روزنه

فراغت در خدمت مصرف تمایزی گرانقیمت

صادق فرامرزی: تبدیل شدن فراغت به جنبه‌ای محوری در زندگی معاصر شهری و حتی تبدیل شدن فلسفه کار به ابزاری برای به فعلیت حداکثری رساندن ظرفیت‌های فراغت باعث شده دیگر الگوی فراغت و آیین‌های فراغتی را چیزی فراتر از یک جنبه فرعی در زندگی اجتماعی بدانیم. در این میان گسترش روزافزون آیین‌ها و جشن‌های فراغتی خلق‌الساعه را می‌توان به‌عنوان مساله‌ای کلیدی در شناخت مناسبات اجتماعی اقشار مدرن از جمله طبقه متوسط شهری دانست. اگر فراغت با تعریف فعلی آن تا حد زیادی میوه انقلاب صنعتی و بیگانگی انسان با محیط کاری خود بوده است، آیین‌های فراغتی جدید و وارداتی را می‌توان میوه تلاش برای تمایزبخشی طبقات و اقشاری از جامعه‌ای دانست که می‌خواهند هویتی جدید را برای خود تعریف کنند.

در باب چرایی شکل گرفتن آیین‌ها و مناسبت‌های فراغتی شاید آنچه بیش از سایرین حائز اهمیت باشد گسترش یکباره «شهرنشینی» در کمتر از نیم قرن است. رشد توأمان جمعیتی و تقاضا برای زندگی شهری موجب شد بخش عمده‌ای از جمعیت پرورش یافته در فضای اجتماعی دهه‌های اخیر دچار نوعی از سرگشتگی در انتخاب مسیر حیات اجتماعی‌اش شود. به شکلی ملموس و مصداقی اگر نگاهی به عمده آیین‌های جمعی ایران (فارغ از صبغه ایرانی یا اسلامی‌شان) بیندازیم با عنصر پررنگ خانواده مواجه می‌شویم که فضای حاکم بر خانواده‌های تک‌هسته‌ای(به عنوان ویژگی غالب بر خانوار شهری) چندان نسبتی با آن ندارد. از سوی دیگر ابهام ارزشی حاکم بر گونه‌ای از طبقات شهری باعث می‌شود آنان خود را در فضای ارزشی متکثری بازتعریف کنند که تلاش برای تمایزبخشی به خود از طریق شرکت در آیین‌های وارداتی بخشی از آن محسوب می‌شود. استقبال عجیب و بی‌پیشینه از آیین‌های فراغتی غیربومی و تن دادن به نظام ارزشی متمایزی که حتی می‌تواند برای طلاق نیز جشن برگزار کند تا حد زیادی بخشی از پازل هویت‌یابی برای چنگ‌انداختن به تعریفی جدید از جایگاه خود است. در این پروسه تمایزبخشی فراتر از تلاش برای تقلید از الگوهای وارداتی حتی می‌توان در الگوهای بومی هم با در پیش گرفتن رفتاری خلاف عرف عمومی به دنبال تمایزبخشی رفت، به‌عنوان مثال تشکیل جمعیت برای پاکسازی محیط‌زیست از زباله در روز عاشورا که عرف غالب همگان را به سمت عزاداری می‌کشاند، هرچند می‌تواند اقدامی پسندیده باشد اما رفتاری تمایزبخش با نیت بازتعریف یک آیین در ظرف محتوایی مجزاست.

