

## تأثیر فمینیسم بر دختران در غرب

چکیده کتاب «تأثیر فمینیسم بر دختران در غرب» یکی از ده جلد کتابی است که اداره مطالعات زنان و خانواده نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها جهت تحقق نقد دینی فمینیسم عرضه کرده است. این کتاب ترجمه و تلخیص سه جلد کتاب با عناوین «ایجاد کردن دیدگاه جنسی در مورد دختران»، «ماده‌خوک‌های شوونیست» و «بهای سنگین مادی‌گرایی» است. در نوشتار پیش رو گزارشی کوتاه از این کتاب را تقدیم خوانندگان عزیز می‌کنیم. متن کتاب «تأثیر فمینیسم بر دختران در غرب» یکی از ده جلد کتابی است که اداره مطالعات زنان و خانواده نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها جهت تحقق نقد دینی فمینیسم عرضه کرده است. این کتاب ترجمه و تلخیص سه جلد کتاب با عناوین «ایجاد کردن دیدگاه جنسی در مورد دختران»، «ماده‌خوک‌های شوونیست» و «بهای سنگین مادی‌گرایی» است. بخش اول کتاب گزارشی است از روند کار و نتایج تحقیقات کارگروه ایجاد دیدگاه جنسی در مورد دختران که در سال 2005 با حضور هفت نفر از متخصصین و کارشناسان خبره در زمینه‌های مرتبط با موضوع کارگروه تشکیل شده است. کمیته مذکور بنا به پیشنهاد کمیته زنان در روان‌شناسی و سازمان روان‌شناختی آمریکا موظف شد تا گزارشی در مورد نگاه جنسی صرف به دختران در رسانه‌های آمریکا تهیه کند و به بررسی پیامدهای شناختی، احساسی و همچنین پیامدهای مربوط به سلامت روانی و جسمی بپردازد. این کارگروه، ایجاد کردن دیدگاه جنسی در مورد دختران را این‌گونه تعریف می‌کند: ایجاد دیدگاه جنسی زمانی اتفاق می‌افتد که ارزش یک انسان را تنها ناشی از رفتار یا جذابیت جنسی او بدانیم و خصوصیات دیگر او در نظر گرفته نشود و فرد به یک شی جنسی بدل شود. به بیان دیگر این فرد به کالایی برای استفاده جنسی دیگران تبدیل می‌گردد. آنها حوزه‌های مورد بررسی خود را در سطح جامعه و سطح میان‌فردی در نظر گرفتند: منظور از نقش جامعه، هنجارها، توقعات و ارزش‌های فرهنگی‌ای است که از راه‌هایی مثل رسانه افراد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. اگر خود دختران با خود به عنوان یک شیء جنسی رفتار کنند و بدانند که رفتار و ظاهر جنسی آنها مورد تأیید و تشویق جامعه است احتمالاً این استانداردها را برای خود درونی می‌کنند. فصل اول این کتاب به بررسی عوامل فرهنگی ایجادکننده دیدگاه جنسی در مورد دختران و روند تغییرات عوامل تأثیرگذار در این زمینه می‌پردازد. تلویزیون، فیلم‌ها، مجلات، کارتون‌ها و انیمیشن‌ها، شوهای موسیقی، اشعار، آهنگ‌ها و رسانه‌های ورزشی از مواردی هستند که مورد بررسی قرار گرفته‌اند. چنانچه در گزارش کارگروه هم آمده، رسانه‌ها بازتاب فرهنگ رایج هستند و دسترسی به آن‌ها برای همه افراد ممکن است. هر فردی حداقل در طول روز با چند رسانه مرتبط است و پیام‌هایی را از آن‌ها می‌گیرد. در این بین دختران بیشترین استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها هستند و این پیام‌ها را دریافت می‌کنند. یک شرکت آمریکایی در سال 2005 اعلام کرد اگر جوانان به میزان زیادی در معرض برنامه‌ها و اطلاعات رسانه‌ها باشند باعث می‌شود که بیشتر در معرض تصویرهایی که در آن زنان و دختران به عنوان موضوع جنسی عرضه می‌شوند قرار گیرند و این‌گونه به دختران می‌آموزند که زنان اشیاء جنسی هستند. بینندگان جوان، در تلویزیون با دنیایی روبرو می‌شوند که به طرز نامتناسبی مردانه است. به خصوص در برنامه‌های مخصوص جوانان و برنامه‌هایی که در آن‌ها شخصیت‌های مؤنث به طرز قابل‌توجهی جذاب‌تر از شخصیت‌های مذکرند و به طرز تحریک‌کننده لباس می‌پوشند. در مجلات نیز وضعیت به همین منوال است. بیشتر محتوای مجلات عمومی که برای دختران و زنان جوان طراحی شده‌اند، در محبوبیت روابط با جنس مخالف برای زنان و نیاز به بهره‌بردن از مدل‌های معروف و دست‌نیافتنی برای جذابیت جسمی با مصرف محصولات مانند لوازم آرایشی و لباس‌های مد

