

# نقش زنان در تبلیغ و ترویج مدگرایی افراطی در

## جامعه\*

هاجر علیرضایی\*\*

### چکیده

مد و مدگرایی پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع بشری وجود داشته است اما باتوجه به استقبال زیاد گروه‌های مختلف جامعه و گاهاً پیروی‌های افراطی از مد و آسیب‌های ناشی از آن، همیشه مورد توجه اندیشمندان و صاحب‌نظران بوده است.

نقش زنان به عنوان نیمی از جامعه انسانی و کارکرد تربیتی ایشان در مسئله مادر بودن، در حوزه مد بسیار مهم و قابل توجه است. این مسئله زمانی مهم‌تر جلوه می‌کند که مشاهده می‌کنیم زنان دچار مدگرایی افراطی، آسیب‌های جبران‌ناپذیر اولاً به سلامت روحی و جسمی خود و ثانیاً به فرزندان که نسل آینده جامعه را تشکیل می‌دهند، وارد می‌کنند. این داستان با نابودی خانواده که یکی از ارکان اساسی جوامع به حساب می‌آید و در نتیجه انحطاط و نابودی جوامع پایان می‌یابد. بنابراین مطالعه در زمینه مد و نقش زنان در تبلیغ و ترویج مد افراطی بسیار اهمیت می‌یابد.

در این مقاله برآن شدیم تا نقش زنان در تبلیغ و ترویج مد افراطی را مورد بررسی قرار دهیم. برای رسیدن به این مهم ابتدا مد را تعریف کردیم و با جمع‌بندی تعریف میزان افراط در مد را مشخص کردیم سپس به نقش زنان در مراحل مختلف ظهور مد پرداختیم تا به چرایی و چگونگی نقش زنان در تبلیغ مد افراطی برسیم.

### واژگان کلیدی

زنان، ترویج، مد، مدگرایی، افراط.

---

\*. تاریخ دریافت مقاله ۹۶/۲/۲۹ تاریخ پذیرش ۹۶/۴/۸

\*\* دانش‌پژوه کارشناسی ارشد علوم قرآن و حدیث جامعه‌المصطفی عَلَيْهِ السَّلَام العالمیه.

## مقدمه

یکی از مسائل جوامع امروز مد و مدگرایی است. مدگرایی فی نفسه مذموم نیست. زیرا باعث تنوع و پویایی روح و جسم می‌شود اما اگر مدگرایی از حالت تعادل خارج شود و راه افراط به پیش گیرد و یا با هنجارها و موازین عقلی و شرعی موافقت نکند مذموم شمرده می‌شود. امروزه مدگرایی یکی از صلاح‌های شبیخون فرهنگی شمرده شده است. و دولت‌های سرمایه‌دار و افراد سودجو به واسطه این صلاح به اهداف خود می‌رسند. به این صورت که مد یا الگوی فرهنگی مورد نظر خود را آرام و آهسته ولی پیوسته به حریم خانه‌ها و فرهنگ‌ها نفوذ می‌دهند و سپس جریان فکری و یا اعتقادی مورد نظر و منفی ایشان با پیروی از مد در سراسر وجود انسان به ویژه احساس و عقل و اندیشه رسوخ پیدا می‌کند. و موجب گرایش مدگرایان به سمت ایشان و پیروی از افکار تباه آلودشان می‌شود.

در این راستا توجه بیشتر دشمن به سمت جامعه زنان است. زیرا زنان با توجه به اینکه تربیت‌دهنده نسل بعدی هستند در سطح وسیع‌تری مروج و مبلغ مدهای مورد نظر دشمنان می‌شوند. این درحالی است که جامعه زنان درباره این مسائل ناآگاه هستند و در ناآگاهی کامل به دست خود، خود، جامعه فرهنگ و نسل بعد خود را قربانی اهداف دشمنان می‌کنند. بنابراین مطالعات، در مورد مدگرایی جامعه زنان و دادن آگاهی به زنان، بسیار حائز اهمیت است.

در این پژوهش برآنیم تا نقش زنان را در تبلیغ و ترویج مد افراطی مورد بررسی قرار دهیم تا به راهکارهایی درجهت مبارزه با مدگرایی افراطی زنان دست یابیم.

