

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

فراز و فرودهای جذابیت فیزیکی

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

تهران - تابستان ۱۴۰۲

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی
پادداشت
موضوع

منطقی، مرتضی، ۱۳۳۶ -
فراز و فرودهای جذابیت فیزیکی/ مرتضی منطقی.
تهران: مرتضی منطقی، ۱۴۰۲.
۱۲۵ ص.
978-622-00-2460-6
فیبا
کتابنامه: ص. ۱۱۹-۱۲۵.
حجاب -- ایران
Hijab (Islamic clothing) -- Iran
فرهنگ ظاهرآرایی -- ایران
Beauty culture -- Iran
زیبایی زنانه
Feminine beauty (Aesthetics)
حجاب -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
Hijab (Islamic clothing) -- Religious aspects -- Islam
حجاب -- تاریخ
Hijab (Islamic clothing) -- History
کشف حجاب
Unveiling*
BP۳۳۰/۱۷ :
۳۹۷/۶۳۶ :
۹۳۹۳۳۵۶ :
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیبا
رده بندی کنگره
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی

فراز و فرودهای جذابیت فیزیکی

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

چاپ: اول / سال انتشار: تابستان ۱۴۰۲

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۱۲۵

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰-۲۴۶۰-۶

پخش: ۰۲۱-۶۶۴۱۸۸۹۸

مقدمه

کتاب حاضر اثری متفاوت درباره پوشش و حجاب است. برخی از ویژگی‌هایی که کتاب را به صورت اثری متفاوت در آورده است، به قرار زیر است:

- برخلاف آثار موجود که عمدتاً برخوردی تبعدی با پوشش و حجاب داشته‌اند، این اثر برخوردی علمی و تجربی با پوشش و حجاب را مدنظر قرار داده است.

- بررسی ادبیات علمی جذابیت فیزیکی و آرایه نتایج پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، سبب شده است که موضوع کتاب برای مخاطبان، خاصه اقشار مختلف زنان، جذاب و گیرا باشد.

- کتاب کوشیده است که تبیینی جامع در زمینه جذابیت‌های فیزیکی و تبعات آن در پوشش، آرایش، کاربری از زیورآلات و عطریات آرایه داده، موارد فوق را به شکل یک بسته واحد مورد بررسی قرار دهد.

- ویژگی خاص کتاب بررسی آزمایشی مباحث مورد توجه کتاب در سطح جمعیت ایرانی است. برای تحقق این هدف بیش از ۲۰۰۰ دانشجوی دختر و پسر ایرانی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

ماحصل ویژگی‌های پیش‌گفته، در کتاب به این ترتیب آرایه گردیده است که مطالعات علمی (و بررسی تجربی در سطح جمعیت ایرانی)، دلالت بر آن دارد که با آرایه جذابیت‌های فیزیکی و تبعات آن یعنی آرایه جذابیت‌های فرد در زمینه‌های پوشش، آرایش، کاربری از زیورآلات و رایحه‌های دل‌انگیز، افزایش آستانه ادراکی مردان تحقق یافته، این مسأله به دلیل مشکل پسندتر کردن مردان، در عمل تهدیدی جدی برای کانون خانواده و جامعه پدید خواهد آورد، زیرا به فرض مردی که تصور می‌کرد، همسر وی زیبا است، در برخورد با جذابیت‌های آرایه شده در جامعه، به این نتیجه می‌رسد که همسر وی از جذابیت متوسطی برخوردار است و مرد دیگری که می‌پنداشت همسر وی از جذابیت فیزیکی متوسطی برخوردار است، به این نتیجه می‌رسد که همسر وی از جذابیت فیزیکی اندکی برخوردار است. بنابراین حفظ پوشش مناسب و پیش گرفتن حجاب در عمل ضمن پوشش دادن به جذابیت‌های فیزیکی فرد، به البسه، آرایش و کاربری وی از زیورآلات و رایحه‌های دل‌انگیز زن نیز پوشش داده، مانع از تحقق پدیده آسیب‌زای اخیر می‌گردد.

کتاب با بازخوانی تطبیقی نگاه دینی و نگاه غرب به مسأله پوشش و حجاب، تأکید کرده است که دیدگاه خدامدار دینی ضمن پذیرش زیبایی دوستی آدمی، آن را به سمت کانون خانواده سوق داده، عرصه جامعه را عرصه آرایه جذابیت‌های معنوی می‌داند، حال آن که نگاه انسان‌مدار غربی با پذیرش

عرضه آزادانه جذابیت‌های فرد در جامعه، از سویی تزلزل خانواده و از سوی دیگر تست‌های اجتماعی گسترده‌ای را برای فرد و جامعه رقم خواهد زد.

برخورد تجربی کتاب در دفاع از پوشش و حجاب، از این قابلیت برخوردار است که با ارایه مستدل و تجربی اثرات پوشش و حجاب مناسب، جوانان را (حتی جوانان لائیک) را اقناع کند که استقبال از پوشش مناسب به اعتلای زندگی فردی، اجتماعی (و اخروی) آنان خواهد انجامید.

فهرست مطالب

| | |
|----------|---|
| ۷..... | فصل اول: مسأله جذابیت از گذشته تاریخ تا حال حاضر |
| ۴۵..... | فصل دوم: جذابیت فیزیکی در آینه پژوهش‌ها |
| ۷۱..... | فصل سوم: بررسی آزمایشی مقوله جذابیت فیزیکی در جمعیت ایرانی |
| ۷۹..... | فصل چهارم: نگاه دین در مقوله جذابیت: از جذابیت فیزیکی به جذابیت معنوی |
| ۹۹..... | فصل پنجم: تأملی دوباره |
| ۱۱۹..... | منابع و مأخذ |

فصل اول

مسأله جذابیت از گذشته تاریخ تا حال حاضر

دوست داشتن زیبایی، امری فطری است و دیدن چهره زیبا، سبب افزایش ترشح هورمون‌های لذت‌بخش در مغز می‌گردد، از این رو می‌توان برای زیبایی دوستی انسان‌ها، پایه‌های زیستی خفیفی نیز در نظر گرفت. گستردگی معنای اخیر چنان است که زیبایی دوستی را می‌توان حتی در سطح اقلیت‌های جنسی (مانند افراد هم‌جنس‌گرا)، شاهد بود. مضاف بر علائق انسان‌ها به چهره‌های زیبا، از آنجا که از سوی آرایش و از سوی دیگر کاربری از زیب و زیور مناسب، بر جذابیت افراد می‌افزاید، بالطبع این موارد نیز مورد توجه زنان و مردان در زمان‌ها و مکان‌های مختلف قرار گرفته‌اند، به گونه‌ای که ویل دورانت گزارش می‌کند، زنان بومی در جنگل‌های آمازون، با قراردادن ناخن‌های خود در یک محلول گیاهی برای ۶-۵ ساعت متوالی، در عمل به رنگ کردن آن‌ها می‌پردازند تا به این ترتیب ناخن‌های آنان زیباتر جلوه‌گر شوند.

بررسی شواهد تاریخی دال بر آن است که با وجود اهمیت زیاد زیبایی در نزد هر دو جنس، انسان‌ها در زمان‌های گذشته کوشیده‌اند تا مقوله زیبایی را در روابط اجتماعی خویش محدود سازند، یکی از دلایل مهم این امر را شاید بتوان کمیابی زیبایی قلمداد کرد. به این معنا که تنها درصد قلیلی از زنان و مردان، از جذابیت فیزیکی قابل توجهی برخوردارند و در صورت توجه مفرط به این مسأله در روابط اجتماعی، رقابت بین افراد در جهت کسب افراد زیبا منظر، نه تنها رابطه فرد با خودش، بلکه روابط بین فردی و اجتماعی او را نیز برهم می‌زد. به تعبیر دیگر، همان‌گونه که نتایج مطالعات امروزه نشان می‌دهد، با وجود اهمیت زیبایی در روابط بین فردی و در جامعه، افراد مختلف برای ازدواجشان، درصدد به دست آوردن زیباترین فرد ممکن نبوده، به دنبال فردی هستند که از جذابیتی هم‌سطح خود آنان برخوردار باشند (مگر آن که آنان با برخورداری از جذابیت‌های دیگر، مانند ثروت، مقام، دانش و مانند آن، به نوعی درصدد مبادله جذابیت اخیر خود با جذابیت فیزیکی فرد مورد علاقه‌شان برآیند).

خردمندی اخیر که هم‌زمان با آرامش بخشیدن به ذهن افراد، روابط اجتماعی سالم‌تری را به دنبال دارد، سبب شده بود، مقوله جذابیت فیزیکی افراد و آنچه بر این جذابیت می‌افزاید (مانند استقبال از زیورآلات و مدهای مختلف)، به صورت کنترل شده‌ای در سطح جامعه عرضه شود. از این رو پوشش (به ویژه در سطح زنان که از انگیزه خودنمایی خاصی نیز برخوردارند)، به مثابه عاملی که ضمن پوشش دادن به جذابیت‌های ظاهری زنان، جذابیت نشأت گرفته از کاربری آنان از زیورآلات مختلف را هم به شکل نسبی مهار می‌کند، مورد توجه جوامع مختلف قرار گرفت.

بررسی تاریخ اولیه بشر حکایت از استقبال جوامع اولیه از پوشش (خاصه برای زنان) بوده است. با آمدن پیامبران الهی در جوامع مختلف، روند اخیر تداوم یافته و به شکل قاعده‌مندتری موردتوجه قرار می‌گیرد. به این معنا که بررسی دیدگاه ادیان الهی دلالت بر آن دارد که عرضه جذابیت‌های فیزیکی در سطح روابط بین فردی و اجتماعی در دید ادیان مختلف نفی شده است. به عنوان مثال، کتاب‌های مقدس تورات، انجیل و قرآن به شکلی همسو، با طرح داستان آدم و حوا، فاصله گرفتن افراد از برهنگی را امری فطری دانسته‌اند. از سوی دیگر لزوم حفظ روابط متعادل در جامعه، ایجاب می‌کرد، بدون آن که عرصه فعالیت‌های اجتماعی هر دو جنس در جامعه محدود شود، روابط بین فردی و اجتماعی آنان از نظم و نسق لازم برخوردار گردد که دستورهای دینی لازم در همین ارتباط عرضه شده، به تبیین رعایت پوشش مناسب و چگونگی روابط دو جنس در جامعه پرداخته‌اند.

بررسی اوضاع و احوال جهان معاصر حکایت از آن دارد که مقوله جذابیت فیزیکی در چند قرن اخیر (به ویژه در غرب)، مورد توجه شدیدی قرار گرفته است و هم‌زمان با این توجه، عرضه جذابیت‌های فیزیکی و زیبایی‌ها در سطح رسانه‌ها و جامعه، فزونی گرفته است. به تعبیر دیگر، با موردتوجه قرار گرفتن جدی جذابیت‌های فیزیکی و سایه‌گستر شدن آن در سطح رسانه‌های مختلف، تحول‌های شدیدی در عرصه پوشش زنان و توجه به مدگرایی‌های مختلف در غرب پدید آمده است که جوامع دیگر نیز از انعکاس این تغییرها بی‌نصیب نمانده، تحول‌های قابل توجهی را در زمینه پوشش و استقبال از مدگرایی تجربه کرده‌اند. از این‌رو در فصل حاضر، در بررسی مقوله پوشش از گذشته تاریخ تا حال حاضر، نخست مقوله پوشش در تاریخ بشر قبل از نزول ادیان و در ادامه، تحول‌های پوشش پس از نزول ادیان الهی مورد توجه قرار خواهد گرفت.

در فراز دوم بحث اخیر، تحول‌های جذابیت فیزیکی و پوشش در غرب مورد توجه قرار گرفته است. در غرب با جابه‌جایی دید اومانستی و انسان‌مدار به جای دید خدامداری که ادیان الهی از آن سخن می‌گفتند، خودبه‌خود مسأله لذت‌طلبی و پاسخ به لذت‌گرایی انسان‌های انسان‌مدار، مطرح شده است و این امر نیز به سهم خود با پروبال دادن به مسأله جذابیت‌های فیزیکی، تحول‌های قابل توجهی را در امر پوشش و استقبال از مدگرایی در غرب به وجود آورده است.

سومین و آخرین فراز این فصل، به بررسی تحول‌های جذابیت و پوشش در ایران اختصاص یافته است. به این معنا که با وجود استقبال حکومت پهلوی از غرب‌گرایی و مقابله نظام‌دار این حکومت با پوشش زنان ایرانی، با بروز و ظهور انقلاب اسلامی و حاکمیت یافتن نسبی دیدگاه‌های دینی در جامعه، تأکید سردمداران حکومتی معطوف بر پوشش اسلامی و مقابله نسبی با هر نوع مدگرایی در جامعه شد، اما به تدریج مقابله نسبی با ختم‌شده‌های حکومتی در سطح اقشاری از جوانان ایرانی شکل گرفته است که در ذیل عنوان تحول‌های پوشش در ایران، مطرح خواهد شد. فصل‌های بعدی ضمن استناد و اتکا به یافته‌های پژوهشی در زمینه جذابیت فیزیکی، به تدقیق بیشتر مباحث پیش‌گفته خواهند پرداخت.

پوشش در گذشته تاریخ

بنابر گواهی متون تاریخی، در اکثر قریب به اتفاق ملت‌ها و آیین‌های جهان، پوشش در بین زنان معمول بوده است، هرچند این پدیده در طول تاریخ، فرازونشیب‌های زیادی طی کرده و گاهی تشدید یا تخفیف یافته، ولی هیچ‌گاه به طور کامل از بین نرفته است. مورخان به‌ندرت از اقوام بدوی که زنانشان دارای پوشش مناسب نبوده یاد می‌کنند. دانشمندان، تاریخ پوشش زن را به دوران ماقبل تاریخ و عصر حجر، نسبت می‌دهند و بررسی آثار و نقوش به دست آمده از دوران باستان نشان می‌دهد که پیدایش پوشش و حجاب به دوران پیش از مذاهب مربوط می‌شود.

به‌عنوان نمونه، دایره‌المعارف لاروس درباره پوشش زنان یونان باستان متذکر می‌شود که زنان یونانی در دوره‌های گذشته، صورت و اندامشان را تا روی پا می‌پوشاندند. این پوشش که شفاف و بسیار زیبا بود، در جزایر کورس و امرجوس و دیگر جزایر ساخته می‌شد. زنان فینیقی نیز دارای پوششی قرمز بودند. سخن درباره پوشش، در لابه‌لای کلمات قدیمی‌ترین مؤلفان یونانی نیز به چشم می‌خورد، زنان شهر «ثیب» نیز دارای حجاب خاصی بوده‌اند، بدین صورت که حتی صورتشان را نیز با پارچه می‌پوشاندند. این پارچه دارای دو منفذ بود که جلوی چشمان قرار می‌گرفت تا بتوانند افراد را ببینند. در «اسپارت» دختران تا موقع ازدواج آزاد بودند، ولی بعد از ازدواج خود را از چشم مردان می‌پوشاندند. نقش‌هایی که بر جای مانده، حکایت می‌کند که زنان سر را می‌پوشانده‌اند، ولی صورت آنان باز بوده است، و وقتی به بازار می‌رفتند، بر زنان لازم بوده است که صورت‌هایشان را بپوشانند.

ویل دورانت شواهد زیادی دال بر وجود حجاب در بین زنان یونان و روم باستان آورده است. او درباره «الهه عفت» که یکی از خدایان یونان باستان است، می‌گوید: «آرتمیس» الهه عفت است و عالی‌ترین نمونه (و الگو برای) دختران جوان به شمار می‌آمد. او دارای بدنی نیرومند و ورزیده و چابک و به زیور عفت و تقوا آراسته بود.

ویل دورانت همچنین درباره مردم یکی از قبایلی که نه‌صد سال قبل از میلاد زندگی می‌کرده‌اند، آورده است: «بالتر از ارمینان و در کنار دریای سیاه، سکاها بیابان‌گردی می‌کردند. آن‌ها مردم وحشی و درشت اندام قبایل جنگی نیمه مغول و نیمه اروپایی بسیار نیرومندی بودند که در ارابه زندگی می‌کردند و زنان خود را سخت در پرده نگاه می‌داشتند».

چنان‌که دیده می‌شود، این سخن که «مذهب» موجد پوشش و حجاب است، صحت ندارد، با این حال باید پذیرفت که مذهب در دگرگونی و تکمیل آن بسیار مؤثر بوده است. به بیان دیگر می‌توان گفت، بر اساس جهان‌بینی مذهبی، پوشش و عفاف از آن جهت که یک امر فطری است و برای حیات اجتماعی انسان ضرورت دارد، در ادیان و مذاهب الهی دارای جایگاه والایی است. تمام ادیان آسمانی، پوشش را بر زن و مرد واجب و لازم شمرده‌اند و جامعه بشری را به سوی آن فراخوانده‌اند، زیرا حیا و

لزوم پوشش به طور طبیعی در نهاد انسان‌ها به ودیعت نهاده شده و این در حالی است که احکام و دستورهای ادیان الهی هماهنگ و همسو با فطرت انسانی تشریح شده است (جاوید، ۱۳۸۸).

ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹)، در بحثی که در مورد سوابق پوشش در جوامع ماقبل دینی دارند، با استناد به قرآن، بیان می‌دارند که پوشش در جوامع مزبور وجود داشته است:

«از قرآن استفاده می‌شود که در عهد حضرت سلیمان حتی ملکه سبا که خورشیدپرست بود، پوشش کامل داشت، زیرا از آیات مربوط به داستان ملکه سبا چنین به دست می‌آید که وقتی او وارد قصر حضرت سلیمان شد و خواست نزدیک تخت او برود، چون حضرت دستور داده بود کاخ را از سنگی آبگینه فرش کنند، بلقیس دامنش را بالا کشید تا هنگام رد شدن خیس نشود».

«اسناد و مدارک تاریخی نشان می‌دهند که پوشش زن ایرانی در تمام دوره‌ها هم با آموزه‌های دینی سنخیت داشت و موجب حفظ عفاف و پارسایی او می‌شد، و هم متناسب با شأن و شخصیت قابل احترام وی بود تا برای حضور در جامعه مشکلی نداشته باشد. از این رو در تمام دوره‌ها، حتی پیش از ظهور زرتشت و در تمدن ایلامی، جامه زنان را بلند و پوشیده و حاکی از وقار و متانت است، گرچه در آن روزگار، نشانی از پوشش سر دیده نمی‌شود. آنچه از اقوام آریایی به جا مانده، ضمن آنکه محسنات جامه زنان ایلامی را به لحاظ پوشیدگی دارد، پوشش سر را هم تأیید می‌کند. در قوم ماد، سربندهای زنان، ترکیبی از کلاه و روسری بود که موهای آن‌ها را می‌پوشاند، اما از نوشته‌های مورخان یونانی برمی‌آید که در اواخر کار ایشان چادر مرسوم شده بود. این مسأله می‌تواند مربوط به پذیرش آیین زرتشت باشد.

چادر به عنوان پوشش رویی زنان و نماد پارسایی در تمام دوره‌های بعد دیده می‌شود. از دوره هخامنشیان سنگ نگاره‌هایی موجود است که چادر را به شکلی مشابه امروز نشان می‌دهد. همچنین تصاویری از زنان درباری بر جای مانده که در آن‌ها از روی تاج چادری بر سر کرده‌اند که پشت و پهلوها را پوشانده و تا زانو رسیده است.

در قلمرو گسترده پادشاهی اشکانی، از سوریه تا افغانستان، مدل‌های مختلفی از چادر باقی مانده است. تندیس ملکه اشکانی در کاخ هترا (الحضر) نشان می‌دهد که او پیراهنی بلند و چین‌دار با آستین بلند پوشیده و از روی آن ردای بلند و بی‌آستین بر تن کرده است. بر سر نیز کلاه و دستاری گذاشته و از روی آن چادری بر سر کرده است. از نقوش دوره ساسانی چنین برمی‌آید که چادر در این دوره کوتاه‌تر شده است، علاوه بر این، برخی زنان به ویژه درباریان، به جای چادر از کلاه استفاده می‌کرده‌اند.

اگر دوره‌های مختلف تاریخی از نظر رابطه پوشش و عفاف زنان با حضور اجتماعی آنان مقایسه شود، این نتیجه به دست می‌آید که دوره هخامنشیان وضع درخشان‌تری وجود داشته است، به این معنا که زنان این دوره در فعالیت‌های متنوعی پا به پای مردان حضور داشته، از مزایای قابل توجهی برخوردار بوده‌اند و در عین حال پوششی داشته‌اند که امنیت لازم را برای حضور ایشان در جامعه

فراهم می‌ساخت و با حفظ حریم خانواده و استحکام روابط خانوادگی منافاتی پیدا نمی‌کرد. مؤید این مطلب، سنگ نگارهایی است که زنان هخامنشی را در حال اسب سواری نشان می‌دهد. این زنان از روی پیراهن‌های بلند خود، چادری پوشیده‌اند که سر تا پای آن‌ها را فراگرفته است و ثابت می‌کند که زنان حتی در کارهای پر تحرکی مانند اسب سواری، خود را ملزم به استفاده از چادر می‌دانسته‌اند. این امر مانعی برای فعالیت‌های اجتماعی ایشان نبود، بلکه با اطمینان می‌توان گفت که فعالیت زنان در این دوره بیش از دوره‌های بعدی دیده می‌شود.

در دوره هخامنشیان، دین زرتشت هنوز رسمیت دولتی نیافته بود و در حال گسترش جهان‌بینی خودش بود، جهان‌بینی‌ای که نگاه متعالی به زن داشت. پارسیان در این دوره به عفت و پارسایی می‌اندیشیدند، بنابراین برهنگی در آثار هنری و معماری ایشان جایگاهی نداشت. زنان با لباس‌های کاملاً پوشیده در فعالیت‌های مهم اجتماعی حضور داشتند و مردان لایق به نقش‌آفرینی در تاریخ ایران و جهان می‌پرداختند.

در دوره‌های بعد، آیین زرتشت رواج بیشتری یافت و زنان تحت تعالیم دینی و اخلاقی همچنان پایبند حجاب و عفاف و خانواده ماندند، اما پس از یک سده حکومت سلوکیان و تلاش ایشان برای رسوخ فرهنگ یونانی در ایران، چون اشکانیان بر سر کار می‌آیند، از سویی زنان به اندرونی کاخ‌ها و سراها رانده می‌شوند و از سوی دیگر، برهنگی در آثار هنری متأثر از یونان پدیدار می‌گردد. توجه به برهنگی در آثار هنری تا پایان دوره ساسانی با رشد بیشتری ادامه می‌یابد و در عین حالی که آیین زرتشت، دین رسمی کشور اعلام شده و فقه زرتشتی تدوین یافته است و بنابراین انتظار می‌رود در وضع فرهنگ، اجتماعی زنان تحولی حاصل آید، اما چنین اتفاقی نمی‌افتد» (جودی، ۱۳۸۸).

«غلبه اسکندر و جانشینانش بر ایران، وضع زنان را به کلی دگرگون کرد. یونانیان اعتقادی به حضور و فعالیت اجتماعی زنان در سطح کلان نداشتند، اما بهره‌برداری شهوانی از زن و حضور برهنه او در هنر ایشان، امری عادی بود.

اشکانیان وارث فرهنگ التقاطی شدند که ارمغان یک قرن سیطره سلوکیان بر ایران و سلطه فرهنگی یونان بود. از آنجا که اشکانیان خود دین درست و استواری نداشتند و نیز نوعی دوست‌داری یونانیان در ایشان وجود داشت، در سیاست راهبردی خود در مورد زنان، تحت‌تأثیر یونانیان قرار گرفتند، در نتیجه زنان این دوره از فعالیت‌های اجتماعی حذف شدند و در اندرونی کاخ‌ها و خانه‌ها جای گرفتند. از سوی دیگر، هنر ایرانی-یونانی که از دوره سلوکیان پدید آمده بود، در اثر همین سیاست، رونق یافت و برهنگی زن در آثار هنری به امری عادی تبدیل شد» (جودی، ۱۳۸۹).

«در جامعه رو به انحطاط ساسانی، زنان بزرگی دیده می‌شوند که در مقاطع بحرانی، مسئولیت خطر پادشاهی را هم برعهده گرفته‌اند، اما نقش اجتماعی زنان در این دوره نمود مستمر و بارزی ندارد. برعکس، حضور زنان در حرمسراها و نیز در نقش نوازندگان و رقاصه‌ها و آنچه مایه لذت مردان می‌شد، بیشتر مشاهده می‌شود. در واقع، مردان ناپارسا با تکیه بر قدرت و با سوءاستفاده از تسهیلاتی

که فقه زرتشتی برای ایشان در نظر گرفته بود، به جای آنکه همچون مردان هخامنشی بر حفظ کشور و تحقق آرمان‌های انسانی - از جمله حقوق زنان - بیندیشند، به لذت و التذّاذ هرچه بیشتر اندیشیده‌اند و طبعاً در این جهت به گونه‌ای عمل کرده‌اند که جامعه زنان را نیز به‌جای پرداختن به امور جدی و حیاتی، به سمت ارضای خواسته‌های خود سوق دهند. در این باره میراث فرهنگ یونان نیز مساعدت‌های لازم را در اختیار این مردان گذاشته است. آثار هنری قابل توجهی که به‌عنوان سبک ایرانی - یونانی شناخته می‌شوند و از روزگار پیش از اسلام به جا مانده، گواه این مطلب است (جودی، ۱۳۸۸).

ملاابراهیمی، بهرامیان و زارع درنیایی (۱۳۸۹)، با بررسی شاهنامه، از منظری دیگر بر پوشش و پوشیدگی زن ایرانی در عهد باستان صحّه می‌گذارند:

«با وجود آن که شاهنامه هم بیشتر به تاریخ پادشاهان و شرح جهانداری‌ها و جهان‌گشایی‌های آنان توجه می‌کند، گوشه‌هایی از تاریخ اجتماعی ایران را نیز نشان می‌دهد و در این میان، بارها به «پوشیده رویان» در مورد زنان ایرانی اشاره می‌کند و چندین بار نیز به پوشش «چادر» اشاراتی دارد و نشان می‌دهد که زنان ایرانی از زمان‌های باستان دارای چادر بوده‌اند.

از شاهنامه چنین برمی‌آید که از ابتدای تاریخ، یعنی دوران جمشید و فریدون، زنان ایران «پوشیده روی» بوده‌اند. چنان‌که در گرفتار شدن دو خواهر جمشید به دست ضحاک می‌گوید:

ز پوشیده رویان یکی شهرناز دگر ماهرویی به نام ارنواز
به ایوان ضحاک بردندشان بدان اژدهاوش سپردندشان.
در داستان هفت‌خوان اسفندیار نیز آمده است:

ز پوشیده رویان ارجاسپ پنج برفتند با مویه و درد و رنج
دو خواهر دو دختر یکی مادرش ابا مویه مادر به غم دخترش.

فردوسی در موارد متعدد، پوشیده رویان را به معنی «مادر»، «همسر»، «خواهر» و «دختر» خانواده به کار برده است، چنان‌که در داستان مرگ اسفندیار یا هنگامی که کیکاووس فرزندش را به شبستان خویش هدایت می‌کند، چنین است.

فردوسی از رفتن بهرام گور پادشاه ساسانی نیز این گونه روایت می‌کند:

همی راند حیران و پیمان به راه به خواب و به آب آرزومند شاه
چنین تا به آباد جایی رسید ز هامون سوی در سرایی رسید
زنی دید بر کتف او بر سیوی ز بهرام خسرو بیوشید روی.

و همسر خسرو پرویز پوشیدگی موی را یکی از نشانه‌های پارسایی به شمار آورده و فردوسی از زبان

وی چنین می‌گوید:

سوم آنکه بالا و رویش بود به پوشیدگی نیز مویش بود.»

ذبیحی (۱۳۸۸) درباره پوشش مورد نظر در دین یهود می‌نویسد:

«داستان حضرت آدم و حوا در تورات، فطری بودن پوشش در آدمی را مورد تأکید قرار می‌دهد. این احساس شرم از برهنگی، حتی بدون حضور ناظری بیگانه و سرعت در پوشاندن خود بدون دیدن آموزش و تعلیم و یا فرمان از جانب خدا، بیانگر فطری بودن پوشش در انسان است. همه مورخان از حجاب سخت زنان یهودی سخن گفته‌اند. ویل دورانت می‌گوید: گفت‌وگوی علنی میان ذکور و اناث حتی بین زن و شوهر از طرف فقهای دین ممنوع گردیده بود. آیات تورات بر پوشش تأکید دارد. کاربرد واژه «چادر» و «برقع» که به معنی روپوش صورت است، در آیات تورات، کیفیت پوشش زنان یهودی را نشان می‌دهد.

تورات در نقل ماجرای ازدواج اسحاق، پسر ابراهیم، علیه‌السلام، با رفقه بیان می‌دارد: رفقه چشمان خود را بلند کرد، اسحاق را دید و از شتر فرود آمد، زیرا از خادم پرسید این مرد کیست که در صحرا به استقبال ما می‌آید؟ و خادم گفت: آقای من است. پس برقع (روبنده) خود را گرفته، خود را پوشانید. با نگاهی به کتاب مقدس کنونی و با اشاراتی که در تورات به مسأله عفاف شده است، چنین برمی‌آید که زن یهود در آن زمان نیز از پوشش سر برخوردار بوده و در بعضی از موارد از روبنده استفاده می‌کرده است. به طوری که عدم رعایت عفت، یکی از علل نزول عذاب الهی بر بنی‌اسرائیل دانسته شده است. در میان ده فرمان حضرت موسی، علیه‌السلام، دو فرمان، توصیه به رعایت عفت و پاکدامنی دارد. فرمان هفت‌امر به زنا نکردن دارد و فرمان نهم می‌گوید: «و بر زن همسایه‌ات طمع موزر».

ویل دورانت در کتاب تاریخ تمدن می‌نویسد: در طول قرون وسطی، یهودیان همچنان زنان خویش را با لباس‌های فاخر می‌آراستند، ولی به آن‌ها اجازه نمی‌دادند که با سر عریان به میان مردم روند. نپوشاندن موی سر خلافی بود که مرتکب را مستوجب طلاق می‌ساخت. از جمله تعالیم شرع یهود یکی آن بود که مرد یهودی نباید در حضور زنی که موی سرش پیداست، دست دعا به درگاه خدا بردارد.

تلمود از انسان می‌خواهد که دقیق‌ترین اصول و قواعد اخلاقی و عفت را در امور جنسی و زناشویی رعایت کند. از آیات تلمود چنین استنتاج می‌شود که «شخص زناکار، کافر و خدانشناس بالفعل است و چشم شخص زناکار انتظار شام را می‌کشد و می‌گوید که هیچ چشمی مرا نخواهد دید و بر روی خود پرده می‌کشد». در آیات دیگری آمده است که «حتی چشم‌چرانی و شهوترانی با نگاه نیز یک عمل منافی عفت محسوب می‌شود. نه تنها آن کس که با جسم خود زنا می‌کند زناکار است، بلکه آن شخص که با چشمان خود زنا می‌کند، زناکار خوانده می‌شود».

در دین یهود به انسان اکیداً سفارش شده است که برای حفظ مبانی اخلاق و عفت از دست زدن به هر عملی که سبب تحریک شهوت می‌شود، خودداری کند. از این رو توصیه شده است، با زن زیاده از حد صحبت نکن. این مطلب درباره همسر فرد گفته شده تا چه رسد به مکالمه با همسر دیگران. روی این اصل دانشمندان گفته‌اند هرآن‌کس که زیاده از حد با زنان صحبت کند، برای خود تولید

بدبختی می‌کند، از تحصیل و مطالعه تورات باز می‌ماند و سرانجام جهنم را به میراث خواهد برد. شخص نباید در کوچه و بازار از پشت سر و قفای زنی برود، حتی اگر آن زن همسر خود باشد. اگر روی پل با زنی مواجه شود، باید صبر کند تا آن زن از یک سو عبور کند و سپس خود از پل بگذرد و هر آن کس که عمداً از قفای زنی روان است که از نهر می‌گذرد (تا هنگام عبور از آب همین که پیراهنش را بالا کشید، ساق‌های برهنه او را تماشا کند)، سهمی از سعادت جهان آینده نخواهد داشت. کسی که با دست خود پولی به زنی بدهد به منظور آنکه رخسار او را بنگرد و از زیبایی او لذت برد، حتی اگر از حیث علم و دانش تورات و اعمال نیک با سرور ما، موسی (ع) برابر باشد، از کیفر جهنم رهایی نخواهد یافت. اگر انسان به دنبال شیر درنده باشد، بهتر از آن است که زنی را تعقیب کند. زن و مرد موظفند، دقیق‌ترین نکات عفاف را در زندگی زناشویی رعایت کنند. بی‌عفتی در یک خانه مانند وجود کرم در دانه‌های کنجد است.

اگر رفتار زن بی‌آبرو و خلاف شئون اجتماعی باشد، شوهر حق دارد او را بدون پرداخت مهریه، طلاق دهد. زنانی که در موارد زیر به رفتار و کردار آن‌ها اشاره می‌شود، ازدواجشان باطل است و مبلغ مهریه به ایشان تعلق نمی‌گیرد:

زنی که از اجرای قوانین دینی یهود سرپیچی می‌کند و فی المثل بدون پوشاندن سر به میان مردان می‌رود، در کوچه و بازار پشم بریسد و با هر مردی از روی سبک‌سری به گفت‌وگو بپردازد، زنی که در حضور شوهر خود به والدین او دشنام می‌دهد، زنی که در خانه با شوهر خود به صدای بلند درباره امور زناشویی صحبت کند و همسایگان صدای او را بشنوند.

«یهود، حجاب را مختص زن نمی‌داند، بلکه از دیدگاه آنان مرد هم ملزم به رعایت حجاب مخصوصاً در نگاه است. به عنوان مثال، از جمله قوانینی که در «تلمود» آمده است، «اجتناب از نگاه به نامحرم توسط مردان» است که ویل دورانت در این باره می‌نویسد:

«پاره‌ای از علمای یهود با این کلام عیسی موافق بودند که شخص ممکن است از راه چشم مرتکب زنا بشود، بعضی، پای مبالغه را از این نیز فراتر نهاده و مدعی بودند که هر کسی حتی به انگشت کوچک زنی نظر کند، در قلبش مرتکب گناه گردیده است» (شوکتی و حاجی‌قاسملو، ۱۳۹۰).

«با مطالعه عهد جدید، مشخص می‌شود که مسأله پوشش به صراحت در اناجیل چهارگانه وارد نشده است، ولی درباره پاکدامنی و عفت و همچنین رویکرد به تجرد، مطالبی مطرح شده است. به عنوان مثال، از حضرت عیسی، علیه‌السلام، نقل شده است: شنیده‌اید که به اولین (ادیان گذشته)، گفته شده است زنا مکن، اما من به شما می‌گویم، هر کس به زنی نظر شهوت اندازد، همان دم در دل خود با او زنا کرده است... در دل خود انصاف دهید: آیا شایسته است که زن ناپوشیده نزد خدا دعا کند؟ ... و زن عیاش در حال حیات مرده است.

عقاید کلمنت و ترتولیان به عنوان دو اسقف و مرجع مسیحیت درباره پوشش زنان مسیحی به شرح زیر است^۱:

زن باید کاملاً پوشیده باشد، آلا آنکه در خانه خود باشد، زیرا فقط لباسی که او را می پوشاند، می تواند از خیره شدن چشمها به سوی او مانع گردد. زن نباید صورت خود را عریان ارایه دهد تا دیگری را با نگاه کردن به صورتش وادار به گناه کند. برای زن مؤمن عیسوی، در نظر خداوند، پسندیده نیست که نزد بیگانگان به زیور آراسته گردد و حتی زیبایی طبیعی آن نیز باید مخفی گردد، زیرا برای بینندگان خطرناک است.

با گذری بر تصاویری که از زنان مسیحی به دست رسیده است، البسه های بلند و گشاد و پوشش پارچه ای مخصوص موی سر با توجه به روبنده و چادرهای استفاده شده و نشان دهنده این امر است که پوشش در میان مسیحیت به صورت وسیع وجود داشته است، اما در اثر عملکرد کلیسا و جو حاکم بر جامعه غرب که به رنسانس ختم شد، تحول های گسترده ای در امر پوشش در غرب پدید آمد که آثار این تغییرات حتی در تصاویر و مجسمه های حضرت مریم، سلام الله علیه، و اطرافیان ایشان کاملاً هویدا است، زیرا تا قبل از رنسانس هرچه به دوره قدرت کلیسا نزدیک تر هستیم، می بینیم که زنان پوشیده تر و امور مذهبی با ابهت بیشتر در نقاشی ها یا هنرهای تجسمی دیده می شود، اما برعکس هر چه به نهضت رنسانس نزدیک می شویم، رویکرد نقاشی های زنان، حتی حضرت مریم با پوشش کمتری ترسیم شده اند و این همه از آثار هنرمندان این دوره ها است که با توجه به تحول های زمانه خودشان ترسیم شده اند» (کلباسی اصفهانی، ۱۳۸۸).

«تحقیق و تفحص در کتب فقیهان مسلمان (اعم از سنی و شیعه) ما را به این حقیقت رهنمون می سازد که پوشش به عنوان یک تکلیف شرعی و حکم الهی، جایگاه خاص و ویژه ای در اسلام دارد، به گونه ای که اصل این حکم از ضروریات دین بوده و تنها اختلاف در جزئیات مسأله است. همچنین در کتب و منابع فقهی بیش از سی دلیل عقلی و نقلی بر وجوب و ضرورت پوشش و حجاب اقامه شده است که خود نشان دهنده اهمیت ویژه آن است.

از آنجا که وظیفه فقه، تبیین احکام الهی و حدود آنها است، در کتاب های فقیهان مسلمان حدود پوشش زن (یا حجاب) چنین تعیین شده است: زن باید بدن و موی خود را از مرد نامحرم بپوشاند،

۱. بررسی عقاید سه فرقه مسیحی، یعنی کاتولیک (دسته ای از مسیحیت که پیروان کلیسای روم و روش تعلیمی آن هستند)، ارتدکس (دسته ای از مسیحیت که تعلیمات انجیلی را مطابق اتفاق و تشخیص قسیسین و علمای شان قبول کرده، اما از تبعیت و پیروی رؤسای کلیسا و پاپ ها بیرون رفتند) و پروتستان (دسته ای از مسیحیت که پیروی و تبعیت از کلیسای روم را اساساً غلط شمردند، نه در تعلیمات انجیلی تابع آنان شده، نه به اوامر صادره از مقام کلیسا اعتنایی کردند)، نشان می دهد که اعتقاد به حجاب در بین کاتولیک ها قوی تر از دو فرقه دیگر است. ارتدکس ها در این باره مقام دوم را دارند و پروتستان درباره حجاب، پایبندی زیادی نداشته و آن را مختص حضرت مریم (س) می دانند. در زمان معاصر، مسأله حجاب در بین مسیحیان بی اهمیت و یا در بعضی موارد نفی شده است (کلباسی اصفهانی، ۱۳۸۸).

بلکه احتیاط واجب آن است که بدن و موی خود را از پسری هم که بالغ نشده، ولی خوب و بد را می‌فهمد و به حدی رسیده که موردنظر شهوانی است، بپوشاند» (غروی نائینی و عامری، ۱۳۸۶).

تحولات جذابیت و پوشش در غرب

با بررسی تاریخ گذشته غرب ملاحظه می‌شود که برخی از تحولاتی که در غرب رخ دادند، مستقیماً در مقوله جذابیت فیزیکی (و به تبع آن پوشش، آرایش و مدگرایی و مانند آن‌ها)، مؤثر واقع آمدند. یکی از مهم‌ترین تحولاتی که در غرب به وقوع پیوست، پدیدآیی نهضت اومانیسم یا انسان‌مداری، انسان‌محوری، انسان‌سالاری یا اصالت بشر و بشرسالاری بود. در قرون وسطا، برخوردهای نامناسب کلیسا نظیر گناهکار دانستن ذاتی انسان، بی‌اختیار دیدن انسان، مخالفت ورزیدن با لذت‌های جسمانی، معایر دیدن جمع لذت‌های جسمانی و روحانی، پذیرش حاکمیت مطلق کلیسا بر زندگی انسان‌ها و مانند آن‌ها، سبب شد نهضت اومانیسم یا انسان‌مداری در قرون ۱۶-۱۴ در کشورهای ایتالیا، آلمان، فرانسه، اسپانیا و انگلیس شکل بگیرد. بررسی مختصات فکری مطرح شده در نهضت انسان‌سالاری، مواردی بودند که دقیقاً در برابر مواضع افراطی و نادرست کلیسا، به صورت تفریطی بیان می‌شدند، به این معنا که نهضت انسان‌محوری، برخلاف اعتقاد کلیسا به خدا، انسان را به‌جای خدا نشانده، به همین ترتیب نهضت انسان‌مداری با رد کردن حاکمیت تقدیر الهی بر زندگی بشر، انسان را دارای آزادی، اراده و اختیار معرفی کرد. کنار نهادن اندیشه ماوراءالطبیعه و پذیرش طبیعت و رهنمود در جهت غلبه و سیطره یافتن بر طبیعت، کنار نهادن وحی و اصالت بخشیدن به رأی بشری در برابر آن و مدارا با اصالت دادن به همه نظام‌های ارزشی انسان ساخته و پذیرش لذت و لذت‌طلبی در برابر نهی لذت‌گرایی کلیسا، برخی از مهم‌ترین مختصات نظام فکری انسان‌مداری را تشکیل می‌دادند.

جابه‌جایی محوریت خدا با انسان، به شکل نظری موجد تحول‌های بسیار گسترده‌ای در جهان‌بینی، ایدئولوژی و بالطبع نگاه انسان‌ها به روابط اجتماعی و سبک زندگی آنان می‌گردد. به این معنا که اگر تصور شود جهان‌بینی الهی و خدامدار، با اهداف آخرت‌گرایی و ارزش‌مداری، روابط اجتماعی و سبک زندگی تکلیف‌مداری را برای پیروان خود رقم می‌زند، جهان‌بینی مادی، اومانیستی و انسان‌مدار، با اهداف لذت‌گرایی و آزاد دیدن آدمی از هر جهت، در عمل روابط اجتماعی و سبک زندگی غیر تکلیف‌مدار را برای طرفداران خویش رقم می‌زند.

بالتبع سبک زندگی سومی که آمیزه‌ای از هر دو سبک تکلیف‌مدار و ارزشی و غیرتکلیف‌مدار و بی‌ارزش است، برای مردمی که از دقت نظر چندانی برخوردار نبوده، در عین داشتن علایق دینی، از علایق دنیوی خویش نمی‌گذرند، قابل طرح است.

بررسی رخدادهای عینی که در غرب پدید آمدند، حکایت از آن دارند که سه سبک زندگی اخیر، در عمل در غرب پدید آمده، به سهم خود در سطح جهان تأثیرگذار واقع شدند.

اومانیسیم و انسان‌مداری با کنار نهادن محوریت خدا و ارزش‌هایی که افراد خدامدار موظف به پیروی و تبعیت از آن‌ها هستند، انسان را در محور معادلات خویش قرار داد و ضمن ستیز با اندیشه‌های خدامدار، در عمل روابط اجتماعی و سبک زندگی غیرتکلیف‌گرا و لذت‌پیشه را پدید آورد. مقاله «انقلابیون جنسی» در توصیف نقش یهودیان در صنعت هرزه‌نگاری^۱ (پورنوگرافی) آمریکا می‌نویسد:

«برخی از ستاره‌های فیلم‌های مستهجن، خود را به صورت جنگ‌جویان خط مقدم در پیکار مقدس و معنوی میان آمریکای مسیحی و انسان‌مداری سکولاریسم تلقی می‌کنند. به گفته فورد، هنرپیشه‌های یهودی فیلم‌های مستهجن، اغلب شادمانی خود را از اینکه به معتقدان مسیحی نسبت حیوانات چهارپای خشکه مقدس، آنارشویست، عیب‌جو و خرمگس بدهند، نشان می‌دهند و نسبت به آنان مباحثات و فخرفروشی می‌کنند. با این استدلال، دخالت یهودیان در صنعت هرزه‌نگاری (پورنوگرافی)، نتیجه نفرت و بیزاری آنان از مرجعیت و اقتدار مسیحیت است. آنان در تلاش برای تضعیف فرهنگ مسلط و غالب در آمریکا، با استفاده از تخریب اخلاق هستند. هرزه‌نگاری از نظر برخی از فعالان یهودی در این صنعت، راهی برای آلوده کردن و به فساد کشاندن فرهنگ مسیحی است»^۲.

در روابط اجتماعی و سبک زندگی غیرتکلیف‌مدار، به دلیل استقبال از لذات خودبه‌خود جذابیت‌های جسمانی و فیزیکی و بالطبع عرضه این جذابیت‌ها، برهنگی و انواع و اقسام مدها و آرایش‌ها، وجه خاص و بارزی پیدا می‌کنند. حداد عادل (۱۳۷۴)، در همین ارتباط می‌نویسد:

«با پیدایش دیدگاه‌های تازه در دوران مدرنیته، سبکی نوین در هنرهای تجسمی اروپا و امریکای شمالی پدید آمد. در این گستره، تغییر در نقاشی و پیکرتراشی قابل توجه می‌نماید.

در این دوران تندیس‌های برهنه ساخته می‌شود، تندیس‌هایی که احساس تن بودن انسان و لزوم پرداختن هنرمند به تن را به بیننده القا می‌کند. از این میان، می‌توان به پیکره «داوود» ساخته میکل آنژ اشاره کرد، تندیس مرد جوانی در نهایت زیبایی و برومندی که برهنه مادرزاد است. این مجسمه نشان می‌دهد، پس از آغاز دوران تجدد، چه اندیشه و فرهنگی بر دست و قلم هنرمند فرمان می‌راند. در عرصه نقاشی نیز می‌توان به صورت‌های تخیلی نقاشان از مریم مقدس اشاره کرد. تصویرهای پیش از رنسانس، مریم را زنی سرشار از حجب و حیایی که به وی حالتی ملکوتی می‌بخشد، نشان می‌دهد. در این عصر، نقاش می‌کوشد به مریم زیبایی معنوی ببخشد، اما نقاش پس از دوران تجدد،

۱. هرزه‌نگاری یا پورنوگرافی تجسمی بی‌پرده از مسایل جنسی با هدف تحریک یا ارضای جنسی است که در قالب‌های مختلف از جمله کتاب، فیلم و مجله ارایه می‌شود.

در چند دهه اخیر، با گسترش فرهنگی که موضوع‌های جنسی را تابو نمی‌داند، صنعت گستره‌ای حول تولید و مصرف محتوای پورنوگرافی ایجاد شده‌است. گسترش و بهبود رسانه‌های صوتی و تصویری و اینترنت نیز در شکوفایی این صنعت نقش مهمی داشته است (دانشنامه ویکی پدیا، ۲۰۱۴).

مریم را از آسمان به زمین می‌آورد و برای ترسیم سیمای مریم، زنان زیبای کوچک و بازار را مدل قرار می‌دهد. در این تابلو، دیگر آن شرم و حجب مقدس دیده نمی‌شود و بیننده، بیش از آنکه به یاد ارزش‌های معنوی بیفتد، به زیبایی چهره تصویر خیره می‌شود. گویا در دوره‌ای که ارزش انسان به تن و چهره است، ارزش مریم نیز به زیبایی ظاهریش بستگی دارد».

ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹) نیز در توصیف فضای اخیر از عمده شدن بدن و استقبال افراد از مُدگرایی و برهنه‌گرایی برای عرضه هرچه مطلوب‌تر خویش یاد می‌کنند:

«از میان همه ظواهر، بدن به منزله مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین قرارگاهی است که می‌تواند حامل و نمایشگر تفاوت‌های شیوه زندگی و شکل‌های هویت باشد. این همان چیزی است که جسم را در عصر حاضر و در تمدن غربی به یک اصل هویتی تبدیل کرده است. به تعبیر دیگر، بدن نه یک هستی زیست‌شناختی و روان‌شناختی، بلکه پدیده‌ای است که به‌صورت اجتماعی ساخته می‌شود. چنین دیدگاهی از طریق جامعه‌شناسانی مانند برگر و لاکمن نیز مورد تأیید و تأکید قرار گرفته است. بنابراین بدن نه تنها موجودیتی ساده، بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال برونی است و حالات چهره و حرکات بدن محتوای اساسی نشانه‌هایی است که ارتباط‌های روزمره ما مشروط به آن‌ها است و برای آنکه با دیگران در تولید و بازتولید روابط اجتماعی و هویت شخصی خود شریک شویم، باید بتوانیم نظارتی مداوم و موفق بر چهره و بدن خود اعمال کنیم ...».

هر ثروتی برای آن که بیشترین شأن و منزلت را برای صاحبش به ارمغان آورد، باید به صورت خودنمایانه یا متظاهرانه به نمایش گذارده شود. طبقه مرفه بدین وسیله به اقتدار هنجار دست می‌یابد و خود را به الگوی جامعه تبدیل می‌کند. رفتار رقابت‌آمیز در جامعه نیز ناشی از همین مسأله است. گروه‌های اجتماعی زیردستی می‌کوشند تا خود را با الگوی هنجاری طبقه مرفه تنظیم کنند و بدین ترتیب، رقابت اجتماعی مبنایی اجتماعی پیدا می‌کند. مقوله مُد، مختص طبقه بالایی است که می‌خواهد نشان دهد برای کسب درآمد، مجبور به کار کردن نیست. مُد در سطح جامعه توسعه می‌یابد و از سوی طبقات پایین‌تر تقلید می‌شود. طبقات بالاتر نیز همواره برای حفظ موقعیت اجتماعی خودشان صورت‌های جدیدتری از الگوهای مصرف را می‌آفرینند... مردان زمانه ما قدرت و ثروت خود را از طریق زنانشان نمایش می‌دهند».

وقوع انقلاب صنعتی در غرب، بر تحول‌های ایجاد شده در این دیار افزود. به این معنا که جهان سرمایه‌داری با اصالت بخشیدن به سود، درصد کسب سود به هر طریق ممکن برمی‌آید، بنابراین نه تنها سوءاستفاده از جسم زن برای دامن زدن به مصرف‌گرایی و مُدگرایی در این نظام مباح می‌نماید، بلکه استفاده از جسم برهنه زن به‌عنوان ماده مخدر قدرتمندی که جوامع را تخدیر کرده، آن‌ها را بر آن می‌دارد که در برابر تعدی‌های نظام سرمایه‌داری دست به شورش نزنند، امری پذیرفته می‌نماید. گواهی (۱۳۶۹) با اشاره به همین معنا می‌نویسد:

«در جهان امروز کندن لباس از تن و عدم رعایت پوشش، یک تلقین و وسوسه شیطانی است که قدرتمندان برای تسلط هرچه بیشتر خود بر قشر قابل توجهی از جامعه انسانی، یعنی زنان و به دنبال آن بقیه نوع بشر یعنی مردان، به کار می‌گیرند. در واقع امپریالیسم جهانی برای سلطه‌جویی بر ملت‌ها، ابتدا ارزش‌های اصیل اخلاقی آنان از جمله حجاب و عفت را می‌گیرد و سپس با تخریب نیروهای جوان آن کشور و کم‌رنگ کردن هویت فرهنگی آنان و یا بی‌هویت کردن آنان، اقدام می‌کند».

سانتروک^۱ (۲۰۱۰)، خاطر نشان می‌سازد، بررسی‌های انجام شده دلالت بر آن دارند که در گذر زمان میزان عرضه محصول‌های هرزه‌نگار فزونی یافته است و به نظر هم می‌رسد که به همین ترتیب نیز افزایش یابد.

مضاف برآنچه از آن یاد شد، جسم برهنه زن می‌تواند چرخ‌های صنعت عظیم هرزه‌نگاری را به حرکت درآورد. فاضلی (۱۳۸۶) در همین ارتباط خاطر نشان می‌سازد:

«صنعت هرزه‌نگاری به صورت یکی از بنیادهای کاپیتالیسم درآمدی است و نه تنها کسانی که در صنعت سکس کار می‌کنند، بلکه فیلم، سینما، هنر، نقاشی، گردشگری و مانند آن‌ها در غرب، همگی به نوعی در ارتباط با سکس درآمد کسب می‌کنند».

