

بهره جویی ابزاری از زن

سمیه پندار^۱

وسینه اغباسی^۲

مریم مهری^۳

چکیده

مسئله بهره‌جویی ابزاری از زن از مهم‌ترین چالش‌های اجتماعی و فرهنگی عصر معاصر به‌ویژه در جوامع اسلامی به شمار می‌رود. در این مقاله، با نگاهی تحلیلی به مبانی قرآنی، روایی و نهج البلاغه‌ای، ابعاد مختلف بهره‌برداری ابزاری از زن و پیامدهای آن بر هویت زن، خانواده، تربیت نسل، اقتصاد و فرهنگ بررسی شده است. نگارنده با تبیین مفهوم‌شناسی دقیق واژگانی چون «زن»، «بهره‌جویی»، «ابزار» و «کرامت انسانی» نشان می‌دهد که نادیده‌گرفتن منزلت معنوی و فطری زن در قالب‌های رسانه‌ای و اقتصادی، نوعی خشونت پنهان و مدرن علیه زن محسوب می‌شود. نتیجه پژوهش تأکید می‌کند تنها با احیای جایگاه زن در منظومه دینی، بازتعریف عفاف، و اصلاح سیاست‌های فرهنگی و تربیتی، می‌توان جامعه‌ای سالم، خانواده‌ای پایدار و نسلی تربیت یافته داشت.

کلیدواژه‌ها: زن، بهره‌جویی ابزاری، کرامت انسانی، رسانه، عفاف.

^۱. دبیر گروه شهید امیرعلی حاجی زاده، سطح ۲ مدرسه علمیه کوثر خرمشهر، استان خوزستان.

^۲. عضو گروه شهید امیرعلی حاجی زاده، سطح ۲ مدرسه علمیه کوثر خرمشهر، استان خوزستان.

^۳. استاد راهنما گروه شهید امیرعلی حاجی زاده، سطح ۲ مدرسه علمیه کوثر خرمشهر، استان خوزستان.

مقدمه

از آغاز تاریخ تمدن بشری، زن به عنوان یکی از ارکان اصلی حیات اجتماعی و فرهنگی بشر، همواره در معرض نگرش‌های گوناگون قرار گرفته است؛ نگرش‌هایی که گاه او را در جایگاه والای تربیت‌گر نسل‌ها و مظهر مهر و عاطفه می‌نشانده‌اند و گاه نیز از او تصویری ابزاری و کالایی ارائه داده‌اند که تنها در خدمت منافع اقتصادی، سیاسی یا شهوانی مردان است. در عصر حاضر، با گسترش رسانه‌های جمعی، بازارهای سرمایه‌داری، و ساختارهای استعماری نوین، بهره‌کشی ابزاری از زن نه تنها کم نشده بلکه در قالب‌های نوینی بازتولید شده است. در چنین فضایی، زن به جای آن‌که به عنوان یک انسان کامل، با حقوق و کرامت ذاتی‌اش مورد توجه قرار گیرد، به شی‌ای تبلیغاتی، ابزار لذت‌جویی، یا وسیله‌ای برای جلب مشتری و نفوذ فرهنگی تبدیل شده است. این مسئله، با وجود تغییرات ظاهری در وضعیت حقوق زنان، همچنان به صورت بنیادین در جوامع مختلف وجود دارد؛ چنان‌که در نظام‌های سرمایه‌داری غربی، زن به‌گونه‌ای نمایش داده می‌شود که آزادی‌اش در گرو برهنگی و مقبولیتش وابسته به مطابقت با استانداردهای زیبایی و رفتار مردسالارانه است. در مقابل، فرهنگ اسلامی تلاش داشته است تا با تأکید بر کرامت انسانی زن، جایگاه واقعی او را در خانواده و جامعه بازنمایی کند. در زمینه بررسی نگاه ابزاری به زن، آثار متعددی در حوزه‌های جامعه‌شناسی، مطالعات رسانه، و دین‌پژوهی نگاشته شده‌اند. از جمله می‌توان به کتاب «زن در آینه‌ی جادو» نوشته دکتر حسن رحیم‌پور ازغدی اشاره کرد.