تلاش بیهوده برای تعریف «خود» در آیین‌هایی که ریشه‌ای در «دیگری» دارد هرچند که در سده اخیر چندان به موفقیتی چشمگیر دست نیافته است اما چشمه‌ای از تلاش برای بازتعریف هویتی و مصرفی طبقات جدید شهری محسوب می‌شود. سرانجام محتوم و محکوم غالب این تلاش‌ها به پررنگ شدن خصلت «مصرفی» و «نمایشی» در احیای سنت‌های فراغتی وارداتی رسیده است؛ به عبارت ساده‌تر، از آنجایی که عمده این آیین‌ها ریشه تاریخی و پشتوانه ارزشی در محیط پیاده‌سازی شده خود نداشته‌اند به یک رفتار مصرفی محدود مانده‌اند. طبیعی است در چنین فضایی نخستین احتمال موجود تلاش سوداگران و واردکنندگان اقتصادی در تبدیل کردن این آیین‌ها به ظرفیتی برای گسترش بازار مصرفی‌شان باشد. شکل دادن به بزرگداشت سال نوی میلادی با تبدیل آن به بازاری برای فروش نمادهای وارداتی آن، تبدیل کردن ولنتاین به ظرفیتی زمانی برای افزایش تقاضا به خرید هدیه و افزایش قیمت‌ها به آن مناسبت، تلاش برای قوام‌بخشی به «جمعه سیاه» در بازه‌ای از سال ایرانیان که انباشت تقاضایی وجود ندارد با نیت افزایش قیمت‌ها و... همگی گویای این گزاره است که منتفعان تجاری خود بیشترین تلاش را برای جاانداختن این الگوی آیینی داشته‌اند.

به‌صورت کلی هرچند نمی‌توان غلبه یافتن جنبه «مصرفی» در نوع مواجهه با آیین‌های فراغتی را قاعده‌ای عام دانست و از گسست‌های اجتماعی و فرهنگی که موجب شکل گرفتن موجی از تقاضا برای دگری‌سازی ارزش‌های حاکم بر آیین‌های فراغتی شده چشم پوشید اما بی‌شک آنچه در این میان نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند، نسبت میان تقاضای فرهنگی با عرضه اقتصادی است که منجر به تبلور یافتن این آیین‌ها در فضایی تجاری می‌شود. غیراصیل بودن خاستگاه این آیین‌ها و انفعالی بودن موضع برگزارکنندگانش با آن در طبیعی‌ترین و اولیه‌ترین حالت خود منجر به تقلیلی مصرف‌گرایانه می‌شود.

بررسی رشد روزافزون جشن‌ها و مناسبت‌های وارداتی

از واردات اقتصادی تا واردات فرهنگی

درست در میانه روزهایی که فشار اقتصادی، برگزاری جشن‌های قدیمی و ملی همانند شب یلدا را برای بخش زیادی از اقشار جامعه سخت کرده است، تبلیغات گسترده برای جا نماندن از بازار خریدهای مربوط به سال جدید میلادی خیلی‌ها را متعجب و شگفت‌زده می‌کند. در این میان انتشار اخباری حاکی از فروش چند هزار درخت کاج با قیمت ۲ تا ۵ میلیون تومان تنها در تهران به عمق این تعجب‌ها می‌افزاید و این سوال را مطرح می‌کند که علت رشد یکباره و تلاش‌های تبلیغاتی برای جا انداختن جشن‌های غیربومی به عنوان جشنی فراگیر با چه پیش‌زمینه و هدفی در حال پیگیری است. سخت شدن پاسداشت نوروز و گران بودن حداقلی‌ترین خریدهایی که معمولا برای عید سنتی ایرانیان انجام می‌شود دغدغه بخش عمده‌ای از مردمی است که حالا با رواج جشن‌ها و آیین‌های جدید متعجب و حیران شده‌اند. طبیعتا نخستین سوال در چنین فضایی پیدا کردن چگونگی و چرایی رشد قارچ‌گونه مناسبت‌هایی است که ارتباط چندانی با فضای بومی ایرانیان ندارد و در غالب موارد تن دادن به آنها رقم بالایی را نیز به جیب برگزارکنندگان تحمیل می‌کند.

■ از گران بودن نذری‌های عزاداری تا واجب بودن خرید کریسمس

تضاد میان الگوی برقراری آیین‌ها چه در جنبه عزاداری و چه در جنبه جشن‌ها و اعیاد چند سالی است که سروصدای زیادی به پا کرده است. از واکنش‌های برخی سلبریتی‌ها به جشن عید قربان تا موج‌سازی برخی فعالان فضای مجازی علیه ارقامی که سالانه خرج نذری‌های ماه محرم می‌شود، همگی بر یک نکته تاکید داشته و آن نیز این بوده که در شرایط وجود فشارهای اقتصادی و وجود جمعیت زیادی از نیازمندان، دلیل پاسداشت چنین رسومی چه بوده است.