دانشنامه ویکی‌پدیا (۲۰۱۴) نیز با اشاره به صنعت هرزه‌نگاری از چرخش اقتصادی بعد آشکار هرزه‌نگاری به شرح زیر یاد می‌کند:

«بزرگی بازار هرزه‌نگاری بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. گزارش مرکز تحقیقات فورستر در سال ۱۹۹۸ حجم درآمد سالانه صنعت هرزه‌نگاری را از طریق اینترنت، بین ۷۵۰ میلیون دلار تا ۱ میلیارد دلار تخمین زد».

فمینیسم (نهضت آزادی‌طلبی زنان)، جریان دیگری بود که در غرب رخ داد و بر سرعت تحول‌های ناشی از نگاه انسان‌مدار و اصالت لذت و سود افزود.

ظلمی که در جوامع مختلف بشری بر زنان اعمال شده بود و زنان را به صورت جنس دست دوم مطرح ساخته بود، بستر مساعدی جهت رشد و اعتلای فمینیسم در غرب پدید آورد.

شارع‌پور، تقوی و محمدی (۱۳۹۱) و ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹)، در توصیف برخی از تبعات فمینیسم می‌نویسند:

«برخی از دستاوردهای جنبش فمینیسم برای زنان عبارتند از: حق رأی، حق سقط جنین، طلاق بدون تقصیر (برای زن و مرد)، استقلال مالی، آزادی جنسی، حضور گسترده زنان در سیاست، اجتماع و اقتصاد، افزایش سن ازدواج، افزایش زندگی‌های مجردی، اضمحلال خانواده، افزایش طلاق، ایجاد حس ستیزه‌جویی بین دو جنس، تخریب زنانگی و بحران هویت زنان، تضعیف مردانگی، برداشتن مرز خصوصی و عمومی (خانه و جامعه)، رواج هم‌جنس‌گرایی، ظهور پدیده زنانه شدن فقر، ظهور و افزایش

بیماری‌های مختلف جسمی و روحی زنان، ابزاری شدن زنان در خدمت منافع سرمایه‌داران با ایجاد صنعت سقط جنین، صنعت سکس، هرزه‌نگاری و صنعت روابط جنسی. از مهم‌ترین نگرش‌های فمینیستی، آزادی مطلق و شاید مردگونه در پوشش و آرایش است.»

«نخ بالای طلاق، فرزندان تک سرپرست، نبرد بر سر حضانت کودک، بچه‌های محروم از مراقبت و توجه مادرانه که به مراکز نگهداری کودکان واگذار می‌شوند، جرایم جوانان، بی‌بند و باری جنسی، آبستنی جوانان، سقط جنین، افزایش بیماری‌هایی که از طریق رابطه جنسی منتقل می‌شوند، کالایی‌سازی زنان، صنعت پروتق هرزه‌نگاری، عمل‌های جراحی زیبایی، دغدغه ذهنی داشتن پوستی شفاف‌تر و بدن‌هایی لاغرتر و... به‌عنوان محصول‌های جانبی جنبش زنان تلقی می‌شوند.»

انقلاب الکترونیک و پیشرفت فناوری‌های ارتباطی جدید، پدیده جهانی شدن را محقق ساخته است. به این معنا که فناوری‌های ارتباطی پیشرفته جهان حاضر را به دهکده‌ای تبدیل کرده‌اند که با وقوع هر حادثه‌ای، بلافاصله دیگران متوجه آن می‌گردند. در این دهکده بالادهی‌ها، صاحبان فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و پایین دهی‌ها، کشورهای جهان سوم هستند. بنابراین غرب به سادگی با ریختن اندیشه‌های فرهنگی خودش در رسانه‌های مزبور، با اتکا به فناوری‌های اخیر (اعم از اینترنت، ماهواره، تلفن همراه و مانند آن)، به تبلیغات جهت‌دار خود سامان می‌دهد.

اگرچه انقلاب جنسی نخست در غرب در دهه‌های ۱۹۶۰، ۱۹۷۰ شکل گرفت، ولی فناوری‌های ارتباطی پیشرفته با عرضه گسترده ادبیات هرزه‌نگار (که گاهی به صورت مجانی ارائه می‌گردند)، در عمل انقلاب جنسی دوم را پدید آورده است.

تیلور و کوایل (۲۰۰۳)، گزارش می‌دهند، قسمت اعظم درآمد اینترنت از فروش محصول‌های هرزه‌نگار آن تأمین می‌گردد، به تعبیر دیگر، اینترنت ادبیات هرزه‌نگار را دامن زده، و محصول‌های هرزه‌نگار نیز به گسترش بیش از پیش اینترنت دامن می‌زنند.

نکته مهمی که ذکر آن ضروری می‌نماید، تحول‌های هویتی است که جهانی شدن موجب آن است. به این معنا که اگر چه در گذشته افراد در پاسخ به سوال «من کیستم» که در واقع هویت آنان را تشکیل می‌داد، از عناصر زمانی و مکانی اطراف و اکناف خودشان استفاده کرده، به این ترتیب به هویت خویش شکل می‌دادند، ولی جهانی شدن با تحلیل بردن زمان و مکان، عرصه گسترده‌ای را فراروی انسان‌ها گشوده است که آنان در شکل دادن به هویت خویش دست بازتری داشته، می‌توانند با استفاده از منابع مختلف، به هویت خودشان شکل دهند.

ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹)، در زمینه تحول‌هایی که جهانی شدن در روند هویت‌یابی افراد و جوامع مختلف پدید آورد، خاطر نشان می‌سازند:

«در گذشته، مکان، زمان و فرهنگ به‌عنوان منابع هویت‌ساز سنتی از طریق احساس تمایز، جمع‌گرایی، تداوم و ثبات شخصیت در طول زمان، وجود خاطره فردی و تاریخ جمعی، امکان گذشته‌ای مشترک و تفاوت آفرینی در عین انسجام بخشی، فرایند هویت‌یابی را تسهیل می‌کرد، اما در پی مدرنیته و

گسترش جهانی شدن، حذف تداوم زمان، جایگزینی فرد به جای دولت، گسترش قلمرو روابط اجتماعی، افزایش تعدد و تنوع مراجع اجتماعی، افزایش تردید و عدم قطعیت به حوزه‌های زندگی فرهنگی، هویت‌یابی سنتی با مشکل مواجه شده است.

برخی از ارزش‌های جامعه محلی در تناقض با ارزش‌های جامعه جهانی قرار گرفته است و این مسأله فرایند هویت‌یابی را با مشکل مواجه می‌کند، زیرا در فرایند هویت‌یابی، باید به طور مداوم و روزمره رویدادهای بیرونی با تاریخچه زندگی‌نامه شخصی افراد هماهنگ شود...

فاصله‌گیری زمانی- مکانی و از جاکنندگی، از استحکام و کارایی مرزهای طبیعی و قراردادی می‌کاهد و فرهنگ‌های مختلف به آسانی گسترش و جریان می‌یابند. در این شرایط، پیوندهای فرهنگ با مکان تضعیف شده و نظام‌های معنایی از لنگرگاه‌های محلی آزاد می‌شود، در نتیجه ثبات، خلوص و مطلق‌گرایی فرهنگی از بین می‌رود.

با نسبی شدن فرهنگ‌ها، فرایند هویت‌سازی اختلالی جدی می‌یابد، زیرا فرهنگ نمی‌تواند مرجع پایدار و ثابتی برای هویت‌سازی تأمین کند و نیاز به تمایز و برتر بودن را با مشکل مواجه می‌کند. در این شرایط، کارایی دولت‌ها در عرصه هویت‌سازی کاهش می‌یابد.

شرایط هویتی اخیر برای افراد فرهیخته، به صورت یک فرصت جلوه‌گر می‌گردد، اما همین شرایط برای افراد غیر فرهیخته، به صورت یک تهدید ظاهر خواهد شد، زیرا فردی که از استحکام شخصیتی لازم برخوردار نیست، در میان انبوه منابع اطلاعاتی سردرگم شده، بدون آنکه از قدرت گزینش و انتخاب برخوردار باشد، غرق اطلاعات یک‌سویه‌ای می‌شود که به طرف او سرازیر می‌گردد و البته در غالب موارد، این اطلاعات فرد را به خط مصرف‌گرایی، مدگرایی، توجه به ظواهر و زیبایی‌های ظاهری و مانند آن‌ها سوق می‌دهند.

خواجه نوری، روحانی و هاشمی (۱۳۹۱)، به نقل از گیدنز بیان می‌دارند:

«جهانی شدن فراگرد بسط‌یابنده‌ای است که موجب تغییرات بسیاری در سطح جهان شده است. همین ویژگی بسط‌یابنده موجب می‌شود که تغییرات در یک نقطه از جهان، به تغییرات در نقاط دیگر جهان بینجامد».

ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹)، در یک جمع‌بندی از اثرات تجددگرایی، پدیدآیی فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و جهانی شدن می‌نویسند:

«تلاقی سه جریان عمده و پر نفوذ مدرنیسم، جهانی شدن و تحول‌های فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، منجر به فرسایش هنجارها و ارزش‌های بومی، سنتی و محلی شده است. این سه جریان در تضعیف فرهنگ پوشش در جوامع اسلامی نقش داشته‌اند.

مدرنیسم با نقد سنت و مذهب، جهانی شدن با تضعیف نگاه محلی و بومی در برابر نگاه جهانی شده و غافل‌گیر شدن جوامع اسلامی در برابر اینترنت و هزاران شبکه ماهواره‌ای، از جمله عوامل مؤثر در این ارتباط بوده‌اند. شبکه‌های ماهواره‌ای که با پخش فیلم، سریال، نمایش مدهای روز دنیا، فیلم‌های

هرزه‌نگار، مسابقات سرگرمی و مانند آن‌ها که در بستر فرهنگی خاص خود تولید شده‌اند، به تضعیف سنت و ارزش‌های سنتی به طور عام و هنجار پوشیدگی و رعایت پوشش به طور خاص کمک کرده‌اند. مقوله دیگری که در تحول‌های غرب قابل توجه می‌باشد، مسأله برخورد تمدن‌ها می‌باشد. به این معنا که تمدن‌های مختلف بشری، در عین داشتن نقاط مشترک، بالطبع نقاط افتراقی هم با یکدیگر دارند. بنابراین در رویارویی تمدن‌ها، می‌توان در نگاهی مسالمت‌جویانه از گفت‌وگوی تمدن‌ها و در نگاهی جنگ‌طلبانه، از برخورد تمدن‌ها یاد کرد.

هانتینگتون با ارایه نظریه برخورد تمدن‌ها، در عمل به عمده کردن رویکرد دوم پرداخته است. ویکی‌پدیا (۲۰۱۴) در توصیف برخورد تمدن‌ها می‌نویسد:

«برخورد تمدن‌ها نظریه مطرح شده توسط متخصص علوم سیاسی ساموئل هانتینگتون است که مطابق این نظریه پس از پایان جنگ سرد، فرهنگ و هویت مذهبی سرچشمه همه درگیری‌ها خواهد بود. اولین بار این نظریه در یک مقاله با نام «برخورد تمدن‌ها؟» در سال ۱۹۹۳ چاپ شد که واکنشی به کتاب پایان تاریخ فرانسیس فوکویاما بود که در سال ۱۹۹۲ منتشر گردیده بود.

هانتینگتون در نظریه خود تمدن‌های جهان را به قسمت‌های مجزا تقسیم می‌کند که شامل تمدن غرب، تمدن اسلامی، ارتدوکس‌ها، تمدن شرق آسیا، آمریکای لاتین، آفریقا، تمدن بودایی و هندوئیسم می‌شود^۱.

هانتینگتون پس از فروریزی بلوک شرق، با طرح تمدن اسلامی به‌عنوان رقیب جدید غرب، از برخورد تمدن اسلامی با غرب یاد می‌کند که مواردی مانند حادثه ۱۱ سپتامبر و انفجار برج‌های دوقلوی امریکا، به مثابه شاهد مثالی در تأیید این نظریه قلمداد می‌شوند. به تعبیر دیگر، برخی از جریان‌های قدرتمند در غرب، بیشتر از آنکه به نظریه گفت‌وگوی تمدن‌ها توجه نشان دهند، با توجه نشان دادن به نظریه برخورد تمدن‌ها، از تمدن اسلامی به مثابه رقیبی که باید به رقابتی شدید و خصمانه با آن پرداخت، می‌نگرند.

البته آنچه از آن یاد شد، از سوابقی تاریخی نیز برخوردار است. خواجه نوری، روحانی و هاشمی (۱۳۹۱)، در نمونه‌ای از این چالش‌ها می‌نویسند:

«با ورود غربی‌ها به کشورهای مسلمان، چالش‌های فرهنگی نیز میان آن‌ها آغاز شد. یکی از اصلی‌ترین این چالش‌ها، مسأله پوشش زن مسلمان بود. حجاب برای مستشرقان مسأله‌ای عمده به شمار می‌رفت و به همین سبب اکثر آن‌ها در برابرش سخت موضع گرفتند. آن‌ها حجاب را نوعی ظلم و ستم بر زنان قلمداد می‌کردند و خود را در مرحله و موقعیتی فراتر و برتر از فرهنگ جوامع مسلمان

۱. بسیاری از حوزه‌های تمدنی را می‌توان با تکیه و تأکید بر دینی خاص مشخص کرد. به طور مثال، تمدن‌های چین و ژاپن را می‌توان با ادیان بودیسم و شینتوئیسم معرفی کرد، همچنان که تمدن هند با بودیسم و هندوئیسم معرفی می‌شود. طبیعی است که تمدن اسلامی هم با تکیه بر دین اسلام معرفی می‌شود و تمدن حوزه بالکان با توجه به مسیحیت ارتدوکس و تمدن غرب هم با مسیحیت کاتولیک و پروتستان شناخته می‌شود.

می‌دیدند. در واقع نگرشی مسأله‌وار نسبت به پوشش زنان جوامع اسلامی برای نخستین بار در نزد مستشرقان شکل گرفت. این بدان معنا است که تصویر ذهنی از حجاب، ابتدا به‌وسیله سفرنامه‌نویسان و سپس بر اساس همان نوشته‌ها از سوی اندیشمندان اجتماعی شکل گرفت. برای مثال، در طول یک و نیم قرن از ۱۸۰۰ تا ۱۹۵۰ تخمین زده می‌شود ۶۰/۰۰۰ کتاب در همین رابطه در کشورهای غربی به چاپ رسیده است. به طور کلی استعمار، آثار سفرنامه‌نویسان و مستشرقان، موجب پیدایش تصاویری ذهنی از حجاب شد که این تصاویر بعدها وارد اندیشه‌های اجتماعی متفکران غربی و سپس وارد رسانه‌ها شد، به‌گونه‌ای که بسیاری از رسانه‌های غربی حجاب را به‌عنوان نمادی از ظلم مردان مسلمان نسبت به زنان مسلمان، بازنمایی کردند».

ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹) هم در گزارش قسمتی از خاطرات یکی از مهره‌های غرب در ایران می‌نویسند: «مستر همفر جاسوس انگلیسی در خاطرات خودش بیان می‌دارد: ما در مسأله بی‌حجابی زنان باید کوشش فوق‌العاده به عمل آوریم تا زنان مسلمان به بی‌حجابی و رها کردن چادر مشتاق شوند. ما باید به استناد شواهد و دلایل تاریخی ثابت کنیم، پوشیدگی زن از دوران بنی‌عباس متداول شده و مطلقاً سنت اسلام نیست. مردم همسران پیامبر را بدون حجاب می‌دیدند و زنان صدر اسلام در تمام شئون زندگی دوش به دوش مردان فعالیت داشته‌اند. پس از آنکه حجاب زن با تبلیغات وسیعی از میان رفت، وظیفه مأموران ما آن است که جوانان را به عشق بازی و روابط جنسی نامشروع با زنان غیرمسلمان و کاملاً بدون حجاب ترغیب کنند تا زنان مسلمان از آن‌ها تقلید کنند».

موارد پیش‌گفته، نمونه‌هایی توأم با نفی، انکار و مداخله هست که پیش از آنکه با تعامل سروکار داشته باشد با تعارض سروکار دارد. بررسی برخی از مواضع کشورهای غربی در حال حاضر نیز دال بر اتخاذ رویکرد اخیر است.

خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱) گزارش می‌دهند:

«در کشورهای همچون فرانسه، اتریش و برخی کشورهای اروپایی دیگر، به اشکال مختلف با پدیده حجاب در اماکن دولتی و آموزشی و حتی به صورت غیرمستقیم در اماکن عمومی، مانند رستوران‌ها، سینماها و... مخالفت صورت گرفته است و در توجیه آن عمل، حجاب را به‌عنوان تهاجم شرق مسلمان به کشورهایشان یاد می‌کنند».

برخی از جریان‌ها در غرب نیز با استناد به مبارزات زنان مسلمان الجزایری علیه فرانسه و ضرباتی که آنان به فرانسوی‌ها در جریان مبارزاتشان وارد ساختند (عظیمیان و بهشتی ۱۳۸۸)، به تأیید خطر مسلمانان برای جامعه غرب می‌پردازند.

«برخی از پژوهش‌گران غربی نیز در مطالعه پوشش زنان مسلمان، به ارایه نتایجی پرداخته‌اند که چندان مطلوب طبع غربی‌ها نیست. به‌عنوان مثال، واتسون گرایش به حجاب را واکنش فردی زنان مسلمان به فرایند جهانی شدن می‌داند که نوعی از فمینیسم معکوس و اعتراض به غرب‌گرایی و مصرف‌گرایی را در خود مستتر می‌دارد.

خیابانی و ویلیامسون نیز در دو مطالعه‌ای که در زمینه حجاب داشته‌اند، از حجاب به عنوان خطری مضاعف برای سبک زندگی انگلیسی‌ها و به مثابه نمادی افسانه‌ای از اسلام یاد کرده‌اند» (به نقل از خواجه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۱).

بنابراین تصور رویارویی تمدن غرب با تمدن اسلامی و برخورد آتی آنان با یکدیگر، به سادگی ممکن است اندیشه‌ای نظام‌دار در غرب نسبت به مواجهه و نفی دستاوردهای فرهنگی شرق و تمدن اسلامی را پدید آورده، تولید محصول‌های فرهنگی غرب را تحت تأثیر قرار بدهد، به این ترتیب که محصول‌های فرهنگی غرب ضمن تأکید بر دستاوردهای فکری و فرهنگی این دیار، مجدانه دست به نفی دستاوردهای فرهنگی تمدن رقیب بزنند.

البته برخی از موارد دیگر نیز وجود دارند که در تحول‌های فرهنگی غرب معاصر ذی‌نقش بوده‌اند. به عنوان مثال، با گسترش فناوری‌های ارتباطی جدید که عمدتاً مبتنی بر تصویر هستند، فرهنگ مکتوب بشر، به سمت فرهنگی بصری سوق یافته است. به این معنا که اگر در گذشته انسان‌ها برای به دست آوردن فهم و شناخت جهان اطراف خویش، به مطالعه کتاب می‌پرداختند و در جریان مطالعه اخیر، هر جا که احساس نیاز می‌کردند، مطالعه خود را متوقف کرده، به تأمل و تفکر در مورد مباحث مطرح شده در کتاب می‌پرداختند، در فرهنگ بصری که مبتنی بر ارایه انبوهی از تصاویر پی‌درپی به کاربران می‌باشد، دیگر این امکان عمل وجود ندارد و مباران تصویری کاربران به ایجاد انسان‌هایی سطحی خواهد انجامید که تفکر، تانی و تأمل در زندگی آنان جای چندانی ندارد و این بیشتر رسانه‌ها هستند که در جهت بخشی آنان مؤثر واقع می‌آیند.

آنچه در این قسمت از آن یاد شد، در عمل به تأیید سبک‌های زندگی نظری که پیشتر از آن‌ها یاد شد، می‌پردازد. به این معنی که اگر سبک زندگی دین‌مدار را یک سبک زندگی هدفمند، ارزشی و جهت‌دار و تکلیف‌گرا تلقی کنیم، سبک زندگی اومانیستی یا انسان‌مدار را باید یک زندگی غیرتکلیف‌مدار و جویای لذت تصور کرد. بالطبع ترکیب دو سبک اخیر که در زندگی افراد سردرگم ملاحظه می‌شود، به مثابه سبک التقاطی حدواسط سبک‌های پیشین، در نظر گرفته خواهد شد.

گزارش زیر، شرح تغییر جهت‌گیری غیردینی یک زن غربی به جهت‌گیری دینی است که به وضوح به ترسیم تفاوت سبک‌های لذت‌مدار و تکلیف‌گرا می‌پردازد:

«به گزارش رحماء به نقل از سایت تازه مسلمانان، اخیراً سارا بوکر، هنرپیشه، مدل و مانکن تازه مسلمان شده آمریکایی، توضیحاتی را درباره خود ارایه داده است. او در گفت‌وگویی خود را این‌گونه معرفی و علت مسلمان شدنش را به قرار زیر بیان داشت:

من یک زن امریکایی هستم که در مرکز امریکا به دنیا آمده‌ام. من مانند هر دختر امریکایی دیگری بزرگ شدم. یعنی با علاقه و تعلق خاطر شدید به زرق و برق زندگی و سکنی گزیدن در شهرهای گران قیمت. من در نهایت به فلوریدا و از آنجا به ساحل جنوبی میامی نقل مکان کردم. یک منطقه پرشور برای آن‌هایی که در جست‌وجوی زندگی پر زرق و برق هستند. طبیعتاً، من آنچه که یک دختر معمولی غربی انجام می‌داد را انجام می‌دادم.

من بر مبنای میزان جلب توجهی که دیگران به من داشتند، به ظاهر و جذابیت و گیرایی خود توجه خاصی داشتم و مرتباً ورزش می‌کردم. من یک خانه شیک کنار دریا خریدم و توانستم یک سبک زندگی با کلاس را برای خود فراهم کنم.

سال‌ها گذشت تا من متوجه شوم که هر چه بیش‌تر در جذابیت زنانه خودم پیشرفت می‌کنم، درجه رضایت شخصی و خوشبختی من افت می‌کند. من برده‌مُد شده بودم. من گروگان ظاهر خودم شده بودم.

من به علت افزایش مستمر فاصله میان رضایت شخصی و سبک زندگی و برای فرار از الکل و مهمانی‌ها به مراقبه (مدیتیشن) و مذاهب غیرمتعارف پناه می‌بردم. اما در نهایت متوجه شدم که تمامی آن‌ها فقط یک مسکن هستند و یک درمان مؤثر به شمار نمی‌روند.

یک روز من با قرآن، کتابی که در غرب به طور کلیشه‌ای منفی معرفی شده است، برخورد کردم. در ابتدا سبک و نحوه برخورد قرآن من را تحت‌تأثیر قرار داد و سپس نگاه آن به هستی، زندگی، آفرینش و ارتباط میان خالق و مخلوق من را به شگفتی درآورد. من قرآن را متنی مملو از بصیرت و بینش برای قلب و روح خودم یافتم که بدون نیاز به هیچ مفسر و کشیشی می‌توان از آن بهره‌برداری کرد.

سرانجام من حقیقت را دریافتم، فعالیت ارضاکننده جدید من، چیزی جز قبول مذهبی به نام اسلام که می‌تواند سرچشمه آرامش را برای من به عنوان یک مسلمان فعال فراهم آورد، نبود.

من یک ردای زیبایی بلند و یک پوشش سر که شبیه لباس عرفی زنان مسلمان است، خریداری کردم و در خیابان‌ها و محله‌هایی که روزهای پیشین با شلوار کوتاه، بیکنی و یا با لباس کار شیک به سبک غربی در آن‌ها راه می‌رفتم، ظاهر شدم. اگر چه مردم، چهره‌ها و مغازه‌ها همه همان‌ها بودند، اما یک چیز به طرز چشم‌گیر و استثنایی متفاوت بود و آن آرامشی بود که من برای اولین بار در زن بودن خودم تجربه کردم.

من احساس کردم که همه زنجیرها پاره شده‌اند و من بالاخره آزاد شده‌ام. من از چهره‌های حیرت‌زده جدید مردم، لذت می‌بردم، مردمی که زمانی نگاه آن‌ها بسان نگاه‌های یک شکارچی بر من به عنوان یک شکار بود. ناگهان بار سنگینی از دوش من برداشته شد. من دیگر تمامی وقتم را صرف خرید، آرایش، درست کردن موهایم و تمرین بدنی برای خوش‌اندام شدن خودم نمی‌کردم. سرانجام، من آزاد شدم.

اگر زمانی تعویض بیکنی‌ام در ساحل جنوبی و زندگی پر زرق و برق سبک غربی‌ام من را خوشحال می‌کرد، اکنون من با راز و نیاز با خالقم و لذت بردن از زندگی در میان هم‌نوعانم، به عنوان یک شخص با ارزش، خوشحال می‌شوم (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۰/۹/۲۳).

نمونه‌ای که از آن یاد شد (و در حال حاضر به شکلی مکرر در غرب رخ می‌دهد)، نشان‌دهنده سبک‌های نشأت گرفته از جهان‌بینی خدامحور و جهان‌بینی انسان‌مدار است. سبک‌های متفاوت پیش‌گفته که تأثیر به‌سزایی در جهت‌بخشی به زندگی افراد و جوامع مختلف دارند، مبنای تحلیل‌های بعدی درباره جذابیت فیزیکی، پوشش، مُدگرایی و مانند آن‌ها قرار خواهند گرفت.

تحول‌های جذابیت و پوشش در ایران

بررسی مسأله جذابیت و به تبع آن پوشش و مُدگرایی در سوابق تاریخی ایران، دلالت بر آن دارد که فرهنگ ایران به سبب عمق تاریخی خویش و باورهای اولیه‌ای که در مورد پوشش زنان و مردان^۱ داشت، به‌نوعی با عرضه جذابیت‌های فیزیکی در سطح جامعه مخالفت داشت. پس از ظهور زرتشت پیامبر، ایرانیان تحت تأثیر آموزه‌های زرتشت و سپس با ورود اسلام به ایران، ایرانیان تحت تأثیر آموزه‌های اسلامی، به سنت پیشین خود در زمینه جذابیت و پوشش، عمق بیشتری بخشیده، آن را تداوم بخشیدند.

اما بررسی تاریخ معاصر ایران، حکایت از تغییر جهت‌گیری خط‌مشی اخیر در دوران پهلوی دارد. ایلخانی و شجاعی (۱۳۸۹)، در همین ارتباط می‌نویسند:

«از آغاز دوره پهلوی در ایران به تدریج شاهد تغییرات وسیعی در لباس و پوشش مردان و زنان بوده‌ایم. در آغاز این دوره، دو اقدام گسترده در تغییر لباس مردان و زنان به عمل آمده است. ابتدا جایگزین شدن کلاه و کت و شلوار رهاورد غرب با قبا و کلاه نمدی سنتی ایرانی و سپس پدیده کشف حجاب اجباری زنان و حضور زنان صاحب منصبان و کارمندان دولت با لباس مدل غربی در محافل عمومی. از این دوره به بعد به تدریج، پدیده بدحجابی به رغم برداشتن اجبار اولیه ادامه یافته است. اگر چه پوشش سنتی نیز با تغییراتی در نزد بخش دیگری از مردم استمرار یافته است. امروز شاید دیگر آن پوشش سنتی زنان در عصر قاجار وجود نداشته باشد، اما پوشش کامل همچنان در نزد بخش قابل توجهی از مردم وجود دارد.

پس از انقلاب به واسطه جهت‌گیری اسلامی آن، دوباره جامعه شاهد موجی از گرایش به پوشش سنتی (یعنی حجاب کامل) بوده است، اما پس از سال‌های اولیه، دوباره موج‌های تغییر گرایش از حجاب کامل به سوی بدحجابی و بی‌حجابی جامعه را فراگرفته است.»

۱. ایرانیان حتی مردان بدون کلاه را بی‌حجاب می‌دانستند، از این‌رو نه‌تنها در آثار برجای مانده از تخت جمشید، هیچ مرد بدون کلاه دیده نمی‌شود بلکه باور اخیر تا دوران قاجار به همین شکل در مردم ایران باقی مانده بود.

بررسی تحول‌های جذابیت فیزیکی، پوشش و مدگرایی طی سال‌های پس از انقلاب دلالت بر آن دارد که توجه اندک به جذابیت فیزیکی در سال‌های اولیه انقلاب، جای خود را به افراط در این زمینه داده است و بسیاری از جوانان با استقبال از جراحی‌های زیبایی، کاشت (ایمپلنت) و نظایر آن، سعی در پردازش هرچه جذاب‌تر چهره و اندام خود را دارند، از سوی دیگر از توجه اقشار قابل‌تأملی از جوانان به پوشش کامل کاسته شده، مقابله و نفی حجاب اسلامی و یا برخورد مسامحه‌آمیز با آن، در دستور کار آنان قرار گرفته است. بالطبع با کاهش توجه به پوشش کامل، استقبال از مدگرایی در پوشش و آرایش، در اقشار قابل‌توجهی از جوانان، افزایش پیدا کرده است و این‌ها در حالی است که در مرتبه نخست پژوهش‌های انجام شده، دلالت بر افزایش بهزیستی، شادکامی، احساس امنیت و کاهش آسیب‌های اجتماعی زنانی دارد که از پوشش مناسب سود می‌برند و در مرتبه بعد وضعیت مشابهی در کشورهای اسلامی مشابه، ملاحظه نمی‌شود.

احمدی و همکاران (۱۳۸۹)، فاضلیان (۱۳۸۹) و شارع‌پور و همکاران (۱۳۹۱)، در گزارش‌های پژوهشی خویش از ارتقای بهزیستی روانی و اجتماعی زنان با ارتقای پوشش آنان یاد کرده‌اند. احمدی، بیگدلی، مرادی و سیداسماعیلی (۱۳۸۹)، در گزارش تحقیق خویش خاطرنشان می‌سازند: «رابطه انواع آسیب‌پذیری‌ها (در ابعاد فردی، خانوادگی، اجتماعی) با اعتقاد به حجاب مورد بررسی قرار گرفت و با توجه به نتایج حاصل، مشخص شد که هر یک از ابعاد آسیب‌پذیری با حجاب همبستگی دارد، به عبارت دیگر ضعف اعتقاد به حجاب در ابتلا به انواع آسیب‌پذیری‌ها نقش دارد». فاضلیان (۱۳۸۹) نیز گزارش می‌دهد:

«بین نوع حجاب زنان و میزان امنیت اجتماعی آن‌ها، و نوع تهدیدهای وارده به آن‌ها و احساس امنیت فردی آن‌ها، رابطه معنی‌داری به لحاظ آماری وجود دارد.

۹۶ درصد زنانی که پوشش معمول آنان چادر و روسری بوده است، میزان احساس امنیت فردی خود را خیلی زیاد و زیاد اعلام کرده‌اند، در حالی که فقط ۴۳/۶ درصد زنانی که پوشش معمول آنان تونیک شلوار با شال و آرایش بوده است، میزان امنیت فردی خود را خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بررسی سایر مقایسه‌ها هم نشان می‌دهد که هر چه پوشش زنان نامناسب‌تر می‌شود، میزان احساس امنیت فردی کاهش می‌یابد.

زنانی که پوشش آن‌ها چادر و روسری بوده است، از سایر گروه‌ها امنیت بیشتری داشته‌اند. ۸۹/۵ درصد از افراد این گروه، امنیت اجتماعی در حد خیلی زیاد و زیاد را گزارش کرده‌اند. در حالی که ۳۳/۴ درصد زنانی که پوشش تونیک شلوار با شال و آرایش داشته‌اند، میزان امنیت اجتماعی‌شان در حد خیلی زیاد و زیاد بوده است».

شارع‌پور، تقوی و محمدی (۱۳۹۱)، در پژوهش خویش یادآور می‌گردند:

«بهویی و همکارانش در سال ۲۰۰۸، در پژوهشی که در میان دختران بنگلادشی داشتند، نشان دادند، دخترانی که لباس‌های سنتی و مذهبی را بر لباس‌های غربی ترجیح می‌دهند، کمتر مستعد

مشکلات روانی در زندگی آینده خویش هستند و این مسأله، اثرات بلندمدتی بر بهزیستی و شادکامی آن‌ها دارد».

محبوبی‌منش (۱۳۸۶)، در مقایسه وضعیت پوشش در ایران و کشورهای اسلامی مشابه، از تفاوت قابل توجهی در این زمینه به شرح زیر یاد می‌کنند:

«امروزه در کشورهایی مانند لبنان، سوریه و الجزایر که از ناحیه حکومت، اعمال فشاری برای حفظ شعارهای دینی و سنن مذهبی وجود ندارد، یا در ترکیه با وجود حکومت لائیک، یا در اروپای امروز با وجود محدودیت‌های شغلی، آموزشی و اجتماعی، شاهد گسترش گرایش به حجاب و کیفیت حجاب مبتنی بر عمق باور دینی زنان مسلمان هستیم، در هیچ‌کدام از این کشورها، ماهواره‌ها، اثرات تربیت دینی جوانان را خنثی نساخته است و ناهیان منکر هم به رویکرد سلبی توسل نمی‌جویند و با وجود همه گونه امکانات و ابراز و شرایط طرب و عیش و عشرت و بی‌بندوباری، دختران و زنان مسلمان متعهدانه در پی حفظ حجاب خود هستند، ولی در جامعه‌ای مانند ایران که هیچ‌کدام از این عوامل مهیا نیست یا حداقل رایج نیست و بدون هزینه گزاف فراهم نمی‌گردد و از آن طرف تمامی امکانات رسانه‌ای، انتشاراتی، تبلیغی، آموزشی و تربیتی در کنار ابزارهای برحذر دارنده و مجازات‌کننده، سرزنش‌های روحی و احتمال محرومیت‌های تحصیلی، مالی و شغلی اعمال می‌گردد، چرا هزار چندی باید به شیوه‌های کنترل سلبی متوسل شد و اگر تاکنون این روش‌های قهری کارساز بوده‌اند، چه نیازی به تکرار آن‌ها وجود دارد؟»

همان‌گونه که اشاره شد، طی یکی دو دهه اخیر در ایران، گرایش به جذابیت‌های فیزیکی و هم‌زمان استقبال بیشتر از مُدگرایی در آرایش و پوشش و در نتیجه کاهش توجه به پوشش و حتی مقابله با آن، ملاحظه می‌شود.

اگر جراحی‌های زیبایی انجام شده در جامعه، معیاری برای گرایش به جذابیت فیزیکی قلمداد شود، ملاحظه آمارهای جسته‌گریخته‌ای که در این زمینه وجود دارد، دلالت بر آن دارد که نه‌تنها زنان ایرانی، بلکه مردان نیز از جراحی‌های زیبایی استقبال کرده، استقبال گسترده زنان و مردان ایرانی، رتبه ایران را در برخی از جراحی‌های زیبایی به رده‌های نخست، ارتقا داده است.

به نظر می‌رسد، مواردی مانند جراحی زیبایی و مُدگرایی در آرایش و پوشش، از جمله معیارهایی هستند که به شکل غیرمستقیم رصد اهمیت جذابیت فیزیکی در جامعه را میسر می‌سازند.

مسأله تن دادن به جراحی برای زیبایی، از گذشته‌های دور در تاریخ بشر گزارش شده است.

«سمیر کومار معتقد است که رد پای جراحی، آرایش و استفاده از محصولات معطر و بهداشتی را می‌توان در دوران اولیه‌ی بشر و نیز اعصار مصریان، یونانیان و رومیان یافت.

انسان نئاندرتال صورت خود را با رنگ‌های قرمز، قهوه‌ای و زرد که از گل و لای و آرسنیک به دست می‌آمد، نقاشی می‌کرد. از استخوان‌ها برای فر دادن موها استفاده می‌شد. آرایش، خالکوبی و زیورآلات، اطلاعات ضروری اجتماعی خاصی را با خود به همراه داشت.

جالینوس پزشک یونانی، کرم سرد را ابداع کرد. رومی‌ها از عطرهاى ساخته شده از روغن بر روی بدن‌هایشان، استفاده می‌کردند» (بلالی و افشارکهن، ۱۳۸۹).

در دوران قرون وسطا، دید یونانیان قدیم که معتقد بودند، زیبایی هدیه‌ای از جانب خداوندان است، طرد شد و کلیسا به امر زیبایی فیزیکی، به مثابه امری مشکوک، سطحی و حتی گناه‌آلود نگرست و تنها زیبایی معنوی را به انسان‌ها پیشنهاد کرد (بلالی، افشار کهن، ۱۳۸۹). اما با وقوع تحول‌هایی که بعدها در غرب محقق شد، دید اخیر تغییر کرد. در فضای جدید، برخلاف دوران خدامداری که بالطبع ارزش‌های معنوی بیشتر از ارزش‌های مادی مورد توجه بودند، با جابه‌جایی خدا با انسان، معیارهای ارزشی اخیر نیز دچار تحول و جابه‌جایی شدند و معیار زیبایی مورد تأکید خاص جوامع انسان‌مدار قرار گرفت.

گیدنز بر همین مبنا خاطر نشان می‌سازد که دوره مدرن، دوره‌ای است که انسان‌ها باید در مفاهیمی که داشته‌اند، بازنایشی داشته باشند، زیرا مثلاً بدن برخلاف گذشته، در عصر حاضر صرفاً موجودیتی فیزیولوژیک نیست و آن را باید فراتر از موجودی فیزیولوژیک نگرست (توسلی و مدیری ۱۳۹۱).

اندیشمندانی مانند فوکو، گافمن و هومنز در این زمینه از نگرشی مشابه برخوردارند. فوکو بدن را واسطه‌ای برای اعمال و ابراز قدرت می‌داند. گافمن با طرح مدیریت تأثیرگذاری، بیان می‌دارد، افراد می‌خواهند در کنش متقابل، جنبه‌ای از خود را به نمایش درآورند که مورد پذیرش دیگران و جامعه‌پسند باشد. به نظر هومنز نیز انسان‌ها در زندگی خود به دنبال آن هستند که مطلوب طبع دیگران واقع شوند و با انجام رفتارهایی که کمترین هزینه و بیشترین پاداش را در برداشته باشد، به تحقق خواست خود پردازند (میرساردو، کلدی و عطایی، ۱۳۸۹). بنابراین جراحی زیبایی به سبب امکان عملی که در اختیار زنان (و مردان) در جهت ارایه هر چه مطلوب طبع‌تر خویش قرار می‌دهد، به شدت مورد توجه افشار گسترده‌ای از شهروندان واقع می‌شود.

پیشرفت‌های پزشکی از سویی و پیشرفت‌های صنعتی از سوی دیگر، این امکان را برای انسان‌ها به وجود آورده است که آنان با استفاده از امکانات اخیر، برمیزان جذابیت خویش بیفزایند. به تعبیر دیگر، برخلاف گذشته که زیبایی یک ویژگی زیستی و طبیعی در نظر گرفته می‌شد، در حال حاضر زیبایی می‌تواند به صورت یک ویژگی تقریباً اکتسابی در نظر گرفته شود و انسان‌ها با سپردن خویش به دست جراحی زیبایی، پیش گرفتن رژیم‌های مختلف و بدن‌سازی، زیبایی بیشتری را برای خودشان به ارمغان بیاورند.

بنابراین جراحی پلاستیک^۱ که در قرن گذشته به عنوان رشته‌ای از پزشکی که به ترمیم و بازسازی اعضای آسیب خورده آدمی می‌پرداخت، در عصر حاضر زیر مجموعه جدیدی با عنوان جراحی زیبایی^۲

1. Plastic surgery
2. Cosmetic surgery

یافته است که هدف آن ترمیم نبوده، بلکه هدف آن زیباتر کردن ظواهر فیزیکی افراد است. این زیباسازی ممکن است به صورت تقلیلی (مانند برداشتن چربی بدن) یا تقویتی (مانند گذاشتن پروتز) باشد^۱.

در تاریخ جراحی زیبایی، اولین گزارش مکتوب از کشیدن صورت به سال ۱۹۰۱ بازمی‌گردد. عمل برداشتن چربی (لیپوساکشن) نیز در سال ۱۹۷۴ ابداع شد و از دهه ۱۹۸۰ عمومیت یافت.

اگر چه در ابتدا زنان عمده‌ترین مراجعان به جراحی زیبایی بودند، اما از سال ۲۰۰۷ مردان نیز وارد عرصه جراحی‌های زیبایی شده‌اند و به جراحی زیبایی مبادرت می‌ورزند (بالالی، افشارکهن، ۱۳۸۹).

میزان استقبال زنان و مردان از جراحی زیبایی به حدی است که مردم آمریکا هر ساله هزینه‌های بیشتر از هزینه‌های آموزشی کشورشان را صرف جراحی زیبایی می‌کنند و اگر چه میزان کاربران جراحی زیبایی در مقطع ده ساله (۱۹۹۴-۱۹۸۴) به دو برابر افزایش یافت، طی سال‌های بعدی این

میزان در یک مقطع ۸ ساله (۲۰۰۰-۱۹۹۳) به دو برابر افزایش یافته است (میرساردو، کلدی و عطایی، ۱۳۸۹). به تعبیر دیگر، شدت توجه به جراحی زیبایی چنان زیاد و گسترده است که شاید بتوان از این

گرایش با عنوان رسیدن به ظاهرپرستی و خودنمایی یاد کرد (میرساردو، کلدی و عطایی، ۱۳۸۹).

مضاف بر این، برخی از پژوهش‌ها حکایت از آن دارند که جراحی زیبایی تنها با هدف ارتقای زیبایی، یافتن شوهر یا شغل مطلوب طبع صورت نپذیرفته، برخی از جراحی‌های زیبایی که در سطح

۱. ویکی پدیا (۲۰۱۴)، در توصیف جراحی زیبایی که شامل انجام دادن جراحی‌های صورت یا بدن با هدف زیبایی است، می‌نویسد: «جراحی زیبایی، به اعمال جراحی پزشکی می‌گویند که برای تغییر و زیباسازی یا رفع آسیب‌های ظاهری بخشی از صورت یا بدن انجام می‌شود. این نوع جراحی شامل موارد بسیار زیادی از جمله موارد زیر است:

جراحی بینی، درون‌کاشت پستان، جراحی مؤنث‌سازی چهره، جراحی زیبایی پستان، برجسته‌سازی گونه‌ها، برجسته‌سازی لب‌ها، رفع افتادگی پلک‌ها، افزایش قد.

به طور کلی و بسیار دقیق‌تر می‌توان جراحی زیبایی (پلاستیک و لیزر) را به شاخه‌های زیر تقسیم کرد:

۱- زیبایی صورت:

بیوتیفیکیشن، لیفت صورت و گردن، لیفت پیشانی و ابرو، جراحی پلاستیک پلک (بلفاروپلاستی)، تزریق چربی، زیبایی خطوط صورت، زیبایی لب، فیلرها (پرکننده‌ها و ژل‌ها)، بوتاکس، تزریق پلاکت PRP، چین و چروک و افتادگی صورت.

۲- زیبایی غنغب و گردن:

درمان غنغب و گردن با لیپولیز لیزری، درمان غنغب و گردن با عمل، درمان غنغب و گردن با بوتاکس و فیلرها.

۳- زیبایی شکم - پهلو و پشت:

لیپولیزر توسط MPX، کوچک کردن شکم (جراحی پلاستیک شکم)، لیپوایدومینوپلاستی، لیزرلیپواسکالچر با اسمارت لیپو MPX.

۴- زیبایی سینه:

کوچک کردن سینه، پروتز سینه، لیفت سینه، تزریق چربی سینه، لیپوساکشن سینه.

۵- زیبایی بازو و ران‌ها:

لیپولیز بازوها، عمل جراحی زیبایی بازو (براکیوپلاستی)، لیپولیز لیزری ران‌ها، عمل جراحی زیبایی ران‌ها (لیفت ران - Thigh Lift) «.

البته لازم به ذکر است که درحال حاضر برخی از جراحی‌های زیبایی دیگر در سطح جهان انجام می‌پذیرند که در طبقه‌بندی دانشنامه ویکی پدیا نیامده است، مواردی مانند جراحی زیبایی واژن یا کاشت نگین روی دندان یا سطح بدن، از این دست موارد هستند. موارد اخیر

اوجی از عنان گسیختگی را در این زمینه در خود به نمایش می‌گذارند.

امریکایی‌های افریقایی تبار صورت می‌پذیرد، تغییر بینی و لب آنان برای پذیرش بیشتر در فرهنگ حاکم امریکا است.

برخی از مطالعات انجام شده در ایران دلالت بر آن دارند که زیبایی و زیباتر شدن، اولین انگیزه زنان ایرانی در استقبال از جراحی زیبایی است (کیوان‌آرا، قربانی، ژیان‌پور، ۱۳۸۹؛ میرساردو، کلدی و عطایی، ۱۳۸۹؛ توسلی و مدیری، ۱۳۹۱).

کبیری (۱۳۷۷)، در پژوهشی که در سطح ۴۰۰ نفر از زنانی که تحت عمل جراحی زیبایی بینی قرار گرفته بودند، نتیجه می‌گیرد که ۸۰٪ مراجعان، انگیزه خود را از جراحی زیبایی خویش، زیباتر شدن چهره‌شان معرفی کردند.

برخلاف تصور اولیه مبنی بر این که جراحی زیبایی تنها در اقشار مرفه و ثروتمند جامعه صورت می‌پذیرد، گرایش به زیبا شدن در اقشار مختلف اقتصادی چنان است که حتی اقشار پایین جامعه نیز از جراحی‌های زیبایی استقبال می‌کنند (کیوان‌آرا، قربانی، ژیان‌پور، ۱۳۸۹).

جراحی زیبایی مضاف بر تبعات زیستی، حاوی برخی از تبعات روانی-اجتماعی و فرهنگی نیز برای کاربران‌شان می‌باشد.

در مورد تبعات جراحی زیبایی می‌توان بیان داشت، در مرتبه نخست جراحی‌های اخیر متضمن صرف هزینه‌های گزاف می‌باشند و دوره بهبود آن‌ها نیز طولانی است (تا حدی که گاهی به سه ماه نیز می‌رسد)، و در مرتبه بعد جراحی‌های اخیر دارای برخی از عوارض جسمانی می‌باشند. به این معنا که در بسیاری از موارد، تغییرات و عوارض ایجاد شده در اثر جراحی زیبایی برگشت ناپذیر است که این عوارض می‌تواند شامل مشکلات تنفسی برداشتن بیش از حد بافت غضروفی بینی و تغییر بیش از اندازه شکل بینی شود. در برخی از موارد احتمال مرگ نیز در جراحی‌های زیبایی داده می‌شود. به عنوان مثال، سازمان غذا و داروی امریکا، ریسک عمل لیپوساکشن (سومین عمل جراحی زیبایی در امریکا) را بیشتر از خطر مرگ فرد به دلیل تصادف در رانندگی اعلان داشته است.

توسلی و مدیری (۱۳۹۱)، از مرگ سالانه ۵۲ زن به دلیل عمل جراحی زیبایی برداشتن چربی (لیپوساکشن)، یاد می‌کنند.

مشکلات روان‌شناختی پس از عمل جراحی زیبایی نیز قابل توجه است. اگرچه کبیری (۱۳۷۷)، در گزارش خود خاطرنشان می‌سازد ۱۰٪ از کسانی که خود را به دست جراحی زیبایی بینی سپرده بودند، چهره خود را نازیباتر از قبل می‌دیدند، توسلی و مدیری (۱۳۹۱) رقم اخیر را ۳۰٪ اعلان داشته، بیان می‌دارند که این افراد به دلیل نداشتن رضایت از عمل جراحی، ممکن است دست به شکایت از جراح‌شان بزنند.

برخی از پژوهش‌های دیگر، از میزان ناراضی‌تری بیشتری یاد می‌کنند. به عنوان نمونه، در مهرماه ۱۳۸۸ در نظرسنجی تلفنی صدا و سیما، ۶۰۰ نفر از مردم تهران (۳۰۰ زن و ۳۰۰ مرد) به صورت تصادفی انتخاب و در مورد جراحی زیبایی مورد پرسش قرار گرفتند. ۷۶٪ از افرادی که خودشان

جراحی زیبایی داشتند، از نتیجه جراحی خودشان راضی بودند. پاسخ‌گویان در پاسخ به این سوال که اطرافیان آن‌ها که دست به عمل جراحی زیبایی زده‌اند، چه قدر از عمل خودشان راضی هستند، رقم ۵۸٪ را اعلان داشتند (به نقل از توسلی و مدیری، ۱۳۹۱).

اگرچه آمار رسمی و مدونی در مورد جراحی‌های زیبایی در ایران وجود ندارد، اما بر اساس آمارهای غیررسمی موجود سالانه ۳۶ هزار نفر خود را به دست جراحی زیبایی می‌سپرنند (بلالی، افشارکهن، ۱۳۸۹) و میزان استقبال از جراحی‌های زیبایی در ایران چنان بالا است که در جراحی زیبایی بینی، ایران رتبه اول جهانی را دارا می‌باشد (بلالی، افشارکهن، ۱۳۸۹؛ توسلی و مدیری، ۱۳۹۱)، به همین ترتیب کاشت ناگین در قسمت‌های مختلف بدن در ایران رو به افزایش است (سایت خبری آفتاب، ۱۳۹۲/۱۲/۷).

نکته مهمی که در جراحی‌های زیبایی در ایران قابل توجه است، وارد شدن مردان به عرصه جراحی‌های زیبایی و افزایش روزافزون آن‌ها در این زمینه است. سایت خبری آفتاب (۱۳۹۲/۱۲/۷)، در گزارشی در همین زمینه می‌نویسد:

«یک آسیب‌شناس اجتماعی و متخصص علوم رفتاری از ۱۰ برابر شدن آمار جراحی‌های زیبایی میان مردان در پنج سال اخیر خبر داد.

دکتر مجید ابهری در گفت‌وگو با مهر با بیان این مطلب افزود: تا به حال مرسوم بود، مردان بعد از تصادف یا به خاطر بیماری، بینی یا چهره خود را به دست جراحان می‌سپردند، اما با بالا گرفتن تب جراحی زیبایی در کشور و تبلیغات بدون ضابطه بعضی از مؤسسات، مردان نیز به مشتریان جراحی زیبایی پیوسته‌اند.

این آسیب‌شناس اجتماعی اظهار داشت: در پنج سال اخیر بر اساس اعلان مسئولان مربوطه جراحی زیبایی در بین مردان نسبت به دوره قبل، ۱۰ برابر بیش‌تر شده است. جراحی بینی، گونه، کشیدن پوست چهره برای زیبایی و جوانی، و جراحی فک، در ردیف جراحی‌های زیبایی مردان قرار دارد.

دکتر ابهری تأکید کرد: در برخی موارد نیز در بین بعضی از جوانان که قادر به پرداخت هزینه جراحی نیستند، این رفتار نادرست صورت می‌پذیرد که آنان با چسبانیدن چسب‌های جراحی به بینی و تظاهر به جراحی زیبایی در جامعه ظاهر می‌گردند.

به گفته ابهری، تغییر سبک زندگی، توجه بیش از اندازه به ظاهر و زیبایی، بی‌توجهی به زیبایی‌های باطن و سیرت، ضعف اعتمادبه‌نفس و رقابت منفی رفتاری بین مردان باعث رونق گرفتن این حرکت شده است.»

پیروی و تبعیت از مدهای آرایشی و پوششی، وجه دیگری که برخی می‌کوشند با توسل به آن‌ها، بر میزان جذابیت فیزیکی خود بیفزایند.