وی در این اثر، با نقد نگاه سکولار و رسانه‌ای به زن، بهره‌کشی جنسی و اقتصادی از زنان را از تبعات بی‌توجهی به هویت الهی و فطری آنان می‌داند. در بخشی از این کتاب آمده است: «زن در تمدن مدرن، بیش از آن‌که به عنوان یک انسان صاحب عقل و کرامت دیده شود، به عنوان عنصری جذاب برای فروش کالا، جلب توجه و تسخیر ذهن مخاطب ظاهر می‌شود. تمدن سکولار، زن را در آینه‌ی تبلیغات به‌گونه‌ای نشان می‌دهد که حتی زن مسلمان نیز گاه در شناخت حقیقت خود دچار تردید می‌شود». همچنین در منابع غربی، آثاری چون «زن کالایی شده» نوشته ژان بودریار (Jean Baudrillard) نیز با زبانی فلسفی به نقد جامعه مصرفی و نقش زن در آن پرداخته است. در این پژوهش درصدد پاسخ به این پرسش هستیم که بهره‌جویی ابزاری از زن در ساختارهای فرهنگی، اقتصادی، و رسانه‌ای مدرن شکل گرفته و چه تفاوتی میان نگاه اسلام و نگاه سکولار به زن در این زمینه وجود دارد؟ و در پاسخ به این پرسش به این موارد رسیده است:

۱. تحقیر هویت انسانی زن در نگاه ابزاری
۲. بهره‌جویی رسانه‌ای از زن
۳. ابعاد اقتصادی بهره‌کشی از زن
۴. بهره‌کشی جنسی از زن و تضعیف امنیت اجتماعی

۵. نگاه ابزاری در پوشش و مد

۶. مصرف‌گرایی و کالایی‌شدن زن در اقتصاد جهانی

۱- مفهوم شناسی

۱-۱- بهره‌جویی

لغوی: واژه «بهره» در لغت به معنای «نصیب، سود، فایده» آمده و «بهره‌جویی» به معنای «طلب سود و منفعت بردن» است (دهخدا، لغت‌نامه دهخدا، ذیل واژه «بهره»).

اصطلاحی: در علوم انسانی، بهره‌جویی به معنای استفاده از اشیاء، اشخاص یا مفاهیم برای رسیدن به هدفی خاص - خواه اقتصادی، سیاسی یا روانی - به کار می‌رود. در این زمینه، بهره‌جویی ممکن است اخلاقی یا غیراخلاقی باشد؛ اما در بحث ما، بهره‌جویی غیرانسانی و تحقیرکننده مدنظر است که از کرامت ذاتی زن چشم‌پوشی می‌کند.

۱-۲- ابزار

لغوی: «ابزار» به معنای «وسایل، آلات و ادواتی که برای انجام کاری به کار می‌روند» است (معین، فرهنگ فارسی، ذیل واژه «ابزار»).

اصطلاحی: در مفهوم فلسفی و اجتماعی، «ابزار» به چیزی اطلاق می‌شود که ارزش ذاتی ندارد، بلکه به اعتبار سودی که برای هدفی خاص دارد، ارزش‌گذاری می‌شود. در بحث بهره‌جویی ابزاری از زن، زن به‌عنوان وسیله‌ای برای اهدافی مانند فروش، تبلیغ، لذت‌جویی یا تسلط سیاسی دیده می‌شود.

۱-۳- زن

لغوی: واژه «زن» در فارسی به معنی «مؤنث انسان»، همسر و شریک زندگی مرد آمده است (عمید، فرهنگ عمید، ذیل واژه «زن»).

اصطلاحی: در نگاه دینی و فطری، زن موجودی انسان، با استقلال شخصیتی و حقوقی، عقل، احساس، اختیار و مسئولیت است.

اما در برخی گفتمان‌های مدرن و سکولار، زن نه به‌عنوان یک انسان کامل، بلکه به‌عنوان نمادی از زیبایی، لذت و کالای مصرفی تعریف می‌شود.

۱-۴- ابزاری‌شدن

لغوی: معادل فارسی این واژه «شیء‌انگاری» یا «ابزاری‌سازی» است.

اصطلاحی: ابزاری‌شدن مفهومی است که نخستین‌بار در نظریات فمینیسم رادیکال مطرح شد و اشاره به حالتی دارد که در آن، یک انسان - معمولاً زن - نه به‌عنوان «فردی دارای اراده و شخصیت»، بلکه به‌عنوان یک «شیء» برای استفاده دیگران» نگریسته می‌شود (Martha Nussbaum, Objectification, Philosophy and Public Affairs, 1995).