در این شرایط شاید عجیب‌ترین مساله آن باشد که تقریبا هیچ‌کدام از این گروه‌ها واکنشی منفی نسبت به جشن‌های وارداتی گرانقیمت نداشته‌اند و حتی عمدتا مبلغ آن نیز بوده‌اند و فارغ از جنبه فرهنگی جشن‌های غیربومی، خرج کردن رقم‌های نجومی برای این قبیل موارد را لازم و ضروری دانسته‌اند.

■ خودباختگی فرهنگی یا فرصت‌طلبی تجاری؟

شاید یکی از نخستین فرضیات پیرامون شکل‌گیری و رواج یافتن جشن‌ها و آیین‌های نوظهور که عمدتا جنبه وارداتی دارند، مساله خودباختگی فرهنگی و تمایل برای تقلید حتی در نحوه فراغت و جشن باشد. بر این مبنا منتقدان معتقد به آنند که ظهور یافتن بزرگداشت جشن‌هایی که خاستگاه دینی و ملی‌شان با ایران اسلامی نسبتی ندارد، نشانه‌ای از تمایلات به ضدفرهنگ‌های غربی و شرقی است. هرچند این فرض را نمی‌توان مطلقا نادیده انگاشت و از آن بسادگی عبور کرد اما آنچه نباید نسبت به آن غفلت ورزید نقش تعیین‌کننده منتفعان مالی از تبدیل شدن آیین‌های وارداتی به رسوماتی فراگیر است.

تلاش انبوه بخشی از واردکنندگان و فروشندگان برای جا انداختن این رسوم موجب سود سرشار مالی آنها از طریق به فروش رساندن کالاهایی می‌شود که تا به حال سهمی در سبد مصرفی افراد و خانواده‌ها نداشته است.

تبلیغات متعدد برای خرید درخت گرانقیمت جشنی که برگزار نمی‌شود، تبلیغ خرید هدیه در روز ولنتاین و شکل گرفتن صف انبوه خرید برای نمادهای آن روز، جا انداختن روزی از سال برای تلاش بیهوده جهت شرکت در یک مسابقه مصرف‌گرایی و مواردی از این دست مسائلی است که براحتی نمی‌توان از آنها عبور کرد. بر این مبنا شاید بتوان در کنار نقش‌آفرینی شبکه‌های ماهواره‌ای و بخشی از صفحات فعال در شبکه‌های اجتماعی به تلاش فراوان فروشندگان و واردکنندگانی اشاره کرد که اضافه کردن هر آیین جدید باعث سود سرشار مالی برای آنها می‌شود.

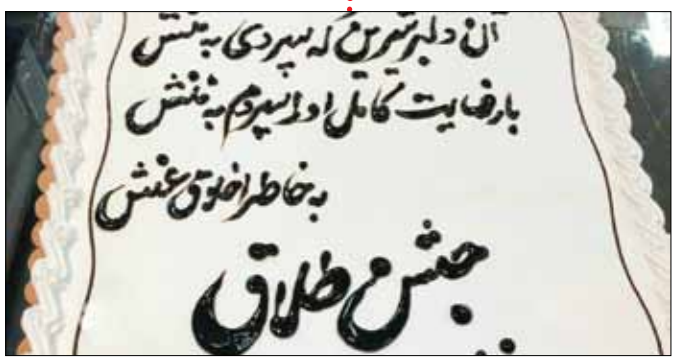
■ نقد به آیین‌های وارداتی یا بهانه شاد بودن؟

