

زنان و مُدگرایی

سیده مریم طباطبایی ندوشن*

مقدمه

در سرشت آدمی، حس «کمال‌جویی» نهفته است. بنابراین آدمی به پیروی از انسان‌هایی تمایل دارد که در مقام «الگو» درجه‌های بالاتری از «کمال» را دارند. اساس «الگوگرایی»، ارزش‌های درونی فرد است که «کمال» را برای آدمی تعریف می‌کند. این کمال می‌تواند کمال معنوی، جمال ظاهری و باطنی باشد. بنابراین الگو می‌تواند یک اسوه دینی یا یک هنرپیشه و... باشد.

کمال باطنی، مُنافی جمال ظاهری نیست؛ چون زیبایی دوستی و آراستگی، بخشی از فطرت کمال‌جوی آدمی است؛ اما افراط در الگوگیری از افراد بعضاً مشهوری که در امور، مانند نوع لباس، آرایش مو... «الگو» و «مُد» انگاشته می‌شود، آدمی را از توجه به ارتقای درونی و کمال انسانی بازمی‌دارد و مُنافی هدفِ متعالی خَلْقِ ارزش‌های انسان است. این امر که با عنوان «مُدگرایی افراطی» یا «مُدپرستی» یاد می‌شود، پیامدهای منفی فردی، خانوادگی و اجتماعی فراوانی دارد.

* کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی و پژوهشگر حوزه خانواده.

این مقاله که می‌کوشد موضوع مدگرایی زنان را واکاوی کند، در محورهای ذیل سامان یافته است:

تعریف مد

در فرهنگ دهخدا «مد» این‌گونه تعریف می‌شود: لغتی فرانسوی به معنای روش و طریقه موقت که طبق ذوق و سلیقه اهل زمان، طرز زندگی، لباس پوشیدن و غیره تنظیم می‌شود.^۱ «مُد» در زبان فرانسه به معنای طرز، اسلوب، عادت، شیوه، سلیقه، روش و باب روز آمده است. این واژه پس از جنگ جهانی اول، به دنبال نفوذ تمدن غرب به ایران، وارد زبان فارسی شد و در اصطلاح، روش و طریقه‌ای موقتی است که بر اساس سلیقه و سبک زندگی افراد یک جامعه، تنظیم می‌شود. نکته در خور تأمل در این تعریف، موقتی بودن رفتار است.^۲

فرایند ایجاد و ترویج مد

از بررسی تعاریف متعدد مُد، به این جمع‌بندی می‌رسیم که مُدها در همه ابعاد (لباس، شیوه آرایش، معماری، دکوراسیون، اتومبیل، تلفن همراه و...) جزو آخرین الگوهایی هستند که مُدپردازان برای دوره کوتاهی عرضه می‌کنند و بخشی از جامعه نیز آن را می‌پذیرند. پس از آن‌که تقاضای مد به اوج خود رسید، زوال مد آغاز، و با پیدایی مد جدید، مد قبلی از دور خارج می‌شود. ماهیت کلی مُد، به وسیله اصطلاحات متقابل «مُد روز» و «از مُد افتاده» یا «مُد و دُمده» بیان می‌شود. این اصطلاحات بر تغییرات مُداوم دلالت دارد و «مُد» را از «رسم» که ثابت و تثبیت شده است، جدا می‌کند.

۱. دهخدا، لغت‌نامه، ج ۱۲، ص ۱۸۱۱۵.

۲. علی محمدنژاد، مدگرایی، نشریه نسیم البرز، تیرماه ۱۳۸۳.

فرایند ایجاد و ترویج مد بدین صورت است که شرکت‌های تولیدی جهان بر اساس روحیه نوگرایی انسان، از طریق سنجش روحیات افراد جامعه، هر روز یک فرم شلوار، پیراهن، کفش و... را عرضه می‌کنند و اندک تغییری از جانب آنها، یک مد جدید می‌شود. حتی گاهی برای آن‌که کالای تولیدی سریع‌تر در جامعه ترویج شود، با پرداخت مبالغ هنگفتی به افراد مشهور، مانند فوتبالیست‌ها یا بازیگران سینما، از آنها با کالا یا لباس مدنظر، تصاویری تهیه می‌کنند و به تبلیغ گسترده می‌پردازند. تولیدکنندگان داخلی نیز بدون تحقیق و در نظر داشتن فرهنگ ملی و اسلامی، معمولاً به الگو برداری و تقلید از مدهای غربی می‌پردازند و این، یکی از شیوه‌های ترویج مدگرایی در ایران است.