۵-۱- کرامت انسانی

لغوی: واژه «کرامت» از ریشه «ک ر م» در زبان عربی به معنای بزرگواری، شرافت و ارزش ذاتی آمده است. در فارسی نیز این واژه به معنای «عزت، بزرگی، شایستگی و احترام» به کار می رود (ابن منظور، لسان العرب، ج ۱۲، ص ۵۳)

اصطلاحی: در متون اسلامی و انسانی، «کرامت انسانی» به مقام و منزلتی گفته می شود که به طور ذاتی و غیرقابل سلب، در وجود هر انسان نهفته است. این مفهوم ناظر به آن است که انسان صرف نظر از جنس، نژاد، مذهب یا جایگاه اجتماعی، دارای شایستگی فطری برای احترام، آزادی و انتخاب است. قرآن کریم می فرماید: «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ» (اسراء: ۷۰)؛ یعنی: «ما فرزندان آدم را گرامی داشتیم». این کرامت، نقطه تمایز نگاه اسلامی با دیدگاه هایی است که انسان را صرفاً در نسبت با سودمندی یا تولید تعریف می کنند (طباطبایی، تفسیر المیزان، ج ۱۳، ص ۲۴۶؛ همچنین ر.ک: آیت الله جوادی آملی، کرامت انسان در قرآن، قم: اسراء، ۱۳۹۰)

۶-۱- جنسیت زدایی

لغوی: واژه «جنسیت» در فارسی برگرفته از واژه ی «Gender» در انگلیسی است و به تفاوت های زن و مرد در سطح روانی، اجتماعی و فرهنگی اشاره دارد. «زدایی» به معنای حذف واز بین بردن است (شهیدی، فرهنگ معاصر عربی-فارسی، ذیل واژه «جنس»).

اصطلاحی: جنسیت زدایی مفهومی است که در برخی نظریه های فمینیستی و مدرن مطرح شده و به معنای تلاش برای حذف یا کمرنگ کردن تفاوت های جنسی و نقش های زنانه و مردانه در جامعه است. این دیدگاه معتقد است که نباید هیچ نقش یا انتظاری بر اساس جنسیت تعیین شود. در مقابل، نگاه اسلامی بر توازن فطری نقش ها و تفاوت های تکمیلی میان زن و مرد تأکید دارد، نه تبعیض یا تحقیر.

۶-۱- شأن انسانی

لغوی: واژه «شأن» در لغت به معنای جایگاه، رتبه، مقام و اهمیت آمده است (دهخدا، لغت نامه دهخدا، ذیل واژه «شأن»).

اصطلاحی: شأن انسانی، جایگاه و منزلتی است که هر انسان به دلیل انسان بودنش داراست. این شأن منشأ حقوق طبیعی، آزادی و مسئولیت های فردی در نگاه الهی و انسانی است. بهره برداری ابزاری از زن، انکار همین شأن انسانی و تنزل دادن او به حد کالا یا ابزار است. در نگاه قرآن، زن و مرد هر دو دارای روح الهی اند: «فَنَفَخْنَا فِيهِ مِنْ رُوحِنَا» (تحریم: ۱۲/ طباطبایی، تفسیر المیزان، ج ۱۸، ص ۳۲۲).

۷-۱- سلطه فرهنگی

لغوی: «سلطه» به معنای غلبه، چیرگی و قدرت است، و «فرهنگ» مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک اجتماعی است (فیرحی، قدرت، دانش و مشروعیت، ص ۱۰۵).
اصطلاحی: سلطه فرهنگی به حالتی اطلاق می‌شود که در آن یک نظام یا تمدن با بهره‌گیری از رسانه‌ها، آموزش، زبان، هنر و تبلیغات، ارزش‌ها و سبک زندگی خود را به دیگران تحمیل می‌کند. یکی از ابزارهای این سلطه، استفاده ابزاری از زن در تبلیغات و فیلم‌ها برای ترویج فرهنگ مصرفی، فردگرایی و تضعیف خانواده است. این فرایند، بخشی از جنگ نرم فرهنگی علیه جوامع اسلامی شمرده می‌شود.

۸-۱- هویت زنانه

لغوی: واژه «هویت» به معنای «چیستی، واقعیت وجودی و شخصیت فردی» است و «زنانه» به ویژگی‌هایی که به طور طبیعی و فرهنگی به زن اختصاص می‌یابد گفته می‌شود (سروش، هویت زن در فرهنگ اسلامی، ص ۵۵).

