‌ها و نمادهای البسه ملی و بومی کشورهای اروپایی و امریکایی.

۸-۴- پرهیز از طراحی لباس با پارچه‌ها، نقوش و الگوهای مربوط به جریان‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی غیر قانونی، یا تداعی‌گر فرقه‌ها و مذاهبی که طبق مقررات کشور به رسمیت شناخته نشده باشند.

۹-۴- پرهیز از طراحی لباس‌هایی که در ظاهرشان به واسطه مدل یا بکار بردن نماد، شباهت به لباس‌های مشاغل خاص مثل روحانیت و یا نیروهای مسلح دیده شود.

۱۰-۴- الزام به وجود رضایت و تایید صاحبان طرح و یا اشخاص حقوقی مالک طرح‌هایی که دارای نشان شیما می باشند در هنگام استفاده و بهره‌مندی.

۱۱-۴- عدم بکارگیری ملحقات لباس غیر مسلمانان مثل کراوات، پاپیون و ...، خودداری از استفاده تزئیناتی که با دین رسمی کشور و ارزش‌های دینی مغایرت داشته باشند مثل اسماء الهی، آیات قرآن کریم و همچنین نمادها و نشانه‌های مورد احترام دیگر ادیان و مذاهب، همینطور بکارگیری نقش چهره به خصوص چهره افرادی که هویت آنها مشخص باشد.

۱۲-۴- اخذ نشان شیما و نصب آن داخل لباس.

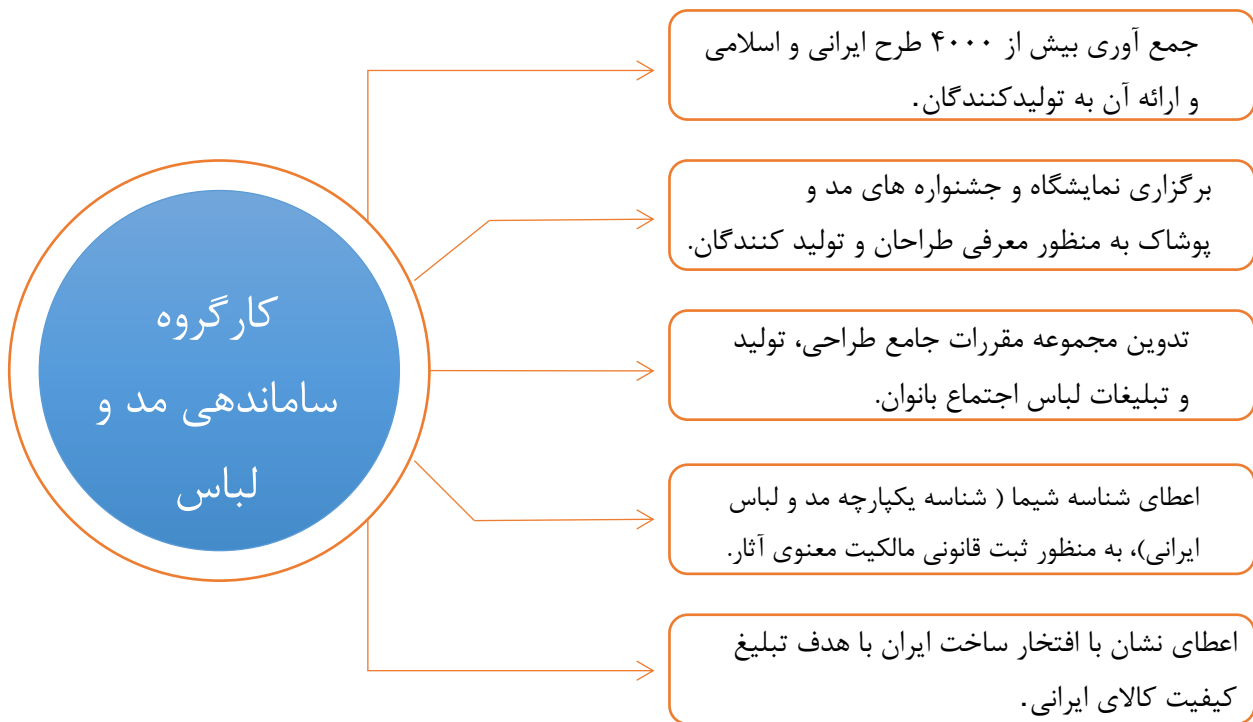
۱۳-۴- عدم استفاده از نام‌های بیگانه، نامفهوم یا دارای بار منفی سیاسی و اجتماعی در انتخاب نام برند محصولات طبق قانون ممنوعیت بکارگیری اسامی و عناوین و اصطلاحات.