روز تأکید دارند. تحلیل محتوایی شوهای موسیقی نشان می‌دهد 41 تا 81 درصد شوهای موسیقی دارای تصاویر جنسی هستند در واقع راه تثبیت موقعیت و موفق جلوه‌کردن در صنعت موسیقی، نشان دادن کالای جنسی است. بر گزارش کارگروه مزبور به تحقیقات متعددی اشاره می‌شود که نتایج آن حاکی از این امر است که اغلب اوقات وقتی ورزش زنان نمایش داده می‌شود، پوشش تصویری آن به صورت انتخابی است و در گزارش بازی‌ها، اغلب ورزشکاران زن و همچنین طرفداران زن به لحاظ جنسی به صورت شیء مورد توجه قرار می‌گیرند. ایجاد دیدگاه جنسی در مورد دختران در دنیای تبلیغات بسیار برجسته است. به عنوان مثال سیل (1997) نشان داد که در پیام‌های بازرگانی پخش شده در زمان اوج تعداد بینندگان، زنان بیشتر از مردان در وضعیت برهنه نشان داده شده بودند. در واقع 9/2 درصد از مردان در مقابل 20/8 درصد از زنان. لیندر (2004)، نیز در تحلیلی در مورد جایگاه زنان در تبلیغات، به بررسی مجلات تایم از سال 1995 تا 2000 پرداخت و گزارش داد به طور میانگین 40 درصد تبلیغات، زنان

۱۹:۵۸

را در قالب اشیاء جنسی نمایش دادند. وقتی زنی در حالتی اغواکننده در کنار یک ماشین ایستاده در واقع به جای اینکه در نقش مصرف‌کننده یا سازنده مؤثر این محصول معرفی شود به عنوان ضمیمه‌ای به محصول در نظر گرفته می‌شود. این الگوی سوءاستفاده از زنان در مجلات و تبلیغاتی که مخاطبان آن‌ها مردان هستند، به مراتب بیشتر از این می‌شود. این وضعیت بر خلاف خواست مردم است. برابری (1997) خاطرات روزانه دختران جوان آمریکایی در صد سال گذشته را بررسی کرده تا کشف کند آن‌ها عامل رشد و پیشرفت خود را چه چیزی می‌دانند. در حالی که دختران دوران قدیم‌تر بر افزایش تحصیلات، مؤدب و با شخصیت بودن تمرکز داشتند، دختران بیست سال گذشته تغییر و بهبود ظاهر و مدشان را نقطه تمرکز پیشرفت خود دانسته‌اند. فصل دوم کتاب، شرح تئوری‌های روان‌شناختی مربوط به سازوکارهایی است که به وسیله آن‌ها افراد ممکن است تحت‌تأثیر تغییر دیدگاه جنسی قرار گیرند. تئوری‌های اجتماعی - فرهنگی، شناختی، روانکاوانه و تئوری خودشی‌بینی از این جمله‌اند. شکل‌گیری هویت، علامت مشخص رشد دوران بزرگسالی است. تحقیقات نشان داده‌اند که هویت نگرانی عمده دختران جوان است. استاسبرگر ویلسن این بحث را مطرح کرده‌اند که افرادی که هنوز بالغ نشده‌اند، مانند بازیگرانی هستند که با چهره‌های متفاوتی از هویت تازه شکل‌یافته‌شان کسب تجربه می‌کنند و ماسک‌های اجتماعی متفاوتی را بر چهره می‌زنند. این انعطاف‌پذیری ممکن است آن‌ها را به شیوه‌ای خاص در برابر پیام‌هایی که در جامعه القا می‌کند حساس نمایند به این ترتیب، پیام‌ها و محصولات با کارکرد جنسی در طی این مرحله رشد ممکن است خیلی راحت‌تر پذیرفته شوند. علاوه بر رشد شناختی و شکل‌گیری هویت، تغییرات در عزت نفس و وابستگی به سن از فرآیندهای رشدی مرتبط با ایجاد دیدگاه جنسی در مورد دختران است. گروهی از محققان در سال 2006 به طور خاص نشان دادند که در کلاس هشتم، دخترانی که بیشتر از بقیه بدنشان را به صورت شیء جنسی درمی‌آوردند، عزت نفس پایین‌تری دارند. به همین دلیل کاهش عزت‌نفس در اوایل دوران بلوغ، می‌تواند دختران را به طور خاص نسبت به پیام‌های فرهنگی‌ای که معروفیت، کارآیی و مقبولیت اجتماعی را منوط به دارا بودن ظاهر سکسی خاص می‌کند در معرض آسیب قرار دهد. این دختران همچنین بیشتر دچار افسردگی می‌شوند. در بخش بعدی نویسنده کتاب، برنامه‌ها و شیوه‌هایی را که با ایجاد دیدگاه جنسی مقابله می‌کنند شرح می‌دهد و اولین روش پیشنهادی را اقدام از طریق مدارس و آموزش رسمی می‌داند. مدارس می‌توانند به روش‌های مختلف به اطلاع‌رسانی بیشتر در مورد ایجاد دیدگاه جنسی در مورد دختران در رسانه‌ها نقش داشته