دلیل نگرانی از شیوع مدگرایی در ایران

شیوع مدگرایی در جامعه ایرانی، نگران‌کننده است؛ چراکه با تغییر اولویت جنگ‌ها از سخت به نرم، فرهنگ غربی - صهیونیستی با تمامی امکانات تبلیغی و رسانه‌ای، ملل مسلمان و به ویژه جامعه ایران را آماج حملات فرهنگی خود ساخته است تا زمینه برای انواع گرایش‌های غیرالهی هموار، و بدین وسیله امکان انواع سلطه فراهم شود. در این عرصه، همواره «زنان» هدف اصلی دشمن بوده‌اند؛ چراکه سرمایه انسانی - فرهنگی جوامع مسلمان، زنان آن هستند که در کنار وظیفه پرورش دهنده‌گی جامعه، پرچمداری حجاب و عفاف را نیز بر عهده دارند.

متأسفانه فضای جامعه نیز تحت تأثیر مدگرایی قرار گرفته و مُدگرایی را توجیه می‌کند. چنان‌که همه ما بارها و بارها از دیدن زنانی که با پوشش‌های زننده و آرایش عجیب چهره در اجتماع حاضر شده‌اند، متعجب شده‌ایم و از خود

پرسیده‌ایم: چطور ممکن است کسی حاضر شود با چنین لباس غیرمتعارف و چنین چهره‌ای در معرض دید دیگران قرار گیرد؟! و بلافاصله، به خود پاسخ می‌دهیم: حتماً مد شده است! گویا «مُد» توجیهی پذیرفتنی برای پوشش و آرایش‌های غیر معمول است.

آنچه درباره گرایش به مد نگران‌کننده است، گرایش افراطی به آن است؛ به گونه‌ای که تمام فکر و توجه فرد به شیوه‌ای بیمارگونه، به آخرین مُدل‌های روز لباس، آرایش و... معطوف می‌شود و به محض آن‌که الگوی جدیدی در جامعه رواج یافت، از آن‌ها پیروی می‌کند. به موازات افراط در مدگرایی، اگر مدهای یک جامعه، الگوگیری از فرهنگ غیر خودی باشد، نگرانی از این پدیده بیش از پیش افزایش می‌یابد. «آنچه برای اندیشمندان و محققان مسائل فرهنگی در هر جامعه‌ای، مهم و اساسی است، مسئله پیروی از مد غیر بومی است»؛^۱ چنان‌که مقام معظم رهبری نیز تأکید می‌کنند: «مواظب باشید قبله‌نمای این مُدگرایی، به سمت اروپا نباشد»؛^۲ چراکه انسان مدگرا، قربانی مد می‌شود و اگر مُدها برخلاف شئون فرهنگی و اعتقادی جامعه باشند، ارزش‌های دینی و فرهنگی جامعه را به همراه هویت افراد به مسلخ می‌برند.

انواع مدها

با آن‌که الگوها و مدهای غربی تنها یکی از اشکال الگویی هستند و مفهوم مد، به شکل غربی آن خلاصه نمی‌شود، مدها در جامعه ما، از پشتوانه فرهنگی خودی، کم‌بهره‌اند و غالباً وارداتی هستند.

متأسفانه برخی از زنان جامعه اسلامی ما در گرایش به مد و مدپرستی، به

۱. هدایت‌الله ستوده، *درآمدی بر روان‌شناختی اجتماعی*، ص ۳۲.