عمده دفاعی که مبلغان ترویج آیین‌ها و جشن‌های وارداتی از آن می‌کنند، در این عبارت خلاصه می‌شود که باید از هر بهانه‌ای برای شاد کردن مردم استقبال کرد و چندان در پی رگ و ریشه آن بهانه نرفت اما چرا این استدلال نسبتا قابل قبول را نباید پذیرفت؟ در خلاصه‌ترین حالت ممکن این استدلال همه چیز را محدود به یک شادی نسبتا ساده می‌کند و نقدهای وارده به رگ و ریشه این آیین‌ها را کم‌اهمیت جلوه می‌دهد اما در سطحی کلان‌تر قبول کردن هر آیینی برای شاد بودن در بلندمدت از اعتبار اولیه آیین‌های بومی و ملی یک کشور خواهد کاست. همچنین از سوی دیگر پذیرفتن این منطق که برای شاد بودن باید متمسک به هر بهانه‌ای شد، بهانه‌های شاد بودن را از هسته ارزشی و معنایی آنان تهی می‌کند.

هالووین؛ ولخرجی برای ترسیدن!

شاید بتوان یکی از عجیب‌ترین آیین‌های وارداتی در سال‌های اخیر را برگزاری جشن «هالووین» در برخی کافه‌ها، مهدهای کودک و محفل‌های تفریحی دانست. جشنی برای ترساندن و خرج ارقام بالا برای تبدیل کردن خود به یک مانکن ترسناک. اگر در دهه‌های اخیر رقم‌های نجومی خرج مراسم چهارشنبه سوری برای ترساندن همدیگر از شدت انفجار و صدا بوده است، هالووین را می‌توان ولخرجی جدیدی برای ترساندن از طریق پوشش‌های ترسناک دانست. هالووین در واقع جشنی غربی و بیشتر سنتی است که از ۳۱ اکتبر به مدت ۳ شبانه‌روز برگزار می‌شود. افراد در این جشن با چهره‌های عجیب و مخوف یا گریم افراد مشهور دور هم جمع می‌شوند و این روز را جشن می‌گیرند. همان‌طور که مردم ایران در روزهای ابتدایی سال نو برای خودشان لباس نو می‌خرند و به استقبال بهار می‌روند، در برخی نقاط دنیا نیز در آخرین روزهای ماه اکتبر مردم لباس نو می‌خرند؛ با این تفاوت که آنها تلاش می‌کنند ترسناک، زشت و عجیب به نظر برسند. ریشه این جشن به آیین باستانی «سامهین» یا «شامِهین» بازمی‌گردد. قوم «سلت» که حدود ۲ هزار سال پیش در مناطقی از اروپا زندگی می‌کردند، شروع سال جدید خود را همزمان با برداشت محصولات کشاورزی در اول نوامبر جشن می‌گرفتند که برای آنها نماد پایان تابستان و آغاز فصل تاریکی و سرما بود. از آنجا که با فرارسیدن فصل سرما، مرگ و میر انسان‌ها در آن زمان بیشتر می‌شد، مردم در آن زمان باور داشتند که با برافروختن آتش و پوشیدن لباس‌های عجیب از پوست حیوانات و استفاده از صورتک‌های ترسناک یا قرار دادن سر بریده شده حیوانات روی سر خود می‌توانند ارواح سرگردان آنها را از خود دور کنند یا حداقل مانع از شناسایی خود توسط آنها شوند. این تصور در آن زمان بیشتر ریشه در ترس آنها از تاریکی داشت. امروز مراسم هالووین بیشتر به عنوان فرصتی برای تفریح کردن شناخته می‌شود و گفتن داستان‌های مربوط به ارواح سرگردان چندان در آن جایی ندارد اما پوشیدن لباس‌های عجیب و صورتک‌های ترسناک همچنان جای خود را در این مراسم حفظ کرده است. در واقع می‌توان گفت در سال‌های اخیر به دلیل مرگ یکی از مشهورترین شیطان‌پرستان در روز هالووین، برخی مفاهیم شیطان‌پرستی نیز به این جشن وارد شده است. گسترش برگزاری جشن هالووین در مناطق عمدتا شمالی تهران و سودهای ناشی از فروش لباس، ماسک و ابزارآلات این جشن باعث تبدیل آن به یکی از سوژه‌های کسب درآمد در شبکه‌های اجتماعی شده است.

جشن طلاق؛ به میمنت جدایی!