باشند و به دختران و همسالان آن‌ها کمک کنند تا در برابر این تأثیرات منفی مقاومت نمایند. از آن‌جا که رسانه‌ها منبع مهمی از تصویرهای با نگرش جنسی‌اند، توسعه و اجرای برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای بر مبنای مدرسه، می‌تواند کلیدی در مقابله با اثر ایجاد کردن دیدگاه جنسی باشد. ایجاد نگاه منتقدانه نسبت به رسانه در دختران یک نیاز فوری است. آموزش سواد رسانه‌ای برای استفاده‌کنندگان از رسانه، ابزارهای تحلیلی‌ای فراهم می‌کند که استقلال و فهم و ادراک انتقادی از رسانه را در آنان تقویت می‌کند. راهبرد دیگری که بر مبنای مدرسه قابل اجراست، شکل‌دادن مسابقات و فعالیت‌های فوق برنامه است که دختران را ترغیب می‌کند به جای تمرکز بر ظاهر بدن، بر توانایی بدن تمرکز کنند. کارگروه در گزارش خود اذعان می‌کند دستورالعمل‌های دینی سازمان یافته و اخلاقی که اغلب در خانواده آغاز می‌شود می‌تواند جایگزین ارزش‌های فعلی گردد. مجلات اینترنتی یا مجلات جایگزین برای دختران، آنان را ترغیب می‌کنند که دیدگاه خودشان را در مورد اثرات دیدگاه‌های جنسی در فرهنگ شکل دهند. بخش دوم کتاب تأثیر فمینیسم بر دختران در غرب ترجمه و تلخیص کتاب «ماده خوک‌های شوونیست» است که توسط آریل لوی نوشته و در سال 2005 در آمریکا به چاپ رسیده است. واژه شوونیست به فردی اطلاق می‌شود که دارای تعصب خشن و افراطی نسبت به وطن یا جنسیت خود باشد. عنوان ماده خوک‌های شوونیست از اصطلاح خوک‌های شوونیست که فمینیست‌های رادیکال در مورد مردان به کار می‌برند، گرفته شده است. نویسنده، زن جوانی است که در مجله نیویورک مطالبی درباره مسائل جنسی و سیاست‌های جنسیتی می‌نویسد. وی در مقدمه با مقایسه وضعیت فرهنگی آمریکا در سی سال گذشته با زمان حال نگرانی خود را از اینکه چگونه این فرهنگ در این مدت کوتاه به شدت تغییر کرده است ابراز می‌دارد و معتقد است جامعه آمریکا به طرز وحشتناکی به سمت گسترش صنعت سرگرمی و هرزه‌نگاری پیش رفته است. حقیقت این است که زنان، در تلاش برای به دست آوردن بهترین و بیشترین فرصت‌های جنسی هستند. او به تناقض‌هایی که در نظام آموزشی آمریکا در مورد مسائل جنسی وجود دارد، اشاره کرد و با انجام مصاحبه‌های