ویژه در حوزه لباس و آرایش، گوی سبقت را از مدپرستان غربی و کشورهای اروپایی که خواستگاه مد هستند، ربوده‌اند. این پدیده که در چشم بعضی زیبا جلوه می‌کند، طیف وسیعی از ناهنجاری‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی را به همراه دارد که دود آن به چشم همه خواهد رفت. مجله فرانسوی اکو مُد درباره وضعیت ظاهر و آرایش زنان ایرانی می‌نویسد:

«صورت‌ها دیگر واقعی و دل‌نشین نیستند. زنان ایرانی، چهره خود را پشت نقاب سنگینی از آرایش و عمل زیبایی مخفی می‌کنند. جای تعجب دارد که زنان این کشور علی‌رغم آموزه‌های دینی خود، شبیه ستاره‌های فیلم‌های پورنو آمریکایی آرایش می‌کنند. ما در خیابان‌های اروپا بسیار کم با چنین مواردی روبه‌رو می‌شویم. در ایران صورت زنان، بیشتر از آن‌که حس خوبی القا کند، حس شهوت را برانگیخته می‌کند. خرید و فروش کتاب در مقابل خرید و فروش لوازم آرایش بسیار کم و ناچیز جلوه می‌کند. در ایران مقدار خرید و فروش یک سال کتاب، برابر است با میزان خرید و فروش یک روز لوازم آرایش...»^۱ بر نوشتار این مجله خارجی، پوشش و آرایش آشکار زنان در بسیاری از خیابان‌ها، آمارهای رسمی از فروش لوازم آرایش، عمل‌های جراحی، انواع پروتز و ... صحنه می‌گذارد و این نوشتار گویای آن است که زنان ایرانی حتی بیش از انتظار غرب، مُدگرا شده‌اند! و چون از آنها «کلاه» خواسته شده، «سر» آورده‌اند!

رابطه زیباخواهی و مدگرایی

الگوگرایی ریشه در فطرت انسان دارد. بنابراین آدمی به پیروی از انسان‌هایی تمایل دارد که به عنوان «الگو» درجه‌های بالاتری از «کمال» را طی

۱. شبکه خبری تحلیلی <http://titre1.ir/fa/news/>

کرده‌اند. اینکه حد نهایی کمال برای آدمی «آراستگی باطنی» یا «جمال ظاهری» باشد، بستگی به ارزش‌های درونی فرد دارد. البته جمال ظاهری با کمال باطنی منافاتی ندارد؛ اما اگر زیباخواهی به افراط کشیده شود، زمینه مدگرایی را فراهم می‌کند.

آراستگی که بعضاً در مدهای منطقی جلوه می‌کند، نه تنها آثار مثبت بر روح و روان خود فرد دارد، موجب تعالی و رشد افراد جامعه نیز می‌شود. در مقابل، پرهیز از خودآرایی، و پریشانی و ژولیدگی چون با خواست فطری انسان در تعارض است، به تدریج آثار منفی در روان او بر جای می‌گذارد که افسردگی، نداشتن تعادل روانی، سرکوبی علایق طبیعی و... از جمله آنهاست.

در قرآن که بهترین پاسخ‌ها برای نیازهای بشر را در آن می‌یابیم، آمده است: «يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ»^۱ ای آدمی زادگان! در هر مسجد و عبادتگاهی لباس زیبا بپوشید».

در آیه بعدی با لحن تندتری در پاسخ به آنها که گمان می‌برند، تحریم زینت‌ها و پرهیز از غذاها و روزی‌های پاک و حلال، نشانه زهد و پارسایی و مایه قرب به پروردگار است، می‌گوید:

«قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَ الطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ»^۲ بگو: چه کسی زینت‌های الهی را که برای بندگانش آفریده و مواهب و روزی‌های پاکیزه را حرام کرده است».

در سیره اولیای الهی نیز همواره با این منطق غلط ناآگاهان که پرهیز از خودآرایی را دلیل وارستگی از قید نفس و بی‌اعتنایی به دنیا قلمداد می‌کردند، به طور جدی برخورد شده است.^۳

۱. اعراف، آیه ۳۱.

۲. اعراف، آیه ۳۲.

۳. شیخ طوسی، *الأمالی*، ص ۲۷۵، ح ۵۲۶.