۱۵-۴- الزام به اخذ مجوز فعالیت برای مزون‌ها، موسسات، تولیدکنندگان و سایر دست‌اندرکاران و فعالان این حوزه و همچنین الزام به اخذ مجوز برای هرگونه تبلیغات در هر کدام از فضاهای مجازی، محیطی یا چاپی.

۱۶-۴- نمایش و معرفی طرح‌ها پوشاک، منسوجات، ملحقات مثل کمربند، روسری، دستکش و ... در قالب مانکن‌های جامد و بدون بکارگیری مدل زنده.

۵- شناسه دار کردن لباس‌ها با اجرای طرح شیما به منظور حمایت از طراحان و تولیدکنندگان. «شناسه یکپارچه مد و لباس ایرانی» که با نام اختصار شیما بکار می‌رود و نصب آن برای محصولاتی که موفق به دریافت این شناسه شدند در درز قدی سمت راست لباس الزامی است. با پذیرش آثاری که دارای هویت ملی و دینی هستند قدم بزرگی در حمایت از طراحان و تولیدکنندگان بنابر قانون حمایت از حقوق مولفان، منصفان و هنرمندان از طریق ثبت اثر و دریافت مالکیت معنوی برداشته شده و ضمن آنکه سبب ارتقای سطح کیفی البسه می‌شود از منافع مصرف‌کنندگان نیز حمایت می‌کند.

۶- اعطای نشان «با افتخار ساخت ایران» با هدف تبلیغ کیفیت کالای ایرانی و ترویج فرهنگ استفاده از کالای ایرانی که توسط کارشناس کارگروه ساماندهی مد و لباس و نمایندگان صنوف ذیربط در جهت حمایت از تولیدکنندگانی ارائه می‌شود که درجه کیفی محصولات آنها، چه در بخش طراحی و چه در بخش بکاربردن مواد اولیه، مناسب با ضوابط تعیین شده برای دریافت این نشان باشد.



شکل ۲

همچنین این کارگروه بنا بر ماده هفتم از آئین نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، وظایف و تعهدات دستگاه های عضو کارگروه ها را به تفکیک شرح داده است که در جدول ذیل به آن پرداخته می شود:

جدول ۲- شرح وظایف نماینده تام الاختیار معاونت امور هنری وزارت ارشاد در کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور

شرح وظایف	نهاد
۱. انجام کلیه امور دبیرخانه ای کارگروه اعم از برگزاری و تعیین دستور کار جلسات کارگروه و سایر وظایف دبیرخانه مطابق آیین نامه داخلی.	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۲. ساماندهی فرهنگی-هنری طراحان پارچه و لباس کشور در قالب حمایت از ساختار مناسب از جمله تشکیل خانه طراحان پارچه و لباس ایران.	
۳. ایجاد نمایشگاه دائمی پارچه و لباس ایرانی-اسلامی یا نگارخانه و موزه (برای عرصه طرح ها و الگوهای برتر و برگزیده و مصوب کارگروه).	
۴. فراهم کردن حضور فعال و موثر طراحان ممتاز و متعهد پارچه و لباس ایرانی و اسلامی در سایر کشورهای اسلامی برای معرفی فرهنگ و تمدن ایران اسلامی در قالب برپایی نمایشگاه آثار با همکاری سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.	
۵. برقراری ارتباط و فراهم نمودن زمینه میادلات فرهنگی مناسب با کشورهای اسلامی در قالب برپایی نمایشگاه ها و جشنواره های بین المللی با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با محوریت معرفی نهادها و الگوهای برتر پارچه و لباس ایرانی-اسلامی در راستای عینیت بخشی به استقرار قطب طراحی و اشاعه مد اسلامی در جمهوری اسلامی ایران.	
۶. اعمال تمهیدات لازم در ترویج و تبلیغ نمادها و الگوهای پارچه و لباس ایرانی-اسلامی و بومی مناطق مختلف کشور و نمادها و الگوهای مصوب کارگروه در سینما، تئاتر، مطبوعات، کتاب، موسیقی، هنرهای نمایشی و دیگر فعالیت های فرهنگی.	
۷. فراهم کردن امکان ثبت هنری آثار طراحان پارچه و لباس مطابق با شرایط تعیین شده در کارگروه و نیز اعمال حقوق مالکیت معنوی درباره آثار یاد شده.	
۸. تسهیل و تسریع در فرآیند صدور مجوز تاسیس موسسات فرهنگی-هنری برای طراحان پارچه و لباس ایرانی-اسلامی.	