با جابه‌جایی تفکر خدامدار با تفکر اومانیستی انسان‌مدار، «سبک زندگی تکلیف‌مدار» نشأت گرفته از تفکر خدامدار و ارزشی جای خود را به «سبک زندگی لذت‌مدار» (و در یک حالت دیگر، با ترکیب دو سبک زندگی خدامدار و انسان‌مدار به صورت «سبک زندگی التقاطی») می‌دهد. بنابراین برخلاف زمان‌های گذشته که اندیشه، افکار، احساسات، اخلاقیات و نودوستی افراد، معرف شخصیت وجودی آنان بود، در عصر حاضر و در سبک زندگی لذت‌مدار (و تا حدودی التقاطی) به‌جای اخلاقیات آدمی، پوشش و ظواهر او مشخص‌کننده ابعاد وجودی و منزلت طبقاتی وی در نظر گرفته می‌شود. ترنر در همین ارتباط بیان می‌دارد:

«مطالعه بدن از یک حوزه از نیروهای مقدس، به واقعیت‌های دنیوی نظیر رژیم، لوازم آرایشی، ورزش و مسایل پزشکی تغییر مکان داده است که این امر به واسطه فرایند سکولار شدن صورت پذیرفته است» (توسلی، مدیری، ۱۳۹۱).

اگر مد را جلوه‌ای از سبک زندگی بدانیم، ماکس وبر سبک زندگی را بیش از آن که بر تولید استوار بداند، بر الگوی مصرف استوار می‌داند، در نظر وی، مصرف فرآیندی است که کردارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوتی را شامل می‌شود و بیان‌کننده تفاوت میان گروه‌های اجتماعی است.

بورديو نیز معتقد است، کالاها اشیایی هستند که وضعیت طبقاتی را مشخص می‌کند و طبقات مختلف کالاهای مختلف را می‌خرند تا جایگاه خود را در ساخت اجتماعی نشان دهند، از این رو کالاها درگیر بی‌پایان تعریف و باز تعریف موقعیت اجتماعی هستند (پیلتن، طالبی، ۱۳۹۲).

برخی از مطالعات انجام شده در ایران دلالت بر آن دارند که با افزایش کاربری از اینترنت، مدگرایی کاربران فزونی می‌گیرد (دهقانی، ۱۳۹۱ به نقل از پیلتن و طالبی، ۱۳۹۲). به همین ترتیب با افزایش کاربری از ماهواره، شرکت در پارتی‌ها، مسافرت به خارج و اقامت در غرب و کاربری از مد در کاربران فزونی می‌گیرد (پایان‌فرد، ۱۳۷۹، به نقل از پیلتن و طالبی، ۱۳۹۲).

برخی از مطالعات دیگر حکایت از آن دارند که با تغییر سبک زندگی لذت‌مدار به خدامدار، توجه به مد کاهش می‌یابد.

آزادارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، نشان دادند که با افزایش میزان پایبندی پاسخ‌دهندگان به ایدئولوژی سنتی خانواده و همچنین با افزایش حساسیت دینی افراد، تنظیم و نظارت آنان بر ظاهر جسمانی خودشان کاهش می‌یابد.

نگاهی به مصرف محصول‌های آرایشی در ایران، حکایت از مصرفی شتابان دارد. به عبارت دیگر، در حالی که فروش محصول‌های آرایشی در غرب با کاهش مواجه است، فروش این محصول‌ها در ایران (و کشورهای اسلامی)، زیاد و فزاینده است. خبرگزاری فرانسه در گزارشی در این ارتباط نوشت: «حتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۹۷۹ (۱۳۵۷ هجری شمسی)، زنان ایرانی انواع محصول‌های آرایشی از رژ لب تا برق ناخن را مورد استفاده قرار داده و میزان مصرف این محصول‌ها

در ایران به حدی بالا رفته که ایران در منطقه خاورمیانه به دومین بازار بزرگ محصول‌های آرایشی تبدیل شده است.

فرانس پرس گزارش می‌دهد: این در شرایطی است که بعد از انقلاب و در زمان جنگ زنان ایرانی کمتر اجازه داشتند از محصول‌های آرایشی استفاده کنند.

بر اساس آخرین برآوردهای انجام شده، ایرانی‌ها سالانه حدود دو میلیارد دلار محصول‌های آرایشی مصرف می‌کنند و این کشور ۷۴ میلیون نفری حدود ۲۹ درصد از بازار محصول‌های آرایشی خاورمیانه را در اختیار دارد. منطقه‌ای که در آن عربستان سعودی بزرگ‌ترین بازار محصول‌های آرایشی محسوب می‌شود.

از سوی دیگر روزنامه ایندپندنت چاپ انگلستان نیز طی گزارشی ایران را هفتمین بازار بزرگ مصرف محصول‌های آرایشی در جهان توصیف کرد که سالانه ۲/۱ میلیارد دلار انواع محصول‌های این صنعت در آن فروخته می‌شود.^۱

«پایگاه اینترنتی ال مانیور نیز طی گزارشی می‌نویسد: اعتماد به نفس، موفقیت در مصاحبه‌های شغلی، تداوم زندگی مشترک، یافتن شوهر، این‌ها از جمله پاسخ‌های مشترکی است که زنان ایرانی حدود ۱۴ سال به بالا به سوالی در مورد علت استفاده از لوازم آرایشی در خارج از منزل خودشان می‌دهند.

مهتاب به‌عنوان یک زن خانه‌دار می‌گوید، او هرگز بدون آرایش خانه را ترک نمی‌کند و همسرش برخی اوقات وی را به دلیل این که برای رفتن به نانوائی در ساعت ۶:۳۰ صبح آرایش می‌کند، مسخره می‌کند. مهتاب می‌گوید: من بدون آرایش به راحتی نمی‌توانم رانندگی کنم. این کار مثل رانندگی کردن بدون عینک یک فرد عینکی می‌ماند. اهمیتی ندارد که کسی به من توجه می‌کند یا نه، من همیشه باید از خط چشم و رژ لب قرمز رنگم استفاده کنم.

مهتاب تنها زن ایرانی نیست که چنین عادت دارد. صنعت لوازم آرایشی در ایران صنعتی بزرگ است و تقاضا برای محصول‌های آرایشی با شتابی سریع رو به افزایش است، به طوری که ایران را به مقصد اصلی محصول‌های آرایشی تقلبی تبدیل کرده است.

این گزارش می‌افزاید: نتایج تحقیق‌های اخیر در مورد استفاده از لوازم آرایشی در استان اصفهان نشان می‌دهد، ۳۱/۷ درصد دختران بین ۱۵ تا ۱۹ سال از مدل‌های ارابه شده توسط شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای تبعیت می‌کنند. این رقم مطمئناً در پایتخت بالاتر است.

ایران پس از عربستان، بزرگ‌ترین مصرف کننده لوازم آرایشی در منطقه است و مقام هفتم را نیز در بین همه کشورهای جهان داراست.

در حالی که هیچ آمار رسمی‌ای در مورد درصد استفاده از لوازم آرایشی در ایران وجود ندارد، برخی آمارهای غیررسمی حاکی از آن است که زنان ایرانی بزرگ‌ترین مصرف کنندگان لوازم آرایشی تقلبی

هستند. این محصولات با نام پرندهای معروف آمریکایی و اروپایی عرضه می‌شوند، اما در چین و کشورهای دیگر تولید می‌شوند.

بر اساس آمارهای رسمی، تقریباً ۸۰ تا ۹۰ درصد کل محصولات آرایشی وارداتی به ایران تقلبی هستند که در کشورهایی همچون تایلند، چین یا ترکیه تولید شده‌اند و با پرندهای ساختگی به طور عمده از مرزهای غربی و جنوبی وارد کشور می‌شوند» (رجانیوز، ۱۳۹۳/۴/۲۸).

در کنار کاربری زنان از محصولات آرایشی، مردان نیز کاربری محدود خود از این محصولات را افزایش داده‌اند:

«وضعیت بازار محصولات آرایشی و بهداشتی در جهان طی سال‌های آینده بسیار پیچیده‌تر از وضعیت فعلی نیز خواهد شد، چراکه طی سال‌های اخیر حتی مردان نیز به سمت مصرف لوازم آرایشی روی آورده‌اند و رونق بازار این محصولات را دو چندان کرده‌اند، به عنوان مثال، کرم دور چشم مردانه ظرف مدت کوتاهی به یکی از محصولات‌های پر فروش آرایشی در کشور مالزی تبدیل شد. امروزه رقابت برای هدف قرار دادن بازار محصولات‌های مردانه، شکل جدی‌تری به خود گرفته است. اگرچه مردان به طور سنتی به ظاهر خود کمتر از زنان اهمیت می‌دهند، اما شرکت‌های صنایع آرایشی این واقعیت را می‌دانند که مردان نیمی از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند.

تا همین اواخر محصولات‌های عرضه شده به اقلام معدودی مانند ریش‌تراش، اسپری خوشبوکننده، اودکلن، فوم اصلاح و نظایر آن محدود بود، اما اخیراً ده‌ها محصول جدید روانه بازار شده است. محصولات‌هایی نظیر ژل دور چشم، کرم‌های ضدچروک، رنگ مو، شفاف‌کننده‌ها، تونیک‌های ترمیم‌کننده پوست و در کنار این‌ها اختصاصی شدن محصولات‌های معمولی‌تری مانند شامپوی سر و شامپو بدن با هدف ترغیب مردان به استفاده از محصولات‌های اختصاصی آرایشی نیز صورت پذیرفته است، محصولات‌هایی که به طور طبیعی قیمت آن‌ها گران‌تر از محصولات‌های غیر تخصصی است»^۱.

برخی از پژوهش‌های انجام گرفته، از ظهور برخی از افرادی که مخالفت خود را با حجاب اسلامی اعلان می‌دارند و اقشاری که بدحجابی را پیشه خود کرده‌اند، یاد می‌کنند. جدول زیر، نتایج پژوهشی چهار تحقیق صورت پذیرفته در زمینه میزان موافقت زنان ایرانی از حجاب را ارایه می‌کند:

| مخالف حجاب اسلامی | نظر بینابینی | موافق حجاب اسلامی | |
|-------------------|--------------|-------------------|---------------------------|
| ۱۲٪/۵ | ۴۵٪ | ۴۲٪ | حسینی دوست (۱۳۷۹) |
| ۱۱٪/۹ | ۶۷٪ | ۲۱٪/۱ | رجبی (۱۳۸۹) |
| ۱۰٪/۴ | ۵۰٪/۵ | ۳۹٪/۱ | شارع‌پور و همکاران (۱۳۹۱) |
| ۱۹٪ | ۶۱٪/۶ | ۱۴٪/۹ | رجالی و همکاران (۱۳۹۱) |

مضاف بر آنچه از آن یاد شد، در این میان برخورد سردرگم مسئولان فرهنگی جامعه با پوشش و حجاب زنان، مقوله مهم و قابل توجهی است. به این معنا که با وجود آنکه اولیای فرهنگی جامعه نسبت به گرایش گسترده جوانان به جذابیت‌های فیزیکی و مدهای مختلف، واکنش تحقیقاتی مناسبی از خود نشان نداده‌اند، اما به دلیل حساسیت‌های اسلامی و وظایف دولتی و کاری خویش، به مسأله پوشش زنان توجه ویژه‌ای مبذول داشته‌اند، جاوید (۱۳۸۸)، ضمن برشمردن مشکل بدحجابی در کشور، از اهمیت تبیین نظری این مسأله یاد می‌کند. وی می‌نویسد:

«پدیده یا معضلی که اکنون به نام بدحجابی شناخته می‌شود، از ویژگی‌های جامعه ایران در عصر حاضر است. ابعاد، عمق و وسعت این پدیده را نه در تاریخ گذشته ایران می‌توان یافت و نه می‌توان چنین سابقه‌ای از آن را در گذشته و حال سایر کشورهای اسلامی و غیراسلامی جهان مشاهده کرد. یافتن یا ارایه نظریه‌ای که بتواند وضع فعلی این پدیده در ایران را توضیح دهد و یا تشخیص این که این وضع با کدام یک از نظریه‌های موجود قابل تحلیل است، اهمیت فوق العاده‌ای برای کشور دارد» (جاوید، ۱۳۸۸).

محبوبی‌منش (۱۳۸۶)، با استناد به بیانات جانشین فرماندهی نیروی انتظامی، از بدحجابی به عنوان مسأله‌ای پیچیده که در آینده نیز بر عمق آن افزوده خواهد شد، یاد می‌کند:

«ذوالفقاری، جانشین فرماندهی نیروی انتظامی، با اتکا به نظر صاحب‌نظران اذعان می‌دارد که پدیده بدحجابی و فراتر از آن، مسأله زنان، یکی از پیچیده‌ترین مسائلی است که نظام جمهوری اسلامی ایران هم اکنون با آن مواجه است و احتمالاً دامنه این مسأله در آینده گسترده‌تر نیز خواهد شد، بنابراین عدم توجه به پیچیدگی مسأله و برخورد ساده‌انگارانه با آن، امکان دارد به نتایج عکس منجر شود.

پدیده حجاب و پوشش از سه منظر دینی، هویتی و سیاسی قابل بررسی است، چراکه از یک سو دستور اکید و صریح دین اسلام است و از سوی دیگر نماد فرهنگ و هویت ایرانی می‌باشد و به همین خاطر است که همواره ظرفیت سیاسی شدن را داشته است (محبوبی‌منش، ۱۳۸۶).

اما با وجود حساسیت‌های مسأله پوشش و حجاب برای اولیا و مسئولان فرهنگی جامعه، عدم وحدت رویه در بین آنان، در برخی از گزارش‌های پژوهشی مورد تأکید قرار گرفته است:

«درصد زیادی از پاسخ‌گویان اعتقاد خود را به نبود وحدت نظر میان مسئولان و متولیان جامعه در رابطه با کنترل بدحجابی ابراز داشته‌اند» (بیات و ذوالفقاری، ۱۳۸۹).

مختاریان‌پور و گنجعلی (۱۳۹۰) و زین‌آبادی (۱۳۸۶)، در راستای نبود وحدت رویه بین اولیای فرهنگی در مورد پوشش و حجاب زنان، می‌نویسند:

«اگر تاریخ مواجهه با مسأله بدحجابی پس از انقلاب اسلامی را مرور کنیم، مشخص می‌شود، پرداختن به مسأله حجاب طی سالیان متمادی پس از پیروزی انقلاب دچار افراط و تفریط‌های فراوان شده و هیچ‌گاه خط‌مشی اصولی و بلندمدتی بر این مسأله حاکم نبوده است، همان‌گونه که هم اکنون

نیز در کشور، خطمشی روشن، روش‌مند و قابل اجرایی در این زمینه وجود ندارد، اما آنچه اکثریت قریب به اتفاق مسئولان در زمینه مسأله عفاف و حجاب قایل به آن هستند، لزوم فرهنگ‌سازی در این زمینه است و هرگاه مسأله بدحجابی مطرح شده، عده‌ای نسخه برخورد فیزیکی را طرح کرده و مخالفان این روش، لزوم انجام فعالیت‌های فرهنگی و حل این مشکل را طریق اصلاح فرهنگ را گوشزد کرده‌اند» (مختاریان پور و گنجعلی ۱۳۹۰).

«جامعه‌پذیری حجاب در شبکه‌های روابط اجتماعی، بایستی با اقتناع‌سازی و آشناسازی افراد با فواید آن باشد. در حالی که روش‌های ترویج حجاب و پوشش اسلامی در ایران در گذشته و حال، بنا به اظهارنظر بسیاری از کارشناسان، روش‌های اجباری، نظامی، مقطعی و بر اساس میل و نظر اشخاص و گروه‌های خاص بوده است. در اوایل انقلاب، ترویج حجاب اسلامی توسط گروهی از متدینان، بدون سیاست‌های ثابت و روشن انجام شد. در واقع تأثیرپذیری برنامه‌ها و سیاست‌ها از شرایط سیاسی (مثلاً نزدیکی به انتخابات و نیاز به آرای عمومی) و ناهماهنگی مسئولان، در فاصله گرفتن جوانان از حجاب، تأثیر داشته است» (زین‌آبادی، ۱۳۸۶).

جاوید (۱۳۸۸)، خاطرنشان می‌سازد، علاوه بر مشکلات موجود در امر پوشش زنان مانند سیاست‌های متعارض اولیای امور فرهنگی و برخوردهای عمدتاً سلبی آنان در این زمینه، نکته‌ای که باید بدان توجه داشت، عدم تبیین درست مقوله حجاب مورد پذیرش دین در نزد جوانان و دیگر شهروندان جامعه می‌باشد:

«با نگاهی به وضعیت پدیده بدحجابی فعلی در ایران، می‌توان به دو نکته اشاره کرد، اول آنکه نهادهای فعلی مرتبط با مقوله بدحجابی در ایران در راستای مقابله با آن، کمتر از شیوه‌های علمی و فرهنگی بهره می‌جویند، در نتیجه، با تلقی بدحجابی به عنوان جرم مشهود، سازوکارهای کنترلی آن هم عمدتاً تنبیهی در نظر گرفته شده است. بنا بر تبصره ماده ۶۳۸ قانون مجازات اسلامی، زنانی که بدون پوشش اسلامی یا «حجاب شرعی» در انظار عمومی ظاهر شوند، به حبس از ده روز تا دو ماه و یا جریمه نقدی محکوم می‌شوند. اما تعریف دقیق و مدونی از آنچه «بدحجابی» و یا حتی «بی‌حجابی» می‌توان نامید، ارایه نمی‌گردد. دوم آن که به نظر می‌رسد، هیچ برنامه مدونی برای آموزش همگانی نمونه‌های حجاب مطلوب شرعی و موارد نامطلوب حجاب وجود ندارد. در حالی که در سال ۲۰۰۴ پس از تصویب قانون ممنوعیت حجاب در مدارس فرانسه، به مدت بیش از یک ماه نمونه پوشش‌های غیرقابل قبول یا موردقبول مدارس و مراکز دولتی در سطحی وسیع از سوی رسانه‌های جمعی دولتی و غیردولتی، نظیر تلویزیون، به نمایش گذارده شد».

در پرتو روشنگری اخیر، نتایج پژوهش رجالی و همکاران (۱۳۹۱)، دال بر آن که یکی از دلایل عدم اهتمام دختران دانشجو نسبت به رعایت حجاب، کمبود اطلاعات آنان در این زمینه می‌باشد و آنان به همین سبب، حجاب را به عنوان یک تکلیف دینی جدی خویش نمی‌نگرند، قابل فهم می‌گردد.

در تبیین استقبال مفرط جامعه از جذابیت‌های فیزیکی (که از افزایش جراحی‌های زیبایی در جامعه برمی‌آید)، مُدگرایی‌های مفرط و به‌نوعی مقابله با پوشش و حجاب مورد تأکید فرهنگ بومی و دیدگاه‌های دینی، می‌توان از دو دسته عوامل خارجی و داخلی ذی‌نقش در این موارد یاد کرد.

عوامل خارجی مؤثر بر وضعیت جذابیت و پوشش در ایران را می‌توان انعکاس سه سبک زندگی شکل گرفته شده در غرب، در نظر گرفت. به این معنا که افرادی که دارای جهان‌بینی الهی بوده، به جهان‌بینی خود و الزام‌های آن پایبند هستند، از روابط اجتماعی و «سبک زندگی تکلیف‌مدار» و مبتنی بر ارزش‌های دینی پیروی می‌کنند، در حالی که کسانی که جهان‌بینی آنان، جهان‌بینی انسان‌مدار و اومانستی می‌باشد و با جابه‌جایی خدا از محور معادلات خویش، انسان را به جای خدا نهاده‌اند، این دسته از افراد به طور عمده از روابط اجتماعی و «سبک زندگی لذت‌مدار» و غیرتکلیف‌مدار تبعیت می‌کنند. بالطبع افرادی که دارای جهان‌بینی الهی بوده، اما خود را به الزام‌های آن متعهد و پایبند نمی‌دانند، خود به خود گروه سومی را پدید می‌آورند که ترکیبی از ارزش‌های دو گروه پیشین را در خود متجلی می‌سازند.

بررسی برخی از پژوهش‌های خارجی و داخلی انجام گرفته در زمینه پوشش و حجاب، مؤید تحلیل نظری اخیر است.

مهتا (۲۰۱۰)، در پژوهشی که انجام داده است، تأثیر عمیق رسانه‌های جدید بر روی زنان مسلمان دهلی را در طول سه دهه اخیر، مؤثر دانسته است. هرچند مصرف رسانه‌های تصویری در اوایل در هند ممنوع بود، اما امروزه به نظر می‌رسد که مصرف کنندگان محصول‌های رسانه‌ای به صورت معناداری تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نیز نشان دهنده این واقعیت است که زنان مسلمان مفروضات سنتی مصرف خود را تغییر داده و در الگوهای رفتاری خود بازبینی کرده‌اند. احمدی و همکاران (۱۳۸۹)، در مطالعه‌ای نشان دادند که گرایش به غرب به‌تنهایی ۶۶ درصد واریانس عدم رعایت حجاب را پیش‌بینی می‌کند.

خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهش خویش رابطه سبک زندگی غربی و سکولار را با عدم استقبال از حجاب نتیجه گرفته‌اند.

رستگارخالد و همکاران (۱۳۹۱) نیز در پژوهشی که در زمینه گرایش به حجاب انجام رسانده‌اند، خاطر نشان می‌سازند: «مهم‌ترین سبک کنشی اجتماعی مؤثر در رعایت حجاب، کنش ارزشی دینی بوده و سبک مؤثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است».

برخی از پژوهش‌های دیگر از افشار میانه‌ای یاد می‌کنند که در عمل ضمن برخورداری از عناصری از فرهنگ خودی، عناصری از فرهنگ غرب را نیز پذیرفته‌اند. شارع‌پور، تقوی و محمدی (۱۳۹۱)، در گزارش پژوهش خویش می‌نویسند:

«نتایج پژوهش دلالت بر آن دارد که در اثرات مستقیم متغیرها، متغیر گرایش به فمینیسم قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی کننده گرایش به حجاب است.

یافته‌های تحقیق مبین این مسأله است که ۲۱ نفر (۳/۸ درصد) از پاسخ‌گویان دارای گرایش به فمینیسم در حد کم و بسیار کم بودند. ۴۶۴ نفر (۸۲/۹ درصد) گرایش متوسط و ۷۵ نفر (۱۳/۴ درصد) از آن‌ها گرایش زیاد و بسیار زیاد به فمینیسم داشتند. این نتیجه نشان می‌دهد که دانشجویان مورد مطالعه از یک طرف، دارای گرایش به حجاب هستند و از سوی دیگر، تمایل به فمینیسم هم دارند، به نحوی که حدود ۹۰ درصد از آن‌ها به این پدیده گرایش متوسط رو به بالا نشان دادند.

خواجه نوری، روحانی و هاشمی (۱۳۹۱) هم گزارش می‌دهند:

«فرایند جهانی شدن که در سطح کلان قرار دارد، از طریق متغیرهایی همچون سبک زندگی در سطح میانی قرار دارند، بر روی هویت فرد اثر می‌گذارد و آن را تغییر می‌دهد. سبک‌های زندگی موجود در جامعه را می‌توان بر روی پیوستاری در نظر گرفت که در یک سوی آن افرادی هستند که کاملاً از فرهنگ‌های غیر بومی و عمدتاً غربی و سکولار متأثر هستند و از سوی دیگر، افرادی هستند که کاملاً سنتی بوده، به آیین‌ها، رسوم، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خودی وفادار هستند. البته، همچنان که پیدا است، عمده مردم در میانه این پیوستار قرار می‌گیرند که برخی از عناصر فرهنگی را از جامعه خود و برخی را از فرهنگ‌های دیگر اخذ می‌کنند و به بیانی، به رفتار بازاندیشانه‌ای در ارتباط با ارزش‌ها و رسوم فرهنگی پیرامون خود (و با توجه به شرایط موجود در جامعه) اقدام می‌کنند».

البته لازم به ذکر است که برخی از پژوهش‌های انجام شده در زمینه پوشش، دلالت بر آن دارد که جوانان به دلیل عدم پذیرش خطمشی‌های اتخاذ شده از سوی اولیای فرهنگی در زمینه حجاب، با این مقوله به مخالفت می‌پردازند.

در بررسی که چاوشی و همکاران (۱۳۸۹)، در سطح ۸۲۳ نفر از مراجعان به مراکز درمانی یکی از دانشگاه‌های علوم پزشکی سطح تهران انجام دادند، نظر آنان را در ارتباط با «حجاب برتر» جویا شدند. نتایج این بررسی حکایت از آن داشت، در حالی که افراد میان‌سال ضرورت رعایت حجاب در جامعه را زیاد می‌دانستند، افراد جوان این ضرورت را کم می‌دانستند.

در سوال دیگری از جمعیت مورد بررسی این پرسش به عمل آمده بود که «آیا دادن چادری که توسط مراجعه‌کنندگان مختلف استفاده می‌شود، پس از شست‌وشو، اطوکشی و بسته‌بندی به افرادی که فاقد چادر هستند، هنگام ورود به مراکز درمانی ارایه می‌شود، موجب تبلیغ ارزش‌های دینی می‌شود یا خیر؟»

پاسخ‌دهندگان در برخورد با سوال اخیر، برخلاف پیش فرض طراحان این طرح که تصور می‌کردند کارشان در عمل تبلیغ دین است، به‌طور عمده پاسخ خیر را انتخاب کرده بودند و در عمل بر این مسأله صحه نهاده بودند که هر نوع هزینه‌کردنی که توأم با اجبار باشد، مورد پذیرش نسل جوان نبوده، محکوم به شکست است.

اما گذشته از عوامل خارجی مؤثر در تحول‌های صورت گرفته در زمینه جذابیت فیزیکی، پوشش و مُدگرایی در ایران، برخی از عوامل داخلی نیز در زمینه تحول روابط اجتماعی و سبک زندگی جوان ایرانی ذی‌نقش واقع شده‌اند که نباید از این موارد نیز ناگفته گذشت. این موارد، عوامل تربیتی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی، سیاسی و اقتصادی داخل کشور می‌باشند.

در عوامل تربیتی مؤثر در تغییر روابط اجتماعی و سبک زندگی جوانان، مواردی مانند: تلاش بر جامعه‌پذیری مبتنی بر زور، تلاش در نگاه داشتن جوانان در اخلاق دیگرپیرو، نفی شک‌گرایی جوانان، عدم پذیرش روحیه خودپیرو جوان، تردید در پذیرش استقلال‌طلبی جوان، نفی ریشه‌های تاریخی هویتی جوان و بحران هویت جوان ایرانی (منطقی، ۱۳۷۹، ۱۳۸۱، الف ۱۳۸۲، ۱۳۸۳، الف، پ، ۱۳۸۸ الف) و نظایر آن، قابل احصاء هستند. مضاف بر آنچه از آن یاد شد، عدم بسترسازی فرهنگی برای کاربری از فرصت‌های فضای مجازی به جای کاربری از تهدیدهای آن (منطقی، ۱۳۸۳، الف، ب، پ، ج، چ)، از دیگر موارد مهمی است که باید در این قسمت از آن یاد کرد. مجموعه موارد فوق در شکل دادن به هویت ژلاتینی جوان انقلاب اسلامی، مؤثر واقع آمده‌اند.

در تحول‌های فرهنگی مؤثر در تغییر روابط اجتماعی و سبک زندگی جوان ایرانی، از موارد قابل تأملی همچون: افسردگی اجتماعی، هیجان‌جویی مرضی، عشق بیمارگون، پناه بردن به فضای مجازی (منطقی، ۱۳۸۳، الف، ب، پ)، می‌توان نام برد. علاوه بر این، موارد دیگری مانند: ارتباط عاطفی اندک با جنگ و انقلاب، استقبال از فرهنگ فردگرا به جای فرهنگ جمع‌گرا، توجه به هر دو بُعد فرهنگ ایرانی-اسلامی، هنجارآفرینی‌های جدید، استقبال از فن‌آوری‌های ارتباطی جدید، تأثیرپذیری گسترده از اینترنت، ماهواره، تلفن همراه و بازی‌های رایانه‌ای، کنار نهادن نظریه تهاجم فرهنگی و پذیرش نظریه تبادل فرهنگی، استقبال از الگوهای عمدتاً خارجی، استقبال از فرهنگ جهانی، مقاومت فرهنگی (ابراز نظرات سیاسی در پوشش رفتارهای فرهنگی، مانند: استفاده از مُدها و پوشش‌های غیرمتعارف، برخورد لجاجت‌آمیز با نمادهای نظام و نظایر آن) (منطقی، ۱۳۷۲، الف، ۱۳۸۳، ج و د، ۱۳۸۸، ب، ۱۳۸۹)، در زمینه تحول‌های فرهنگی که جوانان با آن روبرو هستند، قابل احصاء است.

در تحول‌های اجتماعی مؤثر در تغییر روابط اجتماعی و سبک زندگی جوان انقلاب اسلامی، مواردی مانند: نفی آرمان‌گرایی‌های غیرواقع‌نگر، جابه‌جایی رویکرد دینی به مسایل به رویکرد علمی، فرهنگی، هنری و اجتماعی، اتخاذ رویکرد انتقادی به مسایل، ترجیح مصالح فردی به جای مصالح جمعی، کاهش تبعیت از بزرگ‌ترها، پا به عرصه نهادن گسترده‌تر زنان، فراگیرتر شدن اندیشه‌های برابرطلبی زنان با مردان، استقبال از روابط دو جنس، ارزش شدن روابط عمیق دو جنس، استقبال از تجربه‌گرایی، پذیرش اندیشه رفاه‌طلبی و تجمل‌گرایی، استقبال از مُد و مُدگرایی، سنت‌شکنی (منطقی، ۱۳۸۳، الف، ب، پ و ل، ۱۳۸۴) و نظایر آن‌ها، قابل شمارش است.

وقوع گسست و شکاف نسلی، از رخداد‌های مهم اجتماعی است که جوانان در آن نقش فعال و قابل تعمقی داشته‌اند. تفاوت قرائت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عقیدتی نسل جوان با نسل

بزرگسال از سویی و شکل‌گیری تدریجی انقطاع گفتمان بین نسلی که در پی کاهش گفتمان بین نسلی رخ داده است، از تبعات قابل توجه و تأمل در گسست نسلی ایجاد شده در جامعه‌اند (منطقی، ۱۳۸۳ الف، ب، پ و ۱۳۸۸ ب).

رفیع‌پور (۱۳۷۸) در کتاب «آنومی یا آشفتگی اجتماعی» با طرح آنومی یا هرج و مرج اجتماعی در شرایط تأکید بر توسعه اقتصادی برون‌زا، نابرابری، فساد اقتصادی و جابه‌جایی نظام ارزشی جامعه، خاطر نشان می‌سازد، مهار فرایند آشفتگی اجتماعی در حالی که بسترهای اصلی آن نادیده گرفته شود، با توسل به مواردی مانند نیروی انتظامی، شبیه دادن قرص مسکن به بیماری است که تنها تسکینی موقت برای وی فراهم می‌آورد. بالطبع در شرایط اخیر مهار مواردی مانند مدگرایی افراطی، بدحجابی، بی‌حجابی و نظایر آن‌ها با اتکا به نیروی انتظامی (به‌مثابه اولین سناریوی مدنظر اولیای فرهنگی)، اندیشه خطایی به شمار می‌رود.

در تحول‌های عقیدتی جوان انقلاب اسلامی که در تغییر روابط اجتماعی و سبک زندگی جوانان مؤثر واقع آمده‌اند، مواردی نظیر: عدم استقبال از رویکرد دینی به مسایل، ترجیح رویکرد اجتماعی به دین به جای رویکرد فردی به دین، ترجیح رویکرد عرفانی به دین به جای رویکرد صوری و ظاهری به دین که در احکام خلاصه می‌شود، ترجیح مرجعیت علمی و هنری به مرجعیت دینی، تأویل‌گرایی در برابر تفسیر سنتی دین توسط بزرگسالان، استقبال از اخلاق اجتماعی و غیرآرمان‌گرا به جای اخلاق آرمان‌گرا، استقبال از رویکرد تحقیقاتی نسبت به دین، نفی تحمیل دین بر جوانان، کاهش ابعاد پیامدی و مناسکی، کاهش تعصب‌های دینی، به چالش گرفتن احکام جنسیتی اسلام، برخورد گزینشی با دین، مُد شدن بی‌اعتقادی (منطقی، ۱۳۷۲، ۱۳۷۸، ۱۳۸۱، ب، ۱۳۹۲)، از موارد مورد توجهی هستند که باید بدان‌ها توجه کرد.

رفیع‌پور (۱۳۷۶) در همین ارتباط در کتاب «توسعه و تضاد» می‌نویسد، فشار هنجاری و کنترل درونی که در زمینه رعایت حجاب در سال‌های ۱۳۶۵ وجود داشت، در سال ۱۳۷۱ بسیار کاهش یافت و بالطبع احترام به زنان باحجاب نیز پایین آمد، زیرا وقتی ارزش‌های یک جامعه تغییر کند و از ارزش مذهبی به طرف ارزش غیرمذهبی برود، یعنی ارزش‌های مذهبی از نظر اجتماعی کم ارزش شوند، طبعاً دارندگان نمادهای آن (از جمله حجاب) نیز از نظر افراد کم ارزش می‌شوند.

در تحول‌های سیاسی مؤثر در تغییر روابط اجتماعی و سبک زندگی جوان ایرانی، می‌توان از موارد زیر به عنوان مواردی قابل تأمل یاد کرد: اعتقاد جوانان به فروریزی آرمان‌شهر نسل‌های اول و دوم انقلاب، نفی آرمان‌گرایی‌های غیرواقع‌نگر، کاهش تبعیت از رهبران، یافتن دید نقادانه نسبت به عملکرد رهبران، استقبال جوانان از جدایی دین از سیاست، تردید در حکومت دینی، تردید نسبت به دیدگاه‌های رهبران سیاسی، دید انتقادی نسبت به جنگ ۸ ساله، تمایل به حکومت دموکراتیک و دید تقریباً مثبت نسبت به غرب (منطقی، ۱۳۷۴، ۱۳۸۳ الف، ب و پ).

در ارتباط با دیدگاه اقتصادی جوان انقلاب اسلامی، می‌توان از دید نسبتاً منفی جوان نسبت به فرصت‌های شغلی و حرفه‌ای مورد نظر در زندگی آینده، اعتقاد به مشکلات عدیده اقتصادی جامعه، اقتصاد مبتنی بر رانت، اقتصاد نایمن و پرچالش، مشکلات معیشتی و مسکن و کمبود امکانات رفاهی شهروندان در جامعه، یاد کرد. مجموعه موارد اخیر، در ارتباط با ابعاد اقتصادی جامعه، دیدی منفی در این زمینه را برای جوان انقلاب اسلامی رقم می‌زنند.

سرانجام جهانی شدن، فضای خاصی برای جامعه و جوانان آن پدید آورده است که در آن برخورد با آرا و نقطه نظرات متفاوت و گوناگونی که بعضاً در تضاد و تخالف با نقطه نظرات رسمی رایج شده در زمینه‌های فکری، فلسفی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و سیاسی هستند، افزایش سطح توقعات افراد، افزایش تسامح، فردگرایی، برهنه‌گرایی و نظایر آن، از ویژگی‌های شاخص فضای جهانی شده به شمار می‌روند (منطقی، ۱۳۸۳، ص ۱).

نتیجه آنچه از آن یاد شد، در مرتبه نخست شکل‌گیری هویت خاصی در جوان انقلاب اسلامی است که تعبیر هویت ژلاتینی از آن، شایسته می‌نماید. در مرتبه بعد، موارد اخیر در تغییر روابط اجتماعی و سبک زندگی جوان ایرانی به شدت مؤثر واقع آمده‌اند. جوان ایرانی، در عین سردرگمی و ابهام، باهوش، نوگرا و خلاق و آزادی‌خواه است. فناوری‌های ارتباطی را شناخته و از آن‌ها در جهت پیشبرد اهداف خویش، سود می‌جوید. جوان نسل حاضر در عین تجربه‌گرایی و علم‌گرایی، با دید انتقادی به هنجارها و ارزش‌های اجتماعی خویش می‌نگرد، وی با بی‌اعتمادی به رهبران و بزرگ‌سالان جامعه نگریده، از هنجارشکنی و کنار نهادن سنت، کم و بیش استقبال می‌کند. اهل مد، رفاه، تفریح و تنوع، لذت‌طلبی، تجمل‌گرایی و راحت‌طلبی است، با نگاه مثبتی به غرب و دستاوردهای علمی و فرهنگی - اجتماعی آن (مانند فمینیسم) می‌نگرد و به میزان قابل تأملی از اندیشه‌های آرمان‌گرایانه، فاصله گرفته است (منطقی، ۱۳۸۳، و).

جوان نسل حاضر، ضمن فاصله گرفتن نسبی از اندیشه‌های آرمانی، تا حدودی جای اخلاقیات آرمان‌گرای دینی را با اخلاق اجتماعی عوض کرده، با فاصله گرفتن نسبی از اندیشه‌های انقلابی، از رویکردهای اجتماعی کم هزینه و پرسود، استقبال می‌کند و مهم‌تر از همه، جوانی که با ویژگی‌های اخیر، دست به بازنگری و بازتعریف برخی از ابعاد دینی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مرسوم جامعه‌اش زده است، قرائت و نگرش دینی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جدیدی را از خود به معرض دید نهاده است.

در یک جمع‌بندی اجمالی از آنچه در این فصل گذشت، می‌توان نتیجه گرفت، اگر چه جذابیت از گذشته تاریخ تا حال حاضر همواره به مثابه امری قابل توجه مطرح بوده است، اما با جابه‌جایی جهان‌بینی خدامدار با جهان‌بینی انسان‌مدار که در غرب رخ داد، عرضه جذابیت‌های فیزیکی (و تبعات آن نظیر پوشش، آرایش، کاربری از زیورآلات و مدگرایی)، در جامعه افزایش یافت. انعکاس آنچه در غرب رخ داده است، در سایر کشورهای جهان، از جمله ایران نیز مشهود است. اما در ایران با وجود تأکید اولیای

فصل اول: مسأله جذابیت از گذشته تاریخ تا حال حاضر / ۴۳

فرهنگی در زمینه سوق دادن جذابیت‌های فیزیکی و موارد همراه آن به کانون خانواده، به سبب وجود برخی از مشکل‌های داخلی، این امر چندان موفق نبوده است و جامعه و اولیای امور فرهنگی در این زمینه از نوعی آشفتگی و سردرگمی رنج می‌برند.

در فصل‌های بعد، پس از بررسی ادبیات علمی موجود در زمینه جذابیت فیزیکی و بررسی میدانی که در همین جهت در سطح جمعیت ایرانی صورت پذیرفته است، با گسترش و تدقیق بحث، نتایج لازم در جهت حل مشکل‌های پیش‌گفته ارایه خواهد شد.

فصل دوم

جذابیت فیزیکی در آینه پژوهش‌ها

جذابیت جسمانی در روابط بین فردی افراد، مقوله مهمی به شمار می‌آید و در این ارتباط نقش حایز اهمیتی ایفا می‌کند. بررسی مقوله جذابیت فیزیکی، حکایت از پیچیدگی این مسأله دارد، به این معنا که برخی از روان‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی برای ورود به مقوله جذابیت، در جست‌وجوی تدوین معیارهایی برای آن بوده‌اند. پژوهش‌گران دیگری از نقش کلیشه‌ای جذابیت در اذهان و افواه عامه یاد کرده و به بررسی تبعات نادرستی که این دید قالبی در اذهان مردم پدید می‌آورد پرداخته‌اند. برخی از روان‌شناسان با عطف توجه به مسأله اثرات مقایسه اجتماعی در جذابیت، به بررسی اثرات ادراکی عمیق مقایسه اجتماعی در مسأله جذابیت پرداخته‌اند و سرانجام برخی از محققان کوشیده‌اند، دست به تبیین نظری مقوله جذابیت بزنند که در ادامه با پرداختن به چالش‌های اخیر، دورنمایی از فراز و فرودهای جذابیت در جهان معاصر ارایه خواهد شد.

معیارهای جذابیت فیزیکی

آیا جذابیت فیزیکی در نزد اقوام و ملل مختلف از معیارهای واحد و یکسانی تبعیت می‌کند یا معیارهای جذابیت جسمانی در نقاط مختلف جهان فرق می‌کند؟

ساندرسون^۱ (۲۰۱۰)، در کتاب روان‌شناسی اجتماعی، با پیش کشیدن همین بحث در زمینه

معیارهای جذابیت در نزد اقوام مختلف می‌نویسد:

«اگرچه مردم ممکن است تصور کنند که معیارهای جذابیت در نزد اقوام مختلف، متفاوت است، اما بررسی‌های انجام شده در زمینه جذابیت دلالت بر آن دارند که معیارهای ثابتی در تشخیص زیبایی در اقوام مختلف ملاحظه می‌شود. به عنوان مثال، گونه‌های برجسته، چشم‌های درشت و ابروهای نازک، در بسیاری از مناطق جهان، از عوامل زیبایی و جذابیت در نظر گرفته می‌شوند.»

فرانزوی^۱ (۲۰۱۳) هم در جست‌وجوی معیارهایی برای تبیین جذابیت فیزیکی، یادآور می‌گردد:

1. Sanderson, C. A.

«آیا می‌توان با اتکا به معیارهای مشخصی، به تبیین مقوله جذابیت و زیبایی پرداخت؟! برخی از پژوهش‌گران در این زمینه بیان داشته‌اند که با وجود تفاوت‌های فرهنگی قابل توجهی که در اقصا نقاط جهان وجود دارد، می‌توان به طرح معیارهایی برای جذابیت و زیبایی افراد پرداخت. نسبت دور کمر به دور میان تنه، یکی از معیارهای مطرح شده در این زمینه است. به این معنا که اگر نسبت دور کمر فردی به دور میان تنه وی $0/7$ باشد، وی جذاب به نظر می‌رسد. روان‌شناسان تکاملی^۲، در تبیین مسأله اخیر بیان می‌دارند، کم عرض بودن کمر و پهن‌تر بودن میان تنه، دلالت بر سلامتی جسمانی فرد داشته، به نوعی بیانگر توانایی باروری وی است. البته ابعاد فرهنگی - اجتماعی - اقتصادی در معیارهای افراد جوامع مختلف مؤثر واقع آمده، این معیارها را کم و بیش تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. به عنوان مثال، در جوامع فقیر و بحران زده، چاق بودن مثبت نگریسته می‌شود، چرا که چاق بودن فرد دلالت بر برخورداری وی از منابع مورد نیاز برای ادامه حیات داشته، بیانگر توانایی باروری فرد مورد نظر نیز هست. اما در جوامع مرفه، چاق بودن یک ارزش شمرده نمی‌شود، زیرا رفاه جوامع مرفه، خود به خود امکان باروری افراد را فراهم می‌آورد. در پژوهشی که پیتی جوهان^۳ و جانقبرگ^۴ در سال ۲۰۰۴ انجام دادند، نشریات (هرزه‌نگار) پلی بوی^۵ و پلی میتز^۶ را در دو مقطع ۱۹۶۰ و ۲۰۰۰ را به صورت تطبیقی مورد بررسی قرار دادند. این بررسی نیز مشخص کرد که در سال ۱۹۶۰ که جامعه امریکا با بحران و رکود اقتصادی مواجه بود، تصاویر (نیمه برهنه و برهنه) مندرج در نشریات مزبور، چاق‌تر از تصاویر سال ۲۰۰۰ هستند که جامعه امریکا درگیر بحران‌های اقتصادی خاصی نبوده است. معیار دیگری که برای جذابیت مطرح گردیده است، تناسب چهره^۷ است، به این معنا که هر چه اجزای چهره متقارن‌تر و متناسب‌تر به نظر بیایند، آن چهره جذاب‌تر ادراک می‌شود. در یکی از پژوهش‌ها، چهره افراد مختلف با استفاده از یک نرم‌افزار رایانه‌ای روی هم انطباق داده شدند تا میانگینی از این چهره‌ها به دست بیاید.

بررسی‌های انجام شده حکایت از آن داشت، در مواردی که تعداد تصاویر منطبق شده بر هم ۳۲ مورد باشد، پاسخ‌دهندگان جذابیت بیشتری برای تصویر میانگین ماحصل آن‌ها قایل هستند، در حالی که اگر میزان تصاویر میانگین منطبق شده بر هم ۴ مورد باشد، تصویر اخیر از سوی پاسخ‌دهندگان،

1. Franzoi, S. L.

۲. روان‌شناسان تکاملی با پذیرش نظریه بقای اصلح داروین، این نظریه را زیر بنای تبیین‌های نظری خود قرار داده و معتقدند رفتارهای انسان‌ها را باید بر مبنای تلاش آن‌ها مبنی بر تداوم بخشیدن به نوع خودشان تبیین کرد.

3. Pettijohn, T.

4. Jungeberg

5. Playboy

6. Playmates

7. Symmetrical

جذاب ارزیابی نمی‌شد. همین آزمایش روی انطباق تصاویر سگ‌ها، پرنده‌ها و ماهی‌ها صورت پذیرفته است و نتایج آزمایش نشان داده‌اند، عکس حاصل از انطباق تصاویر زیادی از حیوان‌های پیش‌گفته، زیباتر از عکس حاصل از انطباق تصاویر اندکی از حیوان‌های مزبور است. زیرا عکسی که ماحصل انطباق تصاویر بیشتری هستند، برای مغز ما آشنا تر از عکسی است که از انطباق تصاویر کمتری به دست آمده است».

مایرس^۱ (۲۰۱۳) نیز ذیل عنوان «چه کسی جذاب است؟» می‌نویسد:

«برخی از روان‌شناسان در پاسخ به این سوال که چه کسی زیباتر است، دست به ارایه معیارهایی زده‌اند. سوروکووسکی^۲ و همکارانش در سال ۲۰۱۱ در گزارشی که از سطح ۲۷ کشور جهان تهیه کرده‌اند، از تناسب طول پا به بدن، به عنوان یک معیار جذاب بودن یاد کرده‌اند. معیار اخیر حتی در سطح حیوان‌ها نیز صادق است.

معیار دیگری که در مسأله جذابیت مطرح شده است، میانگین چهره‌ها است. درک میانگین چهره‌ها برای چشم و مغز آدمی سهل‌تر است، از این رو میانگین چهره‌ها برای آدمی زیبا و جذاب‌تر می‌نماید. اندازه کمر به میان تنه، معیار دیگری است که مورد توجه روان‌شناسان تکاملی قرار گرفته است. به این معنا که زنانی که کمر آنان ۳۰٪ باریک‌تر از میان تنه آنان هست، با قابلیت باروری بالایی تصور می‌شوند، حال آن که زنانی که به دلایل مختلف از ویژگی اخیر برخوردار نیستند و بدنشان شبیه یک ساعت شنی به نظر نمی‌رسد، در عمل از توان باروری بسیار کمتری برخوردارند».

دید قالبی در زمینه جذابیت

دید قالبی یا کلیشه‌ای به‌عنوان یک ادراک سوگیرانه و جهت‌مند تعریف شده است. در دید قالبی افراد با ویژگی‌های خاصی توصیف می‌شوند، بدون آنکه به این مسأله توجه شود که آیا آنان واقعاً دارای صفات و ویژگی‌های مطرح شده هستند یا خیر. یکی از دیدهای کلیشه‌ای موجود در زمینه جذابیت و زیبایی، این باور هست که «هر آنچه زیبا است، خوب است».

دید قالبی اخیر که مقوله مهمی در جذابیت جسمانی و فیزیکی به شمار می‌آید، بیانگر آن است که هر آنچه زیبا است، خوب و پسندیده به شمار می‌آید. بنابراین هر فرد زیبارویی، در عمل باید واجد بسیاری از صفات خوب و پسندیده باشد (که البته به لحاظ علمی، به سبب سوگیرانه بودن ادراک افراد در این زمینه، صحت این مسأله زیر سوال است).

مایرس (۲۰۱۳) درباره دید قالبی «هر آنچه زیبا است، خوب است»، می‌نویسد:

«رسانه‌ها فارغ از اینکه آیا مضمون هر آنچه زیبا به نظر می‌رسد، خوب است، درست هست یا خیر، در عمل به این دید کلیشه‌ای در جامعه دامن می‌زنند. به عنوان مثال، دوریس بازرینی^۱ و همکارانش در تحلیل محتوایی که در سال ۲۰۱۰ روی ۲۱ فیلم انیمیشنی والت دیسنی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که فیلم‌های والت دیسنی بر این پیام صحه می‌گذارند که زیبایی مترادف خوب بودن است. مشابه همین مسأله در داستان‌های سفید برفی و سیندرلا دیده می‌شود.

به دلیل اهمیت وافر که جذابیت جسمانی در نزد مردم دارد، ما شاهد آن هستیم که سالانه میلیون‌ها نفر برای تغییر چهره یا کاهش وزن، خود را به دست جراحی زیبایی می‌سپرنند، برای مرتب کردن دندان‌هایشان، به دندان‌پزشک مراجعه می‌کنند، با انجام تزریق، سینه‌هایشان را بزرگ‌تر می‌کنند، موهایشان را رنگ می‌کنند و یا به موارد مشابهی دست می‌زنند.

فرانزویی (۲۰۱۳)، نیز در همین ارتباط می‌نویسد:

«در اولین مطالعه‌ای که در مورد دید کلیشه‌ای افراد در مورد جذابیت جسمانی توسط دیون^۲، برشید^۳ و هاتفیلد^۴ در سال ۱۹۷۲ در سطح جمعی از دانشجویان به عمل آمد، پژوهش‌گران با ارایه تصاویری از مردان و زنان زیبارو، متوسط و زشت منظر، از دانشجویان خواستند تا در مورد ویژگی‌های شخصیتی آنان، قضاوت کنند. نتایج این بررسی نشان داد که دانشجویان افراد زیبارو و نیک‌منظر را بیشتر از افراد زشت‌منظر، دارای ویژگی‌های شخصیتی مطلوب و مورد پسند جامعه می‌دانستند. برخی از مطالعات دیگر حکایت از آن دارند که مردم، کودکان جذاب را بسیار دوست داشتند، تر، اجتماعی‌تر و نگره‌داری آنان را راحت‌تر از کودکان نازیبا می‌دانند. در پژوهش‌های دیگری مشخص شده است که هم اولیا و هم معلمان، کودکان زیبا منظر را واجد ویژگی‌های مطلوب اجتماعی می‌دانند، در حالی که کودکان نازیبا را غالباً واجد ویژگی‌های اخیر نمی‌دانند.»

هاولی^۵ و همکاران (۲۰۰۷)، از جمعی از معلمان کودکان پیش دبستانی ۳-۶ ساله خواستند تا آنان ویژگی‌های جذابیت جسمانی، مهارت‌های اجتماعی، تسلط اجتماعی، میزان پذیرش نزد همسالان و پرخاشگری ۱۵۳ دانش‌آموز پیش دبستانی خویش را مشخص کنند. بررسی نتایج حاصل دلالت بر آن داشت که معلمان، کودکان زیباتر را دارای عملکرد مناسب‌تر، جایگاه اجتماعی بالاتر و مهارت‌های اجتماعی بهتری می‌دانند.

در یک آزمایش که در سطح دانش‌آموزان کلاس‌های اول و ششم دبستان انجام پذیرفت، تصاویری از معلمان زن جذاب و غیرجذاب به دانش‌آموزان ارایه شد و از آنان درخواست شد تا دانش‌آموزان در مورد

-
1. Bazzini, D.
 2. Dion, K.
 3. Berscheid, E.
 4. Hatfield, E. W.
 5. Hawley, P. H.

ویژگی های شخصیتی معلمانی که تصاویر آن ها را می دیدند، دست به قضاوت بزنند. شاگردان در برخورد با تصاویر معلمان زیبا منظر، از آنان با عناوین بهترین، شادترین و زیباترین معلمان یاد کردند، در حالی که همین دانش آموزان در توصیف معلمان بدون جذابیت، آنان را کسانی برشمردند که دست به تنبیه دانش آموزانشان می زنند (هانزبرگر^۱ و کاواناق^۲، ۱۹۸۸).