امام صادق علیه السلام نقل می‌کنند: مردی برای ورود به خانه پیامبر صلی الله علیه و آله اجازه خواست. چون آن حضرت خواست بیرون بیاید، در اتاق، در مقابل کاسه کوچکی که آب داشت، کمی ایستاد و در آن نگاه کرد تا محاسن خود را صاف و مرتب کند. هنگامی که به درون خانه بازگشت، عایشه گفت: «ای رسول خدا، تو سرور فرزندان آدم و فرستاده پروردگار جهانیانی! در برابر این کاسه چرمین (که کمی آب دارد) می‌ایستی و سر و ریش را صاف می‌کنی؟!» پیامبر فرمود:

«إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ مِنْ عَبْدِهِ إِذَا خَرَجَ إِلَى إِخْوَانِهِ أَنْ يَتَهَيَّأَ لَهُ وَيَتَجَمَّلَ؛^۱ خدا دوست دارد هنگامی که بنده مؤمنش نزد برادر خود می‌رود، خود را مرتب و آراسته کند.»

اسلام، در کنار توجه به بُعد زیبایی‌گرایی فطری انسان، به روحیه زیبایی طلب زنان توجه ویژه‌ای معطوف داشته است. برای نمونه پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله درباره کوتاه کردن ناخن به مردان توصیه می‌کند: «قُصُوا أَظْفَارَكُمْ؛^۲ ناخن‌های خود را کوتاه کنید»، ولی به زنان می‌فرماید: «أُتْرِكْنَ فَإِنَّهُ أَرْزِينُ لَكُنَّ؛^۳ ناخن‌ها را بلند نگه دارید؛ زیرا برای شما زیباتر است»

در روایاتی نیز بر زیور داشتن گردن زن، هرچند به گردنبندی ساده، تأکید شده است.^۴

اسلام برای نوع آرایش و پوشش زن در مقابل همسر نیز محدودیتی قائل نشده است؛ چنان‌که رسول خدا صلی الله علیه و آله فرموده‌اند: «عَلَيْهَا أَنْ تَطَّيَّبَ بِأَطْيَبِ طَيْبِهَا وَ تَلْبَسَ أَحْسَنَ ثِيَابِهَا وَ تَزَيَّنَ بِأَحْسَنِ زِينَتِهَا وَ تَعْرِضَ نَفْسَهَا عَلَيْهِ غُدُوَّةً وَ عَشِيَّةً؛^۵ بر

۱. طبرسی، مکارم الاخلاق، ص ۹۶.

۲. حر عاملی، وسائل الشیعه، ج ۲، ص ۱۳۴۵.

۳. همان.

۴. طبرسی، مکارم الاخلاق، ج ۱، ص ۹۴.

۵. کلینی، الکافی، ج ۵، ص ۵۰۸.

زن لازم است خود را خوشبو کند، بهترین لباس‌هایش را بپوشد، به بهترین وجه زینت کند و با چنین وضعی صبح و شب با شوهرش ملاقات کند». بر این اساس پرداختن به موضوع مدگرایی زنان و آسیب‌های آن، به معنای نفی زیبایی‌طلبی فطری نیست؛ چراکه خداوند روحیه و ذات زنان را به زیبایی خلق کرده و طبیعت آنان را زیباطلب آفریده است. بنابراین گرایش به مد در حد تعادل، یعنی در حدی که از مرز اسلام و عقل خارج نشود، نه تنها هنر زن، بلکه در میان زرق و برق مدهای وارداتی و ضددینی، ستودنی است.

عوامل و زمینه‌های مدگرایی

در خصوص علل مدگرایی، به دو دسته عوامل فردی و اجتماعی می‌توان اشاره کرد:

۱. عوامل فردی

الف) ضعف اعتقادی: سستی اعتقاد به روز جزا و باور نداشتن اینکه حجاب، مصونیتی برای زن است و دستورهای اسلام ضامن آرامش دنیا و سعادت آخرت است، یکی از علل اصلی گرایش افراطی به مد است.

زنی که اسلام را عزیز و محترم می‌داند، به اصول آن نیز معتقد و ملتزم است؛ بنابراین در انتخاب پوشش و آرایش خود و در گرایش به مد، از خود می‌پرسد:

آیا با چنین مدی، اصل حجاب و عفاف رعایت می‌گردد؟

بر اساس آیه سی و یکم سوره نور، اسلام با هرگونه پوششی که در آن به دلیل نازکی، چسبندگی و همچنین نمایان شدن اعضای بدن، حریم عفاف و حیا رعایت نشود، مخالف است. مانتوهایی که آستین کوتاه دارند، شلوارهای چسبان و ساپورت‌هایی که با مانتوهای کوتاه پوشیده می‌شوند، روسری‌ها و شال‌هایی که بخشی از موها را نمی‌پوشانند، مشمول مخالفت اسلام‌اند.