نتیجه گیری:

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ایران در کنار نهادهای دولتی دیگر، نقش موثر در امر تولید و توزیع لباس ایفا می کند. جایگاه برخی نهادهای دولتی مانند وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و یا وزارت آموزش و پرورش و یا به طور خاص سازمان فنی و حرفه ای حامی یا مشوق است. یا به طور مثال نیروی انتظامی به عنوان ناظر ایفای وظیفه می کند. اما وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متولی سیاستگذاری در امر پوشاک است. معاونت های زیر مجموعه این وزارتخانه به همراه کارگروه مد و لباس هر کدام وظایفی متفاوت و تقسیم شده در حوزه لباس دارند. به طور کل سازماندهی امر تولید، چگونگی طراحی لباس، نوع پارچه، رنگ، اندازه و امر فروش در این کارگروه و وزارتخانه تعیین می شود. تبلیغ پوشش به سبک ایرانی-اسلامی، استفاده از مصالح بومی، استفاده از نمادها و نشانه های ملی و مذهبی به عهده این وزارتخانه است. برگزاری جشنواره های مختلف مانند جشنواره ملی فجر برای آشنایی طراحان و تولید کنندگان در نوع پوشش مناسب ملی و تشویق تولید کنندگان به تولید لباس مورد نیاز از وظایف این وزارتخانه است. جلوگیری از تولید لباس هایی با اندازه ی نامناسب و با الگوی غربی، جلوگیری از طراحی با نمادها و نشانه های غیربومی و تبلیغ فرهنگ کشورهای دیگر در حوزه اختیار این وزارتخانه و کارگروه مد و لباس است. به طور کل می توان گفت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نقشی مستقیم (همزمان سیاستگذار، مشوق و ناظر) جایگاه خاص و ویژه ای در امر تولید و توزیع لباس دارد.