«مایکل کالیک^۳ تصویر ۸ زن را که چهره خودشان را به دست جراحی زیبایی سپرده بودند، به دانشجویان دانشگاه هاروارد نشان داد. دانشجویان با مقایسه عکس های قبل از جراحی و بعد از جراحی زنان مزبور، نه تنها آن ها را به لحاظ فیزیکی جذاب تر ارزیابی کردند. بلکه آن ها را مهربان تر، حساس تر، به لحاظ جنسی گرم تر، دوست داشتنی تر و مانند آن ارزیابی کردند» (مایرس، ۲۰۱۳).

مقاله «زیبایی یا هوشمندی: کدام ویژگی برای قرار ملاقات شما، تعیین کننده واقع می شود»، خاطرنشان می سازد، وقتی پژوهش گران برای مردان شرکت کننده در پژوهش، نوارهای ویدیویی از دختران جذاب و باهوش را به نمایش درآوردند و از آنان خواستند تا فرد مطلوب طبع خویش را از میان افراد زیبارو یا باهوشی که دیده بودند، انتخاب کنند، مردان در غالب موارد زنان زیبارو را انتخاب کردند، زیرا از منظر آنان زنان زیبا منظر در عین زیبایی، واجد استعداد، هوش و اعتماد به نفس نیز هستند (مینرز^۴ و شیپوش^۵، ۱۹۷۶).

نتایج برخی از مطالعات دیگر دلالت بر آن دارد که افراد جذاب به طور متوسط از حقوق و مزایای بیش تری در قیاس با افرادی که جذابیت فیزیکی آن ها پایین تر از حد متوسط است، در جامعه برخوردار می شوند (این میزان در امریکا برای مردان حدود ۵۲۰۰ دلار در سال و برای زنان حدود ۴۲۰۰ دلار در سال، تخمین زده شده است). نتایج پژوهش هایی از این دست، به تأیید این مسأله می پردازد، افرادی که از جذابیت جسمانی مطلوبی برخوردارند، از موقعیت شغلی بهتر و مناسب تری برخوردار هستند (فرانزویی، ۲۰۱۳).

شیپوش و همکاران (۱۹۷۶) برای بررسی تطبیقی دو مقوله جذابیت و پایگاه اقتصادی اجتماعی، در بررسی که در سطح ۴۴ زن و ۴۴ مرد داشتند، تصاویری از زنان و مردان جذاب را با پایگاه های اقتصادی - اجتماعی بالا و پایین ارایه کردند و قضاوت جمعیت مورد بررسی را در مورد آنان جویا شدند. این بررسی نشان داد که زنان جذاب، در عین حال افرادی دوست داشتنی، با اعتماد به نفس، با استعداد و هیجان انگیز ارزیابی می شوند و وقتی زنان زیبا همراه مردانی زیبا نمایش داده می شوند،

-
1. Hunsberger, B.
 2. Cavanagh, B.
 3. Kalick, M.
 4. Meiners, M. L.
 5. Sheposh, J. P.

اثرات اخیر به شکل بارزتری بیان می‌شدند، اما عامل پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد تأثیر چندانی در ارزیابی ارزیابان نداشت.

«پژوهش‌های زیادی در همین ارتباط، دو فراتحلیل^۱ انجام گرفته در مورد این پژوهش‌ها، به تأیید این مسأله پرداخته‌اند که مردم، افراد زیبارو را واجد ویژگی‌هایی مانند: بسیار اجتماعی، موفق، شاد، مسلط، گرم (به لحاظ جنسی)، با سلامت روانی بالا، با هوش و برخوردار از مهارت‌های اجتماعی مورد نیاز می‌دانند، ولی مردم افراد غیرجذاب را در غالب موارد واجد ویژگی‌ها و صفات پیش گفته نمی‌دانند. اگر از اعتقادات عامه مردم بگذریم و بخواهیم به شکل علمی به بررسی مقایسه‌ای ویژگی‌های شخصیتی افراد برخوردار از جذابیت فیزیکی و غیرجذاب بپردازیم، نتایج حاصل، نتایج متفاوتی هستند. آن فین‌گولد^۲ در سال ۱۹۹۲ در یک فراتحلیل در این زمینه، به بررسی ۹۰ پژوهش انجام شده در این باب پرداخت. نتیجه فراتحلیل فین‌گولد حاکی از آن بود که افراد جذاب و غیرجذاب به لحاظ فیزیکی، واقعاً در صفات شخصیتی اساسی، تفاوت قابل ملاحظه‌ای با یکدیگر ندارند. بنابراین اعتقادات مردم در این زمینه از پایه علمی قابل قبولی برخوردار نیست، اما با وجود این باید اذعان کرد، افرادی که از جذابیت جسمانی بالایی برخوردارند، اضطراب اجتماعی کمتری داشته و مهارت‌های اجتماعی آنان در سطح بالایی قرار دارد که دلیل این امر از سوی برخی از پژوهش‌گران برخورد مناسب و پذیرای مردم با آنان شمرده شده است، حال آن که افرادی که از جذابیت جسمانی مطلوبی برخوردار نیستند، مانند افراد جذاب، غالباً اضطراب اجتماعی پایین و مهارت‌های اجتماعی بالایی را در خود نشان نمی‌دهند. سیندر^۳ و همکارانش در بررسی که در این زمینه داشتند، از جمعی از افراد شرکت‌کننده در آزمایش خویش خواستند تا آنان پس از ملاحظه عکس یک فرد، به نوار صحبت‌های وی گوش کنند و سپس ویژگی‌های اجتماعی وی را مشخص کنند. مردان شرکت‌کننده در آزمایش وقتی تصویر زن جذاب را می‌دیدند، وی را خیلی اجتماعی‌تر از زمانی که تصویر زن غیر جذاب را می‌دیدند، ارزیابی می‌کردند. به همین ترتیب زنانی که تصویر مرد جذاب را به همراه نوار صحبت‌های وی دیده و شنیده بودند، وی را فردی صمیمی، مطمئن و شاداب ارزیابی کرده بودند، حال آن که در مورد مردانی که تصویر آنان، دلالت بر عدم جذابیت جسمانی آنان داشت، چنین تصویری وجود نداشت» (فرانزوی، ۲۰۱۳).

۱. فراتحلیل مجموعه‌ای از روش‌های آماری است که برای یک‌پارچه کردن نتایج حاصل از پژوهش‌های همبستگی و نیمه تجربی به کار می‌رود. گلاس به عنوان بنیان‌گذار روش فراتحلیل در توصیف این روش بیان می‌دارد: «فراتحلیل، تحلیل تحلیل‌ها است». به عبارت دیگر در این روش تحلیل‌ها و تحقیقاتی که درباره یک موضوع انجام شده است، گردآوری شده و مورد تحلیل مجدد قرار می‌گیرند. در روش فراتحلیل سعی می‌شود، یافته‌ها در قالب مفاهیم کمی و آماری قوی قرار داده شوند تا هماهنگی بیشتری در تحقیقات حاصل شود. بنابراین یکی از مهم‌ترین کارکردهای فراتحلیل این است که در مرتبه اول در این نوع تحقیقات نقاط قوت و ضعف تحقیقات انجام شده مشخص شده و از ناهماهنگی‌ها تا حدودی کاسته شود و در مرتبه دوم با ترکیب نتایج پژوهش‌ها، نتایج منسجم و قوی‌تری به دست آید.

2. Feingold, A.

3. Snyder

ساندرسون (۲۰۱۰)، ضمن تأکید بر خورنداری بیشتر افراد زیبا منظر از مزایای اجتماعی، به تبیین دلایل این امر پرداخته است. وی در کتاب روان‌شناسی اجتماعی می‌نویسد:

«بررسی‌های انجام شده حاکی از آن هستند، افرادی که از جذابیت فیزیکی لازم برخوردارند، از مزایای اجتماعی زیادی برخوردار می‌گردند. به عنوان مثال، افراد جذاب در یافتن مشاغل مناسب، حقوق بیشتر و بهره‌مندی از امتیازهای بیشتر اجتماعی، موفق‌تر هستند. استیوارت^۱ در پژوهش‌هایی که در سال‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۸۵ داشت، نشان داد که افراد جذاب و نیکومنظر در دادگاه از محکومیت و جرایم مالی کمتری برخوردار می‌شوند، حال آن که در مورد افراد غیر جذاب چنین نیست.

پژوهش‌گران در تبیین این مسأله، بیان می‌دارند که تصور عمومی مردم دال بر آن است که افراد نیک منظر و جذاب، اگر دست به خطا و جرمی هم بزنند، خطا و جرم آن‌ها از جرایم دیگران خفیف‌تر خواهد بود.

در تبیین این امر که چرا افرادی که از جذابیت فیزیکی برخوردار هستند، از سوی عامه مردم، مثبت‌تر ارزیابی می‌شوند، چهار تبیین ارائه شده است.

تبیین نخست دلالت بر آن دارد که چون جذابیت فیزیکی یک فرد، احساس خوشایندی در طرف مقابل وی ایجاد می‌کند، وی تحت‌تأثیر این احساس مطبوع، در مورد فرد جذاب به شکل مثبتی ارزیابی خود را ارائه می‌کند.

آهارون^۲ و همکارانش در گزارش پژوهشی خویش اعلان کردند که وقتی یک مرد تصویر یک زن بسیار زیبا را می‌بیند، قسمت خاصی از مغز وی به‌شدت فعال می‌گردد، حال آنکه اگر وی تصویر زنی با جذابیت متوسط را ببیند، مرکز مزبور فعالیت شدیدی از خود نشان نمی‌دهد.

مرکزی که در مغز با دیدن تصویر زنان زیبارو تحریک می‌گردد، دقیقاً همان مرکزی است که در مواجهه با یک پاداش (مانند پول) تحریک و فعال می‌گردد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دیدن چهره زنان زیبامنظر برای مغز یک مرد، به مثابه دریافت یک جایزه مالی برای وی است.

دومین تبیینی که برای ارزیابی مثبت‌تر افراد جذاب و زیبارو ارائه شده است، این است که مردم به شکل کلیشه‌ای معتقدند: «هرآنچه زیبا است، خوب است». به تعبیر دیگر عامه مردم، افراد جذاب و زیبارو را واجد برخی از صفات مثبت می‌دانند. به این معنا که مردم افراد جذاب و زیبارو را باهوش‌تر، به لحاظ اجتماعی شایسته‌تر و با مهارت‌های اجتماعی بالاتر ارزیابی می‌کنند. به همین ترتیب عامه مردم، معتقدند که افراد جذاب از زندگی بهتری برخوردارند و در این زندگی ازدواج موفق‌تری داشته، از اعتبار اجتماعی بالاتری برخوردارند و پیشرفت‌های اجتماعی بیشتری دارند.

اگرچه بررسی‌های علمی نشان می‌دهد که تصور قالبی «هرچه زیباست، خوب است»، در مورد افراد جذاب صادق نیست و آن‌ها به لحاظ ویژگی‌های شخصیتی، برتری خاصی بر دیگر افراد جامعه ندارند، اما آنان به لحاظ اجتماعی واقعاً تنهایی کمتری را تجربه می‌کنند، با اضطراب کمتری مواجه می‌گردند، مطلوب طبع دیگران واقع می‌گردند و به لحاظ جنسی محبوب‌تر هستند و حتی زیرک‌تر از دیگران جلوه‌گر می‌شوند.

سومین تبیین ارایه شده در مورد ارزیابی مثبت عامه مردم در مورد افراد جذاب، به مهارت‌های اجتماعی بیشتر و بالاتری که آنان از آن برخوردارند، باز می‌گردد.

تبیینی که در مورد ارتباط جذابیت و مهارت‌های اجتماعی ارایه شده است، بر این مبنا ارایه گردیده است که افراد جذاب در تعامل‌های اجتماعی خودشان، بیشتر تعامل‌های مثبت را تجربه می‌کنند و تجربه تعامل‌های منفی آنان بسیار قلیل است. مضاف بر این، افراد جذاب در معرض توجه و امتیازهای بیشتری در جامعه قرار می‌گیرند.

سرانجام آخرین تبیینی که در مورد مثبت دیدن ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری افراد جذاب ارایه شده است، تبیین مبتنی بر تداعی‌گرایی است، به این معنا که جذابیت با خود خوبی و برتری را تداعی می‌کند و از این منظر افراد جذاب، با ویژگی‌های مثبت تداعی می‌گردند.

به هر صورت آنچه به‌عنوان یک نتیجه‌گیری از مسأله دید کلیشه‌ای موجود در زمینه جذابیت فیزیکی می‌توان از آن یاد کرد، این است که با وجود عدم صحت دید قالبی «آنچه زیبا است، خوب است»، از منظر بسیاری از افراد جذابیت فیزیکی را باید به صورت یک فرصت ارزشمند در نظر گرفت.

مایرس (۲۰۱۳)، با گزارش یکی از پژوهش‌های انجام شده، در عمل به تأیید نتیجه اخیر می‌رسد. وی می‌نویسد:

«دریک پژوهش وقتی از ۲۲/۰۰۰ داوطلب درخواست شد تا یک فرم را برای شرکت در ملاقات‌های روی خط اینترنتی پرکنند، ۶۵٪ مردان و ۷۲٪ زنان در این فرم‌ها، جذابیت خود را متوسط رو به بالا و یا بالا مشخص کرده بودند و تنها ۱٪ افراد میزان جذابیت خویش را کمتر از حد متوسط، مشخص کرده بودند».

به تعبیر دیگر، جذابیت فیزیکی برای هر دو جنس (خاصه زنان)، یک سرمایه محسوب می‌شود و در زندگی روزمره افراد نقش قابل توجهی ایفا می‌کند.

مقایسه اجتماعی

مقایسه اجتماعی فرآیندی است که در آن فرد دست به مقایسه خود با دیگران می‌زند. مطالعات انجام شده دلالت بر آن دارند که جذابیت تحت‌تأثیر مقایسه اجتماعی قرار گرفته، از آن تأثیر می‌پذیرد.

مسئله اخیر چنان است که حتی ارزیابی یک فرد از جذابیت جسمانی خودش، در مواجهه و برخورد با افراد جذاب، کاستی می‌گیرد (چن^۱ و جکسون^۲، ۲۰۰۹).

در دو پژوهش که توسط براون^۳ و همکاران در سال ۱۹۹۲ و ثورن تون^۴ و ماوریس^۵ در سال ۱۹۹۷ انجام گرفت، مشخص شد، نتایج مقایسه اجتماعی جذابیت فیزیکی نه تنها در دو جنس، بلکه حتی در یک جنس نیز صادق است، به این معنا که وقتی افراد یک جنس، فردی از جنس خودشان را ببینند که از جذابیت جسمانی زیادی برخوردار است، خودبه‌خود از ارزیابی‌شان نسبت به جذابیت جسمانی خودشان کاسته می‌گردد.

البته در مسئله مقایسه‌های اجتماعی عوامل جنسیتی نیز ذی‌دخل بوده، زنان حساسیت‌های بیشتری را در این ارتباط از خود به منصف ظهور می‌گذارند.

وید^۶ (۱۹۹۶)، در بررسی که در سطح ۹۱ نفر از افراد افریقایی تبار امریکایی انجام داد، به بررسی تأثیر رنگ پوست آن‌ها در عزت‌نفس آنان پرداخت. نتایج حاصل از بررسی وید حکایت از آن داشت که رنگ پوست تیره زنان، به کاهش احساس عزت‌نفس و جذابیت آنان می‌انجامد، حال آن که در مردان چنین نتایجی ملاحظه نمی‌شد.

سیرز^۷ و همکاران (۱۹۸۸) در زمینه مقایسه اجتماعی در مقوله جذابیت فیزیکی که به افزایش آستانه ادراکی^۸ افراد پس از برخورد با افراد زیبارو می‌انجامد، می‌نویسد:

«تلویزیون مشحون از افراد زیبارو است، بچه‌های زیبا، زنان جوان برهنه، مردان خشن و خوش سیما و به همین ترتیب سایر چیزها به زیباترین شکل ممکن به بینندگان تلویزیون ارائه می‌شوند. برخی از منتقدان در برخورد با این شیوه برخورد تلویزیون به نقد آن پرداخته، اظهار می‌دارند، ارائه تصاویر زیبا و ایده‌آل سبب می‌شود که معیارهای غیرواقعی در اذهان افراد جامعه پدید بیاید، معیارهایی که دسترسی به آن‌ها شاید برای تعداد اندکی از افراد جامعه امکان‌پذیر باشد. همین‌طور منتقدان مسئله مزبور را به سینما تعمیم داده، اظهار می‌دارند، هنرپیشه‌های جذابی که روی پرده سینماها نمایش داده می‌شوند، در جریان زندگی روزمره مردم ملاحظه نمی‌شوند، زیرا این هنرپیشه‌ها پیش از ایفای نقش‌شان با به کارگیری بهترین طراحان لباس، به کارگیری نور از زوایای

1. Chen, H.
2. Jackson, T.
3. Brown
4. Thorto
5. Maurice
6. Wade, T. J.
7. Sears, D. D.

۸ - آستانه (Threshold) حداقل محرکی است که برای تحریک یک حس یا عضو حسی ضروری است. از این رو آستانه ادراکی حداقل محرکی تعریف می‌شود که توجه ادراکی فرد را برمی‌انگیزد.

مختلف برای چهره‌پردازی هرچه زیباترشان و همین‌طور به خدمت گرفتن متخصصان گریم، زیبایی و مانند آن، چهره جذاب خویش را به بهترین وجه ممکن آراسته، سپس بر روی صحنه حاضر می‌شوند. در راستای بررسی تجربی آنچه ذکرش رفت، داکلاس کنریک^۱ و سارا گوتیرز^۲ دست به طراحی یک مطالعه میدانی جالب زدند. آن‌ها به تعدادی از دانشجویان فیلم «فرشتگان چارلی» را نشان دادند که در آن سه هنرپیشه زن بسیار جذاب در آن بازی کرده بودند، پس از نمایش فیلم، این دانشجویان - بدون آن‌که متوجه شوند در جریان یک بررسی آزمایشی قرار گرفته‌اند - با دانشجویان دیگری برخورد داده شدند که درباره زیبایی تصویر زنی با یکدیگر بحث می‌کردند. این دانشجویان پس از ملاحظه افرادی که شاهد نمایش فیلم شده بودند، از آن‌ها خواستند تا در بحث آنان شرکت کرده، نظر خویش را درباره زیبایی زنی که در تصویر مشاهده می‌کردند، مخفیانه نوشته، به آنان بدهند. تصویر زنی که به دانشجویان ارائه شد، پیش‌تر در سطح دانشجویان دیگری تراز شده و جذابیت وی «متوسط» (یعنی نمره ۴ در یک مقیاس ۷ درجه‌ای با نمرات ۱ تا ۷ یا هیچ تا خیلی زیاد)، ارزیابی شده بود.

همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، مردانی که سه هنرپیشه زن زیبا و دوست داشتنی را به مدت یک ساعت در فیلم دیده بودند، جذابیت زنی را که گروه داوران وی را «متوسط» ارزیابی کرده بود، «کمتر از حد متوسط» ارزیابی کردند.

همین محققان، آزمایش مزبور را در دو مطالعه دیگر تکرار کردند و در هر دو آزمایش نشان دادند که مشاهده تصویر زنان جذاب، سبب می‌شود که پاسخ‌دهندگان مرد و زن، پس از مواجه شدن با تصاویر جذاب جنس مخالفشان، تصویر فرد با «جذابیت متوسط» را با «جذابیت پایین‌تر از حد متوسط»، ارزیابی کنند.

مایرس (۱۹۸۸) نیز در همین زمینه با ارائه بحثی مشابه، درباره افزایش آستانه ادراکی افرادی که در معرض مقایسه اجتماعی قرار گرفته‌اند، می‌نویسد:

«محققان در یک تحقیق به گروهی از دانشجویان، اسلاید تصاویر افرادی بسیار جذاب را نشان دادند و سپس اسلاید تصاویر افرادی با جذابیت متوسط را نشان دادند. اما به دانشجویان گروه دوم، نخست تصویر افراد با جذابیت متوسط و سپس تصویر افراد با جذابیت زیاد نشان داده شد.

دانشجویان گروه نخست که در ابتدا شاهد تصاویر زنان جذاب بودند، افراد «معمولی» را با جذابیت «اندک» مشخص کردند، حال آن‌که دانشجویان گروه دوم که در ابتدا شاهد تصاویر زنانی با جذابیت فیزیکی «متوسط» بودند، تصاویر افراد مورد نظر را با جذابیت «متوسط و معمولی» ارزیابی کردند.

نتایج به دست آمده از این آزمایش، حاکی از این هست که اگر مردم افراد زیبارو را از طریق متون مکتوب، تلویزیون یا هر رسانه دیگری ببینند، سطح آستانه ادراکی آنان در مقوله جذابیت فیزیکی بالا رفته، دوست جنس مخالف، همسر و یا حتی خودشان را به عنوان افرادی که از جذابیت کمی برخوردارند، ارزیابی می کنند.

«کنریک و همکارانش در سال ۱۹۸۹، در یک بررسی آزمایشی نشان دادند، وقتی مردی به تصویر زنی زیبا نگاه کند، در ادامه زنی را که از جذابیتی متوسط برخوردار است یا همسر خودش را که از «زیبایی معمولی» برخوردار است، دارای «زیبایی و جذابیتی کمتر از حد متوسط» ارزیابی می کند.

زیلمان^۱ در سال ۱۹۸۹ در گزارش پژوهشی خویش اظهار داشت، مردانی که کاربر فیلم های هرزه نگار هستند، میزان رضایت خاطرشان از دوست جنس مخالفشان کمتر می شود» (مایرس، ۲۰۱۳).

به این ترتیب مشخص است که آرایه فیلم و تصاویر زنان زیبارو، افزایش آستانه ادراکی هر دو جنس را به همراه داشته، سبب می شوند فرد برخلاف گروه داوران (که فردی را با «جذابیت متوسط» مشخص ساخته اند)، همان فرد را با «جذابیتی کمتر از حد متوسط»، ارزیابی کند.

برهم^۲ و کازین^۳ (۱۹۹۰) از اجرای آزمایش اخیر در شرایطی متنوع نیز یاد کرده اند.

علاوه بر آنچه که در زمینه افزایش آستانه ادراکی افراد از آن یاد شد، محققان مختلف در تحلیل مسأله جذابیت بین فردی، دست به نظریه پردازی هایی زده، تلاش کرده اند با اتکا به نظریه های یادگیری و انگیزش به تبیین مسأله مزبور بپردازند.

یکی از موارد مطرح شده در نظریه شرطی کردن کلاسیک، تداعی است و این اصل توسط برخی از محققان برای تبیین تجاذب و جذابیت بین فردی به کار گرفته شده است. بر مبنای نظریه اخیر، مردم آنچه را که با تجربیات مطلوب آن ها همراه شود، دوست داشته و آنچه را که با تجربیات نامطلوب آن ها همراه شود، ناگوار شمرده، از آن بدشان می آید. سیرز (۱۹۸۸)، در همین ارتباط می نویسد:

«در تحلیل مسأله تجاذب با اتکا به اصل تداعی، مدل «تقویت- تأثیر» توسط کلور^۴ و بیرنه^۵ و مدل «تقویت- زمینه» توسط کرامر^۶ و همکارانش، ارایه شده است.

یکی از مطالعاتی که در زمینه تداعی و تأثیر آن در دوست داشتن انجام شده است، توسط می^۷ و هامیلتون^۸ انجام گرفته است. آن ها درصدد برآمدند تا تأثیر موسیقی مطبوع و دلخواه و موسیقی نامطلوب و غیردلخواه را روی جذاب دیدن یا ندیدن دیگران، بررسی کنند. از این رو آنان نخست به

1. Zillman
2. Berhem, S. S.
3. Kassin, S. M.
4. Clore, G.
5. Byrne
6. Cramer
7. May
8. Hamilton

بررسی این مسأله پرداختند که دختران دانشجو کدام موسیقی را مطلوب و کدام را نامطلوب می‌دانند. پس از آنکه مشخص شد، نزد دختران دانشجو موسیقی راک، موسیقی مطلوب و نوعی از موسیقی کلاسیک، موسیقی نامطلوب به شمار می‌رود، آزمایش‌گران از دختران دانشجو خواستند تا آنان از روی تصویر یک مرد غریبه، میزان جذابیت وی را ارزیابی و تعیین کنند. هم‌زمان با ارزیابی دانشجویان، برای گروهی از آنان موسیقی راک پخش شده، برای گروه دیگری موسیقی کلاسیک و برای گروه سوم هیچ نوع موسیقی‌ای پخش نشد. پس از اتمام ارزیابی دختران دانشجو، مشخص شد، کمترین ارزیابی‌ها متعلق به دانشجویانی است که در حین ارزیابی جذابیت فرد مورد نظر در تصویر، موسیقی غیردلخواه و نامطلوب به دانشجویان پخش می‌شده است و بهترین ارزیابی‌ها متعلق به دانشجویانی بود که در حین ارزیابی جذابیت فرد مورد نظر در تصویر، موسیقی دلخواه و مطلوب آنان پخش می‌شده است.

نتیجه‌ای که از این تحقیق می‌توان گرفت، حاکی از آن است که یک فرد با توجه به شرایط محیطی خویش می‌تواند تأثیر مطلوب یا نامطلوبی روی افرادی که با آن‌ها برخورد دارد، بگذارد. مایرس (۱۹۸۸) در کتاب روان‌شناسی اجتماعی، در همین رابطه می‌نویسد:

«ویلیام گرفت^۱ و همکارانش در تجربیاتی که بر مبنای نظریه دون بیرنه و جرال کور و آلبرت لوت^۲ و برنیس لوت^۳ انجام دادند، درصدد برآمدند تا تأثیر شرایط محیطی مساعد و نامساعد را در برانگیختن احساسات مثبت و منفی، در پاسخ‌دهندگان مورد بررسی قرار دهند. در یکی از این تجربیات گرفت و همکارانش به تعدادی از دانشجویان دانشگاه که در اتاق زیبا و راحتی قرار گرفته بودند، تصاویری برای ارزیابی ارائه کردند، سپس همان تصاویر برای ارزیابی به دانشجویان دیگری که در اتاق ناراحت و گرمی قرار گرفته بودند، داده شد. نتایج حاصله نشان می‌داد، دانشجویانی که در شرایط مطلوبی قرار داشتند. تصاویر ارائه شده را خیلی دوست داشتند، تر از دانشجویانی ارزیابی کرده بودند که در شرایط دشواری قرار گرفته بودند.

در تجربه دیگری از افراد خواسته شد تا در مورد چند تصویر اظهارنظر کنند. زمینه موجود در برخی از این تصاویر یک اتاق مجلل، زیبا، روشن و تزیین شده بود، اما زمینه تعداد دیگری از این تصاویر نمایانگر اتاقی کثیف که حاوی اشیایی فرسوده بود، بودند. نتیجه این تجربه نیز نشان داد که دیدن صحنه‌های زیبایی که افراد در آن به سر می‌بردند، سبب می‌شد، حساسات گرم افراد در ارتباط با افراد حاضر در صحنه، برانگیخته شود. در بررسی‌های دیگری ملاحظه شده است، وقتی افرادی ناآشنا برای مردم، هم‌زمان با پخش اخبار خوب یا بد رادیو برای آنان مطرح شده‌اند، ویژگی خوب یا بد همان اخبار، در ارزیابی آن‌ها مؤثر واقع آمده است.

-
1. Griffitt, W.
 2. Lott, A.
 3. Lott, B.

الین هاتفیلد^۱ و ویلیام والستر^۲ در تحقیق خود به این نتیجه دست یافتند که صرف شام در یک فضای خیال انگیز، رفتن به تئاتر، گذراندن عصر در خانه یکدیگر و استراحت در جایی راحت، موارد مهمی به شمار می آیند و اگر کسانی می خواهند به روابط دوستانه خود با دیگران ادامه دهند، باید این نکته خیلی مهم را مدنظر داشته باشند که با دوستان شان، اوقات مشترکی را در جاهای بسیار مطبوع و به یاد ماندنی داشته باشند».

ارزیابی پژوهش های انجام شده در زمینه جذابیت

بررسی های انجام شده حکایت از آن دارند که مردان بیشتر از زنان به جذابیت طرف مقابلشان توجه می کنند.

«بررسی تقاضای ایجاد رابطه مردان و زنان که در رسانه های مختلف نشر می یابد، دلالت بر آن دارد که از هر سه مرد، یک مرد در تقاضای خویش بر جذابیت فیزیکی زن مورد علاقه خویش صحه می گذارد، حال آن که این آمار در زنانی که تقاضای خود را برای یافتن مرد مورد علاقه خویش مطرح می کنند، یک به هفت می شود. به شکل مشابهی، بررسی تقاضای زنان دلالت بر آن دارد که زنان در پیام های خویش بیشتر از مردان بر جذابیت ظاهری خویش تأکید دارند»^۳ (ساندرسون، ۲۰۱۳).

در تبیین تفاوت اخیر، روان شناسان تکاملی و روان شناسانی که به تبیین های فرهنگی - اجتماعی علاقه نشان می دهند، اظهار نظر کرده اند. به این معنا که روان شناسان تکاملی با اتکا به نظریه داروین، با محوری قلمداد کردن بقای نوع، جذابیت و اهمیت آن را بر همین مبنا تبیین می کنند، حال آن که روان شناسانی که از دیدی فرهنگی تر برخوردارند، بیشتر از منظری فرهنگی و اجتماعی با مقوله جذابیت فیزیکی برخورد کرده و به تبیین آن پرداخته اند.

فرانزوی (۲۰۱۳)، در همین ارتباط خاطر نشان می سازد:

«برخی از بررسی های انجام شده، دلالت بر آن دارند که مردان جذب زنان جوان زیبا و جذاب شده، در حالی که زنان، جذب مردان مسن تر با پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر می گردند. روان شناسان تکاملی نتایج اخیر را طبق دیدگاه تکاملی خویش تفسیر می کنند. به این معنا که چون از منظر نظریه تکاملی، تولید مثل و ادامه نوع، مسأله اساسی به شمار می رود، مردان، زنان جوان و جذاب را که جوانی و جذابیت آن ها دلالت بر سلامت و توان باروری آنان دارد را جذاب می دانند، اما زنان که مایل هستند فرزند آن ها پس از به دنیا آمدن به خوبی حفظ و حراست شود، مردانی را که دارای پایگاه اقتصادی

1. Hatfield, E.

2. Walster, W.

۳. نتایجی که از آن یاد شد، در مطالعات انجام شده در سطح افراد هم جنس گرا نیز صادق است.

اجتماعی بالاتری هستند و این ویژگی دلالت بر امکان حفظ و حراست بهینه از فرزند آنان دارد، جذاب تر می‌دانند و متوجه آن‌ها می‌شوند.

تیبین دیوید باس^۱ از منظر روان‌شناسی تکاملی در این ارتباط چنین است که زنان برای باردار شدن و سپس بچه‌دار شدن خویش، درصدد هستند تا در مرتبه نخست مرد مورد علاقه آن‌ها از سلامت جسمانی لازم برخوردار باشد که این مسأله با انتخاب مردان قوی و عضلانی محقق می‌گردد، در مرتبه بعد زنان نیاز به حامی مورد اطمینانی دارند که به حفظ و حراست از فرزند آنان بپردازد، بنابراین زنان با انتخاب مردانی که از پایگاه اقتصادی- اجتماعی مناسب و بالایی برخوردار باشند، اطمینان اخیر را برای خود کسب می‌کنند. حال آن که مردان در جست‌وجوی خویش برای زن مطلوب طبع خویش، متوجه جذابیت ظاهری وی می‌گردند که این مسأله دلالت بر سلامت جسمانی وی و بالطبع قدرت باروری بیشتر او دارد.

"گوردون گالاپ^۲ و همکارانش در سال ۲۰۰۸ گزارش می‌کنند، تصور مردم بر آن است که مردان جذاب اسپرم‌هایی با کیفیت بهتر را دارا می‌باشند و زنانی که اندامشان مانند ساعت شنی در قسمت شکم کم عرض شده است، از قاعدگی منظم برخوردار بوده، از توان باروری بالاتری برخوردارند. از این رو به سبب آن که فرد زیبارو به شکل بالقوه‌ای بهتر می‌تواند نسل فرد را تداوم ببخشد، پس جذابیت و زیبایی امری ارزش‌مند ظاهر می‌گردد.

دیوید باس در گزارشی پژوهشی خویش که در سال ۱۹۸۹ منتشر ساخت، خاطرنشان می‌سازد، مطالعه وی در سطح مردان ۳۷ فرهنگ مختلف دلالت بر آن دارد که مردان فرهنگ‌های متفاوت (از مردان استرالیایی گرفته تا مردان زامبیایی)، در انتخاب همسرشان روی معیار تولید مثل وی تأکید خاصی دارند. به شکل مشابهی، زنان نیز در انتخاب خویش به این مسأله توجه دارند، مردی را به عنوان پدر فرزند خویش بپذیرند که توان حمایت تام و تمام از فرزند آنان را داشته باشد.

در زمان‌های گذشته که زندگی انسان‌ها مبتنی بر شکار حیوانات بود، بالطبع مردی که از ظواهری عضلانی برخوردار بود، بهتر می‌توانست با شکار حیوانات، منابع لازم برای تداوم حیات فرزند را فراهم آورد، اما در عصر حاضر که زندگی مبتنی بر تحصیلات و قدرت اقتصادی است و هر کس از امکانات اخیر برخوردار باشد، بهتر می‌تواند بقای خود و اطرافیانش را تأمین کند، مرد مطلوب طبع فردی خواهد بود که از پایگاه- اقتصادی اجتماعی بالاتری برخوردار باشد» (مایرس، ۲۰۱۳).

اما در برابر تبیین تکاملی از جذابیت که توسط روان‌شناسان تکاملی ارائه گردیده است، برخی از نظریه‌پردازان دیگر به ارائه تبیینی فرهنگی- اجتماعی روی آورده، جذابیت را بر مبنای عوامل فرهنگی و اجتماعی تبیین می‌کنند.

1. Buss, D.
2. Gallup, G.

فرانزوی (۲۰۱۳) در همین زمینه می نویسد:

«روان شناسان طرفدار تبیین فرهنگی- اجتماعی جذابیت خاطر نشان می سازند، اگر چه در جوامع اولیه، سنتی و غیرپیشرفته، معیارهای مطرح شده از سوی روان شناسان تکاملی به ظاهر درست می نماید، اما در جوامع پیشرفته، این معیارها جواب نمی دهند.

در جوامع اولیه و سنتی، به دلیل این که زنان قشر فرودست جامعه برشمرده شده و به لحاظ اقتصادی به طور عمده متکی بر مردان هستند، مردان تنها می توانند به مزیت زیبایی زنان توجه کرده و زنان می توانند به مزیت اقتصادی- اجتماعی مردان معطوف شوند، اما در جوامع پیشرفته (مانند کشورهای اروپایی و امریکای شمالی) که بسیاری از زنان از تحصیلات پیشرفته برخوردار بوده، در مصدر مشاغل مناسب و پردرآمد تکیه زده اند، دیگر به لحاظ اقتصادی خود را به مردان وابسته نمی دانند، بنابراین همین عامل سبب می شود که آنان در معیارهای جذابیت مرد ایده آل خود تجدید نظر کرده، مردان جذاب را الزاماً در مردان مسن تری که دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالایی قرار دارند، نبینند و نقش عوامل دیگری مانند ویژگی های عاطفی و اجتماعی مطلوب طبع زنان در این میان پررنگ تر گردند. بنابراین از تبیین روان شناسان تکاملی می توان به عنوان یک تبیین تاریخی یاد کرد و پذیرفت که معیار جذابیت با رسیدن جوامع به جوامعی پیشرفته (که در آن هر دو جنس زن و مرد دارای شأن اقتصادی- اجتماعی متعادل باشند)، تغییر کرده و معیارهای دیگری جایگزین آنها گردیده است».

ساندرسون (۲۰۱۰)، در نقد دیدگاه روان شناسان تکاملی، از منظر روان شناسان فرهنگی- اجتماعی می نویسد:

«یکی از انتقادهایی که به نظریه تکاملی وارد شده است، نقدی است که به لحاظ تاریخی به این نظریه وارد می شود، به این معنا که با بررسی معیارهای جذابیت و زیبایی در طول تاریخ، مشخص می شود، همواره زنانی که نسبت کمر به میان تنه آنان $0/7$ بوده است، زنان مطلوب طبعی نبوده اند و در مقاطعی زنان چاق، معیار زیبایی شناخته می شده اند. نقد دیگری که به نظریه تکاملی وارد شده، این است که برخلاف پیش بینی این نظریه دال بر این که زنان به مردان عضلانی (که بدن عضلانی آنها بیانگر سلامت جسمانی آنان می باشد) توجه نشان می دهند، زنان تنها در مقاطع کوتاهی که هم زمان با تخمک گذاری آنان است، به مردان عضلانی و قوی پیکر توجه نشان می دهند و در سایر موارد به مردانی توجه نشان می دهند که از زیبایی و ظرافتی زنانه برخوردار بوده و یا به لحاظ اجتماعی از ویژگی های مناسبی مانند یاری رساندن به دیگران برخوردارند.

برخی از بررسی های دیگر حکایت از آن دارند که زنان به مردان باهوش و جاه طلب توجه بیشتری نشان می دهند. به تعبیر دیگر، شاید بتوان چنین بیان داشت که اگر چه معیارهای پیشنهادی روان شناسان تکاملی نظیر علاقه زنان به مردان با تحصیلات بالا و قدرت اقتصادی مناسب در جوامع محرومی مانند کنیا، پاکستان و هائیتی مورد توجه زنان قرار دارد، اما در جوامع مرفهی مانند نورژ و سوئد،

معیارهای اخیر چندان مورد توجه نبوده، معیارهای دیگری مانند علائق عاطفی و فرهنگی - اجتماعی مورد توجه آنان قرار دارد».

در یک جمع‌بندی اجمالی از آنچه از آن یاد شد، می‌توان بیان داشت:

در ادراک جذابیت جسمانی، برخی از پایه‌های زیستی نیز دخیل هستند و نظریات روان‌شناسان تکاملی اگر چه به تمامه درست نیست، ولی در بردارنده برخی از شواهد گرایش‌های زیستی آدمی می‌باشد و باید به این شواهد، توجه لازم را معطوف داشت.

مایرس (۲۰۱۳) و بیالیو^۱ (۲۰۰۷)، با ارایه شواهدی از مردخواهی ناهشیار زنان در ایام تخمک‌گذاریشان (که آماده باور شدن هستند)، یاد می‌کنند. آهارون و همکاران (۲۰۰۱) نیز از مغز مرد یاد می‌کنند که با دیدن تصویر یک زن زیبا، واکنشی را نشان می‌دهد که همان فرد هنگام جایزه گرفتن از خود نشان می‌دهد:

«یک مطالعه نشان داد زنان جوان در هنگام تخمک‌گذاری خویش که دارای قدرت بارور شدن هستند، متمایل به پوشیدن لباس‌هایی بازتر هستند، حال آنکه پس از گذشت زمان تخمک‌گذاری که در آن مقطع دارای قدرت باروری نیستند، لباس‌هایشان پوشیده‌تر می‌گردد. به شکل مشابهی تحقیق دیگری نشان داد، زنان رقاصه در جریان تخمک‌گذاریشان، به طور متوسط ساعتی ۷۰ دلار انعام به دست می‌آورند، در حالی که همین زنان در زمان قاعدگی خودشان، به طور متوسط ساعتی ۳۵ دلار انعام به دست می‌آورند. به تعبیر دیگر زنان در زمان تخمک‌گذاری خودشان که توان بارور شدن را پیدا می‌کنند، به شکل غیرمستقیم درصدد عرضه هر چه بهتر و جذاب‌تر خویش برمی‌آیند» (مایرس، ۲۰۱۳).

بیالیو (۲۰۰۷)، در بررسی که در سطح گروهی از پاسخ‌دهندگان زن داشته است، گزارش می‌دهد، جمعیت مورد بررسی وی وقتی که در زمان تخمک‌گذاری خودشان قرار دارند، به تصاویر مردان عضلانی توجه زیادی نشان می‌دهند، به تعبیر دیگر زنان در زمانی که در اوج ترشح هورمون‌های جنسی خودشان قرار گرفته و قدرت باروری دارند (تخمک یک زن پس از رها شدن، تا سه روز زنده بوده، قدرت بارور شدن دارد)، به مردانی علاقه نشان می‌دهند که به لحاظ بدنی اوج قدرت و سلامت جسمی را در خود نشان می‌دهند، اما پس از گذشت مرحله تخمک‌گذاری زن، زنان به تصاویر مردان عضلانی توجه چندانی نشان نداده، بیشتر به مردانی توجه نشان می‌دهند که از زیبایی و ظرافت بیش‌تری برخوردارند. به شکل مشابهی، وقتی زنان ویدیوهایی از مردان با تیپ‌های عضلانی و قوی و یا تیپ‌های جامعه‌پسند را می‌بینند، وقتی مخیر به انتخاب آن‌ها برای دوستی‌های کوتاه مدت می‌گردند، از مردان عضلانی استقبال می‌کنند، اما زمانی که مخیر به انتخاب آن‌ها برای ارتباطی طولانی مدت می‌گردند، به انتخاب مردانی دست می‌زنند که از ویژگی‌های اجتماعی مطلوب‌تری برخوردارند.

آهارون و همکاران (۲۰۰۱)، در گزارش پژوهشی خویش بیان می‌دارند، شواهد گردآوری شده آنان دلالت بر آن دارد که وقتی مردان به تصویر یک زن بسیار جذاب نگاه می‌کنند، قسمت خاصی از مغز آنان فعالیت شدیدی از خود نشان می‌دهد، حال آن که وقتی تصویر زن مورد نظر از جذابیت چندانی برخوردار نباشد و زیبایی وی در حد عادی و معمولی باشد، همان قسمت مغز فعالیت چندانی از خود نشان نمی‌دهد.

نکته قابل تأملی که در این زمینه وجود دارد، آن است که مرکزی از مغز که در اثر دیدن تصویر چهره یک زن زیبارو تحریک می‌شود، دقیقاً همان مرکز مغزی است که در هنگام برخورداری فرد از یک جایزه و یا مصرف موادمخدر، فعال شده، از خود واکنش نشان می‌دهد و اسباب لذت فرد را فراهم می‌آورد. از این رو برخی از پژوهش‌گران چنین نتیجه گرفته‌اند که دیدن یک زن زیبا برای یک مرد، به مثابه برخورداری شدن وی از یک جایزه است.

برخی از مطالعات دیگر دلالت بر آن دارند که حتی نوزادان سه و دوازده ماهه یا کودکان خردسال نیز نسبت به چهره‌های زیبا، واکنش خاصی نشان داده، بیشتر از حد معمول به این چهره‌ها خیره شده و بدان‌ها توجه نشان می‌دهند.

«در بررسی که لانگ لوئیس^۱ و همکارانش در سال ۱۹۸۷ انجام دادند، تصاویر چهره‌های زیبا و غیرزیبای چند نفر را در معرض دید نوزادان سه ماهه قرار دادند. نتایج این آزمایش نشان داد که نوزادان سه ماهه به میزان بیشتری به تصاویر افراد زیبا توجه نشان می‌دهند» (مایرس، ۲۰۱۳).

در مطالعه دیگری که در سطح ۱۲۳ کودک ۱۲ ماهه توسط لانگ لوئیس و همکارانش (۱۹۹۰) صورت پذیرفت، حساسیت کودکان به تصاویر زیبا مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این مطالعه دلالت بر آن داشت که کودکان ۱۲ ماهه، در مواجهه با تصاویر افراد زیبا، توجه زیادی به این تصاویر از خود نشان می‌دهند، در حالی که در برخورد با افراد غیرزیبا، توجه مشابهی از خود نشان نمی‌دهند.

«برخی از مطالعات دیگر حکایت از آن دارند که بچه‌های کوچک نیز در جریان روابط اجتماعی‌شان، تمایل دارند که متوجه افراد زیبارو شوند، همان‌گونه که افراد بزرگسال علاقه خود را به گرایش به سمت افراد جذاب نشان می‌دهند و معلمان، شاگردان زیبای خود را باهوش‌تر از دانش‌آموزان نازیبای خویش قلمداد می‌کنند» (مایرس، ۲۰۱۳).

گذشته از آمادگی زیستی یک زن در هنگام تخمک‌گذاری و یا گرایش مغزی نوزادان و کودکان به تصاویر زیبا یا تحریک مرکز لذت مغز مرد در هنگام دیدن چهره یک زن زیبا، نکته دیگری که در جمع‌بندی فرازو فرودهای مقوله جذابیت جسمانی باید بدان توجه داشت، سیر تاریخی تحقیر شدگی زن در طول تاریخ و روند کالایی دیدن زن در جهان معاصر هست.

بررسی شواهد تاریخی حکایت از آن دارند که در روند تاریخ، ظلم عظیمی بر زنان رفته است و زنان ضمن آن که از حقوق اولیه انسانی خویش محروم بوده‌اند، به شکل‌های مختلف تحت فشار و استثمار، نفی و انکار، تحقیر و سرکوب قرار داشته‌اند.

یکی از واکنش‌های زنان در برخورد با ظلم تاریخی که بر آنان رفته بود، پناه جستن آنان به مسأله زیبایی بود. برخی از زنان در جست‌وجوی راهی برای ارتقای موقعیت اجتماعی خود، در جوامعی که همه چیز را برای زنان محدود ساخته بود، کوشیدند تا با تمسک به زیبایی خویش، درصد افزایش ارزش خویش برآیند. علاوه بر این، از آنجا که پایگاه اقتصادی- اجتماعی زن غالباً در گرو پایگاه اقتصادی- اجتماعی همسرش بود، برخی از زنان کوشیدند تا با توسل به زیبایی‌های طبیعی در دسترس‌شان، از خویشتن کالایی گران‌بها تر ساخته، به این ترتیب اسباب ارتقای پایگاه اقتصادی- اجتماعی خویش را فراهم آورند.

اگرچه سیر تاریخی تحقیرشدگی زن سبب شده بود، اقشاری از زنان برای یافتن جایی در معادلات جوامع مردسالار، با توسل و تمسک به جذابیت ظاهری خویش به این امر نایل آیند، اما با وجود کم رنگ شدن مردسالاری جوامع مختلف در گذر زمان، هنوز هم بقایای نفی‌شدگی زن (به جز جسمش)، در جوامع مختلف سنگینی می‌کند.

مضاف بر آنچه از آن یاد شد، در جهان معاصر (خاصه در غرب)، روند کالایی دیدن زن و بنا نهادن صنعت عظیم هرزه‌نگاری بر همین مبنا، امر ناگوار دیگری است که در زمان حاضر رخ داده و دوباره معادلات ذهنی سابق در مورد زنان را در اذهان زنده کرده، در عمل بدان‌ها یادآوری می‌کند که آنچه در یک زن مطرح است، به طور عمد جسم زیبایی اوست و اگر کسی از این خاصه بی‌بهره باشد، انگار از انسانیت خویش ساقط شده و از دست‌یابی به مراتب انسانی و تعالی بازمانده است.

اما با وجود همه این‌ها، در جمع‌بندی مسأله جذابیت فیزیکی باید به دو نکته توجه کرد. نکته اول انتساب برخی از ویژگی‌های منفی از سوی عامه مردم جامعه به افراد زیبارو و جذاب است.

مارتینز^۱ و همکاران (۱۹۸۲) در بررسی که در سطح ۱۰۱ دانشجوی روان‌شناسی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که اگرچه افراد زیبارو غالباً واجد صفات شخصیتی مطلوب طبعی ارزیابی می‌گردند، اما مردم در برخورد با آنان برخی از صفات و ویژگی‌های ناپسند و منفی مانند غرور بیش از حد، بی‌وفایی و روحیه بسیار مادی را نیز بدان‌ها منتسب می‌سازند. به تعبیر دیگر، افراد جذاب با وجود بهره‌مندی از دیدهای کلیشه‌ای که در ارتباط با مطلوبیت اجتماعی آنان وجود دارد، در قسمتی از مواجهه خود با مردم، تاوان مزایای بادآورده‌شان را داده، از سوی مردم جامعه، به عنوان افرادی مغرور، بی‌وفا و کسانی که تنها در اندیشه منافع خویشند، یاد می‌شوند.

نکته مهم دیگری که باید در جمع‌بندی مقوله جذابیت فیزیکی بدان توجه کرد، مسأله تعدیل نگاه افراد در روابط بلندمدت آنان با جنس مخالف خودشان است. به این معنا که انسان‌ها با وجود حساسیت‌هایی که به مقوله زیبایی (خاصه در روابط کوتاه‌مدت^۱)، از خود نشان می‌دهند، اما در روابط بلندمدت خود به انتخاب‌هایی خردمندانه دست زده، در غالب موارد فردی را به عنوان شریک زندگی خویش انتخاب می‌کنند که به لحاظ جذابیت فیزیکی، در حد و شأن خودشان قرار داشته باشد.

شاید به دلیل همین برخورد عقلانی هم هست که افراد در برخورد با مدل‌های بسیار جذاب (که بالطبع دور از دسترس آن‌ها است)، واکنش شدیدی نشان نداده، در برخورد با مدل‌های نسبتاً جذاب (که بیشتر در دسترس آن‌ها است)، واکنش شدیدتری از خود نشان می‌دهند (تسای^۲ و چانگ^۳، ۲۰۰۷).

مایرس (۲۰۱۳) در ارتباط با انتخاب‌های خردمندانه افراد می‌نویسد:

«غالب زنان در پاسخ به این سوال که آن‌ها مردی با جذابیت اندک، اما گرم و صمیمی و یا مردی جذاب، اما سرد را می‌پسندند، گزینه نخست را انتخاب می‌کنند، اما مردان در انتخاب خویش این‌گونه عمل نمی‌کنند.

سایت اینترنتی بی.بی.سی در پیمایشی که در سطح ۲۲۰/۰۰۰ نفر داشت، به این نتیجه رسید که مردان بیشتر زنان جذاب را برای قرار ملاقاتشان انتخاب می‌کنند و آن‌ها را بر زنانی که صادق، خوش اخلاق، مهربان و مورد وثوق هستند، ترجیح می‌دهند.

اما مطالعات جدیدی که در زمینه جذابیت صورت پذیرفته است، بیانگر آن است، در مواردی که برای جمعیت مورد بررسی، قرار ملاقات‌های کوتاه‌مدت مطرح می‌گردد، هم زنان و هم مردان، برای قرار ملاقات‌های گذرا و کوتاه‌شان جنس مخالف جذاب را برمی‌گزینند، اما اگر موضوع ملاقات‌های کوتاه، به روابط طولانی مدت تغییر کند، پاسخ‌دهندگان درصدد انتخاب فردی از جنس مخالف برای خود برمی‌آیند که شباهت بیشتری به خود آنان داشته، از جذابیتی مشابه برخوردار است.

تیلور^۴ و همکاران تحقیقی که در سال ۲۰۱۱ انجام دادند، در گزارش پژوهشی خود خاطرنشان ساختند، مردم در انتخاب دوست و خاصه در مقوله ازدواج، دنبال فردی هستند که به خوبی با آن‌ها جفت و جور شود و البته این جور شدن، در مواردی مانند هوش، محبوبیت و ارزش‌های شخصی نیست، بلکه این جور شدن در میزان جذابیت آنان می‌باشد.

پژوهش‌گران از این پدیده، با عنوان پدیده جفت‌وجور شدن (یا به تعبیری کُفو بودن) یاد کرده‌اند. این پدیده خاطرنشان می‌سازد که اگرچه افراد دنبال فردی جذاب هستند، اما هم‌زمان به این مسأله نیز توجه دارند که جذابیت اخیر باید با جذابیت خودشان به طور نسبی هماهنگی داشته باشد.