آیا انتخاب این مد، ناقض احکام الهی نیست؟

اولین سؤالی که در ذهن یک بانوی مسلمان در مواجهه با مدهایی چون کاشت ناخن، کاشت مژه و... مطرح می‌شود، این است که این امور مُبطل وضو و غسل نیست؟

آیا این پوشش و آرایشی که مد شده است، مطابق با جنسیت زن است؟ چندی پیش نوعی از کوتاهی مو بین زنان رایج شده بود که از موی بسیاری از مردان و پسران جوان نیز کوتاه‌تر و تداعی‌کننده جنس مرد بود.

از نظر اسلام، نوع لباس و آرایش افراد، باید معرف جنسیت آنها باشد. امام باقر علیه السلام فرموده‌اند: «لَا يَجُوزُ لِلْمَرْأَةِ أَنْ تَتَشَبَّهَ بِالرِّجَالِ لِأَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَعَنَ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ وَ لَعَنَ الْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ؛^۱ رسول خدا صلی الله علیه و آله به مردانی که خود را همانند زنان بیارایند و رفتار زنانه‌ای داشته باشند، و زنانی که خود را به شکل مردان درآورند، لعنت فرستاد».

آیا با انگیزه فخرفروشی، به چنین مُدی گرایش داریم؟ اسلام مبنا را در پوشش، پرهیز از خودنمایی و مباهات و فخرفروشی قرار داده و کسانی را که بدین منظور لباس می‌پوشند، مذمت کرده است.

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «مَا مِنْ أَحَدٍ يَلْبَسُ ثَوْبًا لِيَبَاهِيَ بِهِ فَيَنْظُرُ النَّاسَ إِلَيْهِ إِلَّا اسْمَ لَمْ يَنْظُرُ اللَّهُ إِلَيْهِ حَتَّى يَنْزِعَهُ؛^۲ هرکس لباس بپوشد تا بدان مباهات کند و مردم به او بنگرند، خدا به او ننگرد تا آن لباس را از تن به در کند».

ب) خودکم‌بینی: افرادی که خود را از نظر ارزش ذاتی، کمتر از دیگران ارزیابی می‌کنند، برای جبران این حس حقارت درونی به تظاهر بیرونی روی می‌آورند. استفاده از لباس‌های چسبان و بدن‌نما و رنگارنگ، کفش‌هایی با

۱. مجلسی، بحار الأنوار، ج ۱۰۳، ص ۲۰۸.

۲. ابوالقاسم پاینده، نهج الفصاحه، ص ۷۰۴.

پاشنه‌های خیلی بلند، و آرایش تند با رنگ‌های غیرطبیعی، با هدف جلب توجه دیگران صورت می‌گیرد.

ج) هم‌رنگی با جماعت: بیشتر مردم، در عقیده و عمل خاص از اکثریت پیروی می‌کنند. پیروی از اکثریت، بدون تأمل در حقیقت آن، از آفت‌های مهم تقلید است. بعضی از زنان به دلیل عفت درونی از بی‌حجابی و چهره‌آرایش کرده در حضور نامحرم کراهت دارند و تنها به دلیل هم‌رنگی با جماعت، مانند سایرین رفتار می‌کنند. این زنان با آنکه هیچ هدفی در جلب نظر نامحرم ندارند، از این‌که در ظاهر با دیگرانی که تعدادشان کم نیست، متفاوت باشند، احساس ناخوشایندی دارند. باید مراقب بود که این ضرب‌المثل سطحی‌گرانه که «خواهی نشوی رسوا هم‌رنگ جماعت شو» آفت دین و دنیای ما نشود.

د) معاشرت‌ها: یکی از عوامل پیروی از مد در زنان جوان، ترس و نگرانی از مجازات‌های غیررسمی از سوی دوستان است. لذا تحقیر و تمسخر، پوزخند زدن و متلک گفتن اطرافیان، باعث می‌شود که بعضی از زنان جوان از مدهای رایج پیروی کنند.