منابع

- آلفرد جل، (۱۳۹۰). هنر و عاملیت به سوی نظریه جدید انسان شناختی، مترجم: احمد صبوری، چاپ اول، انتشارات فرهنگستان هنر، تهران.
- اسدی، لیلا، (۱۳۸۴). بررسی قوانین کیفری ایران در امر پوشش مردم، فقه و حقوق خانواده، شماره ۴۰، ص ۴۸ تا ۷۴.
- آزاد ارمکی، تقی؛ منوری، نوح، (۱۳۸۹). ارائه مدلی برای تحلیل محتوای سیاست های فرهنگی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات (علمی-پژوهشی/ISC)، شماره ۲۰، ص ۴۷ تا ۷۶.
- احمدیان شیجانی، مهدی، (۱۳۹۳). نقد: جامعه شناسی هنر و ابعاد زیبایی شناسی ساختار اجتماعی نگاهی مختصر به بررسی وضعیت جامعه شناسی هنر در جامعه ی ایرانی، هنر و معماری تندیس، شماره ۲۹۵، ص ۴۰ تا ۴۱.
- احمدی، یعقوب؛ قادر زاده، امید، (۱۳۹۳). گونه شناسی ارزش های فرهنگی مبتنی بر هویت، پژوهشنامه توسعه فرهنگی اجتماعی، شماره ۱، ص ۳۴ تا ۵۶.
- بابایی، پروین؛ اکبری، فاطمه، (۱۳۹۳). بررسی مبانی نظری طراحی مد لباس زنانه در الگوی ایرانی - اسلامی، مجله هنر و معماری نقد کتاب هنر، شماره ۱ و ۲، ص ۲۴۱ تا ۲۵۸.
- جوانی، لیلا؛ اسماعیلی، رضا؛ ملکی ها، محمدرضا، (۱۳۹۲). برنامه ریزی فعالیت های فرهنگی، چاپ اول، انتشارات فرهنگستان اندیشه، اصفهان.
- ذکایی، محمد سعید؛ شفیع، سمیه سادات، (۱۳۸۹). کالبد شکافی سیاست گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مطالعات فرهنگی و ارتباطات (علمی-پژوهشی/ISC)، شماره ۲۰، ص ۷۷ تا ۱۲۰.
- رضایی علی اکبر، فردو محسن، (۱۳۸۸). آشنایی با اصول برنامه ریزی و برنامه ریزی فرهنگی، چاپ اول، انتشارات عباسی، تهران.
- ابراهیم زاده، حسن، (۱۳۹۰). مسئله پوشش، چاپ اول، انتشارات کانون اندیشه جوان، تهران.
- رضایی، علی اکبر؛ شادالویی، نوریه، (۱۳۹۲). بررسی تحول فرهنگی در سازمان ها و نهادهای فرهنگی کشور، مدیریت فرهنگی، شماره ۲۱، ص ۱ تا ۲۴.
- زارع، مرضیه؛ رهبرنیا، زهرا، (۱۳۹۵). نگاهی جامعه‌شناسانه به مفهوم لباس در هنر معاصر با تکیه بر آرا بوردیو، پژوهش های جامعه شناسی معاصر (علمی-پژوهشی/ISC)، شماره ۹، ص ۱ تا ۳۰.
- صباغ پور، علی اصغر، (۱۳۸۵). توسعه ی فرهنگی و ساختار فرهنگی ایران، مجله علوم سیاسی راهبرد (ISC)، شماره ۴۲، ص ۴۱ تا ۶۵.
- قلی پور، آرین، (۱۳۸۶). نقش دولت در نهادینه سازی حجاب، مطالعات راهبردی زنان (ISC)، شماره ۳۸، ص ۹ تا ۳۶.
- لک زایی، شریف، (۱۳۸۳). نظریه نهادی در علوم سیاسی؛ نهادگرایی جدید، علوم سیاسی - دانشگاه باقرالعلوم (ع)، شماره ۲۸، ص ۳۱۵ تا ۳۳.
- کرمی، مسعود؛ حقیقی، محمد؛ حمیدی کولایی، آرزو؛ ملکی، محمد مهدی، (۱۳۹۵). بررسی رابطه ارزش های فرهنگی و رفتار خرید آنی مصرف کنندگان ایرانی، مدیریت بازرگانی (علمی-ترویجی/ISC)، شماره ۲، ص ۳۰۱ تا ۳۱۶.
- محمدی اصل، عباس، (۱۳۸۴). برنامه ریزی فرهنگی در ایران، مجله علوم سیاسی، شماره ۱۶۳، ص ۶۱ تا ۶۳.
- گی روشه، (۱۳۶۷). کنش اجتماعی، چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد.
- منتظر قائم، مهدی؛ یادگاری، محمدحسن، (۱۳۹۴). مطالعه بازنمایی حجاب، پوشش و آرایش‌پیشگان زن در پوسترهای فیلمهای سینمای ایران و مطابقت آن با سیاست گذار ی فرهنگی سه دولت (سازندگی، اصلاحات و اصولگرا): به روش رهیافت گفتمانی استوارت هال، دین و ارتباطات (علمی-پژوهشی/ISC)، شماره ۴۸، ص ۱۵۷ تا ۱۹۳.
- مختاریان پور، مجید؛ گنجعلی، اسدالله، (۱۳۹۰). نهادی سازی عفاف و حجاب در جامعه: رویکردی فرایندی، تحقیقات فرهنگی ایران (علمی-پژوهشی/ISC)، شماره ۱۵، ص ۱۱۷ تا ۱۵۲.
- مردی، محمدرضا، (۳۹۳). هنر به مثابه کار جمعی، چاپ اول، انتشارات حوزه هنری خراسان رضوی، مشهد.

یاسینی، سیده راضیه، (۱۳۹۵). پوشاک سنتی زنان در جغرافیای فرهنگی ایران، مطالعات فرهنگ ارتباطات (علمی-پژوهشی ISC)، شماره ۶۵، ص ۵۳ تا ۷۸.

مظاهری، محمد مهدی؛ کاوسی، محمد اسماعیل؛ چاوش باشی، فرزانه، (۱۳۸۷). معرفی مدلهایی برای برنامه ریزی فرهنگی، پژوهشهای مدیریت راهبردی ((ISC، شماره ۳۹، ص ۳۰ تا ۴۹.