متعد

۱۹:۵۸

دی با دانش‌آموزان مدارس آمریکایی، وضعیت نوجوانان در این مدارس را از نظر جنسی تشریح می‌کند. یکی از مشکلات اساسی این مدارس این است که دختران در محیط مدارس با لباس‌های تنگ، یقه‌های باز و دامن‌های کوتاه ظاهر می‌شوند. در آنجا نگاه‌های زیادی به سمت پسران است و دختران نیز تلاش زیادی می‌کنند تا خودشان را بیشتر در معرض نگاه دیگران قرار دهند. قانون پوشش در مدارس تنها مدت کوتاهی پیگیری می‌شد. این جالب است که معلمان نسبت به منحرف شدن پسران نگران بودند. ولی حقیقت آن است که کسانی که در رقابت برای سکسی به نظر آمدن، منحرف می‌شوند، دختران هستند. 86 درصد مدارس دولتی که آموزش سکس را عرضه می‌کنند، تشویق به خودداری را لازم می‌دانند و 35 درصد خودداری را به عنوان تنها گزینه برای افراد مجرد، آموزش می‌دهند. بنابراین آنچه با آن مواجه می‌شوند دو پیام بسیار دور از هم هستند: آنها در سرزمینی سرشار از سکس زندگی می‌کنند و خودشان هم نوجوانانی سرشار از هورمون هستند و آنچه در مدارس در مورد سکس به آنها گفته می‌شود تنها «نه» است. در هر صورت ما نباید از افرادی که بی‌تجربه و نابالغ هستند انتظار داشته باشیم این مسائل آشفته و متناقض را درک کنند. در بخش دیگری از کتاب، نویسنده به تحلیل فیلمی به نام «سکس و شهر» می‌پردازد که چگونه این فیلم‌های تبلیغاتی برای زنان جوان و دختران الگوسازی می‌کنند و سکس را عنصری از زندگی مصرفی جلوه می‌دهند. کار زنان از این طریق خوب جلوه داده می‌شود که هیچ ایده، احساس،

عقیده سیاسی و وابستگی به گذشته یا آینده خود ندارند و این تنها کلیشه‌ای مصنوعی و ساده‌انگارانه از تمایل جنسی زنان است که دائماً در فرهنگ آمریکا تکرار می‌شود. بخش سوم ترجمه و تلخیص کتابی با عنوان بهای سنگین مادی‌گرایی که تیم کسر در سال 2002 آن را نگاشته است. تیم کسر در این کتاب به توصیف چگونگی تغییر جهان در سده‌های اخیر و روند صنعتی شدن و اثرات فرهنگی آن بر افراد بشر پرداخته است. تغییر معنای سعادت و رشد بی‌رویه مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی تقریباً همه‌گیر شده است. اکثر افراد داشتن ثروت بیشتر و مالکیت‌های فردی افزون‌تر را برای یک زندگی خوب ضروری می‌دانند چرا که اغلب پذیرفته‌اند که «برای سالم بودن باید پولدار بود»، و بسیاری از ما نپذیرفته‌ایم که موفقیت و سعادت را نه در راستای کمال روحی و درونی خود بلکه با درون‌گرایی فزاینده و توانایی مالی برای خرید هر چیز ارزیابی کنیم. شاید فریبنده‌ترین جنبه ارزشیابی مدرن این است که در آن «داشتن به اندازه کافی» مطرح نیست، بلکه بیش از دیگران داشتن مهم است. به این ترتیب هیچ‌گاه انسان به اندازه کافی نخواهد داشت چون همیشه کسانی هستند که بیشتر از او دارند. بر اساس آن چه مجریان تبلیغاتی طی سال‌ها تجربه کرده‌اند، یک مصرف‌کننده خوب کسی است که فقط به نیازها و آرزوهایش می‌اندیشد و تصور زیستن بر پایه ضروریات زندگی برایش محال است. کسر در کتاب خود یکی از کامل‌ترین توصیفات را در مورد اینکه چگونه وعده‌های پوچ و توخالی مصرف‌گرایی می‌توانند اینقدر عمیق در روح و روان آدمی جای گیرد، ارائه داده است. توصیفات وی تنها بر محور نقش ابرقدرت‌های اقتصادی در بازار مصرف نیست، بلکه وی نمایی نزدیک‌تر از آنچه را که موجب می‌شود انسان تلاش کند تا برای خود کالاهای مادی و نشان منزلت اجتماعی فراهم سازد، ارائه داده است. در ادامه کتاب او به بررسی تأثیر فرهنگ مادی‌گرایی بر سعادت فردی «خانواده» ازدواج، تربیت فرزندان و طلاق می‌پردازد. گرایش‌های مادی والدین در شکل‌گیری شخصیت و نگرش فرزندان نیز مؤثر هستند. زمانی که پدر و مادر بیشتر وقت‌شان را برای رسیدگی به شیوه زندگی مادی‌گرایانه صرف می‌کنند، وقت کمتری برای بودن با فرزندان پیدا می‌کنند و این در حالیست که خرید بازی‌های رایانه‌ای و خوراکی‌های رنگارنگ هرگز نمی‌تواند جای خالی آغوش گرم و پرمحبت پدر و مادر را برای کودک پر کند بلکه با خرید کالاهایی مصرفی و مادی این پیام به کودکان منتقل می‌شود که عشق و واقعی زمانی وجود دارد که پول خرج می‌شود. در سایر روابط خانوادگی هم وضع به همین منوال است. یعنی هر چه زن و شوهر بیشتر برای به‌دست آوردن پول و ساختن یک زندگی خوب وقت صرف می‌کنند، کمتر می‌توانند در کنار یکدیگر باشند و کیفیت روابطشان را بهبود بخشند.