ه) سطحی‌نگری: مناسب‌ترین بستر برای مُدگرایی، کوتاهی فکر و کوچک بودن دنیای ذهنی افراد است. پادزهر کوتاه‌فکری، تفکر و مطالعه است. مطالعه به انسان، وسعت فکر می‌دهد. افراد اهل مطالعه، قدرت تجزیه و تحلیل بیشتری دارند. آنها خود را قربانی مد نمی‌کنند.

به علاوه تفکر در عاقبت هر امری، در گرایش انسان به آن یا پرهیزش از آن، بسیار مؤثر است.

و) تفاخر: افرادی که خود را از قشر مرفه جامعه و برتر از دیگران می‌دانند، سعی می‌کنند این برتری را در گویش، پوشش، محیط‌آرایی و سبک آرایش و زیورآلات خود نشان دهند.

۲. عوامل اجتماعی

الف) ماهواره:

ماهواره‌ها و شبکه‌هایی که با هدف تهاجم فرهنگی ایجاد شده‌اند، با سه شیوه جوانان و زنان را به سوی مدگرایی و در نتیجه غربی‌گرایی سوق می‌دهند: روش اول برای افراد نسبتاً مذهبی، روش دوم برای آنان که اعتقادات ضعیفی دارند، و روش سوم برای همه افراد جامعه به کار گرفته می‌شود:

۱. شیوه اول: اعتقادی: هر انسانی دارای یک مبنای فکری و اعتقادی است که اساس رفتار او را تشکیل می‌دهد. شبکه‌های ماهواره‌ای با ایجاد شباهت و تلقین‌های نادرست در زمینه اعتقادات اسلامی و به ویژه شیعی، سعی در بی‌هویتی دینی جوانان و زنان دارند. تهی ساختن فرد از مبانی دینی، اولین گام برای پر ساختن ذهن او از افکار سطحی است.

۲. شیوه دوم: فرهنگی و اخلاقی: انسان‌های آزاده‌ای هستند که علی‌رغم ضعف اعتقادی، خود را به رعایت اصول فرهنگی و اخلاق انسانی مقید می‌دانند؛ اصولی مانند رعایت متانت در اجتماع و رعایت حریم زن و مرد. اما مبنای این رسانه‌ها آن است که اساساً فکر و اندیشه را از هر آنچه مانع گرایش به انواع پلیدی و زشتی است، پاک کنند؛ به طوری که تنها عامل و انگیزه رفتار آدمی، لذت‌ها و شهوت‌ها باشد.

۳. شیوه سوم: سیاسی: هدف نهایی این شبکه‌ها سلطه سیاسی است و راه سلطه سیاسی، سلطه فرهنگی است. این شبکه‌ها با اظهار دلسوزی برای ملت، به دولت حمله انتقادی می‌کنند تا آنانی را که در بصیرت کم‌بهره‌اند، از نظام دلسرد کنند و به نوعی آنها را با نظام اسلامی دشمن سازند. مسلم است که زمانی که یک جوان و یک زن از هر اعتقاد بازدارنده درباره بی‌حجابی خالی شود، با نظام

اسلامی که گاهاً محدودیت‌هایی برای بی‌حجابی و بی‌عفتی قائل است، دشمن می‌شود.

ساده‌لوحانه است اگر هدف حامیان صهیونیستی شبکه‌های ماهواره‌ای را دلسوزی و ایجاد سرگرمی برای ایرانیان بدانیم. خبرگزاری یونایتدپرس در ۲۱ شهریور ۱۳۸۱ مطلبی به نقل از نتانیا هو نخست‌وزیر اسرائیل، خطاب به کمیته اصلاح دولتی (یک نهاد دولتی در آمریکا) منتشر کرد که فلسفه ایجاد بسیاری از شبکه‌های فارسی‌زبان را روشن می‌سازد، وی گفت:

«آمریکا می‌تواند با پخش سریال‌های شبکه فاکس که افراد زیباروی جوان را در وضعیت‌های متنوعی از برهنگی نشان می‌دهد در حالی که زندگی‌های فریبنده و مادی‌گرایانه دارند و رابطه‌های بی‌قید جنسی برقرار می‌کنند، یک انقلاب را علیه حکومت این کشور برانگیزد». وی به این کمیته گفت: «این [سریال‌ها]، واقعاً براندازانه هستند. جوانان ایرانی، دل‌شان از لباس‌های دل‌پسندی که در این سریال‌ها می‌بینند، خواهد خواست. آن‌ها استخرها و زندگی‌های پر زرق و برق را خواهند خواست».^۱