-
1. Speed-dating
 2. Tsai, C.
 3. Chang, C.
 4. Taylor

وایت^۱ در پژوهشی که در سال ۱۹۸۰ انجام داد، یادآور می‌گردد، پس از آنکه وی در پژوهشی، از میان دانشجویان دانشگاه یوسی.ال.ای جفت‌هایی تشکیل داد، مواردی که از جذابیت همسانی برخوردار بودند، ۹ ماه پس از آزمایش وی، به میزان قابل توجهی عاشق هم شده بودند. به تعبیر دیگر، می‌توان بیان داشت، در جریان شکل‌گیری یک رابطه عاطفی (که می‌تواند به ازدواج و تشکیل زندگی مشترک دو فرد بینجامد)، افراد دارای‌های همسان خویش را به صحنه می‌آورند و در این میان مردان ممکن است، اعتبار اجتماعی یا ثروت خویش را به صحنه آورده و زنان هم ممکن است جذابیت خویش را برای مبادله عرضه کنند».

اما بالطبع در شرایطی که دو طرف در یک سطح قرار داشته باشند، در جریان مبادله خویش، همسانی لازم را لحاظ می‌کنند، همسانی که ممکن است در زمینه جذابیت یا پایگاه اقتصادی و مانند آن باشد.

بررسی دیدگاه اسلام در زمینه جذابیت فیزیکی، دلالت بر آن دارد که اسلام درصدد سوق دادن نگاه افراد از جذابیت فیزیکی به سمت جذابیت معنوی است.

در نظریه‌پردازی‌های جذابیت، از دو نظریه روان‌شناسان تکاملی و روان‌شناسان فرهنگی - اجتماعی یاد شد. روان‌شناسان تکاملی با استناد به اصل بقا، دست به تبیین جذابیت می‌زدند، به این معنا که چون ظواهر زنان جذاب و مردان قوی هیكل، دلالت بر صحت و سلامت فیزیکی آنان داشت، پس بهترین کاندید برای تداوم نسلشان شمرده می‌شدند. البته لازم به یادآوری است که در گذر زمان و تبدیل جوامع مبتنی بر شکار به جوامع پیشرفته‌تر، پایگاه اقتصادی اجتماعی بالای مردان (که نوید حفظ و حراست مناسب‌تر فرزندان زنان را می‌داد)، جای پیکر قدرتمند مردان را می‌گیرد و جذابیت فیزیکی به طور عمده در ارتباط با زنان مطرح می‌گردد.

روان‌شناسان فرهنگی - اجتماعی با نقد معیارهای روان‌شناسان تکاملی، نظریه آن‌ها را امری تاریخی برمی‌شمردند به این معنا که اگرچه زمانی قدرت اقتصادی و اجتماعی مردان تعیین‌کننده میزان جذابیت آنان بود، ولی دیگر معیار قدرت اقتصادی، معیار جدی جذابیت به شمار نمی‌آید و مواردی مانند زیبایی مرد موردنظر، عواطف و احساسات وی، روابط اجتماعی، نوع دوستی و مانند آن، تعیین‌کننده جذابیت مردان موردنظر زنان قرار خواهد گرفت.

بررسی دید اسلام در این زمینه دلالت بر آن دارد که هر دو نظر روان‌شناسان تکاملی و روان‌شناسان فرهنگی - اجتماعی با آنکه بهره‌ای از واقعیت دارند، اما نارسا هستند.

واقعیت امر این هست که انسان‌ها در رفتارهایشان تا حدودی تحت تأثیر واقعیات زیستی خودشان قرار دارند. به‌عنوان نمونه، بیالو (۲۰۰۷)، گزارش می‌دهد، زنان در زمان تخمک‌گذاریشان، به مردانی علاقه نشان می‌دهند که در اوج قدرت جسمانی قرار دارند. مایرس (۲۰۱۳) نیز گزارش می‌دهد، زنان

رقاصه در زمان تخمک گذاریشان، انعام بیشتری از سوی مشتریان دریافت می‌دارند که این مسأله به عرضه هرچه بیشتر آنان در برابر مشتریان باز می‌گردد.

از سوی دیگر آهارون و همکاران (۲۰۰۱)، در گزارش پژوهشی خویش بیان می‌دارند، مغز یک مرد هنگام دیدن تصاویر زنان زیبا، واکنشی را نشان می‌دهد که در هنگام دریافت جایزه از خود نشان می‌دهد.

لانگ لوپس و همکارانش (۱۹۹۰) نیز نشان دادند که کودکان سه و دوازده ماهه، در مشاهده تصاویر افراد جذاب و غیرجذاب، به تصاویر افراد جذاب بیشتر خیره می‌شوند.

اسلام نیز با عنایت به اهمیت جذابیت فیزیکی (خاصه در افراد معمولی جامعه)، حتی دست به پذیرش طلاق‌هایی که بر مبنای عدم رضایت خاطر از جذابیت فیزیکی زن و مرد از یکدیگر رخ می‌دهند، زده است.

فاضل مقداد در «کنزالعرفان» در ذیل آیه شریفه ۲۲۹ از سوره مبارکه بقره می‌نویسد:
«در روایت است که جمیله دختر عبدالله بن ابی سلول زوجه و همسر ثابت ابن قیس بن شماس بود و او را دوست نمی‌داشت، بلکه از او تنفر داشت... جمیله نزد رسول خدا (ص) آمد و گفت: یا رسول الله (ص)، نه من و نه ثابت. سر من با او بر یک بالین و متکا هر چه باشد، نخواهد شد، والله عیبی بر او نه در دین و نه در اخلاق، نمی‌یابم، ولی من طاقت و توان او را ندارم، من دامن خیمه را بالا زده بودم، او را دیدم که با جمعی رو آورده می‌آمدند، ناگهان چشمم به او افتاد، در میان آن جمع دیدم که او از همه سیاه‌تر و قامتش از همه کوتاه‌تر و چهره و رخسارش از همه زشت‌تر است. پس این آیه نازل شد.

شوهر باغی را صدق جمیله قرار داده بود. پس گفت: یا رسول الله (ص)، پس به جمیله امر کن که باغ مرا به من رد کند. پیغمبر (ص) به آن زن گفت: تو چه می‌گویی؟ زن گفت: بلی و زیادتر می‌دهم و پیامبر فرمود: نه فقط باغ را رد کن و به ثابت فرمود، آنچه را که به او عطا کرده بودی برگیر و راه او را باز گذار. پس آن بانو با آن از شوهر خود خلع شد و این اولین خلع در اسلام بود» (حجازی، ۱۳۴۵).

علاوه بر این همان‌طور که در رساله‌های عملیه مشاهده می‌شود، حکم جعل طلاق‌های خلع و مبارات در اسلام (که در اولی زوجه به دلیل کراهت از همسر، با بخشیدن مهرش طلاق گرفته و در دومی زوجه و زوج از یکدیگر کراهت داشته، با اعطای مالی از سوی زن، طلاق رخ خواهد داد)، بی‌عنایت به مسأله جذابیت نیستند.

اما با وجود اهمیت گرایش‌های زیستی آدمی و حساسیت نسبی وی نسبت به جذابیت فیزیکی، این مقوله در اسلام به عنوان مهم‌ترین عامل در جذابیت بین فردی زن و مرد در نظر گرفته نشده است.

دیدگاه نظری روان‌شناسان فرهنگی - اجتماعی نیز با وجود آنکه از کمند ابعاد زیستی گریخته‌اند، اما در معیارهای آشفته، به دام افتاده‌اند، به این معنا که از سوی روان‌شناسان مزبور مطلوب طبع بودن معیارهای هر فرد برای دیگری، راز و رمز جذابیت آنان برای یکدیگر قلمداد شده است، به عنوان

مثال، هم سلیقه بودن در مد، آرایش و پوشش می‌تواند دال بر وفاق دو جنس قرار گیرد، حال آنکه اسلام همسانی معیارهای ارزشی را مهم‌ترین مقوله در جذابیت بین فردی دو جنس معرفی می‌کند. اسلام در مرتبه اول با عرضه جذابیت‌های فرد در ملاعام مخالفت کرده، جای عرضه این جذابیت‌ها را کانون خانواده معرفی می‌کند. پیامبر اسلام، صلی الله علیه و آله، ضمن هشدار در مورد تبعات ناخوشایند بروز جلوه‌گری و تنوع‌طلبی زن در عرصه جامعه، دست به نهی آن زده، فرمود:

«ترسناک‌ترین چیز برای شما، فتنه پنهان زنان است، وقتی که النگوی طلا به دست می‌کنند و لباس‌های فاخر به تن می‌کنند و بدین صورت از زیبایی ظاهری خویش، فتنه و فساد در جامعه به وجود می‌آورند» (پایدار، ۱۳۲۴).

«رسول خدا (ص) نهی کرد از این که زنان هنگامی که بیرون می‌روند، لباسی بپوشند که توجه دیگران را به خود جلب می‌کند و یا به زیوری که صدایش شنیده می‌شود، خود را زینت کنند» (نوری، ۱۴۰۷ ه. ق.).

برخلاف محدودیتی که اسلام برای زنان در عرصه زیبایی‌هایشان در عرصه جامعه قایل می‌شود، در محیط خانواده به تشویق زنان می‌پردازد تا در حد متعادلی به هر چه زیباتر ساختن خویش بپردازند و به این ترتیب ضمن ارضای روح زیباطلب خویش، در نهایت حد ممکن در نزد همسرشان زیبا و جذاب جلوه‌گر شوند.

پیامبر اکرم، صلی الله علیه و آله، در تلاش برای سوق دادن تنوع‌طلبی و جلوه‌گری زنان، از جامعه به سمت خانواده، با تأکید در این که «بهترین زن کسی است که خودش را برای شوهرش می‌آراید، اما خود را از غیر شوهر می‌پوشاند» (مجلسی، ۱۴۰۳ ه. ق.)، از زنان می‌خواهد تا «در خلوت خود را برای همسرشان بیارایند» و «چون مردان، ترک زینت نکنند» (طبرسی، ؟).

حضرت رسول، صلوات الله علیه، در بیان حق شوهر بر زن فرمود:

«بر زن است که برای شوهرش، به بهترین بوی خوش، خود را خوشبو کند و زیباترین لباس‌هایش را بپوشد و به نیکوترین زینت‌هایش، خود را زینت کند» (کلینی رازی، ۱۳۷۷ ه. ق.).

«زن باید خود را به بهترین بوهای خوش، معطر سازد، بهترین لباسش را بپوشد و خود را به بهترین زینتی که دارد بیاراید و هر صبح و شام، خود را به شوهرش عرضه دارد» (نوری، ۱۴۰۷ ه. ق.).

از امام محمد باقر، علیه‌السلام، هم در روایت است که فرمود:

«زن نباید بدون زیور باشد، گر چه گلوبندی به گردن آویزد و شایسته نیست دستش را بی‌رنگ بگذارد، گر چه با حنا رنگ کند، حتی اگر زنی سالخورده باشد» (حر عاملی، ۱۴۰۳ ه. ق.).

و از امام صادق، علیه‌السلام، در روایت است که فرمود:

«برای زن سزاوار نیست که خود را بدون زینت گذارد، اگر چه با گردنبندی خود را زینت کند» (حر عاملی، ۱۴۰۳ ه. ق.).

در حدیث دیگری امام صادق، علیه السلام، بهترین زنان را زنی برمی شمرد که «برای شوهرش خوش بو و پاکیزه باشد، با خوش رویی و لبخند با او روبرو و از وی جدا شود» (کلینی، ۱۳۶۲).
«ابی بصیر، از معصوم، علیه السلام، نقل می کند که از امام، علیه السلام، در مورد زنی که قصد دارد برای شوهرش زینت کند سوال پرسیده، از حف کردن (آرایش صورت با مو) و قراصل (وصل کردن مویی دیگر بر موی زن) و چیزهایی که شبیه آنها است، پرسیدم و امام، علیه السلام، فرمود که هیچ کدام از اینها عیبی ندارد» (حر عاملی، ۱۴۰۳ ه. ق).

رسول گرامی اسلام (ص)، در فراز دیگری از توصیه های خویش به زن، از وی می خواهد تا در جریان رابطه اش با همسر، بر خوردی فعال را پیشه خود کرده، «بذل و تیدل» داشته باشد (حر عاملی، ۱۴۰۲ ه. ق). به عبارت دیگر، «حضرت رسول (ص) از زن می خواهد تا در جریان آمیزش خود، در عین گشاده دستی، بخل ورزی را پیشه خود کند، غنج و دلالی بفروشد، ترش رویی و اخمی کند و با خود کرشمه و عشوه داشته باشد و خود را وارفته و تسلیم محض نشان ندهد» (مصطفوی، ۱۳۶۴).

به این ترتیب مشخص است که اگرچه اسلام مانع ورود کوچک ترین نشانه های تزئین زن در روابط اجتماعی وی می شود و مردان را نیز به شدت از جلب توجه به این نشانه ها باز می دارد، اما در عرصه خانواده، حداکثر تلاش ممکن برای جذاب تر شدن زن و مرد^۱ برای یکدیگر را دارد. این تلاش تا آنجا است که وقتی از رسول اکرم، صلوات الله علیه، در مورد زینت زن برای همسر نابینایش می پرسند، حضرت در پاسخ می فرماید: «همسر او خود را معطر کند و حنا ببندد که آن هم بوی خوش دارد» (حر عاملی، ۱۴۰۳ ه. ق).

با افزایش جذابیت زن در محیط خانواده، نه تنها آستانه ادراکی همسرش بالاتر نرفته، شاهد حجم کمتری از تبعاتی همچون تزلزل خانواده و انحرافات اخلاقی در سطح جامعه خواهیم بود، بلکه با منحصر شدن عرضه زیبایی های زن در محیط خانواده، وی دیگر می داند که جامعه تنها عرصه آرایه اندیشه های زیبا است نه جسم زیبا و همین امر به سهم خود، مانع تداوم کالایی شدن زن و از خود بیگانگی او خواهد شد.

اسلام پس از سوق دادن علایق زیبایی دوستی دو جنس (خاصه زنان) به کانون خانواده و ارضای نسبی علایق اخیر (که کم و بیش از پایه های زیستی نیز برخوردارند)، از آنجا که از پیروانش درخواست سامان دادن به یک زندگی ارزش مدار را دارد، در عرصه جامعه از آنان می خواهد که با جابه جاسازی جذابیت های فیزیکی به جذابیت های معنوی، غایت تلاش خود را در تحقق این امر قرار دهند. از این رو برخلاف دیدگاه روان شناسان تکاملی و یا روان شناسان فرهنگی - اجتماعی، اساسی ترین معیارهای مطرح اسلام برای پیروانش، جذابیت های ارزشی و معنوی می باشد. به تعبیر دیگر، تجاذب معنوی و

۱. لازم به یادآوری است که برخی از آموزه های دینی به صراحت مردان را نیز به نظیف بودن در برابر همسرشان فرامی خوانند.

ایدئولوژیک زن و مرد مسلمان، مهم‌ترین و اساسی‌ترین معیار برای شکل دادن به روابط بلندمدت و تشکیل خانواده از سوی اسلام قلمداد می‌گردد.

قرآن در آیه ۲۲۱ از سوره بقره، یک زن کنیز و برده را در صورتی که از ایمان برخوردار باشد، از زن مشرکی که از همه امکانات (اعم از جذابیت فیزیکی گرفته تا جذابیت‌های مادی و طبقاتی) برخوردار باشد، برتر می‌داند. فرمود:

«زنان مشرک را نکاح مکنید، تا آنکه ایمان آورند و یک کنیز با ایمان بهتر از یک زن مشرک است، هر چند که شما را خوش آید و نیز با مردان مشرک ازدواج نکنید تا ایمان بیآورند و یک برده با ایمان بسی بهتر از مردی مشرک است، هر چند که شما را خوش آید، چه آنان شما را به سوی آتش می‌خوانند و خدا شما را به سوی بهشت و آمرزش به اذن خودش دعوت می‌کند.

علامه طباطبایی (۱۳۴۶)، در تفسیر قسمتی از آیه شریفه ۲۲۱ از سوره بقره می‌نویسد:

«منظور از کنیز، در مقابل زن آزاد است و چون مردم کنیزان را خوار می‌شمردند و هرکس که با آن‌ها ازدواج می‌کرد را سرزنش می‌کردند، از این رو خداوند می‌فرماید: اگر با کنیز با ایمانی ازدواج کنید که از جهت کنیز بودن در نظر مردم خوار و بی‌ارزش است، بهتر از این است که با یک زن بی‌ایمان و مشرک ازدواج کنید، هر چند آن زن دارای حسب و نسب و ثروت و سایر چیزهایی باشد که موجب رغبت مردان می‌شود.

أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ. این جمله اشاره به حکمت تحریم ازدواج با زنان و مردان مشرک دارد و آن این که مشرکان چون اعتقادشان باطل است و در گمراهی سیر می‌کنند، پس ایشان با گفتار و کردار خویش دعوت به دوزخ می‌کنند، برعکس مؤمنان که به واسطه سیر در راه ایمان و پوشیدن لباس تقوا با گفتار و کردار خویش، دعوت به بهشت و آمرزش به اذن خدا می‌کنند».

رسول خدا، صلی الله علیه و آله، در آغاز شکل‌گیری روابط خانوادگی، تأکید قاطعی روی متکای ایمانی و اخلاقی افراد دارند. فرمود:

«مردم از گل‌ها و سبزه‌های مزبله‌ها بپرهیزید. پرسیدند: مراد چیست؟ فرمود: زن خوشگل در خانواده بد» (طبرسی، ؟).

قرآن در آیه ۲۶ از سوره نور، با عمده کردن ابعاد ارزشی، افراد طیب را برای هم و افراد ناپاک را شایسته هم معرفی می‌کند:

«زنان بدکار و ناپاک شایسته مردانی بدین صفتند و مردان زشت‌کار ناپاک شایسته‌ی زنانی بدین صفت هستند و زنان پاکیزه و نیکو، لایق مردانی چنین و مردانی پاکیزه و نیکو لایق زنانی به همین گونه‌اند و این پاکیزگان از سخنان بهتان که ناپاکان درباره‌شان می‌گویند، منزه هستند و از خدا به ایشان آمرزش می‌رسد و رزق آن‌ها نیکو است».

علامه طباطبایی (۱۳۶۳) در ذیل آیه شریفه «الْخَبِيثَاتُ لِلْخَبِيثِينَ وَالْخَبِيثُونَ لِلْخَبِيثَاتِ...» می‌نویسد:

«در مجمع ذیل آیه شریفه آمده است که زنان پلید مال مردان پلید و مردان پلید متعلق به زنان پلید هستند و از امام باقر و امام صادق، علیهما السلام، روایت شده است که این آیه مثل آیه «الزَّانِي لَا يَنْكِحُ إِلَّا زَانِيَةً أَوْ مُشْرِكَةً» است.

از رسول خدا، صلی الله علیه وآله، روایت شد که فرمود: «وقتی قلب کسی پاک باشد، جسدش هم پاک می شود و چون قلب پلید شد، بدن هم به سوی پلیدی می گراید».

تأکید ارزشی قرآن در آیه ۳ از سوره نور نیز تکرار شده، افراد ناشایست و زانی را شایسته هم معرفی کرده، ازدواج مردان مؤمن با زنان زانی (را در صورتی که توبه نکرده باشند و نظام ارزشی شهوی خویش را با نظام ارزشی الهی عوض نکرده باشند)، ممنوع اعلان می دارد. فرمود:

«مرد زناکار جز با زن زناکار و مشرک نکاح نکند و زن زانیه هم جز با مرد زانی و مشرک نکاح نخواهد کرد و این کار بر مردان مؤمن حرام است».

علامه طباطبایی (۱۳۶۳)، در ذیل آیه شریفه می نویسد:

«افراد پلید همان پلیدی ها را دوست می دارند و لیاقت بیش از آن را ندارند، آدم زناکار به خاطر خبائث و پلیدی ذاتش، جز به زنی مثل خود میل نمی کند، او از زنی خوشش می آید که چون خودش زناکار و پلید باشد و یا بدتر از خودش، زنی مشرک و بی دین باشد و همچنین زن زناکار جز به مردی مثل خودش متعفن و پلید و یا بدتر از خودش مشرک و بی دین، تمایل ندارد.

«در کافی ضمن حدیثی فرمود آیه: (الزَّانِي لَا يَنْكِحُ إِلَّا زَانِيَةً أَوْ مُشْرِكَةً)، در مدینه نازل شد، و در این آیه خدای تعالی زناکار از زن و مرد را مؤمن ننماید، و هیچ اهل علمی شک ندارد که رسول خدا (ص) فرمود: زناکار در حالی که زنا می کند، مؤمن نیست و دزد هم در حالی که دزدی می کند، مؤمن نیست، چه این گونه افراد وقتی به چنین عملی دست می زنند، ایمان از وجودشان کنده می شود، آن طور که پیراهن از تن کنده می شود و از امام صادق، علیه السلام، نقل شده است که در معنای همین آیه فرمود: این ها زنان و مردانی معروف به زنا بودند و به این عمل زشت شهرت داشتند و مردم به این عنوان آن ها را می شناختند، پس هر کس که حد زنا بر او جاری شد، سزاوار نیست مردم با او ازدواج کنند تا او را به توبه بشناسند و توبه اش شهرت پیدا کند.

ابن ابی حاتم، از مقابل، روایت کرده است که گفت: وقتی مهاجرین مکه به مدینه آمدند، به جز چند نفر انگشت شمار، همه در شدت تنگ دستی بودند، در شهر مدینه هم گرانی و قحطی بود، و نیز در بازار مدینه فاحشه های علنی و رسمی از اهل کتاب بودند، و اما از انصار یکی امیه دختر کنیز عبدالله بن ابی بود، و یکی دیگر نسیکه دختر امیه بود که از مردی از انصار بود و از این کنیززادگان انصار، عده ای بودند که زنا می دادند، و هریک به در خانه خود بیرقی افراشته بود، تا مردان بفهمند اینجا خانه یکی از آن زنان است، و این زنان از همه اهل مدینه زندگی بهتری داشتند و بیش از همه به دیگران کمک می کردند.

پس جمعی از مهاجرین برای نجات از قحطی و گرسنگی، با اشاره بعضی تصمیم گرفتند، با این زنان ازدواج کنند، تا به این وسیله شکمی از عزا درآورند. یکی گفت، خوب است قبلاً از رسول خدا (ص) دستور بگیریم، پس نزد رسول (ص) شده گفتند: یا رسول الله، گرسنگی بر ما شدت کرده است و چیزی که سد جوع ما کند، پیدا نمی‌کنیم، و در بازار فاحشه‌هایی از اهل کتاب و کنیززادگانی از ایشان و از انصار هستند که کاسبی می‌کنند، آیا صلاح هست که با آنان ازدواج کنیم؟ و از زیادی آنچه آنان به دست می‌آورند، استفاده کنیم؟ البته هرگاه زندگی خودمان راه افتاد، و از ایشان بی‌نیاز شدیم، رهایشان می‌کنیم، پس خدا این آیه را فرستاد: (الزَّائِنِی لَّا یَنْکِحُ) و بر مؤمنین حرام کرد ازدواج با زناکاران را که علنی زنا می‌دادند».

همان‌گونه که از آیات ۲۲۱ بقره و ۲۶ نور برمی‌آید، نظام ارزشی الهی زن و مرد قوی‌ترین عامل برای پیوند و استحکام روابط آنان به شمار می‌رود و در این میان حتی مواردی مانند اختلاف‌های طبقاتی، قومی، نژادی و مانند آن‌ها نیز رنگ می‌بازند و قرآن حتی پیوند موقت مردان مسلمانی که ارزش‌های الهی را پیشه خود کرده‌اند، با زنانی که ارزش‌های شهوی را در دستور کار خود قرار داده‌اند، برنتافته، تأیید نمی‌کند.

بنابراین با توجه به دیدگاه‌های نظری مطرح شده در زمینه جذابیت فیزیکی، به نظر می‌رسد، پس از تکمیل دید روان‌شناسان تکاملی توسط روان‌شناسان فرهنگی - اجتماعی، دید اسلام نیز دیدگاه روان‌شناسان فرهنگی - اجتماعی را تکمیل کرده، ارتقا می‌دهد. از این مسأله در فصل‌های آینده به شکل مشروح‌تری یاد خواهد شد.

فصل سوم

بررسی آزمایشی مقوله جذابیت فیزیکی در جمعیت ایرانی

یکی از مسائلی که در بررسی مسأله جذابیت مطرح شده است، مسأله افزایش آستانه ادراکی افراد پس از برخورد با افراد زیبارو است. سیرز و همکارانش (۱۹۸۸)، در همین رابطه می‌نویسند:

«در جریان آزمایش، پس از آنکه مردان مورد بررسی سه هنرپیشه زن زیبا و دوست داشتنی را به مدت یک ساعت در فیلم دیده بودند، در ارزیابی جذابیت فیزیکی زنی که گروه داوران وی را «متوسط» ارزیابی کرده بود، او را «کمتر از حد متوسط» ارزیابی کردند.»

مایرس (۱۹۸۸) نیز پس از ارائه گزارش‌هایی از انجام پژوهش‌های مشابه، می‌نویسد:

«اگر مردم افراد زیبارو را ببینند، سطح ادراک جذابیت آن‌ها بالا رفته، دوست جنس مخالف، همسر و یا حتی خودشان را به عنوان افرادی که از جذابیت کمی برخوردارند، ارزیابی می‌کنند.»

به این ترتیب مشخص است که ارائه فیلم و تصاویر زنان زیبارو، افزایش آستانه ادراکی هر دو جنس را به همراه داشته، سبب می‌شوند فرد برخلاف گروه داوران (و به تعبیری جامعه) که فردی را با جذابیت «متوسط» مشخص ساخته‌است، همان فرد را با جذابیتی «کمتر از حد متوسط»، ارزیابی کند. علاوه بر آنچه که در زمینه افزایش آستانه ادراکی افراد از آن یاد شد، محققان مختلف نشان داده‌اند که شرایط مختلف (مانند پوشش زیبا، استفاده از زیور آلات، محیط زیبا و مانند آن‌ها) می‌تواند در ادراک جذابیت افراد مؤثر واقع آید. بنابراین می‌توان تأثیر شرایط در افزایش یا کاهش جذابیت را نیز نتیجه گرفت. از این رو دو مسأله «تأثیر جذابیت در افزایش آستانه ادراکی افراد» و «تأثیر شرایط در افزایش یا کاهش جذابیت»، مورد توجه نگارنده قرار گرفت و بررسی سوال‌های زیر در دستور کار پژوهش قرار گرفت:

- آیا ملاحظه زنان زیبا، افزایش آستانه ادراکی مردان را به دنبال خواهد داشت؟
- آیا با زیباتر شدن پوشش یک زن، وی به شکل جذاب‌تری مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت؟
- آیا با استفاده یک زن از زیورآلات، وی به شکل جذاب‌تری مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت؟
- آیا با استفاده یک زن از رایحه‌های دل‌انگیز، وی به شکل جذاب‌تری مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت؟

روش پژوهش

برای بررسی فرضیات پژوهش تصمیم گرفته شد که از تصویر به‌عنوان متغیر مستقل^۱ پژوهش استفاده شود، از این رو پژوهشگر نخست از یک گروه ۳۰ نفره متشکل از دانشجویان دختر و پسر برای تراز کردن تصاویر لازم به‌عنوان گروه داوران، سود جست.

برای بررسی سوال نخست پژوهش، تهیه تصویر دو زن با جذابیت‌های زیاد و متوسط، ضرورت داشت. از این رو برای بررسی سوال اخیر، تصویر ۹ زن به‌گروه داوران ارایه شد که دو تصویر با میانگین ۳/۰۳ و ۴/۲۴ (از ۵ نمره)^۲ به‌عنوان تصاویر «زن با جذابیت متوسط» و «زن جذاب»، انتخاب شد.

برای بررسی سوال دوم پژوهش، به تصویر فرد واحدی در دو پوشش جذاب و ساده نیاز بود که برای تهیه این دو تصویر، تصویر یک زن در ۸ پوشش مختلف به‌هیأت داوران ارایه شد که سرانجام دو تصویر از تصاویر اخیر با نمرات زیر انتخاب شدند:

| تصویر | نمره جذابیت چهره فرد | نمره جذابیت لباس فرد |
|-------|----------------------|----------------------|
| اول | ۳/۴۱ | ۳/۵۰ |
| دوم | ۳/۶۱ | ۲/۶۷ |

محاسبه آزمون مقایسه دو گروه مستقل، بین جذابیت چهره دو فرد اول و دوم حاکی از عدم تفاوت میزان جذابیت چهره دو فرد مزبور بود ($T=۰/۲۹$)، اما تی محاسبه شده در جذابیت پوشش دو فرد مزبور، حکایت از تفاوت معنادار دو پوشش داشتند ($T=۴/۹۱$). از این رو این دو تصویر برای بررسی تأثیر پوشش زیبا در جذاب‌تر نشان دادن فرد در نظر گرفته شدند (البته برای انحراف ذهن پاسخ‌دهندگان، سه تصویر فریب، از سه زن مختلف، با میانگین جذابیت‌های ۳/۱۱، ۲/۶۹ و ۲/۹۲ نیز در نظر گرفته شدند تا بین ارایه دو تصویر فوق، ارایه شده، پاسخ‌دهندگان را متوجه هدف آزمون نکنند).

برای آزمون سومین سوال تحقیق، تصویر دیگری از فردی که به‌عنوان زن جذاب انتخاب شده بود، در نظر گرفته شد و دو تکه جواهر روی آن مونتاژ گردید.

سرانجام جهت آزمون چهارمین سوال تحقیق، در حالی که تصویر یک زن به پاسخ‌دهندگان نشان داده می‌شد، از آنان درخواست شد که جذابیت وی را بدون کاربری از عطر و با کاربری از رایحه‌ای مطبوع، ارزیابی کنند.

۱. متغیر مستقل متغیری است که توسط پژوهشگر کنترل می‌شود و به منزله عاملی است که اثر آن روی فرد مورد بررسی قرار داده می‌شود (منصور، دادستان و راد، ۱۳۶۵).

۲. مقیاس مورد سنجش، مقیاس (لیکرت) ۵ درجه‌ای بود که به ترتیب نمرات خیلی جذاب ۵، جذاب ۴، متوسط ۳، با جذابیت اندک ۲ و بدون جذابیت ۱ بود. ارقامی هم که در ادامه ارایه می‌شوند، باید با توجه به همین مسأله در نظر گرفته شوند.

پس از تهیه تصاویر لازم، داده‌های تحقیق در سطح قریب به ۲۰۰۰ پاسخ دهنده مرد و زن که دانشجویان دانشگاه‌های تربیت معلم تهران، تربیت معلم زاهدان، علامه طباطبایی، الزهرا (س)، پیام نور دامغان و دانشکده مدیریت و برنامه‌ریزی درسی وزارت آموزش و پرورش بودند، گردآوری شدند. چگونگی گردآوری داده‌های مزبور به این ترتیب بود که نگارنده و برخی از استادان دانشگاه که با وی همکاری می‌کردند، در کلاس‌های دانشگاه‌های مزبور حاضر شده، ضمن ترغیب دانشجویان نسبت به تحقیق، خواستار همکاری آنان می‌شدند.

در مقدمه‌ای که برای ترغیب و توجیه دانشجویان نسبت به همکاری در امر تحقیق در کلاس‌های مزبور گفته می‌شد، نخست تأکید می‌شد، از آنجا که اطلاع دانشجویان از سوال‌های پژوهش به مخدوش شدن نتایج تحقیق خواهد انجامید، این سوال‌ها و نتایجی که از این تحقیق بر جامعه مترتب خواهد شد، پس از انجام آزمون برای دانشجویان بیان خواهد شد. سپس پژوهشگر متذکر می‌شد در روند تحقیق، ارزیابی جذابیت ظاهری تصویر چند زن از دانشجویان خواسته می‌شود. سپس با بیان اینکه تصاویر موردنظر، تصاویر برگرفته شده از روی نشریات خارجی بوده، نگاه کردن به آن‌ها برای مردان بلامانع^۱ است، تأکید می‌شد اگر باز هم آقایانی مایل به شرکت در آزمون نیستند، آزاد هستند که در آزمایش شرکت نکنند.

در انتهای مقدمه، ضمن پخش پاسخ‌نامه، با استفاده از گچ و تخته، نحوه کار با مقیاس لیکرت به کار رفته در پرسشنامه تشریح می‌شد تا ابهامی در نحوه ارزیابی تصاویر و پاسخ به پاسخنامه برای دانشجویان پیش نیاید.

پس از بیان مقدمه فوق، تصاویر مورد نظر (که در ابعاد ۲۰*۲۵ سانت تهیه شده بودند)، در حدود ۱۰-۱۵ ثانیه (بسته به حجم و تعداد دانشجویان کلاس)، توسط پژوهشگر در معرض دید دانشجویان قرار می‌گرفت و پس از گردآوری پاسخ‌نامه‌ها، به اختصار سوال‌های تحقیق و نتایجی که از آن بر جامعه مترتب خواهد شد، به دانشجویان ارائه می‌گردید.

یافته‌های تحقیق

در این قسمت به رایاه داده‌های گردآوری شده تحقیق پرداخته می‌شود. داده‌های گردآوری شده در مورد فرضیه نخست تحقیق (بالا رفتن آستانه ادراکی افراد پس از دیدن افراد زیبارو) به شرح زیر بود:

۱. امام خمینی، آیت الله اراکی، آیت الله گلپایگانی و برخی از مراجع دیگر، در زمینه نگاه کردن به تصویر زنان غیرمسلمان، با این قید که «مرد، زن‌ها را نشناخته، دیدن وی بدون قصد لذت و ریبه باشد و نترسد که به مفسده بیفتد» این عمل را بلامانع دانسته‌اند (حضرت امام (ره) استفتاء، آیت الله اراکی، توضیح المسائل، مسأله ۲۴۵۳، آیت الله گلپایگانی، توضیح المسائل، مسأله ۲۴۴۵ و مجمع المسائل، سوال ۶۵۵).

جدول ۱، نتایج حاصل از ارزیابی جمعیت پاسخ‌دهنده در مورد تصویر زنی با جذابیت متوسط بدون دیدن و پس از دیدن تصویر زنی با جذابیت زیاد

| جمع کل | | | بدون جذابیت | | | با جذابیت اندک | | | با جذابیت متوسط | | | جذاب | | | خیلی جذاب | | | |
|------------|------|-----|-------------|----|-----|----------------|-----|-----|-----------------|-----|-----|------|-----|-----|-----------|----|-----|---|
| مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | |
| ۶۶۲ | ۳۸۸ | ۲۷۴ | ۹۶ | ۲۷ | ۶۹ | ۱۹۸ | ۱۱۱ | ۸۷ | ۱۸۷ | ۱۲۵ | ۶۲ | ۱۴۱ | ۸۱ | ۴۰ | ۶۰ | ۴۴ | ۱۶ | ارایه تصویر یک زن با جذابیت متوسط بدون هیچ پیش زمینه‌ای |
| ۸۰۸ | ۲۸۴ | ۲۲۴ | ۱۵۱ | ۵۸ | ۸۳ | ۲۳۳ | ۱۵۹ | ۱۴۷ | ۲۱۸ | ۱۲۰ | ۶۱ | ۸۶ | ۳۳ | ۳۰ | ۲۰ | ۱۴ | ۳ | ارایه تصویر همان زن پس از نمایش تصویر یک زن جذاب |
| جمع | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۱۳۰۷ | ۱۱۶۰ | ۵۹۸ | ۱۳۷۰ | ۸۵ | ۱۵۲ | ۵۳۱ | ۲۷۰ | ۲۳۴ | ۴۰۵ | ۲۴۵ | ۱۲۳ | ۲۰۷ | ۱۱۴ | ۷۰ | ۸۰ | ۵۸ | ۱۹ | |

مربع کای به دست آمده در سطح زنان، مردان و جمع زنان و مردان (با درجه آزادی ۴) به ترتیب برابر ۳۳/۱، ۵۵/۵۶ و ۶۰/۹۸ بود که هر سه مقدار به دست آمده در سطح ۹۹٪ اعتبار^۱ معنادار است. داده‌های گردآوری شده در مورد سوال دوم پژوهش (جذاب‌تر ارزیابی شدن یک فرد واحد در پوشش زیباتر)، به شرح زیر بود:

جدول ۲، نتایج حاصل از ارزیابی جمعیت پاسخ‌دهنده در مورد یک زن واحد با پوشش با جذابیت متوسط و زیبا

| جمع کل | | | بدون جذابیت | | | با جذابیت اندک | | | با جذابیت متوسط | | | جذاب | | | خیلی جذاب | | | |
|------------|-----|-----|-------------|----|-----|----------------|-----|-----|-----------------|-----|-----|------|-----|-----|-----------|----|-----|--|
| مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | مرد | زن | جمع | |
| ۷۳۱ | ۴۲۹ | ۳۰۲ | ۳۴ | ۱۷ | ۱۷ | ۱۹۳ | ۱۰۳ | ۹۰ | ۳۱۰ | ۱۷۴ | ۱۳۶ | ۱۵۸ | ۱۰۷ | ۵۱ | ۳۶ | ۲۸ | ۸ | ارایه تصویر یک زن با پوششی با جذابیت متوسط |
| ۷۳۵ | ۴۳۱ | ۳۰۴ | ۷۶ | ۳۹ | ۳۷ | ۱۹۴ | ۹۶ | ۹۸ | ۲۳۴ | ۱۴۹ | ۸۵ | ۱۶۱ | ۱۰۳ | ۵۸ | ۷۰ | ۴۴ | ۲۶ | ارایه تصویر یک زن با پوششی با جذابیت بالا |
| جمع | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ۱۴۶۶ | ۸۶۰ | ۶۰۶ | ۱۱۰ | ۵۶ | ۵۴ | ۳۸۷ | ۱۹۹ | ۱۸۸ | ۵۴۴ | ۳۲۳ | ۲۲۱ | ۳۱۹ | ۲۱۰ | ۱۰۹ | ۱۰۶ | ۷۲ | ۳۴ | |

مربع کای به دست آمده در سطح زنان، مردان و جمع زنان و مردان (با درجه آزادی ۴) به ترتیب برابر ۲۹/۴۷، ۱۴/۴۱ و ۳۷/۶۸ بود که هر سه مقدار به دست آمده در سطح ۹۹٪ اعتبار معنادار است. داده‌های گردآوری شده در مورد سوال سوم پژوهش (جذاب‌تر ارزیابی شدن یک فرد با به کارگیری زیورآلات)، به شرح زیر بود:

۱. نتایج حاصل از پژوهش حاضر دلالت بر آن دارد که اولاً آیا عامل معناداری وجود داشته است که بین دو گروه مورد بررسی تفاوت معناداری ایجاد و ثانیاً اگر این آزمایش ۱۰۰ بار دیگر تکرار شود، در ۹۹ بار نتیجه به دست آمده، منطبق بر نتیجه پژوهش حاضر بوده، تنها در یک بار نتایج برخلاف نتایج حاصله خواهد بود.

جدول ۳، نتایج حاصل از ارزیابی جمعیت پاسخ‌دهنده در مورد یک زن واحد با و بدون زیورآلات

| جمع کل | | | بدون جذابیت | | | با جذابیت اندک | | | با جذابیت متوسط | | | جذاب | | | خیلی جذاب | | | ارایه تصویر یک زن با جذابیت متوسط بدون هیچ پیش زمینه‌ای |
|--------|-------|------|-------------|-------|------|----------------|-------|------|-----------------|-------|------|-------|-------|------|-----------|-------|------|---|
| شماره | تعداد | درصد | شماره | تعداد | درصد | شماره | تعداد | درصد | شماره | تعداد | درصد | شماره | تعداد | درصد | شماره | تعداد | درصد | |
| ۶۶۲ | ۳۸۸ | ۲۷۴ | ۹۶ | ۲۷ | ۶۹ | ۱۹۸ | ۱۱۱ | ۸۷ | ۱۸۷ | ۱۲۵ | ۶۲ | ۱۴۱ | ۸۱ | ۴۰ | ۶۰ | ۴۴ | ۱۶ | ارایه تصویر همان زن پس از نمایش تصویر یک زن جذاب |
| ۸۰۸ | ۳۸۴ | ۳۳۴ | ۱۵۱ | ۵۸ | ۸۳ | ۳۳۳ | ۱۵۹ | ۱۴۷ | ۲۱۸ | ۱۲۰ | ۶۱ | ۸۶ | ۳۳ | ۳۰ | ۲۰ | ۱۴ | ۳ | جمع |
| ۱۴۰۷ | ۱۱۶۰ | ۵۹۸ | ۱۴۷ | ۸۵ | ۱۵۲ | ۵۳۱ | ۲۷۰ | ۲۳۴ | ۴۰۵ | ۲۴۵ | ۱۲۳ | ۲۰۷ | ۱۱۴ | ۷۰ | ۸۰ | ۵۸ | ۱۹ | |

مربع کای به دست آمده در سطح زنان، مردان و جمع زنان و مردان (با درجه آزادی ۴) به ترتیب برابر ۴۶/۲۵، ۹۴/۵۰ و ۱۴۷/۳۷ بود که هر سه مقدار به دست آمده در سطح ۹۹٪ اعتبار معنادار است.

جدول ۴، نتایج حاصل از ارزیابی جمعیت پاسخ‌دهنده در مورد یک زن واحد با و بدون کاربری از رایحه‌های دل انگیز

| جمع | مرد | زن | |
|-----|-----|-----|--|
| ۱۵۶ | ۸۶ | ۷۰ | ارایه تصویر یک زن با تصور عدم کاربری از عطریات |
| ۴۹۸ | ۲۶۵ | ۲۳۳ | ارایه تصویر همان زن با تصور استفاده از عطر |
| ۶۵۴ | ۳۵۱ | ۳۰۳ | جمع |

مربع کای (یک‌سویه) به دست آمده در سطح زنان، مردان و جمع زنان و مردان (با درجه آزادی ۱) به ترتیب برابر ۸۷/۹۷، ۹۱/۵۶ و ۱۷۸/۸۴ بود که هر سه مقدار به دست آمده در سطح ۹۹٪ اعتبار معنادار است. همان طور که ملاحظه می‌شود، هر چهار سوال تحقیق با ۹۹٪ اعتبار تأیید شدند، به این معنا که در مرتبه نخست ملاحظه زنان زیبارو، آستانه ادراکی ناظران را افزایش می‌دهند و در مرتبه بعد یک فرد با استفاده از پوشش‌های زیباتر، جذاب‌تر نموده و ارزیابی خواهد شد. مضاف بر این، زنان با استفاده از زیورآلات و عطریات، بر جذابیت خویش می‌افزایند. به تعبیر دیگر، اگر ناظران در درجه نخست شاهد تصویر فردی زیبارو باشند، در مرتبه بعد افراد با جذابیت متوسط را متوسط ارزیابی نکرده، جذابیت آنان را پایین‌تر از حد معمولشان ارزیابی می‌کنند. به همین ترتیب تمسک زن به جذاب‌تر ساختن خویش با استفاده از پوشش‌های زیبا، زیورآلات و عطریات، تأثیری همچون تأثیر عرضه زیبایی‌های طبیعی زن داشته، این عوامل نیز افزایش آستانه ادراکی مردها را به دنبال خواهند داشت. بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی از یافته‌های تحقیق باید بیان داشت، هر چهار سوال پژوهش، مورد تأیید قرار گرفتند، یعنی:

ملاحظه یک جنس مخالف زیبا، افزایش آستانه ادراکی جنس مخالف وی را به دنبال خواهد داشت. با زیباتر شدن پوشش یک زن، وی به شکل جذاب‌تری مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

با استفاده یک زن از زیورآلات، وی به شکل جذاب‌تری مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. با استفاده یک زن از رایحه‌های دل‌انگیز، وی به شکل جذاب‌تری مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. از این رو در این پژوهش با توجه به تحقیق‌های انجام شده در غرب که بیانگر افزایش آستانه ادراکی مردان در برخورد با زن‌های جذاب بود و نشان داده شده بود که به کارگیری وسایل زینتی - نظیر پوشش‌های زیبا و زیورآلات - بر جذابیت زنان می‌افزاید، پژوهشگر با بررسی موارد اخیر در سطح جمعیت ایرانی، در عمل افزایش آستانه ادراکی مردان در برخورد با عرضه آزادانه زیبایی‌های طبیعی و زینت‌های زن را نتیجه گرفت که این نتیجه، همسو با نتایج پژوهش‌های انجام شده در غرب است. از نتایج حاصل می‌توان این‌گونه برداشت کرد که عرضه آزادانه جذابیت‌های فیزیکی (و تبعات آن مانند پوشش و آرایش) زن، به دلیل افزایش آستانه ادراکی مردان، خودبه‌خود به افزایش اختلاف‌های خانوادگی و برخی از انحرافات اجتماعی خواهد انجامید، زیرا مردی که پیش‌تر تصور می‌کرد، همسر او فردی «جذاب» است، با ملاحظه افراد جذاب‌تر در عرصه جامعه، مشکل‌پسندتر شده، در عمل به این نتیجه می‌رسد که همسر وی فردی با «جذابیت متوسط» است و مردی که پیش‌تر تصور می‌کرد، همسر او فردی با «جذابیت متوسط» است، با ملاحظه افراد جذاب در اطراف و اکناف خودش، دشوار‌پسندتر شده، در عمل به این نتیجه می‌رسد که همسر وی فردی با «جذابیت اندک» و پایین‌تر از حد متوسط است.

اسلام در برخورد با روند فوق، تمهیدهایی نظیر سوق دادن مسأله جذابیت فیزیکی و سایر جذابیت‌های زنانه به محیط خانه و مهار نسبی کاربری پوشش و زیورآلات و رایحه‌های خوشبو در محیط اجتماعی را در دستور کار پیروان خود قرار داده است تا بدین ترتیب با ممانعت از عرضه آزادانه زیبایی‌های طبیعی و زینت‌های زن در سطح جامعه، در درجه نخست مانع افزایش آستانه ادراکی مردان شود و در درجه بعد با تشویق زنان به ابراز احساس خودنمایی و زیبایی دوستیشان در محیط خانواده، خود و همسرشان را در این محیط در نهایت حد ممکن ارضاء سازند.

آیه شریفه ۳۱ از سوره مبارکه نور، حدود پوشش را برای زنان مشخص می‌کند: «زنان موظفند عورت را حفظ کنند و زینت و آرایش و زیبایی‌های ظاهری بر بیگانگان آشکار نسازند و روسری خود را روی سینه‌شان بیندازند و زینت‌های خود را هویدا نسازند مگر بر شوهران و...». آیه شریفه دیگری که در مورد پوشش نازل شده است، آیه ۵۸ از سوره احزاب است. فرمود: «ای پیامبر، به زنان و دختران و زنان مؤمنان بگو، جلباب‌های خود را نزدیک سازند، این عمل برای شناخته شدن بهتر است و مورد اذیت و آزار قرار نخواهند گرفت».

با نگاهی به تفاسیر مختلف معین می‌شود که مقصود از جلباب همان مقنعه‌هایی است که امروز پوشیده می‌شود. به این ترتیب آیه خمار روسری را مورد بحث قرار می‌دهد و آیه جلباب مقنعه را. از آیه خمار مشخص می‌شود که زنان در صدر اسلام روسری را به کار می‌برده‌اند، اما آیه شریفه شیوه بستن آن را (که گاه زنان گره آن را از پشت گوش‌ها می‌زدند و به این ترتیب برهنگی گردن و قدر از شانه آنان هویدا می‌شد)، تغییر داده است، حال آن که آیه جلباب اصل پوشیدن مقنعه را تشریح

کرده، دستور پوشیدن آن را می‌دهد، به این ترتیب با توجه به این که سوره نور قبل از سوره احزاب نازل شده است، آیه جلباب به شکل مرحله‌ای (همان‌طور که روش قرآن در ترک شراب‌خواری و رباخواری بود)، یک درجه بر شدت پوشش زنان افزوده، از آنان می‌خواهد تا با پوششی در عرصه اجتماع ظاهر شوند که سر و سینه و نیم تنه آنان را پوشش دهد.

با توجه به آیاتی که ذکرشان رفت و احادیث متعددی که در باب کیفیت پوشش زنان وارد شده‌اند، رساله‌های عملیه با دقت به توصیف پوشش زن (و مرد) پرداخته‌اند. «حدود حجاب اسلامی از دید غالب مجتهدان تمام بدن زن به جز قرص صورت و دست‌ها تا مچ است، از این‌رو در غالب موارد به سر کردن چادر بر سایر پوشش‌ها ارجح دانسته شده است و به کار بردن زینت زنانه در کفین و وجه در صورتی که بخواهد در معرض دید نامحرمان باشد، نهی شده است. به عبارت دیگر داشتن انگو، دستبند، انگشتر (حتی اگر حلقه ازدواج باشد)، بلند کردن ناخن، لاک زدن، حنا گرفتن، برخی از ساعت‌های مچی که جنبه زینتی دارند، سرمه کشیدن، برداشتن ابرو، گذاشتن مژه مصنوعی، استفاده از هر نوع لوازم آرایش، گوشواره و... و بالاخره هر چیزی که عرفاً بدان زینت بگویند، همگی باید از دید نامحرمان پوشیده شود» (معصومی، ۱۳۷۲).

به همین ترتیب در صورتی که «حجم بدن از ورای مانتو شلوار پیدا باشد» یا «پوست پا از ورای جوراب مشخص باشد»، پوشیدن چنین مانتوها یا جوراب‌هایی نهی شده‌اند و کلاً لباس‌هایی که «جنس، رنگ، دوخت، نحوه پوشیدن یا ممزوجی از این موارد آن را به شکل خاصی درآورده باشد که مرسوم نیست» و همین‌طور پوشیدن «لباس‌های مهیج» نهی شده‌اند، در نتیجه لباس‌هایی نظیر برخی از دستکش‌های توری، چادر یا روسری نازک توری یا آویختن مواردی نظیر گل سینه، گل یا برخی از زینت‌آلات مانند زری دوزی، توری دوزی به روسری یا چادر و مانتو، آستر پر نقش و نگار مانتوهایی که به علت بلند بودن آستینشان باید تا بخورند، گذاشتن دکمه در محل‌هایی خاص از لباس، باز گذاردن دکمه‌هایی از لباس، هرچند زیر آن پوشش باشد، پوشیدن مانتوهای یقه باز، اگرچه زیرشان پوشش باشد و ... همه این لباس‌ها اگر مهیج بوده، جلب نظر کنند، حرام هستند و زنان مسلمان از پوشیدن آن‌ها نهی شده‌اند. حساسیت مسأله تا بدانجا است که حتی «پوشیدن چادرهایی - نظیر برخی از چادرهای شرمن - که جلب توجه می‌کنند» نهی شده‌اند و در برابر مردان نیز از «نگاه به زنی که به طور کامل حجاب خویش را رعایت نکرده است» و همین‌طور «نگاه به دست یا صورت آرایش شده زن‌های نامحرم» نهی شده‌اند (معصومی، ۱۳۷۲).

حکم فقهی کاربری زنان از رایحه‌های دل‌انگیز نیز مانند کاربری زنان از پوشش‌های جذاب و قابل توجه و به کارگیری زیورآلات بوده، زنان مجاز به کاربری از این موارد در جریان حضور خود در جامعه نیستند (اما برعکس، کاربری زنان از مواردی همچون زیورآلات و عطر در محیط خانه برای آنان تأکید گردیده است). مبسوط آنچه از آن یاد شد، در فصل بعد با عنوان «از جذابیت فیزیکی به جذابیت معنوی»، پی گرفته خواهد شد.

فصل چهارم

نگاه دین در مقوله جذابیت: از جذابیت فیزیکی به جذابیت معنوی

جذابیت فیزیکی، امر مهمی است که روان‌شناسان زیادی بدان توجه نشان داده و درصدد تبیین آن برآمده‌اند. در فصل‌های گذشته خاطرنشان شد که روان‌شناسان تکاملی که معتقدند، هدف اساسی زندگی انسان‌ها، تداوم بقای نوع آنان است، در تبیینی که برای جذابیت فیزیکی ارائه کرده‌اند، با توجه به هدف بقای نوع آدمی، دست به تبیین مقوله زیبایی زده‌اند. به این معنا که چون جوانی و جذابیت یک زن، مهر تأییدی بر سلامت و توان باروری وی هست، پس مردان به دنبال زنان جوان و جذاب برمی‌آیند تا احتمال تداوم نوعشان را به حداکثر برسانند، اما زنان برخلاف مردان که جذابیت فیزیکی برایشان مهم است، به دنبال مردانی هستند که بتوانند از فرزند آنان به بهترین شکل ممکن حفظ و حراست کنند، بنابراین آنان به دنبال مردانی هستند که از پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالایی برخوردار باشند، زیرا در این صورت، قدرت اقتصادی آنان، تضمینی بر رشد فرزند آنان بدون هر گونه تهدید خواهد بود.