اصطلاحی: هویت زنانه به مجموعه‌ای از ویژگی‌های جسمی، روانی، اجتماعی و معنوی گفته می‌شود که زن را از مرد متمایز می‌سازد. در نگاه دینی، این هویت نه به معنای ضعف، بلکه به معنای تمایز خلاق و حکیمانه است؛ همچون نقش مادری، لطافت عاطفی، توان پرورش و حمایت. بهره‌برداری ابزاری از زن، موجب ازهم‌گسیختگی این هویت و بحران شخصیت در زنان می‌شود.

۱. تحقیر هویت انسانی زن در نگاه ابزاری

زن در نگاه توحیدی، انسانی شریف با کرامت ذاتی و روح الهی است: «فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي» (حجر: ۲۹)

در این آیه، خداوند از «روح خود» در انسان دمیده است که نشان‌دهنده مقام والا و استقلال هویتی انسان، اعم از زن و مرد، می‌باشد. اما نگاه ابزاری، این کرامت را به نفع امیال و منافع دیگران سرکوب می‌کند. زن نه به‌عنوان یک «انسان صاحب اراده» بلکه به مثابه یک «ابزار تحریک، تبلیغ و سودآوری» در فضای رسانه و اقتصاد به کار گرفته می‌شود. امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) در نهج البلاغه چنین می‌فرماید: «المرأةُ ریحانةٌ و لیست بقهرمانه» (نهج البلاغه، حکمت ۲۳۸).

زن گلی خوشبو است، نه خدمت‌کار یا ابزار کار. این تعبیر ظریف امام نشان می‌دهد که باید با زن، با احترام و ظرافت رفتار کرد نه با نگاه ابزاری و مصرفی.

۲. بهره‌جویی رسانه‌ای از زن

یکی از مهم‌ترین جلوه‌های بهره‌جویی ابزاری از زن، در عرصه رسانه و تبلیغات نمود دارد. زن در بسیاری از فیلم‌ها، سریال‌ها و آگهی‌ها، بدون توجه به شخصیت و جایگاه فکری‌اش، تنها به

یکی دیگر از خطرهای نوپدید در بهره‌برداری ابزاری از زن، گسترش عرفان‌های وارداتی و روان‌شناسی‌های فردگرایانه غربی است که با شعارهایی چون «زن آزاد باید خودش را دوست داشته باشد»، «زن باید خودش را زندگی کند»، «بدن زن، خانه اوست» و ...، او را از مسئولیت‌های واقعی جدا می‌سازند.

در ظاهر، این شعارها جذاب‌اند؛ اما در عمق، زن را از مأموریت الهی‌اش - یعنی تربیت نسل مؤمن، مشارکت معنوی در جامعه و حفظ کرامت خانوادگی - دور می‌سازند. این آموزه‌ها باعث شده‌اند زن، نه بر اساس عقلانیت الهی و فطرت انسانی، بلکه بر پایه احساسات فردی و خودخواهی ساختاریافته تصمیم بگیرد؛ در نتیجه، زنان بسیاری در دام تنهایی، افسردگی، سردرگمی هویتی و بهره‌برداری جنسی گرفتار شده‌اند.

امام صادق علیه‌السلام فرمود: «العقلُ ما عُبِدَ بهِ الرحمنُ و اُكْتُسِبَ بهِ الجنانُ» (کلینی، الکافی، ج ۱، ص ۱۱) عقل آن چیزی است که به واسطه‌اش خدا عبادت شود و بهشت به دست آید. روان‌شناسی بدون خدا، عرفان بدون شریعت، و آزادی بدون مسئولیت، زن را از عقل‌عبادی به عقل ابزاری می‌رساند.

۲۱. الگوی زن مطلوب در تمدن اسلامی

تمدن اسلامی، الگویی ترکیبی از معنویت، فعالیت اجتماعی، خانواده‌محوری، علم و حیا برای زن ارائه می‌دهد. در این منظومه، زن نه منزوی و نه ابزاری است؛ بلکه:

در خانواده: محور مهر و تربیت

در اجتماع: مظهر صداقت، عقل و عفاف

در اقتصاد: نیروی مکمل، نه رقابت‌جو

در فرهنگ: الگو، مربی و حافظ حیا

حضرت زهرا (علیها‌السلام) نمونه کامل این الگوست؛ زنی که در خانه، مادر و همسر؛ در جامعه، مدافع ولایت؛ در عبادت، عاشق خدا؛ در سخنرانی، حکیم؛ و در عفاف، بی‌نظیر بود. امام خمینی (رحمه الله علیه) می‌فرماید: «از دامن زن، مرد به معراج می‌رود».