مطلب قابل توجه آن است که نخست‌وزیر اسرائیل، سقوط جمهوری اسلامی ایران را به نفوذ فرهنگی غرب در ایران وابسته می‌داند و از آمریکا خواسته تا تغییر رژیم دو کشور عراق و ایران را پی‌گیرد و این کار را در عراق، با حمله نظامی و در ایران، با پخش برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای با محتوای هرزه انجام دهد.^۲

۱. پایگاه اطلاع‌رسانی موعود، به نشانی: www.mouood.org

۲. محسن عباسی ولدی، بشقاب‌های سفره پشت بام‌مان، ص ۸۹.

ب) ضعف تربیت اسلامی - اجتماعی:

تربیت اجتماعی به معنی آموختن هنجارهای جامعه است. خانواده، مدرسه و دانشگاهی که پایبندی به اصول را اساس تربیت و پرورش قرار می‌دهد و بر هنجارهای مورد قبول جامعه تأکید دارد، خط قرمز اعضایش در گرایش به مد، انتخاب نوع پوشش، آرایش و... قوانین ارزشی و مذهبی است. تربیت اجتماعی صحیح به انسان یادآور می‌شود که پوشش، عاملی برای نمایش اعتقاد و شخصیت افراد است و تنها زیبا بودن یک لباس، پوشیدن آن را مجاز نمی‌کند. اگر مراکزی چون مدرسه، دانشگاه و محل کار موازینی بر پایه اخلاق و حجاب اسلامی داشته باشند، ضمن آن‌که از ناهنجاری‌های اجتماعی کاسته می‌شود، آن مراکز علمی، آموزشی یا شغلی، بالاترین کارکرد را خواهند داشت. «در هنگام ورود به دانشگاه کوالا لامپور، نگهبان مانع ورود یک جوان ایرانی به دانشگاه شد. علت جالب بود؛ چون با پیراهن مردانه آستین کوتاه قصد ورود داشت! و این برایم جای شگفتی و تأسف داشت که در چنین کشوری که زنان غیرمسلمان، از پوشش‌های بسیار کم و کوتاه استفاده می‌کنند (در حد تاپ و شلوارک‌های بسیار کوتاه) برای آنکه یک محیط رسمی و علمی مانند دانشگاه، دچار کژکارکردی نشود، چنین قوانینی اعمال می‌شود؛ در حالی که در دانشگاه کشور اسلامی ایران، پوشش دانشجویان و آرایش دختران، قرابتی با محیط علمی ندارد: ناخن‌های لاک‌زده، صندل، آرایش زننده و...»^۱.

شاخصه‌های مدگرایی در زنان

گستره مد، تمامی شئون زندگی را در بر می‌گیرد. عرصه پوشش، آرایش، محیط‌آرایی، مدل ماشین، مدل کیف و کفش، لوازم منزل، معماری، و حتی شیوه

۱. تجربه نویسنده در سفر به کشور مالزی.

احوال‌پرسی به سبک و مد روز بستگی دارد. شاخص‌ترین ابعاد مدگرایی مربوط به زنان ایرانی عبارت‌اند از:

لباس

تا یکی دو دهه قبل، زنان ایرانی از چهار دسته لباس استفاده می‌کردند: لباس‌های ویژه منزل، لباس‌های ویژه خیابان (ویژه حضور نامحرم)، ویژه مهمانی و مجالس، و لباس‌های ویژه محل کار. اما در چند سال اخیر در خیابان‌های شهرهای بزرگ، زنانی با پوشش‌های نامناسب و مطابق با مُدهای غربی می‌بینیم که در کنار عمل بینی و پروتزهای لب و گونه، آرایش‌های زنده‌ای نیز دارند. گویا برای این زنان، فرقی نمی‌کند که مقصدشان محل کار است یا مراسم جشن و مهمانی!

این در حالی است که در کشورهای اروپایی و آمریکایی لباس‌ها و آرایش‌ها متناسب با موقعیت در نظر گرفته می‌شود!