روان‌شناسان فرهنگی-اجتماعی با نقد دید روان‌شناسان تکاملی، خاطرنشان می‌ساختند که اگرچه تبیین روان‌شناسان تکاملی ممکن است در تاریخ گذشته بشر (و یا در جوامع عقب مانده جهان معاصر) درست باشد، اما با تحول جوامع بشری و افزایش رفاه جوامع و یافتن قدرت اقتصادی زنان، تبیین پیش‌گفته، اهمیت خود را از دست داده است و زنان در حال حاضر، به‌جای توجه به مردان مرفه و دارای امکانات مادی، بیشتر متوجه مردانی هستند که از زیبایی لازم و ویژگی‌های مطلوب طبع اجتماعی برخوردار باشند.

بررسی اجمالی نگاه دین در مقوله جذابیت فیزیکی دلالت بر این امر دارد که از منظر اسلام، جذابیت فیزیکی مسأله مهم و قابل توجهی است و باید به مقوله زیبایی و جذابیت فیزیکی، توجه لازم را معطوف داشت. به این معنا که برخلاف دید روان‌شناسان تکاملی و به شکلی قوی‌تر از نظرات روان‌شناسان فرهنگی-اجتماعی، دیدگاه دینی از حساسیت مردان به زیبایی زنان و زنان به زیبایی مردان سخن می‌گوید. تعابیر قرآن در زمینه توصیف زنان و مردان بهشتی، دلالت بر جذابیت فیزیکی بی‌مانند آنان دارد. اما گذشته از این مسأله که از نظر همه روان‌شناسان پذیرفته است و در تبیین آن

نیز بیان می‌دارند، مرکز لذت مغز مردان در برخورد با زنان زیبا و یا حتی تصاویر آنان، تحریک می‌شود (و در واقع دیدن چهره زنان زیبا برای مردان به مثابه دریافت یک پاداش و یا جایزه است)، تأکید قرآن روی حساسیت زنان به چهره زیبای مردان، قابل توجه است.

زلیخا در برخورد با زنان اعیان و اشراف مصر که داستان وی با یوسف، علیه‌السلام، را محمل نقد و حمله به وی ساخته بودند، دست به دعوت آنان زده، در حالی که آنان سرگرم کردن پوست نارنج خویش بودند، یوسف، علیه‌السلام، را فرامی‌خواند. زنان اشراف مصر در مواجهه با حضرت، علیه‌السلام، چنان مبهوت وی می‌گردند که نه تنها دستشان را می‌برند، بلکه به تعبیر برخی از تفاسیر، پس از رفتن به منزلشان، همان روز به وی نامه می‌دهند تا یوسف، علیه‌السلام، یک بار دیگر خود را به آنان بنمایاند. در آیه ۳۱ از سوره یوسف فرمود:

«فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مَتَّكَاً وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سِكِّينًا وَقَالَتِ اخْرُجْ عَلَيْهِنَّ فَلَمَّا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْتَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ» (یوسف، ۳۱).

«چون (زلیخا) ملامت زنان مصری را درباره‌ی خود شنید، فرستاد و از آن‌ها دعوت کرد و مجلسی بیاراست و به احترام هریک بالش و تکیه‌گاهی بگسترد و به دست هریک کاردی و ترنجی داد (و آن گاه با زیب و زیور یوسف را بیاراست) و تقاضا کرد که به مجلس این زنان درآ، چون یوسف را زنان مصری دیدند، در جمال او حیران شده و بر حسنش، زبان به تکبیر گشودند و دست‌ها را به جای ترنج بریدند و گفتند: تبارک الله که این نه آدمی است، بلکه فرشته‌ی بزرگ (حسن و زیبایی) است».

مشابه آنچه از آن یاد شد، در آیات ۱۶ و ۱۷ سوره مریم منعکس شده است، به این معنا که وقتی فرشته‌ای در هیئت یک مرد زیبامنظر بر حضرت مریم، سلام الله علیه، نازل می‌گردد، حضرت مریم، سلام الله علیه، از پناه جستن به خدا یاد می‌کند. بنابراین آیات ۱۶ و ۱۷ سوره مریم نسبت به زیبایی به عنوان عرصه‌ای خطرآفرین در روابط دو جنس هشدار می‌دهد.

نکته مهم دیگری که قرآن به شکل غیرمستقیم متذکر آن شده است، مسأله زیبایی در اقلیت جنسی (افراد هم جنس‌گرا) می‌باشد. آیه ۷۷ سوره مبارکه هود، از فرشتگانی یاد می‌کند که در چهره انسان‌هایی زیبا، بر حضرت لوط، علیه‌السلام، نازل می‌گردند و زن حضرت لوط، علیه‌السلام، با رفتن به پشت بام خانه و ایجاد آتش و دود، به این طریق به مردان هم جنس‌گرای جامعه خود پیام می‌دهد که ملعبه‌های خوبی در دسترس آنان قرار گرفته است و طبق بیان برخی از تفاسیر، مردان منحرف جامعه حضرت، علیه‌السلام، چنان بر خانه وی هجوم می‌آورند که در منزل حضرت، علیه‌السلام، می‌شکند.

به تعبیر دیگر، همان‌گونه که برخی از پژوهش‌های جدید انجام شده، دلالت بر آن دارند، همان حساسیت‌هایی که در زمینه زیبایی بین دو جنس زن و مرد وجود دارد، عیناً بین افراد هم جنس‌گرا نیز وجود دارد و قرآن نیز بر این معنا صحه می‌گذارد.

مجموعه آنچه از آن یاد شد، از اهمیت جذابیت فیزیکی در نزد آدمیان یاد می‌کنند. اما نگاه اسلام در زمینه جذابیت فیزیکی آن است که با وجود اهمیت این مقوله، بدون آن که اهمیت آن نفی شود، با سوق دادن مسأله جذابیت و زیبایی به زندگی خانوادگی مسلمانان، قرآن می‌کوشد تا انسان‌ها را از جذابیت فیزیکی به سمت جذابیت معنوی متوجه کرده، آنان را به سمت و سوی یافتن جذابیت معنوی سوق دهد.

قرآن در تلاش برای جابه‌جایی جذابیت فیزیکی با جذابیت معنوی، به‌شکلی شناختی درصدد تبیین این امر برمی‌آید که بشر از عریان بودن پرهیز دارد (و مثلاً یک فرد برهنه در مواجهه با دیگران، بلافاصله درصدد پوشاندن بدن خودش بر می‌آید) و پوشش نیاز فطری است که آدمی آن را در خود احساس می‌کند.

آیات ۲۲-۲۰ از سوره مبارکه اعراف و ۱۲۱ از سوره طه، با بیان سرگذشت حضرت آدم و حوا، علیهم‌السلام، بیان می‌دارد که آنان نخست پوشیده بودند، اما با خطایی که مرتکب شدند، پوشیدگی خویش را از دست دادند و عریان شدن آن‌ها، زمینه سقوط آنان را رقم می‌زند، اما آدم و حوا، علیهم‌السلام، با برگرفتن پوششی، سعی در پوشاندن برهنگی خویش کردند.^۱

قرآن پس از برخورد شناختی در زمینه پرهیز فطری آدمی از برهنگی، در سوره‌های نور، احزاب، اعراف و قصص، به تدوین خطمشی پوشش آدمیان پرداخته، با اذعان به اهمیت مسأله جذابیت، می‌کوشد تا ضمن ارائه دستورالعمل‌های مدونی در جهت پوشش افراد، توجه آنان را از پوشش ظاهری به پوشش دیگری که از آن با عنوان «لباس تقوا» یاد می‌کند، سوق داده، متذکر گردد که مسلمانان باید تلاش کنند تا به‌جای پرداختن به جذابیت‌های ظاهری که امری گذرا است، پرداختن به جذابیت‌های معنوی را که امری دایمی است، در دستور کار خود قرار دهند، زیرا فلسفه خلقت انسان‌ها، دنیاگرایی و غرق شدن آنان در شهوات دنیایی نیست، بلکه برعکس فلسفه خلقت آدمی، آخرت‌گرایی و تعالی یافتن ارزشی وی می‌باشد.

قرآن در آیه ۳۰ از سوره نور، با توجه به روحیه تهاجمی مردان، از آنان می‌خواهد که نگاه‌های خود را فرو نهند و دامن خود را از آلودگی‌های جنسی پاک دارند. خطاب آیه بعدی سوره نور، متوجه زنان شده، ضمن ارائه توصیه‌هایی مشابه مردان در فرو نهادن دیدگان و حفظ پاکدامنی خودشان، نسبت به ارائه برخی از وظایف دیگر به آنان در زمینه پوشش یاد می‌کند. این دستورالعمل‌ها شامل حفظ پوشش و حجاب، پوشانیدن زیورآلات و زینت‌های زنانه (که بر میزان جذابیت زن می‌افزایند) برای افراد نامحرم و مهار علایم غیرکلامی^۲ در سطح زنان است.

۱. حکایت آدم و حوا، علیهم‌السلام، در تورات و انجیل با اندکی تفاوت با قرآن نقل شده است.

در مورد افزایش جذابیت فیزیکی زنان با کاربری از زیورآلات باید متذکر شد که زنان با انتخاب زیورآلات متناسب با چهره و اندام خویش، در عمل خود را زیباتر کرده، جذابتر به معرض دید می‌گذارند. همان‌گونه که در نتایج حاصل از تحقیق نگارنده در سطح جمعیت ایرانی آمد، زنان حتی با به کار بردن تکه‌ای طلا، از سوی کسانی که تصویر آنان را «با» و «بدون» همان تکه طلا ارزیابی می‌کردند، از ارزیابی‌های متفاوتی برخوردار می‌شدند و پاسخ‌دهندگان تصویر زن واحدی را که تنها تکه‌ای جواهر بر روی لباسش افزوده شده بود، جذابتر از تصویر قبلی وی، در حالی که فاقد همان تکه طلا بود، ارزیابی کردند.

در مورد مهار علایم غیرکلامی نیز باید متذکر شد که ارتباط انسان‌ها به دو صورت کلامی^۱ و غیرکلامی برقرار می‌گردد. ارتباط‌های غیرکلامی، ارتباط‌هایی هستند که انسان‌ها در آن‌ها با حرکات، سکنتات، اشارات، رنگ رخسار، چهره و طنین صدا، به انتقال مفاهیم ذهنی خود به طرف مقابل‌شان می‌پردازند و البته زنان به دلیل آنکه در رفتارهای پیچیده و پیچیده عمل کردن در تحقق خواست‌هایشان، دستی به مراتب فراتر از مردان دارند، در این زمینه برتر ظاهر می‌گردند (منطقی، ۱۳۹۰).

اتفاقاً همسو با ادبیات روان‌شناختی موجود در این زمینه، عمده خطاب‌های قرآن در مورد ارتباط‌های غیرکلامی متوجه زنان است و قرآن با بیان باحیا راه رفتن دختران حضرت یعقوب، علیه‌السلام، با نفی به صدا درآوردن خلخال پای زنان و یا با نفی نازک و با عشوهِ حرف زدن زنان، در عمل از استعداد خاص زنان در این ارتباط یاد می‌کند. به‌عنوان مثال، ماتلین^۲ (۱۹۸۷) در زمینه مدیریتی که زنان بر صدای خویش اعمال می‌کنند، می‌نویسد:

«صدای مردان بم‌تر از صدای زنان است. اما آیا این امر صرفاً ناشی از تفاوت در ساختار تارهای صوتی دو جنس است؟ یک دلیل عمده تفاوت بین صدای مردان و زنان، به این مسأله برمی‌گردد که زنان کلمات را به شکلی ادا می‌کنند که صدای بم یا زیر مناسب را تولید کنند. به نظر می‌رسد، متفاوت بودن ساختار تارهای صوتی، نمی‌تواند تنها دلیل تفاوت در صدای مردان و زنان باشد. بعید به نظر می‌رسد ساختار تارهای صوتی پسران و دخترانی که هنوز به بلوغ نرسیده‌اند، متفاوت باشد. آنان باید یاد گرفته باشند که صداهای مناسب جنسیت خود را تولید کنند.»

قرآن پس از ارایه رهنمودهایی جامع در مورد پوشش و حجاب، پنهان ساختن زیورآلات زنانه از دید نامحرم‌ان و مهار علایم غیرکلامی که زنان به سادگی می‌توانند به ایجاد آن‌ها بپردازند، در آیات ۵۸-۵۹ از سوره نور از ضرورت نهادینه کردن مسأله حجاب، از دوران کودکی افراد یاد می‌کند و فرزندان را موظف می‌کند که در اوقات استراحت و خواب اولیایشان، سرزده وارد اتاق آنان نشوند.

1. Verbal communication

2. Matlin, M.

آیه ۶۰ سوره نور، حکم تسهیل و ترخیص پیرزنان از حجاب را مطرح می‌سازد تا پیرزنانی که فاقد آرایش بوده، دیگر امیدی به ازدواج ندارند، از بیرون نهادن قدری از موهایشان یا برهنه ماندن قدری از دست‌های خویش، مکدر نشده، احساس گناه نکنند.

اگر چه آیه ۶۰ از سوره نور، مستقیماً پیرزنان را مورد خطاب خود قرار داده است، اما با آزاد شدن نسبی پیرزنان از حفظ حجاب، شاید بتوان اثر تربیتی متقابلی را در سطح مردان مشاهده کرد. به این معنا که مردان با دیدن پیرزنانی سال‌خورده و درهم شکسته (اصولاً پوست زنان ده برابر نازک‌تر از پوست مردان بوده، شکستگی چهره و اندام پیرزنان مشهودتر از مردان است -منطقی، ۱۳۹۰-)، در عمل با ملاحظه گذرا بودن جذابیت‌های فیزیکی زنان، به نوعی نسبت به این جذابیت‌ها و دل خوش بودن نسبت به آن، دلسرد می‌گردند.

در سوره احزاب، دوباره بحث پوشش از زاویه و منظر نسبتاً متفاوتی مدنظر قرار گرفته و مطرح گردیده است. آیات نخست سوره احزاب، از الگو بودن حضرت رسول، صلی الله علیه و آله، یاد می‌کند و در ادامه با مورد توجه قرار دادن زنان حضرت، علیه‌السلام، در عمل زنان پیامبر خدا (که بالطبع اثرات الگویی شدیدی در سطح جامعه خویش دارند) را مورد خطاب قرار می‌دهد. آیه ۳۲ سوره احزاب، دوباره به دلیل اهمیت رفتارهای غیرکلامی در سطح زنان، همسران پیامبر اسلام، صلوات الله علیه، را از استفاده از رفتارهای غیرکلامی در مواجهه با مردان، برحذر می‌دارد.

آیه ۳۳ سوره احزاب، ضمن بیان آنکه خانه مکان مناسبی برای زنان می‌باشد، خاطرنشان می‌سازد، زنان در صورت حضور در اجتماع، باید از جلوه‌گری و تبرج سرباز بزنند و محیط اجتماع را عرصه ارایه جذابیت‌های فیزیکی خویش نکنند. همین آیه با اشاره به جاهلیت اولیه اعراب (که زنانشان حجاب را به درستی رعایت نمی‌کردند)^۱، در عمل هشدار جاهلیت بعدی را در زمینه پوشش و حجاب می‌دهد، همان‌گونه که پیامبر اسلام نیز در حدیث شریفی، با به کارگیری عبارت «کاسیات عاریات»، از زنان پوشیده‌ای سخن می‌گوید که در واقع برهنه‌اند (ری‌شهری، ۱۳۷۷، ج ۲) و به این ترتیب با توجه به کیس‌مآبی زنان، هشدار می‌دهد که زنانی ممکن است حتی در عین پوشیدگی، با پوشش و رفتار نامناسبی در جامعه خویش ظاهر شوند که انگار پوششی ندارند و برهنه عمل می‌کنند (همان‌گونه که پوشش چسبان برخی از زنان در جامعه، به وضوح زوایا و فرازوفرود بدن آنان را در معرض دید دیگران قرار می‌دهد).

آیه ۵۹ سوره احزاب، با طرح جلباب، خاطرنشان می‌سازد که جلباب (که بلندتر از خمار یا روسری می‌باشد) پوشش مناسب‌تری برای زن پدید آورده، با پوشانیدن بدن زن، در عمل با اتکا به علائم

۱. طبرسی در تفسیر قرآن مجمع البیان، در توضیح جاهلیت اولی می‌نویسد:

«جاهلیت اولی عصر قبل از اسلام است که در آن عصر، زنان غیر از همسر خود، ارتباط دوستی با مردان دیگر نیز داشتند، با این تفاوت که آمیزش جنسی را حق همسر خود می‌دانستند، ولی با دوستانش سایر ارتباط‌های جنسی مانند بوسیدن و در آغوش کشیدن را مجاز می‌شمردند».

غیرکلامی، این پیام را به مردان شهوت‌ران می‌دهد که چشم طمع از آنان فرو ببندند و ماحصل و نتیجه این امر، افزایش امنیت زنانی خواهد شد که به جای خمار از جلباب سود می‌برند (و بالطبع با سنگین‌تر کردن حجاب خویش، در عمل سایر رفتارهای خویش را نیز متناسب با همین مسأله، متین‌تر و جا افتاده‌تر می‌سازند).

در سوره اعراف، تلاش دین در جابه‌جایی جذابیت فیزیکی به جذابیت معنوی به صراحت مطرح شده است. به این معنا که در آیه ۲۶ سوره مبارکه، پس از طرح ضرورت پوشش و حجاب، آیه شریفه بر «لباس تقوا» تأکید می‌ورزد، به این معنا که انسان‌ها باید غایت زیبایی را نه در زیبایی‌های مادی، بلکه در زیبایی‌های معنوی جست‌وجو کنند و باید بدانند، در این دنیا که محلی برای رشد و اعتلای آدمی در نظر گرفته شده است، هدف اساسی آنان، شهوت‌رانی و لذت‌طلبی‌های گذرا نیست، بلکه آنان باید این ابعاد را در زمره امتحان آدمی در دار بلای دنیا ببینند و بدانند که غایت آفرینش انسان، انتخاب راه رشد و تعالی است که تنها در پوشش لباس تقوا امکان‌پذیر است.

البته لازم به ذکر است که دیدگاه دینی دست به نفی جذابیت‌های فیزیکی و شهوات آدمی نزده، تنها آن‌ها را در یک چارچوب مشخص قرار می‌دهد. آیه ۳۲ از سوره اعراف، برای جلوگیری از تصور اشتباه برخی دال بر این که باید با استقبال از جذابیت‌های معنوی، به جذابیت‌های مادی (که همان‌گونه که در ادبیات خارجی بحث آمد، تا حدودی پایه زیستی نیز در انسان‌ها دارند)، پشت پا زده، قرآن ارضای نیازهای طبیعی آدمی را به خانه و خانواده فرد ارجاع داده، عرضه جذابیت‌های مادی را در خانه مجاز دانسته و مورد تأیید و تشویق قرار می‌دهد.

قرآن در راستای ترسیم خانه به عنوان محل عرضه جذابیت‌های فیزیکی و جامعه به مثابه محل عرضه جذابیت‌های معنوی، برای تدقیق روابط دو جنس در جامعه، در آیه ۲۳ از سوره قصص، با ترسیم روابط اجتماعی حضرت موسی، علیه‌السلام، و دختران حضرت شعیب، علیه‌السلام، ضمن صحه نهادن بر روابط اجتماعی دو جنس، این روابط را در اوج شرم، حیا و اختصار روابط کلامی معرفی می‌کند تا در این جهت نیز الگوی مناسب و مکملی که در جابه‌جایی جذابیت‌های مادی به سمت جذابیت‌های معنوی مؤثر واقع آید، ارائه کند.

در ادامه، مبسوط آنچه به اجمال تحت عنوان نگاه دین به جذابیت‌های فیزیکی و تلاش اسلام در جابه‌جایی جذابیت‌های اخیر به جذابیت‌های معنوی آمد، خواهد آمد.

قرآن در برخورد با مسأله برهنگی، این مسأله را از فطریات بشر نمی‌داند و بشر را ذاتاً موجودی متمایل به پوشش معرفی می‌سازد.

زاهدی، امرایی و نظریگی (۱۳۸۹)، در مقاله «روش قرآن کریم در نهادینه‌سازی عفاف حجاب» در همین ارتباط می‌نویسند:

«روش‌های نهادینه‌سازی حجاب در قرآن، مبتنی بر روش‌های ایجاد شناخت و تأکید بر هماهنگی احکام خدا با نیازهای فطری انسان می‌باشد.

تجربه نشان داده است، انسان‌ها هنگامی که نسبت به مسأله‌ای شناخت کافی داشته باشند و ریشه‌ها و زیربنای آن را به خوبی بشناسند، با اشتیاق بیشتری آن را می‌پذیرند. به خصوص هرگاه که آن مسأله جنبه‌ی شرعی و دینی داشته باشد.

علت گریز بسیاری از انسان‌ها از احکام دینی این است که گمان می‌کنند، دین با نیازهای طبیعی انسان مخالف بوده و می‌خواهد آن‌ها را از زندگی طبیعی‌شان جدا کند. این طرز تفکر درباره‌ی مسأله حجاب نیز مشهود است. امروزه، بسیاری از جوانان جامعه گمان می‌کنند اسلام با نیازهای طبیعی آن‌ها مخالف است. جوان امروز می‌خواهد زیبا باشد، لباس‌های زیبا بپوشد و حضور خود در جامعه و برخورد با جنس مخالف را نوعی نیاز می‌داند و بر اساس این نیاز، گاه دچار افراط‌ها و تفریط‌هایی می‌شود. از طرفی گروهی ممکن است به مبارزه با این رفتارها بپردازند و یا در رفع نیازهای طبیعی خود دچار تفریط شوند. در حالی که با مراجعه به قرآن کریم می‌توان به اصول رفتاری مشخصی در این باره دست یافت.

قرآن کریم در اولین مراحل که درباره مقوله حجاب سخن می‌گوید (در سوره‌های اعراف و طه) با به کارگیری نوعی سازوکار (مکانیزم) شناختی، به بیان اولین پایه‌های معرفتی می‌پردازد. از دیدگاه قرآن کریم، پوشیدگی اصالت دارد و فطرت آدمی از عریانی گریزان است. این اصل را می‌توان از داستان آدم و حوا، علیهم‌السلام، در بهشت و اغوای ایشان توسط شیطان و برهنه شدن و تلاش آن دو برای پوشاندن خود استنباط کرد که خداوند متعال در سوره‌های اعراف و طه، به این داستان اشاره کرده است.

آیات ۲۲-۲۰ از سوره اعراف و ۱۲۱ از سوره طه، به بیان سرگذشت حضرت آدم و حوا، علیهم‌السلام، پس از خلقت در بهشت می‌پردازد و برخلاف تصور گروهی که گمان می‌کنند، این آیات بیانی سمبلیک و نمادین دارند، به وضوح حکایت از واقعیتی دارند که در آن سرگذشت پدر و مادر انسان به تصویر کشیده می‌شود.

از سوی دیگر، برخی از مفسران تلبس حضرت آدم و حوا، علیهم‌السلام، به لباس‌های بهشتی را نشانه شخصیتی برای آن دو می‌دانند که با نافرمانی فرو ریخت. از قرآن به خوبی استفاده می‌شود که آن‌ها قبل از ارتکاب این خلاف برهنه نبودند، بلکه پوشش داشتند، اگر چه قرآن نامی از پوشش حضرت آدم و حوا، علیهم‌السلام، و چگونگی آن نبرده است، اما هر چه بوده، نشانه‌ای برای شخصیت آنان به شمار می‌آمده است که با نافرمانی آدم و حوا، از اندام‌شان فرو ریخته است.

بنابراین آیه اشاره به این دارد که انسان بالفطره عریانی را دوست ندارد، مگر به واسطه‌ی فاسد کردن فطرت خویش که در آن صورت از کشف عوراتش احساس شرم و حیای چندانی ندارد. خداوند متعال، پس از بیان اتفاقی که برای حضرت آدم و حوا، علیهم‌السلام، افتاد، بنی‌آدم را از این که گرفتار وسوسه شیطان و یارانش شوند، بر حذر می‌دارد:

«ای فرزندان آدم، مبادا شیطان شما را فریب دهد، چنان که پدر و مادر شما را از بهشت بیرون کرد، در حالی که جامه از تن آنان برمی‌کند تا قیابح آنان را در نظرشان پدیدار کند، همانا آن شیطان و بستگانش شما را می‌بینند از جایی که شما آن‌ها را نمی‌بینید. ما نوع شیطان را دوست‌دار و سرپرست کسانی قرار داده‌ایم که ایمان نمی‌آورند» (اعراف، ۲۷).

خداوند متعال در این آیه انسان‌ها را از فتنه‌های تدارک دیده شده شیطان و یارانش آگاه می‌کند و به انسان‌ها می‌گوید، برهنگی اولین گام و سوسه‌های شیطان است و همان‌گونه که شیطان آدم و حوا را عریان کرد، لباس را از تن شما بیرون می‌آورد.

علامه طباطبایی آیه‌ی ۲۷ از سوره اعراف را این چنین تفسیر می‌کند: «ای بنی آدم! بدانید که برای شما معایبی است که جز لباس تقوا چیزی آن را نمی‌پوشاند، و لباس تقوا همان لباسی است که ما از راه فطرت به شما پوشانده‌ایم. پس زنهار که شیطان فریبتان دهد و این جامه‌ی خدادادی را از تن شما بیرون کند، همان طوری که در بهشت از تن پدر و مادرتان بیرون کرد. آری، ما شیطان‌ها را اولیای کسانی قرار دادیم که به آیات ما ایمان نیاورده، با پای خود دنبال آن‌ها به راه بیافتند. از اینجا معلوم می‌شود آن کاری که ابلیس در بهشت با آدم و حوا، علیهم‌السلام، کرده (کندن لباس برای نمایاندن عورت‌هایشان)، تمثیلی است که کندن لباس تقوا را از تن همه‌ی آدمیان به سبب فریفتن ایشان نشان می‌دهد و هر انسانی تا فریب شیطان را نخورده، در بهشت سعادت است و همین که فریفته‌ی او شد، خداوند او را از آن بیرون می‌کند.

قرآن هم‌زمان با دادن شناخت به انسان‌ها، دست به ارایه دیدی نقادانه به آن‌ها می‌زند. در زمان جاهلیت عادت زشتی بین اعراب وجود داشت. اعراب در زمان جاهلیت با استناد به این که در لباس‌های خود معصیت کرده‌اند، هنگام طواف لخت مادرزاد می‌شده، دور خانه خدا طواف می‌کردند. این رسم هم چنان در بین اعراب ادامه داشت تا آن که رسول خدا، صلی الله علیه و آله، پس از فتح مکه علی، علیه‌السلام، را فرستاد تا آیات برائت را بر آنان تلاوت کرده و ایشان را از این عمل زشت منع کند. گویا قبل از تسلط آن حضرت بر آنان، هر وقت خود آن حضرت و یا بعضی از مسلمانان بر این عمل زشت‌شان اعتراض و آنان را سرزنش می‌کردند، در جواب می‌گفتند: «ما پدران خود را یافتیم که این طور طواف می‌کردند و خدا به ما چنین دستور داده است».

خداوند متعال در آیه ۲۸ از سوره اعراف به این سنت زشت اشاره کرده است:
 «و چون کار زشتی کنند گویند: ما پدران خود را بدین کار یافته‌ایم و خدا ما را به آن امر کرده. بگو: هرگز خدا امر به اعمال زشت نکند. آیا چیزی را که نمی‌دانید به خدا نسبت می‌دهید؟»

حق‌شناس (۱۳۸۶) در مقاله «حجاب در آیات قرآن با نگاهی به روایات»، از دستورهای قرآن به مردان و زنان در زمینه رعایت پوشش، حجاب و روابط دو جنس، به شرح زیر یاد می‌کند:

«از مباحث بسیار مهم و اساسی که از دیرباز مورد توجه بوده، موضوع پوشیدگی بدن انسان‌ها در برابر یکدیگر است. پاسخ به این پرسش که برهنگی خلاف طبیعت و فطرت انسان است یا خیر، از

مسائل مهم و تعیین کننده در حوزه تنظیم روابط اجتماعی زن و مرد می‌باشد. قرآن کریم در این زمینه آن‌گاه که داستان آفرینش حضرت آدم و همسرش حوا را به تصویر می‌کشد، به موضوع نیاز درونی آدم و حوا نسبت به پوشیدگی اشاره کرده است که نشان می‌دهد، قرآن تمایل به پوشیدگی را ناشی از عمق جان انسان می‌داند.

قرآن کریم پس از بیان مسأله جای گرفتن حضرت آدم و همسرش در بهشت (اعراف، ۱۹) و تأکید خداوند بر خودداری آن دو از نزدیک شدن به درخت ممنوعه، ماجرای وسوسه و فریب شیطان را چنین شرح می‌دهد:

«شیطان آن دو را وسوسه کرد تا زشتی‌هایشان آشکار شود و آن دو نیز به سبب این فریب از میوه درخت ممنوعه چشیدند و در این هنگام اندام‌هایشان (عورت‌هاشان) بر آن‌ها آشکار شد و آنان بر آن شدند تا با برگ‌های (درختان) بهشت خود را بپوشانند» (اعراف، ۲۲).

در ادامه خداوند خطاب به همه انسان‌ها می‌گوید:

«ای فرزندان آدم به راستی برای شما لباسی فرو فرستادیم که زشتی‌های شما را می‌پوشاند و زینت شما است، اما لباس پرهیزگاری بهتر است» (اعراف، ۲۶).

تأمل در آیات فوق نشان دهنده نکات مهمی است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۰۱ برهنگی و عریانی، عملی ناپسند است و شیطان هنگامی که تصمیم به فریب آدم و حوا گرفت، قصدش این بود که با فریفتن آنان، موجب عریانی و برهنگی آنان شده تا با از دست دادن پوشش از بهشت رانده شوند. پس به خوبی می‌توان به زشتی برهنگی در نظر خداوند پی برد.

۰۲ برهنگی و عریانی، محصول وسوسه شیطان و نتیجه تحریکات شیطان در انسان‌ها است. شیطان می‌کوشد تا با وسوسه در فرزندان آدم، زشتی‌های آنان را آشکار سازد و از جمله زشتی‌ها، برهنگی و عریانی است.

۰۳ انسان فطرتاً برهنگی را ناپسند می‌شمرد و از آن گریزان است و از همین رو حضرت آدم و حوا بلافاصله کوشیدند خود را با برگ‌هایی از درختان بهشت پوشانده و از برهنگی احتراز کنند.

۰۴ خداوند دانش و امکانات تهیه لباس را از نعمت‌های نازل شده ربوبی می‌داند که موجب پوشیدگی اندام‌های انسان می‌شود و نیز موجب زینت و زیبایی ظاهری او است. بنابراین پوشش را می‌توان از عطایای الهی به بندگان دانست.

۰۵ آن چه از آیات فوق به دست می‌آید، تأکید بر اصل پوشیدگی و نفی برهنگی است، اما در این آیات سخنی از چگونگی، ویژگی‌ها و ملازمات پوشش به میان نیامده است. در آیات دیگری از قرآن به طور مشخص به مسأله پوشش و حدود و ثغور کلی آن پرداخته شده است. بررسی این آیات که در دو سوره نور و احزاب مطرح شده‌اند، دیدگاه قرآن را در مبحث حجاب و الزام‌های آن به خوبی روشن می‌سازد.

در سوره نور، مقوله حجاب مطرح شده است. آیات این سوره در زمینه حجاب را به دو بخش کلی می‌توان تقسیم کرد. در بخش اول وظیفه مردان بیان شده و با خطاب «قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ» مردان مسلمان به وظایف خویش فراخوانده شده‌اند و در بخش دوم، زنان مورد خطاب وظایف الهی قرار گرفته‌اند. نکته جالب توجه آن که در آغاز آیه ابتدا به مردان خطاب شده و به آنان دستور کنترل نگاه و پوشاندن مواضعی از بدن داده شده است.

در آیه شریفه ۳۰ از سوره نور فرمود:

«قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ» (نور، ۳۰). «به مردان با ایمان بگو: دیده (از نامحرمان) فرو نهند و پاکدامنی خود را حفظ کنند که این برای آن‌ها پاکیزه‌تر است، همانا خدا به آن چه می‌کنند، آگاه است».

با آن که کلمات یَغُضُّوا و يَحْفَظُوا فعل مضارعند و معنای «فرو می‌نهند» و «حفظ می‌کنند» را بیان می‌دارند، اما به دلیل سیاق آیه و وجود فعل امر قُلْ، مفهوم و معنای آیه، به صورت جمله شرطیه است. بنابراین مفاد آیه چنین است:

«ای پیامبر به مؤمنان بگو، دیدگان خود را فرو نهند و اگر تو آنان را این گونه امر کنی آنان چشمان خود را فرو خواهند نهاد و دامن‌های خود را حفظ خواهند کرد». بنابراین آیه دلالت می‌کند که پیامبر از سوی خداوند، مردان و زنان مؤمن را به فرو نهادن نگاه فرمان داده است و فرمان و امر دلالت بر لزوم و وجوب می‌کند. نتیجه این که فرو نهادن نگاه، واجب و تخلف از آن حرام است. از این رو باید اولاً معنا و مفهوم به کار بستن دید (غض بصر) و ثانیاً متعلق نگاه و نظر را به خوبی بازشناخت تا معلوم گردد، دیده را از چه چیز باید فرو کاست و نسبت به چه چیزهایی می‌بایست غض بصر داشت.

معنای غض بصر، چشم بر هم نهادن نیست، بلکه نگاه را پایین انداختن است. به عبارت دیگر مقصود آن است که اگر انسان در حال نگاه به چیزی باشد و سپس چشم‌ها را پایین اندازد و پلک را پایین آورد و آن شیئی را از منطقه دید مستقیم خویش خارج کند، این کار را غض بصر گویند.

بنابراین روشن است که غض بصر به نحوه حرکت چشم و پلک‌ها باز می‌گردد و با نزدیک شدن پلک‌ها به یکدیگر، حالت چشم بر گرفتن از شیئی پیدا می‌شود.

اما نظر را از چه چیزی باید برگرفت و کاهش داد؟ در واقع وجوب غض بصر به چه چیز تعلق گرفته است؟ برخی از مفسران بر این عقیده‌اند که مقصود از آیه شریفه برگرفتن نگاه از دامان و عورت دیگران است، چرا که در ادامه آیه، امر به پوشاندن عورت از نگاه دیگران شده است. به بیان ایشان از آن جا که مقابله میان یغضوا و یحفظوا نشان می‌دهد که مراد از حفظ عورت، ستر و پوشش آن از نظر است، جمله اول یعنی (یغضوا) نیز به وسیله جمله دوم (یحفظوا) تقیید شده و مفهوم آیه در امر به غض بصر، نهی از نگاه کردن به دامن (عورت) خواهد بود.

بنابراین حاصل معنای آیه چنین است که چشم‌هایتان را از عورت دیگران برگزید و عورت خویش را نیز بپوشانید.

برخی دیگر معتقدند از آن جا که مقصود از غض بصر این است که خیره نگاه نشود و از چشم چرانی و نگاه با قصد خاص پرهیز شود، متعلق غض، قطعاً چهره زنان است، زیرا نگاه به اندام‌های زن (غیر از چهره) حتی با نظر غیر خیره و بدون چشم چرانی هم جایز نیست. بنابراین مقصود از کوتاه کردن نگاه توسط مردان مؤمن، خودداری از نگاه شهوت‌آمیز به چهره زنان است. اما اکثر مفسران برآنند که متعلق غض، محرمات الهی است یعنی مردان مؤمن باید چشم‌های خود را از محرمات الهی بگیرند.

تا اینجا بیان شد که مردان باید چشم‌ها را از زنان بگیرند و به آنان نگاه نکنند. اکنون سخن در این است که محدودیت و ممنوعیت نگاه به زنان، چه مقدار است؟ برخی گفته‌اند از این که در آیه، متعلق ممنوعیت نگاه ذکر نشده و آیه در مسأله روابط زنان و مردان نازل شده است، آشکار می‌شود که متعلق، عام است و همه بدن زن حتی وجه و کفین را شامل می‌شود. اما به قرینه آیه بعد و به ضمیمه روایات، دو دست و صورت زنان از این حکم استثناء شده است.

در ادامه آیه خداوند می‌فرماید: این کنترل نگاه و پوشیدن دامن، موجب طهارت و پاکیزگی روح و روان و عامل رشد و تعالی خواهد بود. بدیهی است خویش‌داری جنسی و هیامداری در زندگی از عوامل مهمی است که بستر تعالی‌های روحی و معنوی را در جامعه ایجاد خواهد کرد. بسیاری از مفسران، تزکیه را در اینجا به معنای پاکیزگی و نمو و رشد تفسیر کرده‌اند و برخی طهارت در دین و دنیا و قلب را نیز مورد توجه قرار داده‌اند که همگی معانی متشابه و همانندی هستند.

در اینجا به چند نکته مهم مستفاد از آیه فوق اشاره می‌شود:

۰۱ مسأله نگاه از کلیدی‌ترین مسایل در تنظیم روابط پاک و سالم میان زنان و مردان است. قرآن کریم از دستور به پوشش، ابتدا فرمان به کاستن و فرو نهادن نگاه می‌دهد، چرا که قلب و درون انسان‌ها، به شدت از دیدگان تأثیر می‌پذیرند.

نگاه نقطه آغازین در کشش‌های جنسی میان زن و مرد است و کسانی که قادر باشند نگاه خویش را مهار کنند، دریچه قلب و درون خویش را تحت کنترل درآورده‌اند و از انواع پیامدهای انحرافی در روابط زن و مرد، مصون خواهند ماند. بنابراین برای سالم سازی محیط جامعه می‌بایست در زمینه نگاه و عواملی که بستر نگاه‌های تحریک‌آمیز را فراهم می‌کنند، توجه کرد و با فرهنگ‌سازی و اتخاذ سیاست‌های لازم در روابط اجتماعی، در جهت کاهش نگاه‌های جنسی گام برداشت، نقش رسانه‌های عمومی در این خصوص بسیار اساسی و تعیین کننده است.

۰۲ دستور به کنترل نگاه، خطاب به انسان‌های با ایمان است، از این رو، کنترل نگاه و کاستن از نگاه در روابط جنسی جامعه، از لوازم ایمان به خدا و رسول او به شمار می‌آید.

۰۳ در جامعه الهی و اسلامی مطلوب، مسایل جنسی در حریم و چارچوب خاص قرار داشته و حفظ و پوشاندن دامان از محدوده نگاه دیگران، از نشانه‌های عفت و حیا در میان انسان‌های مؤمن است.

۴۴ کنترل و محدودسازی نگاه و پوشاندن دامان، فرمان خاص مردان نیست، زنان نیز باید نگاه خویش را از مردان نامحرم برگیرند.

آیه شریفه ۳۱ از سوره نور، پس از بیان وظایف مردان مبنی بر کنترل نگاه و حفظ دامان، زنان را نیز مورد خطاب الهی قرار می‌دهد.

در این آیه شریفه، زنان بسان مردان با همان تعابیر آیه قبل مورد خطاب قرار گرفته و فرمان داده شده‌اند که چشم‌های خود را فرو اندازند و دامان خویش را پوشیده دارند، اما علاوه بر این دستور کلی، دستور اختصاصی برای آنان صادر شده است که آنان باید علاوه بر پوشاندن دامان، سر و گردن و زیبایی‌های خویش را از نامحرم پوشیده دارند و تنها برای شوهران و دیگر محارم می‌توانند زینت‌های خود را آشکار سازند. دستور اختصاصی بانوان به پوشاندن بدن و زیبایی‌های آن، همان حجاب و پوشش اسلامی برای آنان است.

در پایان آیه، یکی دیگر از ابعاد حجاب زنان مطرح شده است. خداوند می‌فرماید: زنان با ایمان نمی‌باید پاهای خود را بر زمین بکوبند تا صدای زینت‌های مخفی‌شان آشکار شود.

در مجمع البیان آمده است که در بین زنان عرب مرسوم بود که پاها را بر زمین می‌کوبیدند تا صدای خلخال‌های آنان شنیده شود. آیه زنان را از این کار نهی کرد و نیز از ابن عباس نقل شده که زن هنگام راه رفتن نباید پاهایش را بر زمین بکوبد تا خلخال وی آشکار گردد یا صدای آن شنیده شود. برخی نیز گفته‌اند، معنای آیه این است که پاهایشان را به هم نکوبند که صدای زینت‌های‌شان شنیده شود.

نتیجه این که مسأله اساسی در موضوع حجاب، جلوگیری از کلیه عوامل تحریک جنسی است که بیشتر آن در نحوه پوشش بدن زنان است، اما حتی لازم است از آشکار ساختن صدای زینت‌های زنان (مثل خلخال) نیز احتراز کرد، چرا که این کار نیز می‌تواند سبب تحریک شهوت مردان گردد. پس هنگامی که آشکار کردن صدای زینت و خود زینت ممنوع باشد، آشکار ساختن اندامی که زینت بر آن قرار دارد، ممنوعیت شدیدتری دارد.

در ادامه مباحث پوشش در آیات سوره نور، فراز دیگری مطرح می‌شود که در آن فراز، حکمی تریخی و تسهیلی برای گروهی از زنان ارایه می‌گردد. فرمود:

«وَالْقَوَاعِدُ مِنَ النِّسَاءِ اللَّاتِي لَا يَرْجُونَ نِكَاحًا فَلَيْسَ عَلَيْهِنَّ جُنَاحٌ أَنْ يَضَعْنَ ثِيَابَهُنَّ غَيْرَ مُتَبَرِّجَاتٍ بِزِينَةٍ وَأَنْ يَسْتَعْفِفْنَ خَيْرٌ لَّهُنَّ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ» (نور، ۶۰).

به موجب این آیه، زنان بازنشسته از ازدواج که رغبتی به آنان نیست، مجازند لباس‌هایشان را فرو نهند. البته با این شرط که به وسیله زینت و آرایش، خودنمایی و جلوه‌گری نکنند. درباره مفاد آیه فوق دو مسأله می‌باید مورد بررسی قرار گیرد:

اول این که مقصود از «القواعد من النساء» چیست؟ دوم این که لباس‌هایی را که زنان سال‌خورده مجازند کنار نهند، کدام است؟

«قواعد» جمع قاعده است و قاعده از قعود (نشستن) گرفته شده است. بنابراین القواعد من النساء یعنی زنان نشسته، اما این که از چه چیز نشسته‌اند (نشستن کنایه از کناره‌گیری است)، در خود آیه آمده است که «لایرجون نکاحا» یعنی امید به ازدواج ندارند و به حدی از کهولت و سال‌خوردگی رسیده‌اند که کسی نگاه جنسی به آنان ندارد. طبیعی است چنین زنانی که به طور معمول مورد توجه و رغبت مردان قرار نمی‌گیرند، تسهیلاتی در زمینه میزان پوشش داشته باشند. به علاوه این زنان به دلیل سن زیاد و به دلایل جسمی و روانی، ممکن است نتوانند پوشش را به طور کامل رعایت کنند و یا خود مایل نباشند، به همین جهت خداوند برای آنان تسهیل و آسانی قرار داده است که طبق آن مجازند، قسمت‌هایی از بدن خود را نپوشانند، اما مقدار استثناء شده از پوشش چه قدر است.

با توجه به روایاتی که در این خصوص نقل شده است، فتاوی فقها این است که زنان سال‌خورده و بازنشسته از ازدواج، می‌توانند مقداری از پوشش خود را فرو نهند. هر چند که در زمینه مقدار این فروکاستن از حجاب، فتاوا متفاوت است. برخی تمام موها و حتی گریبان و گردن را به اضافه دست‌ها تا آرنج گفته‌اند و برخی تنها قسمتی از موهای سر و دست‌ها را تا آرنج گفته‌اند. البته در ادامه آیه، شرط دیگری نیز برای این ترخیص ذکر شده و آن پرهیز از آرایش و زینت و خودآرایی است. بنابراین حتی زنان سال‌خورده نیز مجاز نیستند با زینت و آرایش و زیبائیمی خویش، دست‌ها و موها را در برابر نامحرمان آشکار سازند. در پایان آیه، بر این نکته تأکید می‌شود که با وجود این زنان سال‌خورده نیز اگر عفت ورزند، برایشان بهتر و مناسب‌تر است و به قرینه سیاق آیه، مراد از عفت ورزیدن در اینجا، پوشیده داشتن همان مواضعی است که اجازه داده شده بدون پوشش باشند».

قرآن کریم پس از ارائه دستورهای عام در مورد پوشش و حجاب، با تأکید غیرمستقیم بر نقش الگویی افراد مطرح در جامعه (و در اینجا با اشاره به زنان پیامبر اسلام، صلوات الله علیه)، دوباره بر روابط غیرکلامی که زنان در آن مهارتی بسزا دارند، یاد کرده، تأکید می‌کند که زنان نباید در هنگام حضور در جامعه، با آرایش و تبرج ظاهر شوند، سپس قرآن عموم مردم را در این جهت مورد خطاب خود قرار می‌دهد. زاهدی، امرایی و نظریگی (۱۳۸۹)، در همین زمینه می‌نویسند:

«خداوند متعال در اولین آیات سوره احزاب، در وهله نخست پیامبر را الگویی نیکو معرفی می‌کند و در ادامه آیات، از مسوولیت زنان آن حضرت در عمل به احکام الهی یاد می‌کند که این وظیفه، مسوولیتی خطیر است و اگر از جانب ایشان گناهی صورت پذیرد، عذاب آن دو برابر دیگر انسان‌ها است، همان‌گونه که پاداش کار نیک آنان نیز مضاعف است».

«آیه ۳۲ از سوره احزاب، ضمن تأکید دوباره ارتباط غیرکلامی که در جریان روابط اجتماعی افراد (خاصه زنان)، از آنان سر می‌زند، به طرح فزاینده‌تری دیگری در زمینه حجاب پرداخته است. فرمود:

«يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقَلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا».

در آغاز آیه شریفه، خداوند با خطاب قرار دادن زنان پیامبر، علیه‌السلام، بیان می‌کند که زنان پیامبر اگر تقوا پیشه کنند، مقامشان از دیگر زنان بالاتر است و به دلیل همسری پیامبر، علیه‌السلام، رعایت تقوا برای آنان مهم‌تر و ضروری‌تر و اثرگذارتر است. سپس به یکی از مصادیق تقوا اشاره شده و به زنان فرمان داده می‌شود که خضوع و نرمی در سخن گفتن با نامحرم نداشته باشند، چرا که چنین حالتی در گفتار، طمع بیماردلان را برمی‌انگیزد.

مقصود از «خضوع در قول» در آیه شریفه، سخن گفتن زن با مرد نامحرم است به گونه‌ای که حالت سخن گفتن زن، رقیق و نازک و با ناز و غمزه همراه باشد، به طوری که زمینه ساز ریبه (فساد و گناه) و تحریک شهوت گردد. طبرسی در مجمع البیان، خضوع در قول را سخن گفتنی می‌داند که نشان دهنده رغبت زن به مردان است.

در پایان آیه به زنان پیامبر، علیه‌السلام، و در واقع به همه زنان فرمان داده می‌شود که سخن «معروف» بگویند و معروف، سخنی است که به روش معمول مردم است و شرع اسلام و عرف مسلمانان آن را پسندیده و صحیح می‌داند.

«وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى» (احزاب، ۳۳).

دومین دستور به زنان پیامبر، علیه‌السلام، دستور به استقرار در خانه و پرهیز از تبرج و جلوه‌گری در برابر نامحرم است. در این باره، دو مسأله مهم می‌بایست روشن شود: اول این که آیا هر دو دستور، اختصاص به زنان پیامبر دارد یا آن که شامل دیگر زنان مسلمان نیز می‌شود و دوم این که مقصود از این دو دستور چیست؟

اگر تصور شود که آیه دلالت می‌کند بر وجوب ماندن زنان پیامبر، علیه‌السلام، در خانه، این معنا قطعاً از آیه اراده نشده است، چرا که با سیره قطعی پیامبر با همسران‌شان ناسازگار است، پیامبر همسران خود را به سفر می‌برد و همسران ایشان، در حضور آن حضرت از خانه خارج می‌شدند. بنابراین باید گفت مقصود خارج شدنی است که مناسب شأن همسران پیامبر نیست که همان خروج همراه با تبرج و خودنمایی و یا همراه با گناه و فسق و فجور باشد و زمانی که چنین معنایی اراده شده باشد، قطعاً بیان یک ملاک کلی است که در آیات سوره نور به آن اشاره شد و آن پرهیز از آشکار کردن زیبایی‌ها و پرهیز از تحریک‌آمیزی در گفتار و عمل است و این ملاک، به طور مسلم اختصاص به زنان پیامبر، علیه‌السلام، ندارد و آنان به علت موقعیت ویژه خویش با تأکید بیش‌تری مخاطب این فرمان الهی می‌باشند. بررسی سخن مفسران درباره این آیه، حاکی از آن است که آنان همین برداشت را از آیه داشته‌اند که ذیل این آیه، به روایات دال بر حضور بیشتر زنان در خانه و خانواده و پرهیز از خودنمایی در مجامع و عدم اختلاط با مردان اشاره کرده‌اند.

«تبرج» یعنی ظاهر شدن در برابر مردم، همچنان که برج، در مقابل مردم ظاهر است. بنابراین آیه هر گونه ظاهر شدن را منع نکرده، بلکه نوع خاصی از آن را ممنوع ساخته و آن ظاهر شدنی همچون ظاهر شدن جاهلیت نخستین است و مقصود از جاهلیت نخستین، جاهلیت قبل از بعثت پیامبر، علیه‌السلام،

است که زنان با پوشش مناسب در اجتماعی ظاهر نمی‌شدند، به طوری که پوشش‌های سر را بر روی گردن و گوش‌ها و گریبان نمی‌انداختند.

این که در آیه شریفه سخن از جاهلیت نخستین به میان آمده است (تبرجُ الجاهلیه الاولى)، نشان می‌دهد که جاهلیت دومی نیز در پی خواهد بود که وضع حضور زنان در مجامع، همراه با تبرج و جلوه‌گری است که می‌تواند اشاره به انواع بی‌بند و باری‌ها در حضور اجتماعی زنان در قرون پس از صدر اسلام، به ویژه جاهلیت مدرن در عصر حاضر داشته باشد.

جالب آن که در توضیح این بخش از آیه شریفه، در حدیثی از امام صادق، علیه‌السلام، آمده است: مقصود آیه این است که پس از جاهلیت نخست، در آینده نیز جاهلیتی دیگر خواهد بود.

خلاصه سخن این که قرآن خروج زنان از خانه‌ها و ظاهر شدن در اجتماع را به شکل مطلق نهی نمی‌کند، بلکه حضور همراه با جلوه‌گری و تبرج را ممنوع ساخته است.

پس از آیه ۳۱ سوره نور که در آن به صراحت مسأله پوشش زنان و حدود آن بیان شده است، آیه ۵۹ در سوره احزاب، دومین آیه قرآن کریم است که زنان را فرمان به پوشش داده و از آنان می‌خواهد که جلباب‌ها را به خود نزدیک سازند و اندام خود را با جلباب، از نگاه نامحرم محفوظ دارند که با این کار به عفاف شناخته شده و از آزارها و مزاحمت‌های جنسی در امان خواهند ماند. فرمود:

«يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَلْأَوَّاحِكُ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا».