## ۱. مفهوم شناسی

### ۱-۱) مفهوم شناسی مد

مد واژه‌ای فرانسوی و به معنای اسلوب، عادت، شیوه، روش، رسم است. (بهشتی، ۱۳۷۰:

۹۷۱).

معادل انگلیسی مد واژه Fashion است به معنای فرم هر چیز، شیوه و روش معمول هر فرد، چگونگی عملکرد، سبک لباس و روش استفاده از آن لباس، سبک رایج در یک دوره زمانی و جایگاه اجتماعی است که با توجه به نوع لباس پوشیدن مشخص می‌شود. (معین، ۱۳۸۷؛ ج ۳/۳۹۵۷).

## ۲-۱) اصطلاح شناسی مد

به طور معمول مد به الگوهای رفتاری، گفتاری و جلوه‌های زندگی گفته می‌شود که در هر دوره باب می‌شود (شایان مهر، ۱۳۷۷: ۴۸۲). و اما آنچه امروزه بیشتر در جوامع بروز دارد شیوه‌ها و مدل‌های آرایش و پوشاک و تکه کلام‌هایی است که مراجع مد رواج می‌دهد اکثر مراجع مد هنرمندان عرصه سینما و هنر و ورزش هستند.

## ۳-۱) مفهوم شناسی مدگرا

به رعایت کننده سبک روز و کسی که بر اساس مد و رسم معمول روز جامعه رفتار می‌کند مدگرا می‌گویند. (حییم، ۱۳۸۱: واژه Fashionable). به تعبیر دیگر مدگرایی تلاشی برای تقلید از نحوه آراستن، سخن گفتن و رفتار کردن و شبیه ساختن خود به وضعیت ظاهری فردی دیگر است. (بافکار و کرباسیان، ۱۳۹۰: ۱۷).

## ۴-۱) جمع بندی

با توجه به آنچه از تعارف مد و مدگرایی گفته شد می‌توان چنین نتیجه گرفت که: مد پدیده‌ای اجتماعی و الگوی رفتاری است که در جامعه رخ می‌دهد.

به معنای سبک و اسلوب، در زندگی انسان است بنابراین ممکن است همه آنچه که به انسان مربوط است را، شامل شود به طور مثال، شامل نوع حرف زدن و یا سبک مهمانی دادن می‌شود، درحالی‌که اکثریت افراد جامعه فکر می‌کنند که مد فقط مربوط به سبک لباس و آرایش انسان‌ها است.

مد از ابتدای موجودیت انسان بوده است زیرا انسان‌ها از همان ابتدای زندگی به تقلید از همدیگر اسلوب‌ها و روش‌های خاصی را اجرا می‌کرده‌اند و سعی می‌کردند بیشتر شبیه هم باشند.

در قسمت تعریف گفته شد مد، تقلید و الگوبرداری است. اما چه چیز می‌تواند میزان باشد که در مسئله مد به سمت دام افراط نرویم و الگوبرداری افراد اشتباه و ضد ارزشی نباشد. آموزه‌های دینی دو معیار مناسب به ما معرفی می‌کنند یکی عقل و دیگری موازین شرعی که به واسطه قرآن و حدیث به ما رسیده است. عقل در بسیاری از موارد می‌تواند راهنمای بشریت در میزان تعادل و خارج نشدن از مرزهای افراط و تفریط باشد. قرآن کریم در آیات فراوان (انفال/۲۱) انسان‌ها را به تعقل و تفکر فرا می‌خواند و این به معنای حجیت عقل در راهنمایی انسان است. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «افکار عاقلانه‌ات تو را به راه صواب و هدایت واقعی راهنمایی می‌کند» (فلسفی، ۱۳۶۸؛ ج ۳۰۵/۲). همچنین مدگرایی اگر با موازین شرعی مخالفتی نداشته باشد، نه تنها، ممنوع نیست بلکه جایز است. چون زمینه نزدیکی بیشتر فرد را با دیگر افراد جامعه فراهم می‌کند و مانع از تمسخر فرد و انگشت‌نما شدن او می‌شود. در حدیثی از امام علی علیه السلام است که ایشان درباره شکل ظاهری افراد می‌فرمایند: «به راستی که بهترین شکل و ظاهر آن است که تو را، با مردم آمیزش دهد و در میان ایشان زیبا کند و زبانشان را از بد گویی تو باز دارد» (تمیمی آمدی، ۱۳۸۳؛ ج ۵۰۱/۱). بنابراین میزان در اینکه مد، افراطی است یا متعادل را عقل و موازین شرعی معین می‌کند.