گزارشی در زمینه بازار مد پوشاک در ایران نشان می‌دهد که ایران بزرگترین بازار مصرف مد در خاورمیانه است و گردش مالی سالانه آن، بالغ بر دو هزار و سیصد میلیارد تومان است که این امر نتیجه تسخیر بازار ایران توسط پوشاک خارجی است.^۱

سبک آرایش

استفاده از لوازم آرایشی در ایران، دیگر نه سن خاصی دارد و نه قشر خاصی. امروزه برخی از دختران و زنان ایرانی استفاده از لوازم آرایشی را جزو لاینفک زندگی خود می‌دانند. از سوی دیگر، سن مصرف لوازم آرایش نیز به سنین

1. <http://mardomsalari.com/template1/News.aspx>

نوجوانی رسیده؛ این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته، تمایل به آرایش، بیشتر در بین زنان مسن دیده می‌شود که طراوت و شادابی پوست خود را از دست داده‌اند.

در روزنامه ایندپندنت گزارشی درج شده است که در آن سن مصرف لوازم آرایش در کشور ایران را پایین‌تر از نُرم جهانی عنوان کرده‌اند.^۱ انواع آرایش‌های خلیجی، لایت و... با زنده‌ترین شکل ممکن، همه و همه تقلید از بازیگران و خوانندگان عربی و غربی است؛ با این تفاوت که بازیگران و خوانندگان عربی و غربی بعضاً و بیشتر در صحنه و سن، چنین آرایشی دارند و مقلدانشان در ایران، در کوچه و خیابان!

عمل‌های زیبایی

جراحی پلاستیک در ایران هفت برابر کشور آمریکا است و نود درصد آن مربوط به عمل بینی است. از این رو ایران را باید پایتخت عمل جراحی زیبایی در جهان قلمداد کرد! این در حالی است که «تنها بیست درصد از عمل‌ها جنبه درمانی دارد و هشتاد درصد افراد تنها برای زیبایی، عمل بینی انجام می‌دهند که ده درصد این آمار را آقایان، و نود درصد را خانم‌ها شامل می‌شوند».^۲ در تحقیقی که گروه آسیب‌شناسی مرکز مطالعات آریا انجام داده است، ۶۵ درصد دختران زیر ۲۵ سال از ظاهر خود راضی نیستند و بسیاری از آنها به جراحی زیبایی روی می‌آورند.^۳

بر اساس آمارهای موجود در کشور ما، جراحی بینی در رتبه اول، جراحی اندام در رتبه دوم، و حذف چین و چروک صورت در رتبه سوم جراحی‌های

1. <http://www.jahannews.com>

۲. به نقل از دکتر محسن نراقی، رئیس انجمن تحقیقات راینولوژی ایران www.salamatnews.com

3. <http://hamshahronline.ir>.

معمول در ایران قرار دارد و طبق نظرسنجی تلفنی از مردم تهران، ۴۵ درصد افرادی که مورد سنجش قرار گرفته‌اند، موافق جراحی زیبایی بوده‌اند!^۱ این آمارها گویای تب بسیار بالای زیباتر شدن با پذیرش نتایج مثبت و منفی آن است. آیا این پدیده، نتیجه مدگرایی و اسطوره دانستن شخصیت‌های ماهواره ای نیست؟

شیوه گفت‌وگو

گاهی در گفت‌وگوهای زنان، اصطلاحاتی می‌شنویم که شنیدن آن‌ها از مردان بزهکار نیز ناپسند است. تعابیری که وقار و متانت زنانه را می‌شکند و البته بعید است در این بُعد مدگرایی، وامدار غربی‌ها باشیم! اصطلاحات تویی از معنی مانند: «کَفَشْتِ تُو حَلَمَم»، «اندشه و...».

به یاد داشته باشیم که چنین اصطلاحاتی، شأن و شخصیت گوینده را از جایگاه تشخص و فرهنگ‌مداری، تنزل می‌دهد.

حضور بی‌رویه در شبکه‌های مجازی اجتماعی نظیر واتساپ، تلگرام، اینستاگرام و...، نوع لوازم و دکور منزل، نام‌گذاری فرزندان و... از شاخص‌های مدگرایی زنان ایران است که پرداختن به همه آنها در این مجال نمی‌گنجد.