تکالیف سیاسی- اجتماعی زنان نسبت به مردان از تنوع بیشتری برخوردار است. گفت و گو با دکتر فهیمه فرهمندپور درباره مشارکت سیاسی زنان در سیره نبوی فهیمه فرهمندپور دانش‌آموخته حوزه و دانشگاه است. وی لیسانس فلسفه، لیسانس و فوق‌لیسانس فقه و مبانی حقوق اسلامی و فوق‌لیسانس و دکترای تاریخ اسلام دارد. در حال حاضر عضو هیئت علمی دانشکده الهیات دانشگاه تهران و از فعالان در عرصه مسائل زنان است. کتاب‌ها و مقالاتی در زمینه تاریخ و به‌خصوص تاریخ تشیع از او به چاپ رسیده است. فاطمه قاسم‌پور ابتدا نظر تان را درباره زمینه‌های تار

۱۹:۵۸

یخی مشارکت سیاسی زنان در سیره نبوی و اصول حاکم بر آن بفرمایید. حقیقت این است که ما در هیچ برهه‌ای از تاریخ اسلام به اندازه صدر اسلام به ویژه عصر نبوی و علوی با حضور گسترده و مؤثر زنان در عرصه‌های اجتماعی مواجه

نبوده‌ایم. عصری که در هیچ قسمتی از آن، تابلوی ورود ممنوع برای زنان وجود نداشت؛ یعنی حتی مواردی که از زنان رفع تکلیف شد، رفع حق نشد؛ برای مثال در مسئله جهاد که تقریباً همه فقهای ما معتقدند بر زنان واجب نیست و حتی در جهاد دفاعی تا زمانی که من به الکفایه برای دفاع وجود داشته باشد، نوبت به زنان نمی‌رسد، تابلوی ورود ممنوع برای زنان نداریم. در لحظات سخت و مخاطره‌آمیز جنگ احد، زنی در کنار معدود یاران پیامبر از ایشان دفاع کرد و شاید بتوان گفت در آن موقعیت، حضور در کنار پیامبر برای او واجب عینی بود. در موقعیت‌ها و صحنه‌هایی از جهادهای اسلامی که مخاطره‌ای به این شکل وجود نداشت نیز زنان حضور داشتند و ممانعت و محدودیتی برایشان نبود. بلکه حضورشان مورد تشویق قرار می‌گرفت. این امر نشان می‌دهد که هر چند حضور در جهاد برای زنان واجب نیست، امری مُستحسن به‌شمار می‌آید. از آنجا که فعل، قول و تقریر معصوم برای ما حجت است، یعنی وقتی که پیامبر اجازه‌ای می‌دهد، نفس اجازه ایشان یا حتی سکوتشان، دلالت بر جواز دارد. وقتی پیامبر چنین رفتاری را تشویق یا تحسین می‌کنند، این امر علاوه بر جواز، حَسَن هم هست. بنابراین گرچه نمی‌توان از آن وجوب استنباط کرد و تکلیف قطعی مرتفع همچنان است، اما نشان می‌دهد زنان چنین حقی دارند و حضورشان مورد تأیید و تشویق خواهد بود. البته نباید قالبی کلیشه‌ای برای حضور سیاسی قائل شویم. در تاریخ آمده است زنی نزد پیامبر رفت و گفت: مردان ما جهاد می‌کنند، اما شما فرمودید جهاد برای زنان واجب نیست. مردان شهید می‌شوند اما ما چه؟ پیامبر فرمودند: حضور شما در عرصه‌های خانوادگی مانند جهاد است. معنای این سخن آن است که زنان عرصه‌های متنوع‌تری برای حضور مؤثر دارند. در عین حال سخن ایشان بدان معنا نیست که فقط خانه‌داری یا شوهرداری کنید و در صحنه‌های دیگر حاضر نشوید. شهید مطهری تعبیر بسیار مهمی دارد؛ ایشان می‌فرمایند هر استعداد طبیعی سند یک حق طبیعی است، یعنی اگر شما طبیعتاً می‌توانید از عهده کاری برآیید، بدان معناست که شما بالطبع، حقی در آن زمینه دارید. ایشان مثال می‌زنند که انسان طبیعتاً استعداد باسواد شدن دارد، پس تحصیل، حق طبیعی هر انسانی است و کسی اجازه ندارد بی‌دلیل و بی‌مستند، این حق را از او سلب کند. افزون بر شهید مطهری، می‌توان گفت هر استعداد طبیعی هم سند یک حق طبیعی است و هم تکلیف و مسئولیت طبیعی را نشان می‌دهد؛ بنابراین اگر زنان توانایی حضور در عرصه‌های اجتماعی به معنی عام آن یعنی عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، آموزشی، تربیتی و غیره را دارند، نشانه آن است که اولاً حق مسلم ورود به این عرصه‌ها را دارند و ثانیاً برای حضور در این عرصه‌ها مسئولند. اگر زنی می‌تواند در حوزه مدیریت سیاسی کاری انجام دهد، یعنی هم حق دارد و هم مسئول است؛ یعنی حق، مسئولیت و استعداد، لازم و ملزوم یکدیگرند. البته نمی‌توان انکار کرد که حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی، به ملاحظات خاصی نیاز دارد، بنابراین به جای اینکه عرصه را برای ایشان تنگ کنیم، باید حدود و شرایط آن را تبیین کنیم، یعنی به جای اینکه بگوییم زنان نباید در سیاست وارد شوند، بگوییم زنان به چه شکلی می‌توانند در سیاست دخالت کنند. الگوی مشارکت سیاسی زنان بر اساس آموزه‌های دینی چیست؟ بله، دقیقاً نکته همین است یعنی به جای آنکه تابلوی بزرگ ورود ممنوع در مقابل زنان قرار دهید، باید تبیین کنید که اگر زنان بخواهند و اگر باید به عنوان یک تکلیف و یک حق انسانی در این عرصه وارد بشوند در چه بستر و قالب و یا به تعبیر شما با چه الگویی وارد شوند. این مسئله به مراتب قابل اعتنا تر است؛ یعنی مسئله‌ای است که بیشتر باید مورد توجه قرار بگیرد که به نظر می‌رسد مغفول مانده‌است. یعنی ما آنقدر که ورود ممنوع ایجاد می‌کنیم و می‌خواهیم بگوییم زنان باید کجا بروند و کجا نروند، به دنبال تبیین چگونگی حضور آنان نیستیم. غفلت از این چگونگی، در واقع پاک کردن صورت مسئله و انتخاب آسان‌ترین راه است. جالب اینکه وقتی به سیره و سنت معصوم و

الگویی که در تفکر و اندیشه امام مطرح می‌شود، می‌نگریم، بر چگونگی حضور زنان تأکید می‌کنند، یعنی آن قدر اصل مسئله برای آنان روشن است