## ۲. نقش زنان در مراحل مختلف مد

مد بر اثر یک اتفاق یا رخداد حادث نمی‌شود، بلکه مد پیامد برنامه‌ای منظم و بررسی و تحقیق در زمینه‌های گوناگون است. برای مثال یک شرکت تولیدی لباس، به رواج مدی جدید می‌اندیشد به فرآیندی دقیق و منظم برای این کار نیاز دارد تا بتواند مد مورد نظر خود را ارائه دهد. همچنین مد برای رسیدن به مرحله ظهور مرحله‌ای، را باید بگذراند. نقش زنان را در مراحل مختلف مد، مورد بررسی قرار می‌دهیم تا به این مسئله که نقش زنان در کدام مرحله پر رنگ‌تر است برسیم.

## ۲-۱) مرحله طراحی مد

برخی افراد به تنهایی و یا بعضی به عنوان بخشی از یک گروه به این حرفه مشغول هستند. البته برخی از سیاستمداران و سرمایه داران در این قسمت دست‌های پشت پرده دارند. آنان با اهداف مغرضانه و با هدف سود بیشتر و یا جایگاه سیاسی بالاتر هزینه‌های گزاف برای طراحی و آفرینش مد می‌کنند. قرآن این سودجویان را مترفانی (سبا/۳۴، زخرف/۲۰-۲۵) که با صفت‌هایی چون تکاثرجویی (حدید/۲۰) همراهند معرفی می‌کند. به‌طور مثال برخی سرمایه‌داران در جهت تکاثرجویی و سود بیشتر سعی می‌کنند مدی طراحی کنند که، به قول معروف یک بار مصرف باشد، در نتیجه تقاضای افراد برای بدست آوردن مجدد مد اتفاق بیفتد و در پایان سودرسانی حداکثری برای سرمایه‌گذار داشته باشد.

برخی سیاستمداران نیز مقادیر بسیاری هزینه می‌کنند تا مدی طراحی شود که، به واسطه آن مد فرهنگ مورد رضایت ایشان در جامعه نفوذ پیدا کند. نتیجه این که فرهنگ نفوذی در افراد نهادینه می‌شود و فرهنگ نفوذی سیاست نفوذی را می‌طلبد کاری که امروز غرب در ضمیمه مد پوشاک و آرایش یا تجمل پرستی انجام می‌دهد (حداد عادل، ۱۳۷۲: ۹). اما در کل نقش زنان در مقوله طراحی مد چندان قابل ملاحظه نیست. شاید طراحان زن مد انگشت شمار باشند، اما نقش بسزایی در گسترش و همه‌گیری مد ندارند.

## ۲-۲) تولید مد

مرحله دوم تولید مد برای رساندن به مصرف کننده را در نظر می‌گیریم. در این مرحله شرکت‌های تولیدی، از طرق روان‌سنجی و باتوجه به روحیات نوگرایی و میل به امروزی شدن بشر و براساس طرح مورد رضایت سیاستمداران و سرمایه‌گذاران برای رسیدن به اهدافشان، (هنسن، ۱۳۸۱: ۱۷) هر روز نوعی از مد خصوصاً در پخش پوشاک و آرایش را به صورت گسترده به بازار مصرف عرضه می‌کنند. البته در این مرحله نیز نقش زنان کم است. سرمایه‌گذاران، کارخانه‌داران، تاجران و تولیدکنندگان بزرگ زن که بانیان اصلی و منفعت برندگان نهایی صنعت مد هستند، به تعداد کم می‌باشند. ممکن است زنان بسیاری را به عنوان کارمند و یا کارگر جزئی در کارخانه‌ها و یا تولیدی‌ها و یا در تولید برنامه‌های

ایجادکننده مدهای رفتاری ببینید اما آنان هیچ تأثیری در نحوه کیفیت مد و یا منفعت اصلی آن ندارند.