بررسی کتب معتبر لغت و بسیاری از تفاسیر نشان می‌دهد که جلباب با خمار متفاوت است. بدین گونه که جلباب پوششی اندکی بزرگ‌تر از خمار است که اطراف بدن را می‌پوشاند یا آن که پوششی است که تمام بدن را احاطه می‌کند. به هر حال در این که جلباب بزرگ‌تر از خمار است تردیدی نیست، بلکه احتمال قوی آن است که جلباب، پوشش سراسری و کامل برای بدن باشد. علامه طباطبایی در المیزان نیز همین احتمال را ترجیح داده است.

نکته مهمی که در اینجا باید به آن اشاره کرد، آن است که قرآن به زنان با ایمان فرمان می‌دهد، جلباب‌های‌شان را به خود نزدیک سازند. اضافه جلباب به زنان نشان می‌دهد که جلباب در میان زنان عصر نزول معمول و مورد استفاده بوده است و حداقل برخی از زنان، از این پوشش استفاده می‌کرده‌اند.

برخی از تفاسیر در شأن نزول این آیه گفته‌اند که زنان مسلمان آزاد قبل از نزول آیه مربوط به جلباب، پوششی مانند کنیزان داشته‌اند، یعنی لباس و خمار (پوشش سر)، اما چهره‌ها و گریبان آنان باز بود، شب هنگام که زنان آزاد به بیرون از منزل می‌رفتند، مردان هوسباز، مزاحم آنان می‌شدند و هنگامی که به آنان گفته می‌شد، چرا چنین می‌کنید می‌گفتند: ما زنان آزاد را با کنیز اشتباه گرفتیم. آیه نازل شد و زنان مسلمان آزاد را امر به پوشیدن جلباب کرد تا تفاوت آشکاری میان زنان آزاد و کنیز ایجاد شده و زنان آزاد مورد آزار قرار نگیرند، اما این بیان با اشکال مواجه است، زیرا لازمه این سخن

آن است که مزاحمت مردان هوسباز نسبت به کنیزان جایز باشد، در حالی که به طور مسلم مزاحمت جنسی نسبت به هیچ زنی، حتی غیرمسلمان جایز نیست.

برخی از مفسران بر اساس شأن نزولی دیگر، معنای دیگری برای چگونگی پوشیدن جلباب ارایه کرده‌اند. این مفسران گفته‌اند، زنان مسلمان برای ادای فریضه نماز به مسجد می‌رفتند و پشت سر پیامبر، علیه‌السلام، نماز می‌گذازدند. آنان شب‌ها و صبح زود نیز به مسجد می‌رفتند. جوانان مزاحمت ایجاد می‌کردند، آیه نازل شد که زنان مؤمن حجاب بیش‌تر و پررنگ‌تری را انتخاب کنند و با جلباب، خود را به گونه‌ای بپوشانند تا به عفت و پاکدامنی شناخته شوند و مورد آزار و تعرض قرار نگیرند. بر اساس این شأن نزول، پوشیدن جلباب نه برای ایجاد تمایز میان زنان آزاد و کنیزان بوده است، بلکه ایجاد پوشش در زنان بیشتر برای آن است که زمینه تحریکات جنسی کاهش یافته و کسی مزاحم زنان مؤمن نشود. بنابراین پوشیدن جلباب اگر همراه با پوشاندن سر و گردن و گریبان باشد، همراه با بزرگ‌تر بودن جلباب نسبت به خمار، می‌تواند موجب پوشش بهتر و مستحکم‌تر شود و مانع تعرض بیماردلان گردد.

به طور کلی مطلبی که از این آیه استفاده می‌شود، این است که زن مسلمان باید آن‌چنان در میان مردم رفت و آمد کند که علایم عفاف و وقار و سنگینی و پاکی از او هویدا باشد و با این صفت شناخته شود و این وقت است که بیماردلانی که دنبال شکار می‌گردند، از او مأیوس می‌شوند.

به تعبیر دیگر زنان با ایمان، جلباب را چنان بر روی خویشان می‌اندازند که نشان می‌دهند، اهل عفاف و حفاظ هستند، نه همچون کسانی که پوششی دارند، اما پوشش آنان صرفاً تشریفاتی و نمایشی است، آن را رها می‌کنند به طوری که تأثیری در پوشاندن زیبایی‌هایشان ندارد. قرآن کریم از زنان با ایمان می‌خواهد که جلباب‌های خودشان را به خویش نزدیک سازند و خود را به خوبی بپوشانند تا از نتایج آن یعنی امنیت در برابر نامحرمان برخوردار گردند» (حق شناس، ۱۳۸۶).

قرآن با هدف نهادینه کردن حجاب از دوران کودکی و از درون خانه، در آیات ۵۸ و ۵۹ سوره نور بیان می‌دارد:

«ای کسانی که ایمان آورده‌اید! بدانید که بندگان ملکی شما و اطفالی که هنوز به حد بلوغ نرسیده‌اند، باید در شبانه روز سه مرتبه از شما اجازه بخواهند، یک بار پیش از نماز صبح، دیگر پس از نماز خفتن، سوم هنگام ظهر که جامه‌ها را از تن برمی‌گیرند که این سه وقت هنگام خلوت شما است و بعد از این سه بار اجازه، دیگر چیزی بر شما و آن‌ها نیست که بی‌دستور با بندگان و خاندان خود با یکدیگر جمع شوید، خدا آیاتش را بر شما چنین روشن بیان می‌کند که به کار خلق دانا و به مصالح امور آگاه است. آنگاه که اطفال شما به حد بلوغ رسیدند، باید مانند سایر بالغ‌ها با اجازه وارد شوند، خدا آیات خود را برای شما بدین روشنی بیان می‌کند که او دانا و حکیم است.»

«رعایت حجاب و عفاف در محیط خانه از اهمیت بسیاری برخوردار است، چون زیربنای شکل‌گیری شخصیت فرزندان و آشنا شدن با احکام اولیه و عادت به نوع و حدود پوشش در سال‌های کودکی

ایجاد می‌شود. نقش پدر و مادر و نوع برخورد آن‌ها با یکدیگر در حضور فرزندان مشخص است» (عظیمیان و بهشتی، ۱۳۸۸).

قرآن کریم در آیه ۲۶ از سوره اعراف، ضمن طرح لباس معمول افراد که کراحت ناشی از برهنگی آدمی را مرتفع ساخته، به وی جذابیتی مادی می‌بخشد، از لباس تقوایی یاد می‌کند که به مراتب از لباس مرسوم برای بشر بهتر و کاراثر بوده، با حفظ آدمی از بدی‌ها، کژی‌ها، نادرستی‌ها و نادرستی‌ها، به وی جذابیتی معنوی می‌بخشد. فرمود:

«ای فرزندان آدم، در حقیقت، ما برای شما لباسی فرو فرستادیم که عورت‌های شما را پوشیده می‌دارد و (برای شما) زینتی است، و(لی) بهترین جامه، (لباس) تقوا است. این از نشانه‌های (قدرت) خداست، باشد که متذکر شوند».

خداوند متعال بیان می‌دارد، با نزول انواع لباس بر بندگانش منت نهاده است، اما خداوند متعال در ادامه، لباس تقوا را بهترین لباس می‌داند، چرا که همان‌گونه که لباس، انسان را از سرما و گرما حفظ می‌کند، لباس تقوا وسیله‌ی خوف از خدا است و صاحبش را از عذاب الهی مصون می‌دارد. قرآن در آیات ۳۱ و ۳۲ از سوره اعراف، بلافاصله برای جلوگیری از قرار گرفتن زیبایی‌های معنوی در برابر زیبایی‌های مادی، راه اعتدال را در زمینه بهره‌گیری از زیبایی‌های مادی مورد تأکید قرار می‌دهد:

قرآن در آیه ی ۳۱ از سوره اعراف، استفاده از نعمت‌ها را مباح دانسته، انسان را به اعتدال در زندگی فرا می‌خواند: «یا بنی آدم خذوا زینتکم عند کلّ مسجد و کلو و اشربوا و لاتسرفوا انه لایحب المسرفین». ای فرزندان آدم زیورهای خود را در مقام هر عبادت به خود برگزید و بخورید و بیاشامید و اسراف مکنید که خدا مسرفان را دوست نمی‌دارد.

خداوند متعال با نزول انواع لباس بر بندگانش، منت نهاده است. خداوند متعال در ادامه، لباس تقوا را بهترین لباس می‌داند، چرا که همان‌گونه که لباس، انسان را از سرما و گرما حفظ می‌کند، لباس تقوا وسیله‌ی خوف از خدا است و صاحبش را از عذاب الهی مصون می‌دارد. در آیه ۳۲ از سوره اعراف فرمود:

«بگو چه کسی زینت‌های خدا را که برای بندگان خود آفریده، حرام کرده و از صرف رزق حلال و پاکیزه منع کرده است؟ بگو این نعمت‌ها در دنیا برای اهل ایمان است و خالص این‌ها (یعنی لذات کامل بدون الم، و نیکوتر از این‌ها)، در آخرت برای آنان خواهد بود. ما آیات خود را برای اهل دانش چنین مفصل و روشن بیان می‌کنیم».

به اعتقاد برخی مفسران این آیه، دلالت بر مباح بودن لباس زینت و تشویق بر استفاده از آن و استحباب آن را دارد، چرا که برخی در زمان پیامبر خدا استفاده از آن را برای خود حرام کرده بودند و خداوند متعال این عقیده را با نزول این آیه باطل کرد» (زاهدی، امرایی، و نظریگی ۱۳۸۹).

البته لازم به ذکر است که آموزه‌های دینی برای ممانعت از افراط انسان‌ها، با نفی لباس شهرت که ناظر بر مُدّها و پوشش‌های افراطی می‌شود، سعی در مهار مُدّهای نابهنجار را نیز داشته‌اند. عظیمیان و بهشتی (۱۳۸۸)، در همین ارتباط می‌نویسند:

«اسلام می‌خواهد زنان و مردان از یک سنگینی و وجاهت اجتماعی برخوردار باشند. نوع پوشش آن‌ها، به صورت عادی و به دور از هرگونه جلب توجه باشد، حتی پوشیدن لباسی که موجب تمایز فرد در جامعه باشد، ممنوع شده است و اگر لباسی موجب شهرت کسی گردد، آن را حرام اعلام کرده و این را علامت پستی و حقارت فرد می‌داند. در این مورد امام صادق، علیه السلام، می‌فرماید: در بی‌شخصیتی فرد همین بس که لباسی بپوشد یا مرکبی سوار شود که او را مشهور کند».

در آیه ۲۳ از سوره قصص، به عنوان جزو مکمل بحث‌های پیشین، روابط اجتماعی دو جنس در سطح جامعه، در نهایت اختصار و توأم با روابطی جدی، متین و احترام‌آمیز، تشریح شده است. این آیه با طرح حجاب درونی انسان‌ها، یادآور زیبایی‌های در بر گرفتن لباس تقوایی است که قرآن به پیروان خود پیشنهاد می‌کند:

«یکی از زمینه‌های خطر ساز بین دو جنس، گفت‌وگوی زن و مرد نامحرم با یکدیگر است. این که انسان در برخورد با شخص نامحرم چگونه رفتار کند و از چه سخنانی برای رساندن مقصود خود بهره گیرد، مهم است. خداوند متعال برخی از زمینه‌های ایجاد گفت‌وگوی میان دو جنس مخالف را در قالب بیان داستان‌هایی به تصویر می‌کشد. اگر چه برخی گفت‌وگوها از قبیل گفت‌وگوی حضرت مریم، سلام الله علیه، با جبرئیل و گفت‌وگوی حضرت موسی، علیه السلام، با دختران شعیب از نمونه‌ی گفت‌وگوهای ضروری و سالم میان دو جنس است، ولی نحوه بیان قرآن در این داستان و اشاراتی که وجود دارد، همگی دال بر این است که گفت‌وگو می‌تواند یکی از زمینه‌های خطر ساز باشد.

خداوند متعال در داستان حضرت موسی، علیه السلام، و دختران شعیب، علیه السلام، نحوه‌ی برخورد و سخن گفتن دختران را با حضرت موسی، علیه السلام، چنین بیان می‌کند:

«وَلَمَّا وَرَدَ مَاءَ مَدْيَنَ وَجَدَ عَلَيْهِ أُمَّةً مِّنَ النَّاسِ يَسْقُونَ وَوَجَدَ مِنْ دُونِهِمْ امْرَأَتَيْنِ تَذُودَانِ قَالَ مَا خَطْبُكُمَا قَالَتَا لَا نَسْقِي حَتَّىٰ يُصَدِّرَ الرَّعَاءُ وَأَبُونَا شَيْخٌ كَبِيرٌ».

«و چون بر سر چاه آبی (حوالی) شهر مدین رسید، آنجا جماعتی را دید که حشم و گوسفندان‌شان را سیراب می‌کردند و دو زن را یافت که دور از مردان در کناری به جمع‌آوری گوسفندان‌شان مشغول بودند (موسی به جانب آن دو زن رفت و) گفت: شما اینجا چه می‌کنید و کار مهمتان چیست؟ آن دو زن پاسخ دادند که (چون ما اختلاط با مردان نتوانیم، اینجا) منتظریم تا مردان (گوسفندان‌شان را سیراب کرده) بازگردند و آن گاه گوسفندان خود را سیراب کنیم) و پدر ما شیخی سالخورده و فرتوت است (و مرد دیگری نداریم، ناچار ما را به شبانی گوسفندان فرستاده) (قصص، ۲۳).

نکته‌ی جالب توجه در آیه‌ی مذکور این است که دختران حضرت شعیب، علیه السلام، از جماعت فاصله گرفته بودند و گوسفندان خود را از این که با بقیه‌ی گوسفندان مخلوط شوند، دور نگه داشته

فصل چهارم: نگاه دین در مقوله جذابیت: از جذابیت فیزیکی به جذابیت معنوی / ۹۷

بودند. هنگامی که حضرت موسی، علیه السلام، از علت حضور ایشان سوال کرد، آنان در نهایت عفاف و اختصار، علت حضور خود را بیان کردند: «و ابونا شیخ کبیر» یعنی پدر ما پیر است. از آیه چنین استنباط می شود که در صورت لزوم گفت و گوی زن و مرد با یکدیگر مانعی ندارد، اما در گفت و گو باید نهایت اختصار را رعایت کرد» (زاهدی، امرایی، و نظریگی ۱۳۸۹).

فصل پنجم

تأملی دوباره

در بررسی مقوله جذابیت فیزیکی و تبعات آن (در مُد، پوشش و آرایش)، دیدگاه‌های نظری متفاوتی وجود دارد. دیدگاه دینی، با محوری قلمداد کردن خدا، تبعیت از روابط اجتماعی خدامدار و سبک زندگی تکلیف‌مدار را از پیروان خویش درخواست می‌کند، در حالی که دیدگاه اومانستی با جابه‌جا کردن محوریت خدا با انسان، در عمل معادلات جدیدی را سامان داده است، به این معنا که با کنار گذاشتن خدا از زندگی بشر، خودبه‌خود دید ارزشی و سبک زندگی تکلیف‌گرا، کنار رفته، روابط اجتماعی و سبک زندگی لذت‌مدار جای آن را گرفته است. بنابراین اگر در دید خدامدار و سبک زندگی تکلیف‌گرای منتج از آن، مهار جذابیت‌های فیزیکی (و سوق دادن آن‌ها به محیط زندگی خانوادگی) و مهار نسبی مُدگرایی، آرایش و پوشش در دستور کار پیروان قرار گرفته، آنان تشویق می‌گردند که از زیبایی‌های فیزیکی عبور کرده، به زیبایی‌های معنوی دست یابند و از آن به مثابه لباسی برای پنهان داشتن ضعف، فتور، سستی و فقر درونی خویش سود ببرند، دید انسان‌مدار با دامن زدن به روابط اجتماعی و سبک زندگی لذت‌مدار، در عمل به تأیید عرضه جذابیت‌های فیزیکی و جذابیت‌های هم‌عرض آن (یعنی مُد، آرایش و پوشش)، دست می‌زند، زیرا طبق تحلیل اومانست‌ها، موارد پیش‌گفته به دلیل وارد کردن شادی و نشاط به زندگی، مستحسن و پسندیده‌اند.

اگر چه بررسی کامل دو سبک زندگی خدامدار و انسان‌مدار به سادگی مسیر و امکان‌پذیر نیست، اما می‌توان به بررسی تطبیقی برخی از عوامل کلیدی این دو سبک زندگی دست زد^۱.

۱. در آیه ۳۵ از سوره احزاب فرمود:

«همانا مردان مسلمان و زنان مسلمان، و مردان با ایمان و زنان با ایمان، و مردان مطیع خدا و زنان مطیع خدا و مردان راست‌گو و زنان راست‌گو و مردان شکیبا و زنان شکیبا و مردان فروتن و زنان فروتن و مردان انفاق‌گر و زنان انفاق‌گر و مردان روزه‌دار و زنان روزه‌دار و مردان پاکدامن و زنان پاکدامن و مردانی که خدا را بسیار یاد می‌کنند و زنانی که بسیار به یاد خدا هستند، خداوند برای همه آنان آمرزش و پاداش گران‌قدر و بزرگ آماده کرده است.»

این آیه شریفه، ده کمال برای عموم زنان و مردان را در مسایل اعتقادی، اخلاقی، عملی و اجتماعی برشمرده است. قرآن کریم کمال را در همه ابعاد اعتقادی، اخلاقی، عملی، فردی و اجتماعی انسان مطرح کرده است. یکی از کمال‌های ده‌گانه در این آیه شریفه، عفاف و پاکدامنی است: «وَالْحَافِظِينَ فُرُوجَهُمْ وَالْحَافِظَاتِ». به تعبیر دیگر عفاف و پاکدامنی امری مهم است که به عنوان یک شاخص مهم سبک زندگی دینی می‌تواند در نظر گرفته شود.

پژوهش حاضر در عمل تلاشی در جهت بررسی تطبیقی جذابیت‌های فیزیکی و تبعات آن (جذابیت‌های آرایشی و پوششی و مدگرایی) بود.

بررسی تجربی که در زمینه آرایه آزادانه جذابیت‌های فیزیکی و پوشش در سطح جمعیت ایرانی صورت پذیرفت، به شکلی همسو با پژوهش‌های انجام گرفته در غرب، نشان داد که با عرضه آزادانه جذابیت‌های مختلف در جامعه، آستانه ادراکی افرادی که با این جذابیت‌ها سروکار دارند، بالا رفته، خودبه‌خود آنان را مشکل‌پسندتر می‌سازد. بنابراین افراد مزبور در کانون خانوادگی خویش، با مقایسه جذابیت‌های بی‌شماری که در جامعه شاهد آن بوده‌اند، به این نتیجه می‌رسند که اگر پیش‌تر تصور می‌کردند، همسر آن‌ها «زیبا» یا فردی با «جذابیت معمولی» است، تصور آنان اشتباه بوده است و همسر آن‌ها فردی با «جذابیت معمولی» یا «پایین‌تر از سطح معمولی» است.

بررسی تطبیقی رهنمودهای دو سبک زندگی لذت‌مدار و تکلیف‌گرا، نتایج متفاوتی را در معرض دید قرار می‌دهد.

سبک زندگی خدامدار و تکلیف‌محور، با پیشنهاد سوق دادن جذابیت‌های فیزیکی به محیط خانواده، با پیشنهادهایی که در زمینه پوشش و مدگرایی دارد، در عمل به مهار نسبی جذابیت‌های پیش‌گفته نیز نایل می‌آید.

بررسی پیشنهادهای اخیر با توجه به روان‌شناسی اختلافی زن و مرد، به روشنگری نکات مهمی می‌رسد.

ادبیات روان‌شناسی اختلافی زن و مرد، حکایت از آن دارد که زنان به شکلی زیرکانه و کیس‌مآبانه‌تر از مردان عمل می‌کنند (منطقی، ۱۳۹۰).

قرآن در داستان زلیخا و یوسف، علیه‌السلام، در عمل نشان می‌دهد، زلیخا با مکر عظیم خویش، حمله زنان اشراف مصر به خودش (که پس از حادثه وی و حضرت یوسف، علیه‌السلام، تحقق یافته بود) را با دعوت آن‌ها به خانه خویش و نشان دادن حضرت یوسف، علیه‌السلام، به آنان، خنثی کرده، علیه خود آنان به کار می‌گیرد، در داستان به آب سپردن حضرت موسی، علیه‌السلام، نیز قرآن بیان می‌دارد با تلاش‌های مجدانه خواهر حضرت موسی، علیه‌السلام، وی دوباره به دست مادر باز می‌گردد. مرقی کاشانی و ستاری نیز در آرایه توصیفی از عملکرد پیچیده زن (که متأسفانه با نگاهی منفی بدان نگریسته‌اند، حال آن که این عملکرد- همان‌طور که بیان خواهد شد- می‌تواند مثبت باشد)، می‌نویسند:

«مرد چون با زن خالی ماند، زن با وی بازی درگیرد و خندنده و چابک‌شود و به سخن نرم و آهسته وی را فریبید و ظاهر آنچه نماید بدو، به باطن آنچه از او باشد، پوشیده نماند (یعنی آنچه ظاهراً به او نشان می‌دهد، با آنچه باطناً از او می‌پوشاند، همخوان نیست) که از برای آن با وی آن صفت می‌نماید تا مرد را به بندگی خود به کار دارد و به هلاک جای‌ها دربرد. بنگر ای نفس که زن چگونه شهد با زهر کشنده، به آخر همی آمیزد» (مرقی کاشانی، ؟، به تصحیح مینوی و مهدوی، ۱۳۶۶).

ستاری (۱۳۷۵) نیز در نمونه مشابهی، گزارش می‌دهد:

«در مه‌بهارت بارها مرد محوری، مورد تأکید قرار گرفته است. در یکی از این موارد آمده است: موجودی گنه‌کارتر از زن نبوده است، در حقیقت زنان ریشه‌های شوروند... . خدای باد و مرگ و مناطق دوزخی... و لبه برنده تیغ و سموم هلاهل و مار و آتش، این همه به صورتی هماهنگ در زن همبودی و هم‌خانگی دارند. آباء کلیسا نیز زن را با مار و شیطان برابر کردند. در مواعظ قرون وسطی، یکی از مضامینی که مکرراً ذکر شده است، این است که زن موجودی شرارت‌کار و لغزان است، چون مار زهرناک، لیز و لزج و لغزنده است. بسان مارماهی، و علاوه بر این‌ها، فضول، یاهوگو، نامحرم، ترشرو و کج خلق است.»

دیورا تانن (، ؟، ترجمه قراچه‌داغی و فتوحی، ۱۳۸۱)، در کتاب خویش با ذکر برخی از نمونه‌های تجربی، برخورد پیچیده‌تر دختران و زنان را در قیاس با مردان نتیجه می‌گیرد. تانن با مقایسه رفتار دختران و پسران دانش‌آموز کلاس ششم دبستان، خاطرنشان می‌سازد، دانش‌آموزان دختر کلاس ششم دبستان، رفتارهای زیرکانه‌ای را از خود بروز می‌دهند که مشابه آن‌ها را در نزد پسران، نمی‌توان یافت.

کیس مآبی که از آن یاد شده در مقوله جذابیت، پوشش، خانواده و عشق به شرح زیر عمل می‌کند: مردان از سویی به دلیل سنگین‌تر بودن هیپوتالاموس مغزشان (که ناظر بر مسایل جنسی آدمی است) و از سوی دیگر به سبب فعال‌تر بودن قسمت قدیمی سیستم برزخی مغزشان (که این قسمت هم ناظر بر مسایل جنسی آدمی است)، جنسی‌تر از زنان جهان خارج را می‌نگرند. در حالی که زنان به دلایل متعددی مانند پخش مراکز عاطفی در هر دو نیمکره مغزشان (که در مردان این مراکز تنها در یک نیمکره مغزی آنان وجود دارد) و فعال‌تر بودن قسمت جدید سیستم برزخی مغزشان (که ناظر بر مسایل عاطفی است) و به دلیل هورمون‌های استروژن و پروژسترون (که طبع لطیف و عاطفی را در زن دامن می‌زنند) در خونشان، با دیدی عاطفی‌تر به جهان هستی می‌نگرند. اختلاف اخیر سبب می‌شود، در حالی که مردان عموماً با دید جنسی به زنان می‌نگرند، زنان مایل هستند که با دیدی عاطفی به روابط خودشان با مردان و جهان اطرافشان بنگرند. زنان در برخورد با مردان، به دلیل دید جنسی و هوسناک مردان به خودشان، از سوی مردان، احساس ناامنی می‌کنند، بنابراین زنان با پوشش مناسب، حریمی بین خود و مردان ایجاد می‌کنند، اما در عین حال، ایجاد این حریم به ارزش‌سازی آنان نزد مردان می‌انجامد، زیرا مردان از زنانی که به سادگی خود را تسلیم آنان می‌سازند، رضایت خاطر نداشته، به زنانی که در مسند ناز قرار دارند و به دشواری حاضر به پذیرش مرد می‌شوند، علاقه نشان می‌دهند (منطقی، ۱۳۹۰).

پینز^۱ (۲۰۰۵)، در گزارشی در همین ارتباط، خاطرنشان می‌سازد:

«آیا این درست است که افرادی در بازی عشق برنده‌اند که دستیابی به خود را دشوار می‌کنند و بر سر راه به آسانی برنده شدن طرف مقابل، موانعی قرار می‌دهند؟»

در تحقیقی پاسخ‌دهندگان که همگی مجرد بودند، اطلاعاتی را درباره میزان سخت‌گیر بودن افرادی از جنس مخالف دریافت کردند. در این بررسی «خیلی سخت‌گیر» کسی معرفی می‌شد که تنها مایل بود با کسانی رابطه برقرار کند که واجد ویژگی‌های استثنایی باشند. «سخت‌گیر» فردی در نظر گرفته می‌شد که با هر کسی رابطه برقرار نمی‌کرد و فرد «غیرسخت‌گیر» کسی بود که تقریباً با هر کسی دوست می‌شد. نتایج پژوهش دلالت بر آن داشت، پاسخ‌دهندگان بیشتر از همه، کسانی را می‌پسندیدند که سخت‌گیر توصیف شده بودند. افراد خیلی سخت‌گیر که از خودراضی تلقی می‌شدند، مورد علاقه پاسخ‌دهندگان قرار نگرفتند. در ضمن، زنان بیشتر از مردان احتمال داشت، افراد خیلی سخت‌گیر را نپسندند. نتایج به دست آمده، فقط بخشی از باور رایج را تأیید می‌کند، یعنی زنان باید وصال خود را دشوار کنند، اما مردان نباید این کار را انجام دهند.»

بنابراین زن به شکلی زیرکانه، از سویی با حریم گرفتن و کناره‌گیری خویش از مردان، خود را از دسترس هواهای نفسانی آنان دور می‌سازد و از سوی دیگر با قرار دادن خویش در مسند شرم و حیا و ناز، خود را خواستنی‌تر از پیش برای مرد مطرح می‌سازد.

اورتگای گاست (،؟، ترجمه ثریا، ۱۳۸۰)، در تمثیلی از این مسأله به شرح زیر یاد می‌کند: «زنان معمولی در عشق، نقطه مقابل جانوران هستند، جانوران با تعقیب و حمله، طعمه خود را به دست می‌آورند، ولی زن‌ها، شکارهایی هستند که با فرار خود، شکارچی را به دنبال خود می‌کشند و بر او دست می‌یابند.»

مردان در حالی که جنسی‌تر از زنان می‌اندیشند، با زنانی مواجه می‌شوند که با دیدی متفاوت، عاطفی‌تر از مردان می‌اندیشند. بنابراین وقتی مردی در برخورد با زن، در عمل با شکست دید جنسی خودش مواجه شود، در بن‌بست ایجاد شده، به تدریج به تغزلی عاشقانه روی می‌آورد و در عمل با تعدیل دید هوسناک خویش، عشق جنسی خودش را به عشقی عاطفی ارتقا می‌دهد. از سوی دیگر، زنی که به دلیل کناره‌گیری از مرد، از منظر وی وجودی اسرار آمیز جلوه‌گر می‌گردد، مرد را شایق می‌سازد که با پذیرش هزینه کردن، به وجود اسرارآمیز وی دست یابد. بنابراین با شکل‌گیری کانون خانواده، زن ضمن برخوردار شدن از عواطف مرد، حمایت او را نیز نسبت به خودش به دست می‌آورد و به این ترتیب به طبع عاطفی و سایر نیازهای روانی خویش پاسخ می‌دهد.

زن در کانون خانواده، با عرضه جذابیت‌ها و زیبایی‌های خود نه تنها به ارضای خودنمایی خویش می‌پردازد، بلکه با جلب توجه همسرش، کانون خانواده را گرم و محلی برای آسایش روانی مرد تبدیل می‌کند و در برابر مرد نیز با تعدیل دید جنسی خویش و ارتقای آن به دیدی عاطفی و عاشقانه، عشق خود را به پای همسرش می‌ریزد.

سجادی (۱۳۹۳)، در همین زمینه می‌نویسد:

«بر اساس اظهارات و مطالعات علمی و تجربی، زنان در قدم نخست دنبال علاقه قلبی مرد هستند و انتظار دارند که مردان دنبال پیوند وجودی با آنان باشند و نه برقراری رابطه جنسی! همان گونه که تهاجم جنسی و شهوانی مرد برای زن، ناخوشایند و مایه نفرت است، نگاه جنسی و شهوانی او نیز برای زن ننگ آور می‌نماید.

در این رابطه اظهارات خانم سیمون دوبوار (دانشمند و حقوقدان فرانسوی) که از یک جامعه سکولار گزارش می‌دهد، خواندنی است. وی می‌گوید:

دختران جوان دوست دارند، مردان، خود آن‌ها را بخواهند نه آن که طالب برقراری رابطه جنسی با آنان باشند. از این رو، نگاه‌های مردان در عین این که آن‌ها را می‌ستاید، آزار هم می‌دهد، هوس مرد، به همان اندازه که تحسین است، توهین هم هست. دختران طبیعتاً اگر احساس کنند، مردان به بدن آن‌ها نظر جنسی دارند، سعی می‌کنند خود را بپوشانند، شرم و حیا از همین جا معلوم می‌شود. حجاب عاملی برای دور کردن آسیب‌ها از ساحت زن است، در حالی که همین عامل دفع و رد، در جایی دیگر به نوبه خود عامل جذب و زمینه جذابیت نیز هست.

تقریباً همه، بر این نکته تأکید دارند که حیا و عفت، قدر و قیمت زن را بالا می‌برد. تمام مردان اعم از خواستگار، شوهر، محارم و نامحرمان، برای زن با حیا، احترام قایلند و زن بی‌حیا و بی‌آزرم را حقیر می‌شمارند.

ویلیام جیمز (روانشناس معروف آمریکایی) می‌گوید:

زنان دریافته‌اند که دست و دلبازی، مایه طعن و تحقیر است و این را به دختران خود یاد دادند. مواعنی که حجب و عفت زنان، در برابر شهوت مردان ایجاد کرده، خود عاملی است که عاطفه و عشق شاعرانه را پدید آورده و ارزش زن را در چشم مرد بالا ببرد.

حیا و عفاف و پوشش، تدبیری است که خود زن با یک نوع الهام، برای گرانبها کردن خود و حفظ موقعیت خود در برابر مرد، به کار برده است ... زن همان گونه که متوسل به زیور، خودآرایی و تجمل شد که از آن راه، قلب مرد را تصاحب کند، متوسل به دور نگه داشتن خود از دسترس مرد نیز شد و دانست که نباید خود را رایگان ارایه کند، بلکه بایست آتش عشق و طلب مرد را تیزتر کند و مقام خود را بالا ببرد.

مرد در عمق وجودش از ابتذال، تسلیم و رایگانی زن متنفر است و عزت، استغنا و بی‌اعتنایی او را می‌ستاید. مردی وجود ندارد که آرزوی داشتن همسر عقیف و با حیا را در سر نپروراند یا از زیستن در کنار چنین زنی لذت نبرد.

در فضای زندگی مشترک نیز حریم‌گیری‌ها تداوم می‌یابد و دو طرف بهره‌گیری‌ها و التذاذهای جنسی را فقط در محیط خانوادگی جست‌وجو می‌کنند. زن با عفت و آرایش و کرشمه، به غیرت و شهوت مرد پاسخ مثبت می‌دهد و مرد با دریافت چنین خوشبختی، به همسرش دل می‌سپارد - که

اساسی‌ترین گمشدهٔ او می‌باشد - و بدین وسیله انگیزهٔ توجه به دیگران را در درون او می‌خشکاند. خانم لمبروزو می‌گوید:

تمايلات درونی زن به شخص واحد است. هنگامی که زن در این راه توفیق یافت، دیگر احتیاج به آلات فریبنده و مصنوعی نخواهد داشت اگر زنی دیده می‌شود که این شیوه را پیشه خود قرارداده است، فقط به این جهت است که پاسخ احساسات درونیش را نزد همسر خود نیافته است، زیرا وقتی که زن علاقه‌مند گردید، دیگر حاضر، بلکه قادر به جلب توجه دیگران نخواهد بود».

آنچه از آن یاد شد، تحلیلی روان‌شناختی از مهار زیبایی‌های فیزیکی در ملاء عام و پذیرش پوشش و پرهیز نسبی از مدگرایی در سبک زندگی خدامدار و تکلیف‌گرا بود، اما اگر در برابر، روابط اجتماعی و سبک زندگی انسان‌مدار را مدنظر قرار دهیم، ملاحظه می‌شود که با عرضه آزادانه جذابیت‌های فیزیکی در سطح جامعه، نه تنها رقابتی جدی در این جهت بین افراد ظاهربین پدید می‌آید، بلکه جریان‌های ضدمردمی که در صدد استثمار اقتصادی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مردم هستند، با سوءاستفاده از شرایط پدید آمده، فضای نامناسبی را رقم خواهند زد.

ژانت هاید به عنوان یک زن فمینیست، در قسمتی از کتاب خود به یادآوری تهدیدهای بالقوه و بالفعلی که در غرب معاصر متوجه جامعه زنان شده است، می‌پردازد. وی می‌نویسد:

«بررسی در مورد یک دانشگاه معتبر نشان داد که ۲۶٪ استادان آن تجربه روابط جنسی با یک دانشجوی را پذیرفته‌اند. البته این احتمال کمتر برآورد شده، زیرا ممکن است پاسخ‌دهندگان این رفتار را پنهان کرده باشند. یافته‌ها نشان می‌دهد ۵۰٪ دانشجویان زن توسط استادان خود مورد مزاحمت قرار گرفته‌اند.

بر اساس تحقیق، در آمریکا در سال ۱۹۹۲ صد و دو هزار و پانصد مورد تجاوز جنسی به ثبت رسیده است، با این که به گزارش اف.بی.آی تجاوز توأم با خشونت و زور از جرایمی است که کم‌ترین میزان گزارش دربارهٔ آن وجود دارد و این در حالی است که زنانی که مورد تجاوز قرار می‌گیرند، تا هجده ماه از این مسأله رنج می‌کشند و با ترس و اضطراب رو به رو می‌باشند.

طبق بررسی، ده درصد کارمندان زن دولت مرکزی آمریکا، مستقیماً تحت فشار، برای برقراری روابط جنسی قرار گرفته بودند... . در واقع دوازده هزار زن کارمند دولت، قربانیان تجاوز یا اقدام به تجاوز از طرف سرپرستان یا همکاران خود طی یک دوره دو ساله بوده‌اند.

زنانی که مورد تجاوز قرار می‌گیرند، طبق مطالعات انجام شده، وقتی که به سرزنش خود یا بیان بایدها و نبایدهای مؤثر در جهت تأمین امنیت‌شان، می‌پردازند، به خودشان می‌گویند:

«اگر من آن بلوز تنگ را نپوشیده بودم، اگر من دامن کوتاه را بر تن نکرده بودم، اگر من آن قدر احمق نبودم که در آن خیابان تاریک قدم بزنم و اگر من آن قدر کودن نبودم که به آن یارو اعتماد کنم، این اتفاق نمی‌افتاد».

اظهارهای اخیر، نشان دهنده آن است که زن غربی آگاهانه یا به صورت ناخودآگاه تجاوز به خود و تأمین امنیتش را بر اساس پوشش و انتخاب پوشیدنی زنانه تحلیل می‌کنند.

به هر حال، زن آرایش کرده و نیمه‌عریان غربی، با هیولای تجاوز جنسی رو به رو است، هر زنی، ۱۴ تا ۲۵ درصد احتمال تجاوز به خود را می‌دهد، فمینیست‌ها می‌گویند:

هراس از تجاوز جنسی، روی همه زنان تأثیر می‌گذارد و تأثیر آن، بر شیوه لباس پوشیدن، برنامه‌ریزی ساعت روزانه و مسیرهای آمد و شد زنان، مانع از فعالیت‌های آنان می‌شود و آزادی آنان را محدود می‌کند، این وحشت به هیچ وجه بی‌اساس نیست، چون هیچ زنی در برابر تجاوز، مصونیت ندارد» (هاید، ۱۳۸۴، به نقل از سجادی، www.maarefequran.org).

گسترش هرزه‌نگاری و سرازیر شدن تبعات ناگوار این پدیده به جامعه، از دیگر تبعات عرضه آزادانه جذابیت‌های فیزیکی است که توسط برخی از جریان‌های ضد‌مردمی که درصدد تخدیر یا استثمار اقتصادی مردم هستند، محقق شده، در جامعه بروز و نمود پیدا می‌کند. پیش‌تر از گزارش سانتروک (۲۰۱۰)، یاد شد که در کتاب روان‌شناسی نوجوانی و جوانی خود گزارش می‌دهد، میزان عرضه تصاویر نیمه برهنه و برهنه در مقطع کوتاه ۲۰۰۴-۱۹۹۸ در تلویزیون آمریکا، به دو برابر افزایش یافته است. تحول‌های اخیر جامعه را در گرداب ولنگاری و لابی‌گری‌های اخلاقی غرق خواهد ساخت.

بررسی ادبیات پژوهشی که در مورد اثرات کاربری از محصول‌های هرزه‌نگار (عمدتاً در غرب) انجام گرفته‌اند، آسیب‌های زیر را در این زمینه مشخص کرده‌اند:

- افزایش افکار جنسی کاربران،
- توهم بزرگ‌نمایی در تجاوزهای جنسی که در سطح جامعه رخ می‌دهند،
- عادی جلوه‌گر شدن تجاوز جنسی در سطح کاربران،
- تشویق ارتکاب جرایم جنسی،
- آغاز سریع‌تر روابط جنسی در نوجوانان و جوانان کاربر محصول‌های هرزه‌نگار،
- وقوع بیماری‌های آمیزشی و بارداری کاربران در سنین پایین‌تر،
- به کارگیری زور و پرخاشگری در روابط جنسی،
- افزایش آستانه تحریک جنسی کاربران محصول‌های هرزه‌نگار،
- ابتلاء به انحرافات جنسی،
- اعتیاد یافتن به محصول‌های هرزه‌نگار،
- آشفتنی خانوادگی و بروز طلاق.

بررسی ادبیات پژوهش در زمینه صنعت هرزه‌نگاری^۱، حکایت از تأثیر قابل توجه آرایه ادبیات پورنوگرافی (اعم از هرزه‌نگاری روی خط که از طریق وبسایت‌ها، آرایه خدمات می‌کنند تا نشریات و فیلم‌های هرزه‌نگار، سکس تلفنی و وسایل جنسی)، در کاربران آن دارد.

سچز^۲ و دوفی^۳ (۱۹۷۶)، در پژوهش خویش نتیجه گرفتند که کاربری از محصولات‌های هرزه‌نگار، به افزایش مضامین جنسی در افکار و اندیشه گروه آزمایشی می‌انجامد.

من^۴ و همکاران (۱۹۷۳)، در بررسی تأثیر فیلم‌های شهوانی بر روی کاربران، نتیجه گرفتند که ملاحظه فیلم‌های اخیر در رفتار و نگرش جنسی کاربران، اثرات معناداری پدید می‌آورد.

لی^۵ و موریسون^۶ (۲۰۰۷) نیز در پژوهش خود نتیجه گرفتند، کسانی که از محصولات‌های هرزه‌نگار استفاده می‌کنند، بیشتر از حد معمول وقوع تجاوزهای جنسی در جامعه را می‌پذیرند. به شکل مشابهی بورتون^۷ و مزن^۸ (۲۰۰۴) هم در تحقیق خود، نتایج مشابهی را گزارش می‌کنند.

میلاموث^۹ و دونرستن^{۱۰} (۱۹۸۷)، در بررسی تأثیر ادبیات هرزه‌نگار، از عادی جلوه‌گر شدن تجاوز به زنان در نزد کاربران ادبیات مزبور یاد کرده‌اند.

ستو^{۱۱} و لالومیر^{۱۲} (۲۰۱۰)، در پژوهش فراتحلیلی که برای مشخص کردن دلایل مؤثر در ارتکاب جرایم جنسی مردان جوان انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که مواردی مانند سوابق مجرمانه و رفتار ضداجتماعی در افراد مهاجم جنسی بیشتر از افراد غیرمهاجم نیست، اما افراد مزبور در مواردی مانند کاربری از محتویات هرزه‌نگار، مورد سوءاستفاده جنسی قرار گرفتن در گذشته زندگی، انزوای اجتماعی، اضطراب، عزت نفس اندک و روابط عاطفی نامناسب با اولیا، از تجربیات بیشتری برخوردار بوده‌اند.

بررسی شواهد آماری دلالت بر آن دارد که با افزایش عرضه محصولات‌های هرزه‌نگار در ایالت‌های مختلف امریکا، میزان تجاوزهای جنسی در آن ایالات فزونی گرفته و با کاهش عرضه آن‌ها، این میزان پایین آمده است (میلاموث و دونرستن، ۱۹۸۷).

-
1. Pornography industry
 2. Sachs, D. H.
 3. Duffy, K. J.
 4. Mann, J.
 5. Lee, A.
 6. Morrison, D.
 7. Burton, D.
 8. Meezan, W.
 9. Malamuth, N. M.
 10. Donnerstein, E.
 11. Seto, M.
 12. Lalumiere, M.

هامیل^۱ (۲۰۰۸)، در پژوهش خویش گزارش می‌دهد، دختران نوجوانی که در معرض سایت‌های هرزه‌نگار قرار گرفته‌اند، در سنین پایین‌تری روابط جنسی خویش را آغاز کرده، دچار مشکلاتی مانند بیماری‌های آمیزشی و بارداری ناخواسته می‌گردند.

بارون^۲ و بیرنه^۳ (۱۹۹۱) و دیمیر^۴ و همکاران (۱۹۹۳)، در گزارش‌های جداگانه‌ای خاطرنشان می‌سازند، کاربری از محصول‌های هرزه‌نگار، ضمن افزایش احتمال تجاوز جنسی، در پرخاشگری کاربران و به کارگیری زور در روابط جنسی آنان، مؤثر واقع می‌آید.

پژوهش و مشاهده تصویر ام.آی.آر.^۵ مغز مردانی که در هفته بیش‌تر از ۴ ساعت فیلم پورنو می‌دیدند، نشان می‌دهد که قسمت مربوط به انگیزه و پاداش مغز آن‌ها کوچک‌تر از دیگران است. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که دیدن فیلم پورنو، سیستم پاداش مغز را تنبل می‌کند (البته این تحقیق به زعم برخی می‌تواند نشانگر این باشد که چنین افرادی به علت کوچک بودن بخش انگیزش مغزشان، نیاز به انگیزش بیش‌تری برای لذت بردن دارند). این تحقیقات همچنین نشان می‌دهد، میزان لذت افرادی که فیلم هرزه‌نگار تماشا می‌کنند، پاسخ طبیعی نسبت به محرک جنسی نیست یا در آن‌ها کاهش یافته‌است» (بی.بی.سی، ۱۰ ژوئن ۲۰۱۴).

«برخی از متخصصان بر این عقیده‌اند، متوسط سنی کودکانی که برای نخستین بار یک صحنه هرزه‌نگاری را مشاهده می‌کنند، از سن ۱۱ سالگی به ۵ سالگی کاهش یافته است. مطالعات متعددی نشان می‌دهد که مشاهده مطالب هرزه‌نگار می‌تواند کودک را به انجام اعمال جنسی علیه سایر کودکان وادارد.

مشاهده‌ی رفتار منحط جنسی در اینترنت، می‌تواند منجر به انحراف جنسی کودک شود، زیرا این امر به نوبه خود، سلیقه‌های جنسی کودک را شکل می‌دهد و درسین بزرگ‌سالی وی نیز نمود خواهد داشت. در قالب اصطلاحات رایج‌های می‌توان گفت که مغز کودک به لحاظ ساختار عصبی، می‌تواند برای اشکال مختلف جهت‌گیری‌های جنسی، برنامه‌ریزی شود. درحالی که مغز نمی‌تواند سلول‌های مغزی جدیدی را به وجود بیاورد، اما به طور دایم در حال تولید واسطه‌های میانی است.

دکتر جان مانی از دانشگاه هاپکینز برای نخستین بار در سال ۱۹۸۶ در کتاب خود، تحت عنوان طرح‌های دوستی، این نظریه را تشریح کرد که در زمینه مسایل جنسی، مغز انسان در همان دوران طفولیت، جهت‌گیری‌های اساسی را پیدا می‌کند. او بر این عقیده است که اغلب انحرافات جنسی در هر قالبی که صورت گیرد، ریشه در تجربیات دوران طفولیت دارد. از این گذشته، صرفاً تماشای

-
1. Hamill, J.
 2. Baron, R. A.
 3. Byrne, D.
 4. Demare, D.
 5. MRI

تصاویر مربوط به انحرافات جنسی، می‌تواند تأثیرات شدیدی را بر روی کودک داشته باشد» (لاسر، ۲۰۰۹/۱۱/۲۴، ترجمه ساجد).

«در حیطه علوم درمانی، بسیاری بر این عقیده‌اند که ماده یا فعالیتی اعتیادآور است که لزوماً یک تحمل شیمیایی را در فرد معتاد ایجاد می‌کند. به عنوان مثال، افراد دایم‌الکمر می‌دانند که در طول دوره‌ی اعتیادشان، جهت دریافت یک تأثیر معین از مصرف الکل، می‌بایست روز به روز الکل بیشتری را مصرف کنند.

تحقیقات جدیدی که صورت گرفته‌اند، نشان داده است که فعالیت و خیال‌پردازی جنسی، به دلیل این که تولید مواد شیمیایی حاصل قسمتی از فعل و انفعال‌های مغز را به دنبال دارد، می‌تواند تحمل مغز در برابر سکس را بالا ببرد. به عنوان نمونه، ما مواردی را شاهد هستیم که افرادی به دلیل اعتیاد به سکس اینترنتی، کار، فرصت شغلی یا زندگی زناشویی خودشان را به مخاطره انداخته‌اند (لاسر، ۲۰۰۹/۱۱/۲۴، ترجمه ساجد).

ولیس (۱۳۸۲)، گزارش می‌دهد، افرادی که با کاربری مفرط از محصول‌های هرزه‌نگار، در عمل معتاد به استفاده از این محصول‌ها می‌گردند، به دلیل تنوع‌طلب شدن در روابط جنسی خویش و احساس عدم ارضا در خانواده، رو به بیرون از خانواده آورده، به این ترتیب ضمن آشفتن روابط خانوادگی خود، میزان طلاق در آنان فزونی می‌یابد.

«شنایدر از طریق مطالعه‌ای که بر روی ۹۱ زن که شوهرانشان به کاربری از محصول‌های هرزه‌نگار اعتیاد پیدا کرده‌اند، انجام داد، پی برد که این زنان همگی احساس می‌کنند که به آنان خیانت شده است و آن‌ها در این میان آسیب دیده و طرد شده‌اند. این گروه، در مقایسه وضعیت روانی خود با سایر زنان، وضعیت روانی خود را بسیار نامطلوب‌تر می‌دانستند.

۶۸ درصد زنان اخیر اعلام کردند که شوهرانشان جهت انجام سکس با آنان بی‌علاقه شده‌اند. ۳۲/۲ درصد از آن‌ها هم علت جدا شدن از همسرانشان را اینترنت می‌دانستند» (لاسر، ۲۰۰۹/۱۱/۲۴، ترجمه ساجد).

بالتبع در جامعه‌ای که از آن یاد شد، بیش‌ترین آسیب و زیان متوجه زنانی می‌شود که موجودهایی عاطفی هستند و برخلاف مردان که در اندیشه دست‌یابی به جسم زن بدون عشق می‌باشند، زنان رابطه جسم با جسم را بدون پوششی از عاطفه به راحتی نمی‌پذیرند.

ویکی پدیا (۲۰۱۴) در توصیف هرزه‌نگاری، به اظهارنظر برخی از ستاره‌های پورنو نیز استناد کرده است. ویکی پدیا در همین زمینه، در گزارش بیانات تامی گان می‌نویسد:

«گان که در چهار سال گذشته تنها و مجرد بوده، معتقد است، این طبیعی نیست از کسی که دوستش دارید خداحافظی کنید، برای این که سر کار بروید و با کسی هم‌خواه شوید که دوستش ندارید. گان در مورد شرایط زن مورد علاقه خودش می‌گوید، زن باید فداکار، مهربان و کسی باشد که

دلش بخواهد بچه‌دار بشود. ولی راستش من در صنعت پورونوگرافی نمی‌توانم چنین کسی را پیدا کنم».

مورچسیون نیز در نقد انقلاب جنسی در غرب می‌نویسد:

«انقلاب جنسی حدود سه دهه است که جامعه‌ی غربی را به جدّ متحول کرده و کلیه رفتارها و رویکردهای مربوط به روابط جنسی، خانواده و... را تغییر داده است. هدف از انقلاب جنسی، ایجاد شادی و لذّت بیشتر از طریق رابطه‌ی جنسی بدون تعهد بود، اما اکنون محصولی جز ناامیدی و یأس و ناراحتی دربرندارد. بحران ایجاد شده، متفکران را به این نتیجه رسانده است که باید روابط جنسی مدرن را برای بازگرداندن تعهد به افراد، محدود به خانواده کرد.

در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، انقلابی اخلاقی در ایالات متحده رخ داد. انقلاب‌ها همواره ساختارهایی را از میان می‌برند و ساختارهای دیگری را به وجود می‌آورند. این انقلاب نیز نشانه‌ها و فرصت‌های فراوانی برای زنان آمریکایی به همراه داشت که آن‌ها را از آزادی جنسی، بهره‌مند می‌ساخت.

در سال ۱۹۶۳ که من از دانشگاه فارغ‌التحصیل شدم، نظم گذشته همچنان پابرجا و سالم به نظر می‌رسید. در اواسط دهه‌ی ۱۹۷۰، این نظم از میان رفته، کاملاً تغییر کرده و در اساس متحول شد. در جامعه‌ی ما دخترانی که به دانشگاه می‌رفتند تا مدرک دانشگاهی بگیرند، به دخترانی تبدیل شدند که با هدف رسیدن به بوسه‌های طولانی و روابط جنسی دسته‌جمعی، به دانشگاه‌ها پا می‌گذاشتند. ما در غرب از روابط جنسی کنترل شده‌ی میان زن و شوهر (روابط جنسی هسته‌ای و متمرکز) به ایدز و بیماری‌های مقاربتی رسیده‌ایم. از ازدواج کردن برای زندگی، به طلاق به عنوان راهی برای زندگی رسیده‌ایم. از دیدگاهی که سقط جنین را فاجعه‌ای همراه یک جرم می‌دانست، به دیدگاهی رسیده‌ایم که سقط جنین را جزو حقوق بشر و نشانه‌ی افتخارآمیز شخصیت و آزادی می‌داند و در حقیقت، سقط جنین به یک انتخاب بدل شده است.

مشغول داشتن آمریکا به آزادسازی جنسی و روابط جنسی، فاجعه آفریده است. بعد از همه‌ی روابط زنان و مردان، ناراحتی و ناامیدی شگرفی وجود دارد، در جهانی که روابط جنسی با تعهد بسیار اندکی صورت می‌گیرد و زندگی مشترک و روابط جنسی بدون ازدواج، برای بسیاری جای ازدواج کردن را گرفته است و روابط جنسی گذرا و موقتی است، زوجها به راحتی همدیگر را بدون اعتماد، با انزجار و حتی انتقام‌جویانه ترک می‌کنند.