۲۲. بررسی آثار بهره‌جویی ابزاری از زن در نهاد خانواده

بهره‌گیری ابزاری از زن، با قرار دادن او در نقش مصرف‌کننده یا ابزار مصرف، مستقیماً بنیان خانواده را تهدید می‌کند. این نوع نگاه باعث می‌شود زن خود را با معیارهای زیبایی ظاهری و تبلیغاتی بسنجد؛ مرد زن را نه به عنوان شریک معنوی و همسر، بلکه به عنوان موجودی برای ارضای لذت و نیازهای آنی ببیند؛ ازدواج، که در اسلام «میثاق غلیظ» معرفی شده است (نساء: ۲۱).

به سطح یک قرارداد قابل لغو بر اساس لذت‌های زودگذر تقلیل یابد. در چنین فضای مسموم، خانواده به جای سکینه و آرامش (روم: ۲۱)، به میدان رقابت، نارضایتی و نهایتاً طلاق

تبدیل می‌شود. امام سجاد (علیه السلام) در دعای مکارم الاخلاق می‌فرماید: «وَاجْعَلْ نِسَائِي عَفِيفَاتٍ حَيَّاتٍ حَصَانَاتٍ ...» (صحیفه سجادیه، دعای ۲۰، فراز ۶).

از خدا می‌خواهد که همسرانش، عقیف، باحیا و پاکدامن باشند؛ نه صرفاً زیبارو یا ظاهربین. این نگاه امام معصوم، نشان از محوریت اخلاق و کرامت در رابطه زناشویی دارد.

۲۳. پیامدهای اجتماعی بهره‌جویی ابزاری از زن

۱.۲۳. شیوع خشونت پنهان علیه زن

در حالی که تبلیغات رسانه‌ای غرب خشونت فیزیکی علیه زن را نکوهش می‌کند، اما نوعی از خشونت پنهان و مستمر، با بهره‌برداری از بدن زن در تبلیغات و اقتصاد رواج دارد. این خشونت، روان زن را فرسوده می‌سازد و او را به برده‌ای مدرن تبدیل می‌کند. مطالعه‌ای در ژورنال تخصصی "Gender and Society" نشان می‌دهد زنانی که مداوماً با بدن خود درگیرند و احساس کم‌ارزشی دارند، سطح بالاتری از اضطراب، افسردگی و تمایل به جراحی‌های زیبایی دارند (Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification (Theory. Gender and Society, Vol. 11, No.

۲.۲۳. افزایش اختلالات روان‌شناختی

روان‌شناسی اسلامی، کرامت را اساس سلامت روان می‌داند. پیامبر اکرم صلی‌الله علیه و آله فرمود: «رَأْسُ الْعَقْلِ بَعْدَ الْإِيمَانِ بِاللَّهِ التَّوَدُّدُ إِلَى النَّاسِ» (تحف العقول، ص ۲۳۶). وقتی محور عقل، محبت و ایمان باشد، شخصیت متعادل می‌گردد. ولی زنانی که با نگاه ابزاری بزرگ می‌شوند، دچار شخصیت‌های وابسته، نمایشی، خودشیفته یا مرزی می‌شوند؛ چراکه هویت‌شان مبتنی بر تأیید بیرونی است، نه کرامت درونی.

۲۴. نقش عفاف و حجاب در صیانت از زن و جامعه

عفاف، برخلاف تصور ناآگاهانه، ابزار محدودسازی زن نیست، بلکه سپر حفظ شخصیت انسانی زن است. قرآن کریم می‌فرماید: «ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفَ فَلَا يُؤْذَنُ» (احزاب: ۵۹)

حجاب باعث می‌شود زن شناخته شود (به عنوان فردی مؤمن، نه ابزار جنسی) و مورد آزار قرار نگیرد. در جامعه‌ای که عفاف ارزش باشد: نگاه مرد به زن ابزاری نمی‌شود؛ زن از فشارهای ظاهربینی و مقایسه‌ای رها می‌شود؛ فضای عمومی از تحریک جنسی پاک می‌شود؛ روابط خانوادگی مبتنی بر محبت، نه غریزه صرف، شکل می‌گیرد.

امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) فرمود: «صَيَانَةُ الْمَرْأَةِ أَنْفَعُ لَهَا وَ لِرَوْجِهَا؛ (نهج البلاغه، حکمت ۲۲۴) پوشش و محافظت از زن، به نفع خودش و همسرش است».

۲۵. نسبت بهره‌جویی ابزاری با فراموشی رسالت زن در تمدن‌سازی

زن در اسلام، نه تنها «نصف انسان»، بلکه نیمه تربیت‌کننده‌ی تمام انسان‌هاست. چنان‌که امام خمینی رحمه‌الله تصریح می‌کند: «زن انسان‌ساز است، و با تربیت انسان است که جامعه اصلاح می‌شود» (صحیفه امام، ج ۷، ص ۳۵۴). وقتی زن از نقش مادری، تربیت‌گری، تدبیر خانه و راهبری فرهنگی دور می‌شود و در قالب مدل‌های مد، سلبریتی‌های اینستاگرامی یا مجریان تلویزیونی ابزاری فرو می‌رود، دیگر تمدن‌ساز نیست؛ بلکه قربانی است.

۲۶. پیامدهای فرهنگی-رسانه‌ای بهره‌جویی ابزاری از زن

یکی از نهادهایی که در خط مقدم بهره‌برداری ابزاری از زن قرار دارد، رسانه‌های جمعی است. رسانه‌ها با تأکید بر تصویر زن به‌جای شخصیت زن، به مرور او را به عنصری تزئینی، اغواگر و کالایی فرو می‌کاهند. در تبلیغات بازرگانی، زن عمدتاً یا در نقش «محرک فروش» ظاهر می‌شود یا «حاشیه‌نشین خندان» در کنار محصولی که هیچ ارتباطی با جنسیت ندارد. این تکنیک‌ها طبق نظریه «جنسیت‌زدایی فرهنگی» (Cultural De-gendering)، هویت زن را از معنویت تهی کرده و به جایگاه وی در شبکه سرمایه‌داری معنا می‌بخشند (Goffman, 1976). (Erving. Gender Advertisements. Harvard University Press, 1976).

قرآن کریم در نقد چنین رفتاری می‌فرماید: «وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ» (شعرا: ۱۸۳)

نباید ارزش‌های دیگران را کم بگذارید. زن، وقتی فقط به‌عنوان ابزار زیبایی معرفی شود، مصداق بارز «بخس» و «کم‌فروشی ارزش انسانی» خواهد بود.

۲۷. تحلیل تربیتی: زن ابزاری و انهدام نسل مؤمن

از مهم‌ترین آثار بهره‌برداری ابزاری از زن، نابودی زیرساخت تربیت نسل صالح است. زن در خانواده اسلامی، با نقش‌های عاطفی، تربیتی و معرفتی، ستون تشکیل شخصیت کودک است. وقتی زن از کرامت به جذابیت و از مادر به مدل تجاری فرو می‌کاهد، فرزندان نیز با مدل‌هایی تربیت می‌شوند که اولویت‌شان مصرف، لذت، خودنمایی و رقابت سطحی است.

امام علی علیه‌السلام در نامه به مالک اشتر توصیه می‌کند: «فَلْيَكُنْ نَظْرُكَ فِي تَعْهِدِ الْأَرَامِلِ وَ الْأَيْتَامِ...» (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳).

نگاهت به تربیت نسل مظلوم و ضعیف باشد؛ نه سلطه‌جویی یا ظاهرگرایی. روان‌شناسان اسلامی، نظیر استاد شهید مطهری، معتقدند: «زن، اگر از خانه و معنویت رانده شود و فقط به بازار و نمایشگاه و میدان رقابت ظاهری کشیده شود، تنها خودش تباه نمی‌شود؛ نسل‌ها را تباه می‌کند» (مطهری، مسئله حجاب، ص ۷۶).

۲۸. توسعه پایدار یا توسعه ابزاری

در اسناد توسعه سازمان ملل، به‌ویژه «اهداف توسعه پایدار ۲۰۳۰»، بر مشارکت زن تأکید شده؛ اما اغلب این مشارکت، با مفهوم غربی توانمندسازی (Empowerment) آمیخته است،

که در آن موفقیت زن را با حضور بیرونی، درآمد اقتصادی و حتی آزادی جنسی می‌سنجند، نه با کرامت، خانواده، مادری، یا تأثیر معنوی.