### ۳-۲) تبلیغ و ترویج مد

در این قسمت شاهد حضور گسترده و چشم‌گیر زنان در همه ابعاد تبلیغ یک مد هستیم. چه زنانی که به صورت یک حرفه وبا عنوان مد لینگ به آن دامن زدن و چه زنانی که فردی عادی از جامعه هستند اما به دلیل مشغولیت افراطی و بیش از حد به انواع مد، بدون گرفتن اجرتی، نا آگاهانه مبلغ و مروج نوعی مد شده‌اند.

این در حالی است که زنان نقش اساسی در تربیت فرزندان و نسل بعدی جامعه را دارند. قرآن می‌فرماید: «زنان شما کشتزار شمایند» (بقره/۲۲۳). معنای آیه این است که نسبت زنان به جامعه انسانی نسبت کشتزار است به انسان کشت کار، همانطور که کشتزار برای بقای بذر لازم است، و اگر نباشد بذرها به کلی نابود می‌شود، و دیگر غذایی برای حفظ حیات و ابقای آن نمی‌ماند، همچنین اگر زنان نباشند نوع انسانی دوام نمی‌یابد، و نسلش قطع می‌شود، آری خدای سبحان تکون و پدید آمدن انسان، و یا بگو به صورت انسان در آمدن ماده را تنها در رحم مادران قرار داد. همچنین کشت نسل بعدی از دامن زنان است و در دامن زنان است که نسل‌های بعدی بشر پرورش می‌یابد و تربیت می‌شود. (همدانی، ۱۳۷۴: ج ۳۲/۲) در حدیث است که: «خداوند به فرشتگان وحی می‌کند سر بردارید و پیشانی مادر را ببینید. در پیشانی مادر لوحی مشاهده می‌کنند که صورت و قیافه و عمر و عهد و پیمان معنوی و سعادت و شقاوت و تمام شؤون زندگی طفل در آن نوشته شده است. فرشتگان آنچه در لوح ثبت است می‌نویسند و قابلیت تغییر را در آن قید می‌کنند.» (کلینی، ۱۳۸۲: ج ۱۴/۶) در این حدیث نکته‌ای جالب توجه است، اینکه لوح در بازو یا سینه مادر نیست بلکه در پیشانی مادر است. پیشانی در عین اینکه از نظر جسمی یکی از اعضاء بدن است می‌تواند کنایه از دستگاه معنوی و افکار مغز مادر باشد. بنابراین مجموعه نوشته‌های تکوینی جسم و فکر مادر زمینه ساختمان فرزند است. (فلسفی، ۱۳۶۸: ج ۱۳۹/۳) وقتی از زمانیکه طفل در شکم مادر است خلق و خوی و افکار مادر

در فرزند تأثیر دارد. به طریق اولی زمانیکه فرزند، به سن بالاتر می‌رسد و درک و تربیت‌پذیری وی بیشتر می‌شود، تقلید و الگوبرداری‌اش از مادر چندین برابر می‌شود.

در بحث پیروی از مد افراطی، اگر مادر، دچار این عارضه باشد، فرزندان نیز که تحت تربیت این او هستند الگوبرداری و تقلید می‌کنند. سپس در مدرسه و جامعه سعی به پس دادن این الگوی رفتاری می‌کنند و نوع گسترده‌ای از تبلیغ مد صورت می‌گیرد.

همچنین بسیاری از زنانی که دچار مدگرایی افراطی هستند سعی در بروز و نمایش خود یا نوعی جلوه‌گری دارند. بنابراین تلاش می‌کنند برای نشان دادن مد اخذ شده، با اقوام و خویشان و یا گروه‌های دوستانه چه در فضای واقعی و چه در فضای مجازی ارتباط وسیع و بیشتری داشته باشند. در نتیجه مبلغ و مروج نوع‌های مختلف مد، در گروه‌های مختلف اجتماعی در جامعه هستند. اینگونه است که قرآن می‌فرماید: «زینت‌هایتان را آشکار نسازید» (نور/۳۱) و باز در زمانی که، بستن خلخال به پاها مد شده بود، (سیوطی، ۱۴۰۴ق: ج ۴۴/۵) می‌فرماید: «پاهایتان را بر زمین نکوبید» (نور/۳۱).