آمریکایی‌ها تنهاتر و غمگین‌تر شده‌اند. هدف انقلاب جنسی، رابطه‌ی جنسی بدون احساسات بود و این امری ساده، قابل قبول و آرامش‌آور پنداشته می‌شد. در معرض خطر قرار نگرقتن، صدمه ندیدن، عصبانی نشدن، دعوا نکردن، دخالت نکردن و آزار نرساندن حالاتی بود که محصول این اندیشه و راه جدید تصور می‌شد. اما این طور نشد.

در عصر ما، کودکان زودتر و زودتر مورد سوءاستفاده جنسی قرار می‌گیرند و این محصول تبلیغات و سرگرمی‌های جهانی است که آن‌ها را احاطه کرده است و شخصیت‌های شکننده‌ی آن‌ها را برای

وسوسه کردن مستعد یافته است. از میان رفتن احساس شرم از رفتارهای نادرست جنسی موجب شده است که افراد بیشتر دست به خشونت جنسی بزنند و کمتر شاهد رفتارهای تعهدآمیز و عاشقانه باشند. مادران تنها، فرزندان رها شده، قلب‌های شکسته، بیماری‌های جنسی و هرج و مرج احساسات و علاوه بر همه‌ی این‌ها، سقط جنین، ماحصل انقلاب جنسی بود^۱.

آنچه تا این قسمت از آن یاد شد، تنها مقایسه تطبیقی دو سبک زندگی خدامدار و زندگی انسان‌مدار در زمینه جذابیت‌های فیزیکی و موارد مرتبط با آن (مانند پوشش، آرایش و مدگرایی) بود و تا اینجا بیان شد که اسلام با سوق دادن جذابیت‌های جسمانی و موارد مرتبط با آن به محیط خانواده، در عمل می‌کوشد تا ضمن ارضای عواطف طبیعی زن و خودنمایی وی، مرد را نیز از موجودی که دیدی جنسی به جنس مخالف خویش دارد، به سطح فردی ارتقا دهد که دیدی شاعرانه و عاشقانه نسبت به زن داشته باشد، در حالی که نگاه انسان‌مدار با مبنا قرار دادن لذت‌طلبی انسان‌ها، و عرضه آزادانه جذابیت‌های آنان، نه تنها عرصه‌ای برای رقابت پایان‌ناپذیر انسان‌ها در این باب گشوده است، بلکه با مورد سوءاستفاده قرار گرفتن عرضه آزادانه جذابیت‌های پیشنهادی، دید انسان‌مدار از سوی جریان‌های استثمارگر، عرضه جذابیت‌های فیزیکی و تبعات آن سر از آسیب‌های گسترده روانی و اجتماعی درمی‌آورند^۲.

اما پیشنهاد اسلام در زمینه جذابیت‌های فیزیکی به همینجا خاتمه نیافته، اسلام جابه‌جایی جذابیت‌های فیزیکی به جذابیت‌های معنوی را پیشنهاد می‌کند.

خداوند متعال در آیه ۲۶ از سوره مبارکه اعراف، پس از بیان وسوسه حضرت آدم و حوا از سوی شیطان، لباس و زینت را از نعمت‌های خود برمی‌شمرد که بر بنی آدم ارزانی داشته است، اما در ادامه، فراز جدیدی با عنوان لباس تقوا را فراروی انسان‌ها می‌گشاید:

«يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ».

«ای فرزندان آدم، در حقیقت، ما برای شما لباسی فرو فرستادیم که عورت‌های شما را پوشیده می‌دارد و (برای شما) زینتی است، و(لی) بهترین جامه، (لباس) تقوا است. این از نشانه‌های (قدرت) خداست، باشد که متذکر شوند».

سوره قصص با نقل داستان مواجهه حضرت موسی، علیه‌السلام، با دختران حضرت شعیب، علیه‌السلام، و ترسیم روابط دو جنس در این داستان، در عمل دورنمایی از روابط اجتماعی تحت پوشش لباس تقوا را به دست می‌دهد. جاوید (۱۳۸۸) در همین رابطه می‌نویسد:

1. www.Rasekhoon.net

۲. به تعبیر دیگر، همان‌گونه که در آموزه‌های دینی منعکس شده است، شیطان برای بیرون راندن بشر از بهشت، تمهید عریان‌سازی وی را در دستور کار خود قرار داد، برخی از جوامع و جریان‌های استثمارگری نیز با قراردادن برهنه‌گرایی در دستور کار خودشان، در عمل فضای اجتماعی بهینه خود را به سمت فضایی پر دغدغه و آسیب‌زا، سوق می‌دهند.

«در داستان مفصل زندگی حضرت موسی (ع) به عنوان پیامبر قوم یهود، با صحنه‌هایی مواجه هستیم که بیانگر ریشه حجاب و عفاف می‌باشد. آیات سوره قصص بیان می‌کند که دختران شعیب افرادی اجتماعی هستند که در بیرون از منزل کار کرده و به شغل سنگین چوپانی مشغول هستند و ابایی ندارند از این که با حفظ حیا با مردی بیگانه سخن بگویند، راه بروند، مسیر خانه را به او نشان دهند و پیغام پدر را به وی برسانند.

در آیه ۲۳ از سوره قصص فرمود: «وَلَمَّا وَرَدَ مَاءَ مَدْيَنَ وَجَدَ عَلَيْهِ أُمَّةً مِنَ النَّاسِ يَسْقُونَ وَوَجَدَ مِنْ دُونِهِمْ امْرَأَتَيْنِ تَذُودَانِ». در این آیه دو بار کلمه «وجد» به کار رفته است که نشان می‌دهد، حضرت موسی، علیه‌السلام، دو نگاه جداگانه داشته است. یکی به مردان و دیگری به دختران شعیب که در قسمت دیگری ایستاده بودند، در حالی که اگر مردان و زنان در کنار هم بودند، با یک نگاه دیده می‌شدند. این نکته، رعایت حریم مرد و زن را در زمان حضرت موسی، علیه‌السلام، از زبان قرآن می‌رساند که یک ارزش بوده است و دختران حضرت شعیب، علیه‌السلام، آن را رعایت می‌کردند.

از سوی دیگر این عفاف باید از جانب مردان هم رعایت شود. قرآن در آیه ۲۶ از سوره قصص از زبان دختران حضرت شعیب، علیه‌السلام، حضرت موسی، علیه‌السلام، را این‌گونه معرفی می‌کند که وی قوی و امین است: «قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَأْجَرَ الْقَوِيَّ الْأَمِينُ». امام رضا، علیه‌السلام، می‌فرمایند: حضرت شعیب، علیه‌السلام، از دخترش پرسید، چگونه امانت‌داری این جوان را فهمیدی؟ گفت: وقتی دعوت شما را به او ابلاغ کردم، به من گفت، از پشت سر من، مرا راهنمایی کن تا مبادا به قامت من چشم بدوزد».

قرآن در موارد دیگری با نشان دادن حساسیت‌های خود، می‌کوشد تا با حذف عوامل مخل، در عمل شرایط تحقق جامعه‌ای که در آن جذابیت‌های فیزیکی و تبعات آن مهیار شده‌اند را فراهم آورد. قرآن در آیه ۲۳ از سوره نور، تهمت زندگان به همسر پیامبر اسلام را به شدت تهدید کرده، عذاب سختی را بدان‌ها وعده می‌دهد:

«كسانی که به زنان با ایمان عقیفه بی‌خبر از کار بد، تهمت بستند، محققاً در دنیا و آخرت ملعون شدند و هم آنان به عذاب سخت معذب خواهند شد».

پس از آن که برخی به همسر پیامبر اسلام، صلی الله علیه و آله، نسبت ناروایی دادند، قرآن با نفی این مسأله، نه تنها با افراد مزبور به شدت برخورد می‌کند، بلکه حتی کسانی را که این سخن را شنیده، اما در برابر آن موضع نگرفته بودند، زیر سوال می‌برد. در آیه ۱۶ از سوره نور فرمود:

«چرا به محض شنیدن این سخن نگفتید که هرگز ما را تکلم به این روا نیست، پاک خدایا این بهتان بزرگ و تهمت محض است».

علامه طباطبایی (۱۳۶۳) در ذیل آیات ۳۱-۳۰ از سوره نور که بیان می‌دارند: «به مردان مؤمن بگو دیدگان خویش از نگاه به زنان اجنبی باز گیرند و فرج‌های خویش نگه‌دارند، این برای ایشان پاکیزه‌تر

است و خدا از کارهایی که می‌کنید آگاه است و به زنان با ایمان بگو، چشم از نگاه به مردان اجنبی فرو بندند و فرج‌های خویش حفظ کنند...» می‌نویسد:

«خدای تبارک در این آیه مؤمنین را نهی کرده است که به عورت یکدیگر نگاه کنند و مرد به عورت خواهرش نگاه کند و این که عورت خود را از این که دیگران ببینند، حفظ کند و زنان مؤمن را نهی کرده از این که به عورت خواهر خود نگاه کنند و نیز عورت خود را از این که دیگران به آن نگاه کنند، حفظ کنند.»

علامه طباطبایی (۱۳۶۳) در تفسیر آیه ۲۷ از سوره نور که ناظر بر استیذان برای ورود به خانه‌های دیگران است، می‌نویسد:

«مردی از رسول خدا پرسید: آیا از مادرم هم اذن دخول بخواهم؟ فرمود: آری، گفت: آخر او غیر از من خادمی ندارد، باز هر وقت بر او در می‌آیم، استیذان کنم؟ فرمود، آیا دوست داری او را برهنه ببینی؟ مرد عرضه داشت، نه! فرمود، پس استیذان کن.»

قرآن در آیات ۳۲-۳۳ از سوره نور، پس از موظف کردن افراد نسبت به کوشش و تلاش در جهت ازدواج دختران، پسران، غلامان و کنیزان خویش، تأکید می‌کند، اگر این افراد امکان ازدواج را ندارند، عفت را پیشه خود کنند تا خدا از کرم خویش آنان را بی‌نیاز کند، نه آن که احیاناً رو به فساد و فحشا بیاورند. به همین ترتیب قرآن در ادامه آیه خاطر نشان می‌سازد، اگر برخی کنیزان خویش را برای کسب درآمد به فحشا واداشته‌اند (کاری که در جاهلیت عرب و صدر اسلام مشاهده می‌شد)، کنیزان مصلوب الاختیار، نباید هویت منفی یک فاحشه را به خود گرفته، خود را غرق آن کنند، بلکه شایق به بازگشت به راه طهارت و پاکی باشند، فرمود:

«دختران و پسران و غلامان و کنیزان عذب خود را اگر شایستگی دارند، جفت دهید که اگر تنگدست باشند، خدا از کرم خویش توانگرشان کند که خدا وسعت‌بخش و دانا است و کسانی که وسیله جفت کردن ندارند، به عفت سرکنند تا خدا از کرم خویش از این بابت بی‌نیازشان کند و از مملوکان خود کسانی که خواستار آزادی خویش و پرداخت بهای خود از دسترنج خویشند، اگر خیری در آنان سراغ دارید، پیشنهادشان را بپذیرید و از مالی که خدا عطایان کرده، به ایشان بدهید و کنیزان خود را که می‌خواهند دارای عفت باشند، به خاطر مال دنیا به زناکاری و امدارید و اگر کنیزی به اجبار مالکش وادار به زنا شد، خدا نسبت به وی آمرزنده و رحیم است.»

امام صادق، علیه السلام، در فراز دیگری هشدار می‌دهد، اگر مردم مایل هستند زنان آنان عقیف بمانند، باید خودشان در برخورد با زنان دیگران عقیف بمانند:

«به پدران خود نیکی کنید تا پسران شما به شما نیکی کنند و از زنان مردم چشم پوشی کنید تا مردم از زنان شما چشم بپوشند» (جاوید، ۱۳۸۸).

با دورنمایی که از آن یاد شد، اسلام درصدد است تا نه تنها به سوق دادن عرضه زیبایی‌های فیزیکی و تبعات آن (در پوشش، آرایش و به کارگیری زیورآلات) به محیط خانه امکان ارضای مناسب

آن‌ها را فراهم آورد، بلکه با تمهیداتی که در نظر می‌گیرد، می‌کوشد تا بستر اجتماعی، بستر سالمی شود که امکان سوق یافتن افراد از جذابیت‌های فیزیکی به سمت جذابیت‌های معنوی را فراهم آورد. بنابراین در یک جمع‌بندی نهایی می‌توان نتیجه گرفت، عرضه جذابیت‌های فیزیکی و تبعات آن در زمینه‌های پوششی و آرایشی، نه تنها به سبب افزایش آستانه ادراکی مردمی که در جامعه به سر می‌برند، در عمل ظلم بزرگی در حق غالب انسان‌های جامعه است که از جذابیت فیزیکی معمولی برخوردار بوده، اما در قیاس با افراد زیبا منظر، پایین‌تر از حد معمول ارزیابی می‌شوند، بلکه آرامش روانی را از همان افراد زیبارو نیز خواهد گرفت، زیرا در درجه نخست، همواره زنی زیباتر از یک زن زیبا هم پیدا می‌شود (که در عمل آستانه ادراکی شوهر وی را بالا برده، وی را دشوار پسندتر می‌سازد و به این ترتیب مردی که فکر می‌کرد همسرش زنی زیبا است، خودبه‌خود به این نتیجه می‌رسد که همسر او چندان زیبا هم نیست). در درجه بعد، اگر روابط زن و مرد حول محور زیبایی‌های مادی، متمرکز شود، از عمق، دوام و پایایی چندان برخوردار نخواهد بود. در حالی که اگر جذابیت فیزیکی و تبعات آن در آرایش و پوشش معطوف به خانواده شود، و زن، با پوشش بایسته از مرد حریم بگیرد، هم‌زمان با حریم گرفتن و در مسند ناز نشستن، خواستنی‌تر خواهد شد و با پاسخ ندادن به هوس‌های مرد، شعله‌های عشق مرد را فروزان ساخته، وی را به عرصه برخوردهای عاطفی و شاعرانه‌ای سوق خواهد داد که ایده‌آل زن می‌باشد، و زن در عین ارتقای عشق جنسی مرد به عشقی عاطفی، ضمن کسب توجه و حمایت مرد، زیبایی‌های خود را در راستای گرم کردن هر چه بیشتر عشق همسر و کانون خانواده‌اش، عرضه خواهد کرد.

اما در سطحی بسیار فراتر، زنی که از بین خود و ارزش‌های الهی، تن به ارزش‌های الهی داده، به این ترتیب تاج بندگی را بر سر می‌نهد، با نفی علایق زیستی و مادی و هیجانی و شهوانی خویش، در عمل به جایی سوق می‌یابد که شاهد تحقق وعده الهی به پرهیزکاران شود که به تمیز حق از باطل برسد. این زن به همراه همسرش، انسان‌هایی را پدید خواهند آورد که جامه‌ای از تقوا در بردارند و در عمل، به تحقق غایت آفرینش که تعالی یافتن ارزشی است، دست خواهند یافت.

اما اگر بخواهیم در انتهای این بحث به ارایه برخی از رهنمودهای کاربردی بپردازیم، باید بیان داشت که مسأله جذابیت فیزیکی، پوشش، آرایش و مدگرایی، مسأله‌ای چند وجهی است و نباید به شکلی ساده‌نگر و یک بعدی با آن برخورد کرد. مقوله اخیر، واجد ابعادی اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، تاریخی و عقیدتی است. بنابراین باید با تحلیلی درست، واقع‌نگر و همه جانبه، به تحلیل شرایط و ارایه راهکارهای کوتاه‌مدت، میان‌مدت و درازمدت در زمینه مزبور دست زد.

تحول‌های نسلی (منطقی، ۱۳۸۳ الف، ب، پ) و بحران هویت نسبی (منطقی، ۱۳۸۳ و) که جوانان با آن روبرو هستند و مشکل حل نشده فضای مجازی (منطقی، ۱۳۸۳ ل، ۱۳۹۳ الف، ب، ج، چ)، از دیگر مشکل‌های فرارو برای مداخله جدی در مسأله جذابیت فیزیکی و تبعات آن یعنی پوشش، آرایش، کاربری از زیورآلات و مدگرایی هستند.

منطقی (۱۳۸۳ الف) در پژوهشی که در سطح ۲۰۰۰ نفر از جوانان در سطح بیش از ۵۰ شهر کشور انجام داد، گسست نسلی نسل جوان با نسل‌های انقلاب و جنگ را در ایران نتیجه گرفته است. عمق گسست نسلی اخیر چنان است که جوانان در همه زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عقیدتی، احساس تفاوت عمیق و جدی با بزرگسالان خود دارند.

بحران هویتی که گریبان افشاری از جوانان را فراگرفته، معضل دیگری است که باید به جد بدان پرداخت. به این معنا که افشاری از جوانان هستند که از پذیرش ایدئولوژی رسمی به هر دلیلی سرباز می‌زنند، اما به سبب آن که جایگزین دیگری (که می‌توانست تاریخ گذشته ایران باشد)، فراروی خویش نمی‌بینند، این جایگزین را برای خویش غرب قرار داده‌اند.

فضای مجازی نیز عرصه مهم و تعیین کننده‌ای هست که در حال حاضر نوعی از نبرد بین جوانان و اولیای امور فرهنگی جامعه در آن وجود دارد. منطقی (۱۳۹۳ ب) گزارش می‌دهد، در حالی که جوانان بر کاربری از فضای مجازی و امکاناتی نظیر شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، ماهواره و اینترنت تأکید زیادی دارند، برخی از اولیای امور فرهنگی با اصرار در فیلتر کردن موارد مزبور، سعی در کاهش کاربری جوانان از موارد مزبور را دارند، در حالی که اصالت دادن به فیلترینگ راهگشا نبوده، باید هم‌زمان با مدنظر داشتن فیلترینگ، در درجه اول اهمیت دست به بسترسازی فرهنگی در این زمینه زد، همان‌گونه که جوانان راز و رمز وفاق خویش با مسوولان را در زمینه فضای مجازی، در همین امر می‌بینند.

تنش آزادی مسوولان و اولیای امور فرهنگی در زمینه جذابیت فیزیکی، پوشش، آرایش و مدگرایی از سویی و ضعف تحلیل نظری آنان در تحول‌های مربوط به جذابیت فیزیکی و تبعات همراه آن از سوی دیگر، امر تأسف باری است که از آغاز انقلاب وجود داشته و به انجامی نیز نرسیده است.^۱ از این رو وفاق نظری مسوولان ضمن آن که مانع از رودررو شدن و هرز رفتن نیروی آنان می‌شود، می‌تواند بستر لازم را برای اقدام‌های مداخله‌گرایانه در این امر فراهم آورد.

بررسی برخورد اولیای فرهنگی در زمینه جذابیت‌های فیزیکی و موارد مرتبط با آن، یعنی پوشش، آرایش و مدگرایی دلالت بر آن دارد که عمده برخوردهای اولیای امر در این زمینه برخوردهای عاطفی و سنتی بوده است، حال آن که نوجوانانی و جوانانی که در مدارس و دانشگاه‌ها با روحیه‌ای کاملاً تجربی آموزش می‌بینند، بیش‌تر از آن که به استدلال‌های عاطفی علاقه نشان دهند، نیازمند

۱. فرماندار تهران در مصاحبه‌ای که در حاشیه جلسه «بررسی وضعیت حجاب و عفاف در دستگاه‌های کشور» داشت، در تبیین بدحجابی موجود در جامعه، بیان داشت، وقتی ساپورت ۶/۰۰۰ تومان و شلوار جین ۱۰۰/۰۰۰ تومان است، خودبه‌خود دختران متوجه ساپورت پوشیدن می‌شوند. تحلیل اخیر با توجه به آنچه تا اینجا از آن یاد شد، ضعیف‌ترین تحلیل ممکن در زمینه پوشش و تحول‌های آن می‌باشد که تنها به بعد اقتصادی توجه کرده است و سایر ابعاد روانی، اجتماعی، فرهنگی، عقیدتی و سیاسی ذی‌دخل در مسأله را نادیده گرفته است (شرق، ۱۳۹۳/۵/۲ به نقل از خبر آن‌لاین).

استدلال‌های عقلانی هستند. پژوهش حاضر نمونه‌ای در همین جهت است^۱. به عبارت دیگر، در کنار استدلال‌های عقلی، می‌توان با تأکید در ثمرات دنیوی دین، بر جذابیت اندیشه دینی برای اقشاری از افراد جامعه به شدت افزود. البته قرآن نیز در طرح موضوع‌های دینی از این شیوه سود می‌جوید. به عنوان مثال، قرآن در داستان‌های مختلفی که بیان می‌دارد، دینداری و بی‌دینی را از لحاظ آثار آن‌ها در جامعه و تاریخ مورد توجه قرار می‌دهد و یا به صراحت بیان می‌دارد: «نماز (آدمی را) از فحشا و منکر باز می‌دارد»، «خداوند هیچ جامعه‌ای را تغییر نمی‌دهد، مگر آن که مردمش از درون تغییر کنند» و مانند آن. اما به دلیل افق کوتاه دید بسیاری از مسوولان فرهنگی جامعه، تبلیغات آنان در مسایل عقلی و استدلال‌های تبدیلی محدود شده است، حال آن که در میان مردم، اقشار قابل ملاحظه‌ای وجود دارند که یا صرفاً طرفدار استدلال‌های مبتنی بر فواید اجتماعی امور هستند یا در کنار استدلال‌های تبدیلی، استدلال‌های مزبور نیز آنان را دلگرم‌تر کرده، در جهت بخشی بدان‌ها مؤثر واقع می‌آید.

مختاریان‌پور و گنجعلی (۱۳۹۰)، در همین ارتباط می‌نویسند:

«به عنوان پیشنهاد اجرایی در مورد مسأله پوشش جوانان، می‌توان از دو عنصر فرهنگ اسلامی و ایرانی به عنوان مکمل یکدیگر استفاده کرد:

۰۱ براساس فرهنگ اسلامی، حیا و عفت به عنوان نشانه‌ای از سلامت فردی و خانوادگی تلقی شده و عدم رعایت آن توسط افراد، تقبیح شده و نه تنها ایمان و تقوا، بلکه سلامت اولیه آن‌ها را زیر سوال می‌برد. بر این اساس در این مرحله از فرایند نهادی کردن حجاب در جامعه، بایستی این امر به طور غیرمستقیم در فیلم‌ها، مطبوعات و دیگر رسانه‌ها برای بزرگ‌سالان و در برنامه‌های کودک، پویانمایی‌ها، کتاب‌های درسی و... برای کودکان تبلیغ شده و بی‌حجابی آن چنان در چشم آن‌ها زشت نمایانده شود که آن را نشانه بی‌فرهنگی تلقی کنند و بدین ترتیب نه تنها خود از آن تبعیت کنند، بلکه در تعامل‌های خود با دیگران، باعث شوند آنان نیز به رعایت این هنجار دست بزنند.

۰۲ استفاده از ظرفیت فرهنگ کهن و باستانی ایران در اصلاح وضعیت حجاب، موضوعی است که کمتر به آن توجه شده است. اگر در ساختن واقعیت اجتماعی حجاب، از دریچه فرهنگ باستانی ایرانی با جامعه تعامل شود، شهروندان حساسیت کم‌تری بدان داشته و آمادگی بسیار بیش‌تری برای پذیرفتن و عمل بر اساس آن را دارا هستند، بنابراین لازم است برای نهادینه کردن فرهنگ عفاف و حجاب، از ظرفیت فرهنگ غنی ایرانی که در آن از یک سو زنان همواره و حتی پیش از اسلام دارای پوشش و حجاب بوده‌اند، و از سوی دیگر غیرت مردان در حفظ ناموس از نگاه نامحرم‌ان به عنوان مؤلفه‌ای ناب

۱. در مورد پژوهش حاضر باید بیان داشت، وقتی نگارنده نتایج پژوهش میدانی خود را طی مقاله‌ای برای همایش حجاب وزارت ارشاد اسلامی ارسال داشت، مسوولان همایش بدون توجه به این که مقاله زاویه دید جدیدی را در زمینه جذابیت فیزیکی، پوشش، آرایش و مدگرایی مطرح می‌سازد، با این استدلال که حجم صفحات مقاله زیاد می‌باشد، حاضر به نشر آن در مجموعه مقالات همایش نشدند!

و غیرقابل جایگزینی وجود داشته، در قالب‌های مختلف رسانه‌ای استفاده کامل شود. لازمه توفیق در این عرصه نیز تقویت هویت و اعتماد به نفس ملی است تا آحاد جامعه به ایرانی بودن خود افتخار کنند و عمل براساس شیوه گذشتگان خود را مایه مباهات بدانند.

خواجه نوری، روحانی و هاشمی (۱۳۹۱) نیز در همین ارتباط می‌نویسند:

«اگر بخواهیم گرایش‌های مخالف پوشش و حجاب را کاهش داده، تمایل به پوشش مناسب را در بین دختران و زنان ایرانی تقویت کنیم، لازم است که کار فرهنگی مستمر انجام داده، مفاهیمی دیگر را که برگرفته از فرهنگ ملی و مذهبی ما است، به طور ظریف در جامعه گسترش دهیم. چنین به نظر می‌رسد که عرفان اسلامی در این میان می‌تواند سهم زیادی را برعهده گیرد.

همچنین با استفاده از موسیقی سنتی و اشاعه آن در بین جوانان در مقابل موسیقی‌هایی جدید که به طور عمده به شدت تحریک‌آمیز، خشونت‌گرا و همچنین مشوق رفتارهای خلاف عرف و ارزش‌های ملی و مذهبی هستند، می‌توان تا حدودی نیازهای جوانان را به موسیقی کاهش داد، ضمن آن که بر محتوای این نوع موسیقی‌ها نیز می‌توان کنترل بیشتری داشت. از سوی دیگر، با آگاهی بخشی به مردم و به خصوص زنان و دختران، می‌توان آن‌ها را از نتایج خطرناکی که توجه بیش از حد به بدن می‌تواند برای خودشان و جامعه در ابعاد آسیب‌های اجتماعی و بهداشتی داشته باشد، بر حذر داشت. همچنین، باید سعی کرد تا معانی مفاهیمی، همچون زیبایی، موزون بودن و مانند آن‌ها را که اکنون با لاغری و مانند آن مرتبط شده‌اند، جدا کرده، بار دیگر آن‌ها را با مفاهیمی همچون وقار، پوشش و مانند آن مرتبط ساخت.

پژوهش ما نشان می‌دهد، کسانی که شاخصه سبک زندگی آن‌ها موسیقی سنتی است، تمایل بیشتری به پوشیدگی از خود نشان داده‌اند. احتمالاً از دلایل اصلی این امر محتوای موسیقی سنتی است که سرشار از مفاهیم عرفانی - اسلامی است. در موسیقی سنتی الحان و اشعار به کار گرفته شده، سرشار از مفاهیمی است که کم توجهی به بدن، توجه به معنویات و به خصوص عشق الهی را در بر می‌گیرند. برای مثال، مولوی در کتاب مثنوی می‌گوید:

جان کشیده سوی بالا بال‌ها تن زده اندر زمین چنگال‌ها.

و یا:

خواجه می‌نالد که ماند از قافله خنده‌ها دارد از این ماندن خرش.

بر این اساس، کسانی که به این نوع موسیقی گرایش پیدا می‌کنند، مسایل را بیشتر از جنبه عرفانی آن نگاه کرده، کمتر به ظواهر تعلق خاطر پیدا می‌کنند. بنابراین، برای آن‌ها بدن و جسم خاکی مرکبی است که باید تنها سالم نگه داشته شود تا خواجه را به مقصدش برساند و لاغیر».

بنابراین با اختصاص یافتن عرضه مقوله‌های پوشش، آرایش و به کارگیری زیورآلات^۱ در محیط خانه، در مرتبه نخست با افزایش جذابیت‌های بین فردی در خانه، خانواده از استحکام بیش‌تری برخوردار شده، بهداشت روانی جامعه نیز حفظ خواهد شد و در مرتبه بعد جامعه‌ای که از التهاب‌های جسمانی خالی شده است، به مثابه عرصه مناسبی جهت اعتلای ارزشی و رشد معنوی افراد را فراهم کرده، از ثمرات و نتایج مبارک و میمون آن برخوردار خواهد شد.

به حمد و کرمش شب قدر به انجام رسید.

۱. با اختصاص یافتن عرضه مقوله‌های پوشش، آرایش و به کارگیری زیورآلات در محیط منزل، به میزان زیادی تب تند مُد و مُدگرایی نیز در جامعه فروکش کرده، افراد از فشار اقتصادی و ابتدالی که به دلیل همراهی با مُد با آن روبرو هستند، نجات خواهند یافت.

منابع و مأخذ

- آزاد ارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). بدن به مثابه رسانه هویت. جامعه‌شناسی ایران. دوره چهارم. شماره ۴. ۷۵-۵۷.
- آقایانی چاوشی، اکبر؛ طالبیان، داوود؛ حبیبی، مهدی؛ دهاقین، وحیده و سادات انوری، سمیه (۱۳۸۹). دیدگاه جوانان و میان‌سالان در مورد حجاب برتر. مجله علوم رفتاری. دوره ۴. شماره ۱. بهار ۱۳۸۹. ۷۷-۸۱.
- احمدی، خدابخش؛ بیگدلی، زهرا؛ مرادی، آزاده و سیداسماعیلی، فتح‌الله (۱۳۸۹). رابطه اعتقاد به حجاب و آسیب‌پذیری فردی، خانوادگی و اجتماعی. مجله علوم رفتاری. دوره ۴. شماره ۲. تابستان ۱۳۸۹. ۹۷-۱۰۲.
- اورنگای گاست، خوزه (۹). درباره عشق. ترجمه سیدمهدی ثریا. ۱۳۸۰. تهران: جوانه رشد.
- ایلخانی پورنادری، علی؛ شجاعی باغینی، محمدمهدی (گردآورنده) (۱۳۸۹). پوشش و حجاب، رویکردی جامعه‌شناختی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- بلالی، اسماعیل و افشارکهن، جواد (۱۳۸۹). زیبایی و پول: آرایش و جراحی. مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان). بهار ۱۳۸۹. ۱۲ (۴۷ گروه اجتماعی). ۹۹-۱۴۰.
- بی.بی.سی (خرداد ۱۳۹۳). بازبینی‌شده در ۱۰ ژوئن ۲۰۱۴). پورنوگرافی با اندازه مغز چه ارتباطی دارد؟ بیات، بهرام؛ ذوالفقاری، حسین (۱۳۸۹). بررسی نگرش مسوولان و نخبگان جامعه نسبت به پدیده بدحجابی. در علی ایلخانی پورنادری و محمدمهدی شجاعی باغینی (گردآورنده). پوشش و حجاب، رویکردی جامعه‌شناختی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- پایدار، ابوالقاسم. (۱۳۲۴). نهج الفصاحه. تهران: جاویدان.
- پیلتن، فخرالسادات و طالبی، حسین (۱۳۹۲). بررسی عوامل اجتماعی گرایش به مُد در بین نوجوانان (مورد مطالعه دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهر میناب). مطالعات جامعه‌شناسی جوانان. پاییز ۱۳۹۲. ۴(۱۱). ۶۴-۴۹.
- تانن، دبورا (۹). مرا نمی‌فهمی، تو هم مرا نمی‌فهمی. ترجمه مهدی قراچه‌داغی و زهره فتوحی. چ ۶. ۱۳۸۱. تهران: دایره.
- توسلی، غلامعباس و مدیری، فاطمه (۱۳۹۱). بررسی گرایش زنان به جراحی زیبایی در شهر تهران. مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان (مطالعات زنان). بهار ۱۳۹۱. ۱۰(۱۱) (پیاپی ۳۰). ۶۱-۸۰.
- جاوید، محمدجواد (گردآورنده) (۱۳۸۸). تأملی بر مفهوم حجاب در ادیان الهی. چ ۲. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- جودی، اکرم (۱۳۸۸). وضع پوشش و جایگاه زنان در ایران باستان. در محمدجواد جاوید (گردآورنده). تأملی بر مفهوم حجاب در ادیان الهی. چ ۲. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- جودی، اکرم (۱۳۸۹). پایگاه اجتماعی زنان و عوامل مؤثر بر آن در ایران باستان. در علی ایلخانی پورنادری و محمدمهدی شجاعی باغینی (گردآورنده). پوشش و حجاب، رویکردی جامعه‌شناختی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- حجازی، قدسیه (۱۳۴۵). ازدواج در اسلام. تهران: نشر هدایت افکار زن.

حداد عادل، غلامعلی (۱۳۷۴). فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی. ج ۶. تهران: سروش.
حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۳ هجری قمری). وسایل الشیعه. تحقیق عبدالرحیم ربانی شیرازی. ج ۱ و ۱۴.
بیروت: دار احیاء التراث العربی.

حسینی دوست، سیدمرتضی (۱۳۷۹). بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی نسبت به پوشش زنان و عوامل اجتماعی. رساله درسی. دانشگاه علامه طباطبائی.

حق شناس، سیدجعفر (۱۳۸۶). حجاب در آیات قرآن با نگاهی به روایات. فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان. سال نهم، شماره ۳۶. تابستان ۱۳۸۶. ۵۱-۸۸.

خواجه نوری، بیژن؛ روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۱). گرایش به حجاب و سبک‌های متفاوت زندگی. مطالعه موردی زنان شیراز. جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و سوم. شماره پیاپی (۴۷). شماره سوم. پاییز ۱۳۹۱. ۱۴۱-۱۶۶.

ذبیحی، معصومه (۱۳۸۸). وضع پوشش و مسایل زنان در آیین یهود. در محمدجواد جاوید (گردآورنده). تأملی بر مفهوم حجاب در ادیان الهی. ج ۲. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

رجالی، مهری؛ مستأجران، مهناز و لطفی، مهران (۱۳۹۱). نگرش دانشجویان دختر دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نسبت به حجاب و پوشش زنان و برخی از عوامل مؤثر بر آن. تحقیقات نظام سلامت. سال هشتم. شماره ۳. مرداد و شهریور ۱۳۹۱. ۴۳۰-۴۲۴.

رجبی، سوران (۱۳۸۹). بررسی میزان رعایت حجاب برتر در دانشجویان و تأثیر آن بر شادکامی. دو فصلنامه علمی ترویجی بانوان شیعه. سال ۷. شماره ۲۵.

رحیمی سجاسی، مریم؛ عزلتی مقدم، فاطمه (۱۳۸۹). پوشش و تنگناهای هویت‌یابی. در علی ایلخانی پورنادری و محمدمهدی شجاعی باغینی (گردآورنده). پوشش و حجاب، رویکردی جامعه‌شناختی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

رستگارخالد، امیر؛ محمدی، میثم و نقی‌پور ایوکی، سحر (۱۳۹۱). کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره. مطالعات راهبردی زنان. فصلنامه شورای فرهنگی-اجتماعی زنان و خانواده. سال چهاردهم. شماره ۵۶. تابستان ۱۳۹۱. ۸۲-۷.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶). توسعه و تضاد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸). آنومی یا آشفتگی اجتماعی. تهران: سروش.

زاهدی، عبدالرضا؛ امرایی، ایوب و نظریگی، مریم (۱۳۸۹). روش قرآن کریم در نهادینه‌سازی عفاف و حجاب. مطالعات راهبردی زنان. سال سیزدهم. شماره ۴۹. پاییز ۱۳۸۹. ۱۰۶-۴۹.

زین‌آبادی، مرتضی (۱۳۸۶). جامعه‌پذیری حجاب. کتاب زنان. سال دهم. شماره ۳۸. زمستان ۱۳۸۶. ۲۱۸-۱۸۰.

ستاری، جلال (۱۳۷۵). سیمای زن در فرهنگ ایران. تهران: مرکز.

سجادی، سید ابراهیم (۱۳۹۳). قرآن و فلسفه حجاب. www.maarefequran.org.

شارع‌پور، محمود؛ تقوی، سیده زینب و محمدی، مهدی (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر برگرایش به حجاب. مطالعه موردی: گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره پنجم. شماره ۳. پاییز ۱۳۹۱. ۱-۲۹.

- شوکتی، آیت و حاجی قاسملو، فاطمه (۱۳۹۰). حجاب در ملل، ادیان و مذاهب. فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ. سال دوم. شماره ۷. بهار ۱۳۹۰. ۱۰۷-۹۵.
- صفرزاده، سحر (۱۳۸۹). نقش حجاب زنان در سلامت روانی اجتماع و راهکارهای مقابله‌ای با فرهنگ بدحجابی. زن و فرهنگ. زمستان ۱۳۸۸. ۱ (۲). ۷۱-۵۹.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۴۶). تفسیر المیزان. ج ۳. چ ۲. ترجمه محمدتقی مصباح. قم: دارالعلم.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۶۳). تفسیر المیزان. ج ۲۶. ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی. تهران: محمدی.
- طبرسی، رضی الدین ابونصرالحسن بن الفضل (قرن ۶ ه. ق.). مکارم الاخلاق. ترجمه سیدابراهیم میرباقری، ج ۱ و ۲. تهران: فراهانی.
- عظیمیان، مریم و بهشتی، سعید (۱۳۸۸). بررسی فلسفه و قلمروی حجاب در اسلام و آثار تربیتی آن. دو فصلنامه علمی- پژوهشی تربیت اسلامی. سال چهارم. شماره ۸. بهار و تابستان ۱۳۸۸. ۱۰۳-۷۵.
- غروی ناینی، نهله و عامری، وحیده (۱۳۸۶). پویایی در معنا و مفهوم حجاب. کتاب زنان. سال نهم. شماره ۳۶. تابستان ۱۳۸۶. ۱۳۷-۱۱۳.
- فاضلی، نعمت الله (۱۳۸۶). دفاع از پورنوگرافی. وب‌نوشت. ۱۳۸۶/۶/۹.
- فاضلیان، پوراندخت (۱۳۸۹). بررسی رابطه نوع حجاب و میزان امنیت اجتماعی در بین زنان شهر تهران. پژوهش نامه زنان. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال اول. شماره دوم. پاییز و زمستان ۱۳۸۹. ۸۶-۶۵.
- کلباسی اصفهانی، فهمیه (۱۳۸۸). حجاب در اندیشه مسیحیت قدیم. در محمدجواد جاوید (گردآورنده). تأملی بر مفهوم حجاب در ادیان الهی. چ ۲. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- کلینی رازی، ابی جعفر (۱۳۸۸ هجری قمری). کافی. تحقیق علی اکبر غفاری. تهران: دارالکتب اسلامی.
- کلینی، ثقه الاسلام (۱۳۶۲). فروع من الکافی. ج ۵. تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- کیوان آرا، محمود؛ قربانی، رسول و ژبان پور، مهدی (۱۳۸۹). کشر بندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی. مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان). بهار ۱۳۸۹. ۱۲ (۴۷) (گروه اجتماعی): ۷۳-۹۸.
- گواهی، زهرا (۱۳۶۹). سیمای زن در آئینه فقه. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ ه. ق.). بحار الانوار. بیروت: دار احیاء التراث.
- محبوبی منش، حسین (۱۳۸۶). تحلیل اجتماعی مسأله حجاب. فصلنامه شورای فرهنگی - اجتماعی زنان. سال دهم. شماره ۳۸. زمستان ۱۳۸۶. ۱۳۴-۹۱.
- مختاریان پور، مجید و گنجعلی، اسدالله (۱۳۹۰). نهادی سازی عفاف و حجاب در جامعه، رویکردی فرایندی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره چهارم. شماره ۲. تابستان ۱۳۹۰. ۱۵۱-۱۱۷.
- مرقی کاشانی، افضل الدین محمد (قرن ۷ هجری). مصنفات. به تصحیح مجتبی مینوی و یحیی مهدوی. ۱۳۶۶. تهران: دانشگاه تهران.
- مصطفوی، سیدجواد (۱۳۶۴). بهشت خانواده. چ ۳. قم: دارالفکر.
- معصومی، سیدمسعود (۱۳۷۲). احکام روابط زن و مرد. تهران: دفتر تبلیغات اسلامی.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۹). سبک زندگی، هویت اجتماعی و تغییر الگوی پوشش زنان. در علی ایلخانی پورنادری و محمد مهدی شجاعی باغینی (گردآورنده). پوشش و حجاب، رویکردی جامعه‌شناختی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- ملا ابراهیمی، عزت؛ بهرامیان، مسعود و زارع درنیایی، عیسی (۱۳۸۹). حجاب در ایران باستان. پژوهش نامه زنان. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال اول. شماره ۲. پاییز و زمستان ۱۳۸۹. ۱۲۵-۱۱۱.
- منصور، محمود؛ دادستان، پریخ و راد، مینا (۱۳۶۵). لغت‌نامه روان‌شناسی. تهران: ژرف.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۲ الف). نقش اسوه‌ها در حفظ فرهنگ جبهه‌ها. همایش بنیاد حفظ آثار دفاع مقدس.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۲ ب). عوامل مؤثر در تحول‌های شخصیتی جوانان انقلاب اسلامی. سمینار تهاجم فرهنگی وزارت ارشاد.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۴). کنترل سیاسی و کنترل درونی. سمینار توسعه فرهنگی. وزارت ارشاد اسلامی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۸). بررسی الگوهای برخورد با خرده فرهنگ جوانان. سمینار نقش و جایگاه دولت در توسعه فرهنگی. سازمان برنامه و بودجه.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۹). نگاه دوباره‌ای به روند جامعه‌پذیری جوان انقلاب اسلامی. همایش بررسی علل و عوامل تقدم مصالح جمعی بر منافع فردی. اداره کل فرهنگ ارشاد اسلامی تهران.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۱ الف). جامعه‌پذیری ضد جامعه‌پذیری. مجموعه مقالات همایش آسیب‌شناسی تربیت دینی. تهران: محراب قلم.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۱ ب). بن‌بست آرمان‌گرایی. همایش ملی مهندسی اصلاحات در آموزش و پرورش. وزارت آموزش و پرورش. ۲۰ و ۲۱ خرداد ماه ۱۳۸۱.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۲ الف). بحران هویت دختران. گزارش تحقیق، چاپ نشده. پژوهشکده علوم انسانی- اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۲ ب). مقاومت فرهنگی. گزارش تحقیق، چاپ نشده. پژوهشکده علوم انسانی- اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ الف). روان‌شناسی نسل سوم انقلاب. گزارش پژوهش. شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ ب). رفتارشناسی جوان در دهه‌های سوم و چهارم انقلاب. تهران: پژوهشکده علوم انسانی- اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ پ). روان‌شناسی جوانان ایران بعد از انقلاب. مجموعه مقالات «جوانان و مناسبات نسلی در ایران». تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ ج). هنجارآفرینی‌های جدید جوان انقلاب اسلامی: راه پیوند یا گسست؟ همایش ملی مناسبات نسلی در ایران. پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی. بهمن ۱۳۸۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ د). از مقاومت فرهنگی تا مقاومت قهرآمیز. همایش ملی مناسبات نسلی در ایران. پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی. بهمن ۱۳۸۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ ل). فرصت‌ها و تهدیدها در جهانی شدن. همایش ملی جهانی شدن و تعلیم و تربیت. دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران. اردیبهشت ۱۳۸۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ و). از هویت ایدئولوژیک تا هویت متعارض. گزارش پژوهش. مرکز مشارکت امور زنان.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ ی). تفاوت‌های نسلی در گذر جهانی شدن. همایش ملی مناسبات نسلی در ایران. پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی. بهمن ۱۳۸۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۸ الف). چتروم‌های ایرانی، جوانان و اولیا. تهران: جهاددانشگاهی دانشگاه تهران.

- منطقی، مرتضی (۱۳۸۸ ب). در راه پیوند نسلی. مجموعه مقالات کندوکاو در مسایل جوانان و مناسبات نسلی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۹). تحلیل محتوای کلیپ گوشی تلفن همراه دانشجویان دختر دانشگاه تربیت معلم. ارایه شده به پنجمین همایش بهداشت روانی دانشجویان. دانشگاه شاهد. اردیبهشت ۱۳۸۹.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۰). زن شرقی، مرد غربی: روان‌شناسی اختلافی زن و مرد. تهران: بعثت.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۲). بررسی دلایل افزایش یا کاهش دینداری دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه خوارزمی. پژوهش‌های کاربردی روان‌شناسی. فصل‌نامه علمی- پژوهشی مؤسسه روان‌شناسی و علوم تربیتی. تابستان ۱۳۹۲.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ الف). چالش‌های کاربردی از فضای مجازی در ایران. ارایه شده در هشتمین همایش علمی دفتر همکاری حوزه‌های علمیه و آموزش و پرورش. تربیت اسلامی و فضای مجازی: چالش‌ها و راهکارها. قم. اردیبهشت ۱۳۹۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ ب). بررسی نگرش دانشجویان به کاربردی از فن‌آوری‌های ارتباطی فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و ماهواره. ارایه شده در هفتمین همایش بهداشت روان دانشجویان. اردیبهشت ۱۳۹۳. دانشگاه صنعتی اصفهان.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ ج). ضرورت بسترسازی فرهنگی در کاربردی دانشجویان از شبکه اجتماعی وی‌چت (چت مبتنی بر تلفن همراه). ارایه شده در هفتمین همایش بهداشت روان دانشجویان. اردیبهشت ۱۳۹۳. دانشگاه صنعتی اصفهان.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ چ). شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در دانشجویان. ارایه شده در هفتمین همایش بهداشت روان دانشجویان. اردیبهشت ۱۳۹۳. دانشگاه صنعتی اصفهان.
- مهدیه، امید (۱۳۸۹). عوامل فرهنگی مؤثر بر ترویج حجاب در دانشگاه. در علی ایلخانی پورناداری و محمدمهدی شجاعی باغینی (گردآورنده). پوشش و حجاب، رویکردی جامعه‌شناختی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- میرساردو، طاهره؛ کلدی، علیرضا و عطایی، بهناز (۱۳۸۹). رابطه بین عوامل اجتماعی- فرهنگی و گرایش زنان به جراحی زیبایی در بین زنان شهر کرج. زن و مطالعات خانواده زمستان ۱۳۸۹. ۳ (۱۰). ۱۴۵-۱۶۴.
- لاسر، مارک (۲۰۰۹/۱۱/۲۴). هرزه‌نگاری در اینترنت. ترجمه شهریار ساجد. <http://galenet.Galegroup.com>
- نوری، میرزاحسین (۱۴۰۷ ه. ق). مستدرک. قم: مؤسسه آل‌بیت.
- ولیس، پاتریشیا (؟). روان‌شناسی اینترنت. ترجمه بهنام اوحدی، فضل‌الله قنادی و حمیرا صفوی همای. ۱۳۸۲. اصفهان: نقش خورشید.

Aharon, I.; Etcoff, N.; Ariely, D.; Chabris, C. F.; O'Connor, E. & Brieter, H. C. (2001). Beautiful faces have variable reward value: fMRI and behavioural evidence. *Neuron*, 32, 537-551.

Baron, R. A. & Byrne, D. (1991). *Social psychology*. Sixth Ed. Allyn and Bacon.

Beaulieu, D. A. (2007). Avoiding costly mating mistakes. Ovulatory shifts in personal mate value assessment. *Journal of social and personal relationships*, 24, 441-455.

Bitsika, V.; Sharpley, C. F.; Christie, D. R. H. (2010). «What Made Me Unhappy». Experiences of, and Responses to, Lifestyle Changes in Breast Cancer Patients.

Brehem, S. S. & Kassin, S. M. (1990). *Social psychology*. Second Ed. Boston: Houghton Mifflin.

British Journal of Guidance & Counselling, v38 n2 p179-189 May 2010

Burton, D. & Meezan, W. (2004). Revisiting recent research on social learning theory as an ethiological proposition for sexually abusive male adolescents. *Journal of evidence-based social work*. V 1 (1). 41-81.

Chen, Hong; Jackson, Todd (2009). Predictors of Changes in Body Image Concerns of Chinese Adolescents. *Journal of Adolescence*, v32 n4 p977-994 Aug 2009

Demare, D.; Lips, H. M. & Briere, L. (1993). Sexual violent pornography, anti-woman attitudes and sexual aggression: A structural equation model. *Journal of research in personality*. Sep 1993, V27 (3), 285-300.

Franzoi, S. L. (2013). *Social psychology*. 15th Ed. London: Mc Graw Hill.

Hamill, J. (2008). Internet porn encourages teenagers to have sex early. *Sunday Herald*. V 345.

Hawley, P. H.; Johnson, S. E.; Mize, J. A.; McNamara, K. A. (2007). Physical Attractiveness in Preschoolers: Relationships with Power, Status, Aggression and Social Skills. *Journal of School Psychology*, v45 n5 p499-521 Oct 2007

Hunsberger, B.; Cavanagh, B. (1988). Physical Attractiveness and Children's Expectations of Potential Teachers. *Psychology in the Schools*, v25 n1 p70-74 Jan 1988

Langlois, J. H.; And Others (1990). Infants' Differential Social Responses to Attractive and Unattractive Faces. *Developmental Psychology*, v26 n1 p153-59 Jan 1990

Lee, A. & Morrison, D. (2007). Television viewing and rape myth acceptance among college woman. *Sex rols*. Jun 2007, V 56 (11/12), 729-739.

Mahta, S. (2010). Commodity culture and porous socio-religious boundaries: Muslim woman in Delhi. *South Asia research*. Vol 30, No 1, PP. 1-24.

Malamuth, N. M. & Donnerstein, E. (1987). *Pornography and sexual aggression*. London: Academic press.

Mann, J. ; Sidman, J. & Starr, S. (1973). Evaluating social consequences of erotic films: An experimental approach. *Journal of social issues*. Sep 1973, V 29 (3). 113-131.

Martinez, D. C.; And Others (1982). Review and Extension of the What-Is-Beautiful-Is-Good Hypothesis: Inclusion of Machiavellianism. Paper presented at the Annual Convention of the Am.

Meiners, M. L.; Sheposh, J. P. (1976). *Beauty or Brains: Which Image for Your Mate*.

Myers, D. G. (1988). *Social psychology*. Second Ed. London: Mc Graw Hill.

Myers, D. G. (2013). *Social psychology*. 11th Ed. London: Mc Graw Hill. Paper presented at the Annual Conference of the Am.

Pines, A. M. (2005). *Falling in love*. Second Ed. New York: Routledge.

Sachs, D. H. & Duffy, K. J. (1976). Effect of modeling on sexual imagery. *Journal of archives of sexual behavior*. Jul 1976, 5, 4, 301-311.

Sanderson, C. A. (2010). *Social psychology*. London: John Wiley & Sons.

Santrock, J. W. (2010). *Adolescence*. 12 th. New York: Mc Graw Hill.

Sears, D. D. ; Peplau, A. ; Freedman, J. L. & Taylor, S. E. (1988). *Social psychology*. Sixth Ed. New York: Prentice-Hall.

Seto, M. & Lalumiere, M. (2010). What is so special about male adolescent sexual offending? A review and test of explanations through meta-analysis. *Psychological bulletin*. Jul 2010. V 136 (4). 526-575.

Sheposh, J. P.; And Others. (1976). The Radiating Effects of Status and Attractiveness of a Male upon Evaluations of his Female Partner. Paper presented at the Annual Meeting of the Weste.

Tsai, Chia-Ching; Chang, Chih-Hsiang (2007). The Effect of Physical Attractiveness of Models on Advertising Effectiveness for Male and Female Adolescents. *Adolescence (San Diego): an international quarterly devoted to the physiological, psychological, psychiatric, sociological, and educational aspects of the second decade of human life*, v42 n168 p827 Win 2007

Taylor, M. & Quayle, E. (2003). *Child pornography*. New York: Brunner-Routledge.

Wade, T. J. (1996). The Relationships Between Skin Color and Self-Perceived Global, Physical, and Sexual Attractiveness, and Self-Esteem for African Americans. *Journal of Black Psychology*, v22 n3 p358-73 Aug 1996