برگزاری جشن برای «وصلت» و «رسیدن» در آیین‌هایی همچون ازدواج را می‌توان رسمی به بلندای تاریخ و مربوط به تمام قومیت‌ها و ملل جهان دانست. در این شرایط به همان میزان که «به دنیا آمدن» یا «ازدواج کردن» نشانه‌ای از جشن و مسرت محسوب می‌شود، «مرگ» و «طلاق» هم نشانه‌ای از حزن و نامیمونی است؛ بر همین اساس نیز در ارزش‌های دینی ما از طلاق به عنوان یکی از بدترین افعال حلال یاد شده است. طبیعی است در این شرایط برگزاری جشن و میهمانی برای خوشحالی زوجین به جهت طلاقی که می‌خواهند از یکدیگر بگیرند جزو رسوم وارداتی و البته پرسروصدایی است که در چند سال اخیر در برخی نقاط شهری از جمله رستوران‌ها و تالارهای گرانقیمت برپا می‌شود. برگزاری یک ضیافت باشکوه و گرانقیمت با نیت اعلام جدایی، جمع کردن دوستان و اقوام برای مشاهده پایان یک رابطه و سپس اقدامات نمادینی همچون درآوردن حلقه ازدواج از دستان یکدیگر و نابود کردن آن با چکش، همگی گویای شکل‌گیری یک سنت جدید بر خلاف عرف و ارزش تاریخی غالب تمدن‌هاست. جشن طلاق مراسمی است که ابتدا در آمریکا سر و کله‌اش پیدا شد. روانشناسان آمریکایی اعتقاد داشتند این جشن، زهر جدایی و تلخی‌اش را می‌گیرد و تحمل رنج زندگی پس از طلاق را می‌کاهد. رفته رفته اما با مطالعه روی زوج‌هایی که با جشن طلاق از هم جدا می‌شوند، دریافتند این مراسم هم توسط نوکیسه‌ها مصادره شد و به یک کالای لوکس مصرفی برای عرض اندام و شوآف تبدیل شده است. نخستین خبرها از وجود چنین جشنی نیز در سال ۸۸ توسط یکی از روزنامه‌ها اعلام شد اما گذشت نزدیک به ۱۰ سال از آن خبر باز هم باعث نشده این جشن را همچون برخی آیین‌های وارداتی پدیده تعمیم یافته و متکثر شده بدانیم. با این حال نمی‌توان از گسترش فرهنگ برگزاری چنین جشنی در مغازه‌های سفارش کارت عروسی گذشت. تنوع کارت‌هایی با محتوای دعوت از مدعوین برای شرکت در جشن طلاق و استفاده از تعابیری مانند «بدینوسیله از شما جهت حضور در جشن آزادی دعوت به عمل می‌آید» نشانه‌ای روشن از تلاش برای عمومیت بخشیدن به آن محسوب می‌شود. برگزاری جشن برای فعلی که در عین گریزناپذیری ضدارزش محسوب می‌شود، در بهترین حالت ممکن اگر ضدارزشی را تبدیل به ارزش نکند، از آن قبح‌زدایی خواهد کرد.

جمعه سیاه؛ حراج گرانفروشی!