همچنین خداوند علیم، به نتیجه اعمال آدمی کاملاً آگاه است. برای جلوگیری از نتایج شوم بسیاری از اعمال آدمی، او را به رعایت احکام خود ملتزم می‌کند و از انجام برخی کارها برحذر می‌دارد و یا برخی اعمال وی رانکوهش می‌کند. برای جلوگیری از تبلیغات گسترده مد و عواقب و نتایج شوم پس از آن است که در قرآن خود عمل نمایش و جلوه‌گری را نکوهش می‌کند و می‌فرماید: «تبرج نکنید» (احزاب/۳۳).

رسول گرامی اسلام نیز می‌فرماید: «هر که جامه‌ای برتن کند که بدان مباحثات کند و مردم بدو بنگرند، خدا به او ننگرد تا آن لباس را درآورد» (پاینده، ۱۳۸۲: ۷۰۴).

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «درخواری انسان همین بس که لباسی به تن کند یا مرکبی سوار شود که او را مشهور وانگشت نما سازد» (کلینی، بی تا: ج ۴۴/۶) علت این نکوهش‌ها دور نگهداشتن انسان از ورطه تباهی‌هایی مثل مروج و مبلغ مد دشمنان و سودجویان، می‌تواند باشد. وسفارش اکید بیشتر به سمت جامعه زنان است. زیرا چنانکه گفته شد زنان اگر به سمت مدگرایی افراطی بروند از جهت تربیت فرزندان و هم از جهت وقت بیشتر گذراندن در گروه‌های مختلف مبلغ حداکثری مد می‌شوند.

## ۴-۲) مصرف مد

مرحله چهارم مرحله مصرف مد است. سیاستمدارانی که با اهداف مغرضانه و سیاسی خود، برای سلطه هرچه بیشتر، فرهنگ خود را مد می‌کنند و به جامعه تزریق می‌کنند و یا سرمایه-دارانی که برای رسیدن به سود حداکثری، به دنبال بازار مصرف گسترده می‌باشند. این افراد برای رسیدن هرچه بیشتر به اهدافشان به دنبال مصرف‌کنندگان و مدگراهی افراطی هستند. و مشاهده می‌کنیم زنان ناآگاهانه بازیچه این اقشار سودجو می‌شوند. زنان مدگرای افراطی، نه تنها مبلغ و مروج پدیده مد در همه ابعاد آن هستند، بلکه نقش چشمگیری در مصرف مد دارند. چنانکه در روزنامه تایمز نوشته‌اند که کریستین دیور طراح نامدار مد ثروتمندان که سبک لباس‌های او برای فقیران کپی می‌شود این توان را دارد که دامن پنجاه میلیون زن آمریکایی را یک شبه بالا ببرد و یا پایین بیاورد یا هر دو کار را انجام دهد. (هنسن، ۱۳۸۱: ۱۱۳) رقم بالای این آمار نشان‌دهنده مصرف بیش از حد زنان در آمریکا از مد می‌باشد که البته این رقم‌ها برای کشورهای جهان سوم بدلائیل مختلف من جمله تجمل‌پرستی و ناآگاهی زنان و... چندین برابر است.

در این راستا، مطلبی از کتاب فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگ است، که گفتن آن خالی از لطف نیست: «نظام مبتنی بر تکاثر و افزون‌طلبی که ماشین مکنده عالم است. از همه قوا و امکانات جهان و همه نیروها و همه غرایض انسان استفاده می‌کند تا بازار تولید و مصرف را داغ‌تر سازد. و جنسیت که نیرویی طبیعی در انسان است در استخدام این نظام فزونی‌طلب و حریص قرار می‌گیرد. و اینجاست که جنسیت و اختلاف زن و مرد که در فرهنگ معنوی آیه و نشانه لطف و حکمت خداوند است، (روم/۲۱) مایه گرمی بازار و رونق دادن دکان اقتصاد سرمایه‌داری می‌شود. آنچه در فرهنگ اسلامی مایه آرامش و سکون دانسته شده است، (روم/۲۱) در دست انسان دور از معنویت و وسیله‌ای برای برافروختن هرچه بیشتر تنور خواهش می‌شود و وسیله‌ای است که باید مصرف کند و مصرف شود اقتصاد خالی از معنویت، به غیر از این دو کلمه هیچ ارزشی را به رسمیت نمی‌شناسد. زن که فقط جسم است و تن، باید مصرف‌کننده و مصرف‌شونده باشد. و این باید است که شکل لباس او را تعیین می‌کند. زن



مظلوم‌ترین قربانی سرمایه‌داری و درعین حال برنده‌ترین، سلاح دست سرمایه‌داری است» (حداد عادل، ۱۳۷۲: ۳۳).