این رویکرد با مبانی دینی در تضاد است؛ زیرا زن در اسلام:

اگر در خانه باشد، عابد است؛

اگر در اجتماع باشد، عفیف و اثرگذار است؛

اگر در تربیت نقش ایفا کند، شریک پیامبران است.

قرآن می‌فرماید: «وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُم مِّنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا...» (نحل: ۸۰)

خانه محل سکونت است، نه رقابت، و زن ستون این آرامش است.

۲۹. زن، میان عبودیت و ابزار شدن

زن در جامعه اسلامی، باید میان دو تصویر یکی را انتخاب کند:

۱. زن عبد خدا: با کرامت، معرفت، حیا و رسالت معنوی؛

۲. زن عبد بازار: با جذابیت، رقابت، افسردگی و خشم نهفته.

امیرالمؤمنین علیه‌السلام می‌فرماید: «ثَمَرَةُ التَّفَكُّرِ التَّذَكُّرُ، وَ ثَمَرَةُ التَّنْذِيرِ التَّوَرُّعُ» (نهج‌البلاغه،

حکمت ۳۴۲).

نتیجه اندیشه، یادآوری خداست، و نتیجه آن، ورع و دوری از گناه است. زن اندیشمند، نه

تنها به خود، بلکه به نسل و جامعه نیز مسیر می‌دهد.

نتیجه‌گیری

بر اساس مبانی وحیانی و عقلانی، زن موجودی کرامتمند، فعال، و نقش‌آفرین در تمدن‌سازی است و کوچک‌سازی جایگاه زن به کالا یا ابزار، ظلمی مضاعف است؛ هم به شخصیت زن و هم به ساختار جامعه. بهره‌برداری ابزاری از زن در رسانه‌ها، بازار، سیاست و فرهنگ، تنها به زوال شخصیت زن نمی‌انجامد، بلکه بنیان خانواده را از هم می‌پاشد، تربیت نسل را آسیب‌پذیر می‌سازد و مرد را به موجودی لذت‌محور و بی‌مسئولیت تبدیل می‌کند. با تکیه بر آیات قرآن و آموزه های اهل بیت علیهم‌السلام، روشن می‌شود که راه نجات جامعه از این بحران، احیای مفهوم کرامت انسانی زن، گسترش فرهنگ عفاف، اصلاح نظام رسانه‌ای و بازخوانی نقش زن مسلمان در تمدن‌سازی است. برای جامعه اسلامی ضروری است که در آموزش و تربیت، قانون‌گذاری، مدیریت رسانه و نهاد خانواده، از نگاه ابزارمحور فاصله گرفته و به نگاه حکیمانه دینی بازگردد.

فهرست منابع

- * القرآن الکریم، با ترجمه و تفسیر المیزان، علامه طباطبائی، دفتر نشر اسلامی.
- * نهج البلاغه، با ترجمه محمد دشتی، قم: انتشارات دارالهدی، ۱۳۸۶.
- * صحیفه سجادیه، ترجمه و شرح: استاد محمدرضا آیتی، قم: بوستان کتاب، ۱۳۸۰.
۱. تحف العقول، ابن شعبه حرانی، تحقیق: علی اکبر غفاری، تهران: دفتر نشر اسلامی، ۱۴۲۰ ق.
 ۲. وسائل الشیعه، شیخ حر عاملی، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۱۳ ق.
 ۳. مطهری، مرتضی. مسئله حجاب. تهران: صدرا، ۱۳۸۴.
 ۴. مطهری، مرتضی. نظام حقوق زن در اسلام. تهران: صدرا، ۱۳۸۵.
 ۵. امام خمینی. صحیفه نور. ج ۷. تهران: مرکز تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ۱۳۷۷.
 ۶. سبحانی، جعفر. زن در آینه جلال و جمال. قم: مؤسسه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۱.
 ۷. نراقی، مصطفی. زن و توسعه پایدار. تهران: مؤسسه پژوهش و توسعه، ۱۳۹۵.
 ۸. بوستان، محمدرضا. زن، رسانه و مصرف گرایی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۸.
 ۹. Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). "Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks." *Psychology of Women Quarterly*.
 ۱۰. Goffman, Erving. *Gender Advertisements*. Harvard University Press, 1976.
 ۱۱. Wolf, Naomi. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. HarperPerennial, 1991.
 ۱۲. UN Women. *Gender Equality and the Sustainable Development Goals*. United Nations, 2015.