### ۳. نتیجه‌گیری

مد نوعی الگوگیری و تقلید در انسان است که اگر افراد در آن دچار افراط و تفریط نشوند پسندیده است اما اگر از مرز تعادل خارج شود افراط است و مذموم می‌باشد. میزان در اینکه از حد تعادل در مد فراتر رفته‌ایم یا خیر، عقل و شریعت مشخص می‌کند. بنابراین در پیروی از مد و یا میزان پیروی از مد باید به این دو مرجع مراجعه شود.

در مراحل مختلف ظهور یک مد نقش زنان در مرحله تبلیغ و ترویج و مصرف مد بسیار برجسته می‌باشد. تبلیغ مد از طریق الگوبرداری و یادگیری فرزندان و ارتباط زنان با گروه‌های مختلف حقیقی و مجازی در سطح گسترده صورت می‌گیرد.

سرمایه‌داران و سیاستمداران سودجو از طرق مختلف نوعی اجبار به مصرف مد را در زنان نهادینه می‌کنند و در واقع زنان را دچار مدگرایی افراطی می‌کنند تا به بازار مصرف همیشگی و سود حداکثری خود دست یابند. باراهکارهای عنوان شده می‌توان برای پرهیز زنان از پیروی مد افراطی تلاش‌هایی انجام دهیم.

۱. زنان را به خودباوری و عزت‌نفس تشویق کنیم. زیرا یکی از دلایل گرایش زنان به بحث مد و کامیابی سودجویان از آن‌ها، نبود اعتماد به نفس و یا عزت نفس در زنان است. خداوند در قرآن می‌فرماید من از روح خود در انسان دمیده‌ام (حجر/۲۹). مطلق بودن لفظ و مقید نبودن به لفظی دیگر در این آیه به معنای این است که اشتباه است اینگونه فکر کنیم که روح خدایی فقط در مردان است و در زنان نیست یا در جنسیت مردان بیشتر و در جنسیت زن کمتر است. زنان به این خودباوری برسند که سرشار از روح خدایی هستند و توانایی‌های بسیار دارند بنابراین برای رشد و کمال هیچ‌گونه نیازی به پابندی و وابستگی به مدهای خارجی یا بیگانه و افراطی ندارند.

۲. اعتدال‌ورزی و دوری از افراط و تفریط مخصوصاً به جامعه زنان آموزش داده شود. خروج از میانه‌روی از اموری است که ممنوعیت آن از نظر شریعت اسلامی جای تردید ندارد. در قرآن کریم، آیات گوناگونی وجود دارد که بر میانه‌روی تأکید فرموده است.

خداوند متعال می‌فرماید: «در مشی و راه رفتن خود میانه‌روی کن» (لقمان/۱۹). البته در مراد از مشی، پیش گرفتن روش معتدل و دوری از افراط و تفریط دور از انتظار نیست. (هاشمی رفسنجانی و دیگران، ۱۳۷۹: ج ۳۱۳/۱۴). بنابراین آیه بر ضرورت اعتدال تأکید می‌کند. این تأکید قرآن باید در همه زندگی انسان‌ها و از جمله در بحث مد باشد، تا از گرایش زنان به مد افراطی که منجر به تبلیغ گسترده آن نیز می‌شود، جلوگیری کرد.

۳. دست‌های پشت پرده سودجو را به زنان معرفی و در این زمینه اطلاعات وسیع به جامعه زنان داده شود. سفارش ائمه علیهم‌السلام و پیامبران همیشه به علم‌آموزی و افزایش اطلاعات بوده است. پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم ختمی مرتبت حضرت محمد صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌فرمایند: «در تحصیل علم و آگاهی بکوشید که فراگرفتن آن در برابر دشمن حربه است و بوسیله علم خدا اقوام را رفعت بخشد» (حرانی، ۱۳۸۲: ۵۵).

زیرا آگاهی و احاطه علمی، ظرفیت انسان را بالا می‌برد و سبب می‌شود تا انسان به نوعی مقاومت در برابر دعوت‌های ناروا دست زند. یکی از عناصری که آگاهی به آن می‌تواند بر مقاومت انسان بیفزاید، عنصر شگردها و روش‌های دشمنان است. آگاهی از شگردها، توان خنثی‌سازی آن‌ها را در انسان ایجاد می‌کند زیرا اساساً تا انسان فرمول ترکیبی چیزی را نداند نخواهد توانست، آن را خنثی کند. بنابراین در زمینه منفعت برندگان نهایی مدها و شیوه‌های سودجویی آن‌ها، به زنان آگاهی و اطلاعات دهیم و علم ایشان را در این زمینه بالا ببریم.

۴. نسبت به پیامدهای منفی مدرگرایی افراطی مثل سلب آرامش و سلامت روانی زنان، هدر رفتن وقت انرژی و سرمایه و تبدیل شدن به مبلغ شرکت‌های خارجی و گروه‌های ضدفرهنگ به زنان آگاهی داده شود. اگر زنان جامعه نسبت به پیامدهای مد افراطی آگاه شوند گرایش کمتری نسبت به آن نشان می‌دهند زیرا آدمی از چیزی که به وی ضرر برساند، گریزان است. از همین منظر است که پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم

می‌فرمایند: «که ضرر و آسیب در اسلام نیست» (حرعاملی، ۱۴۱۲ق: ج ۳/۳۲۹). به عبارتی ضرر در اسلام مشروعیت ندارد.

## فهرست منابع

- قرآن کریم.
- بهشتی، محمد (۱۳۷۰)، **فرهنگ فارسی صبا**، تهران: نشر صبا.
- بافکار، حسین و کرباسیان، قاسم (۱۳۹۰)، **مد و مدگرایی**، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- پاینده، ابوالقاسم (۱۳۸۲)، **نهج الفصاحه**، چ چهارم، تهران: دنیای دانش.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۸۳)، **غررالحکم دررالکلم**، ترجمه سیدهاشم رسولی محلاتی، چ ششم، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۲ق)، **وسائل الشیعه**، ج ۳، قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام.
- حداد عادل، غلامعلی (۱۳۷۲)، **کتاب فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگ**، چ پنجم، تهران: سروش.
- هاشمی رفسنجانی، اکبر و دیگران (۱۳۷۹)، **تفسیر راهنما**، ج ۱۴، چ دوم، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
- حیم، سلیمان (۱۳۸۱)، **فرهنگ انگلیسی فارسی حیم**، چ سیزدهم، تهران: فرهنگ معاصر.
- سیوطی، جلال‌الدین (۱۴۰۴ق)، **درالمنثور فی تفسیر المأثور**، ج ۵، قم: کتابخانه آیت‌الله مرعشی نجفی.
- شایان‌مهر، علیرضا (۱۳۷۷)، **دایره‌المعارف تطبیقی علوم اجتماعی**، چ اول، تهران: کیهان.
- حرانی، حسن بن علی بن شعبه (۱۳۸۲)، **تحف العقول**، ترجمه احمد جنتی، تهران: امیر کبیر.
- فلسفی، محمد تقی (۱۳۶۸)، **الحدیث**، ج ۲ و ۳، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۲)، **کافی**، ترجمه سیدجواد مصطفوی، ج ۶، چ سوم، تهران: الوفاء.

— کلینی، محمد بن یعقوب (بی تا)، **فروع کافی**، ج ۶، بیروت: دارالاضواء.

— معین، محمد (۱۳۸۷)، **فرهنگ معین**، ج ۳، تهران: امیر کبیر.

— همدانی، سید محمد باقر (۱۳۷۴)، **ترجمه تفسیر المیزان**، ج ۲، چ پنجم، قم: دفتر انتشارات اسلامی حوزه علمیه قم.

— هنسن، جوزف و دیگران (۱۳۸۱)، **آرایش مد و بهره کشی از زنان**، مترجم افشنگ مقصودی، تهران: گل آذین.