اگر عمده آیین‌های وارداتی شکل و شمایلی فرهنگی داشته‌اند و پس از آن با سوءاستفاده از ظرفیت فرهنگی‌شان تبدیل به هدفی برای سوءاستفاده اقتصادی شده‌اند اما شکل یافتن و فراگیری «جمعه سیاه» آمریکایی با عنوان «حراجمعه» ایرانی از ابتدا بر مبنای فضایی اقتصادی و تجاری بوده است. «بلک فرایدی» آخرین جمعه ماه نوامبر است که به آن جمعه سیاه هم گفته می‌شود. از سال ۱۹۵۲ به بعد این روز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین روزهای خرید و فروش در سراسر جهان شکل گرفت، چرا که در آستانه کریسمس و تعطیلات سال نوی میلادی، مردم کشورهای مختلف بویژه آمریکا می‌توانند اجناس گوناگون را با تخفیف‌های استثنایی بخرند به‌طوری که در فروشگاه‌های محبوب ۷۰ تا ۹۰درصد تخفیف هم دیده می‌شود. برای همین است که چنین روزی هم مورد استقبال فروشندگان است و هم مشتریان، چرا که هم مشتریان می‌توانند از تخفیف‌های ویژه استفاده کنند و هم فروشندگان در چنین روزی فروش استثنایی را تجربه می‌کنند. ورود جمعه سیاه به فرهنگ مصرفی ایران از چند سال پیش و از جانب تعدادی از مغازه‌های بزرگ مجتمع‌های تجاری و عرضه‌کننده‌های اینترنتی اجناس آغاز شد و در مدتی کوتاه حتی به فروشندگان و عرضه‌کنندگان خرد نیز سرایت کرد. شاید در نگاه اول حتی این تقلید آیینی را بتوان به فال نیک گرفت و مسبب بهره‌مندی عموم مردم از تخفیف‌های گسترده در شرایط سخت اقتصادی نیز دانست اما تجربه‌های حاصل از این آیین، خلاف این را نشان می‌دهد. اگر بر مبنای سال رسمی ایرانیان به وضعیت بازار نگاهی ساده بیندازیم، متوجه ۲ نکته کلیدی در سوءاستفاده از «جمعه سیاه» می‌شویم؛ نخستین نکته که باید به آن توجه داشت اینکه این آیین مصرفی با تبدیل آذرماه به عنوان زمان سوخته‌ای از خرید سالانه ایرانیان آن را تبدیل به برهه‌ای برای به سقف رساندن تقاضاها می‌کند، این تقاضا با اثرگذاری مستقیم بر قیمت کالاها منجر به افزایش‌شان می‌شود و سپس مردم را برای خرید کالاهایی که قیمت افزایشی‌شان بیش از تخفیف آنان بوده، به صف می‌کشاند. در این میان آشکار است که طمع برای جا نماندن از خرید به علت فضای کاذب ایجاد شده مشتریان را حتی وادار به آن می‌کند که کالاها را با قیمتی بیشتر یا حداقل مساوی با چندی قبل‌شان خریداری کنند. رواج سنت «جمعه سیاه» در آذرماه برای کشوری که خریدهای پیش از سال جدیدش را باید در اسفندماه انجام دهد می‌توان از مهم‌ترین آیین‌های وارداتی در فضای شهری سالیان اخیر دانست.

نگاه

ایران و ادغام در آیین‌ها

یونس مولایی: هرچند شکل‌گیری امواج اجتماعی برای تضادآفرینی میان ایرانی‌گری و اسلام‌گرایی را می‌توان میراثی از سیاست‌گذاری‌های ناسیونالیسم ضددینی پهلوی دانست اما تلاش‌ها برای احیاگری آن را نمی‌توان نادیده انگاشت. استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای سیاه و سفید جلوه دادن اسلام منهای ایران و ایران منهای اسلام، تلاش برای رسمیت و تعمیم بخشیدن به سنن غیردینی و غیربومی برای به حاشیه راندن آیین‌ها و سنن دینی و... را می‌توان بخشی از کلیت اقدامات برای احیای این تضاد دانست. در این میان فضای شبکه‌های اجتماعی را هرچند بابت انتشار انبوه پیام‌ها در مباحثی همچون عید قربان، ماه محرم و... نمی‌توان به شکلی واحد مورد تحلیل قرار داد اما مباحثی همچون تلاش برای احیای آیین‌ها و جشن‌های غیربومی را در بستر اجتماعی و تاریخی ایران می‌توان مورد بررسی قرار داد.

شاید نخستین و پررنگ‌ترین مواجهه و به تبع آن ادغام فرهنگی را باید در رویارویی میان اسلام و سنن بازمانده ایرانی جست‌وجو کرد. پیوند زدن میراثی همچون «عید نوروز» با فرهنگ دینی و پایبندی ایرانیان در سده‌های پیاپی به تقویم شمسی (میراث ایرانی) بر مبنای سال هجرت (واقعه اسلامی) از یکسو و حفظ سخت زبان فارسی در رسم‌الخط عربی از سوی دیگر جلوه‌های معنابخشی در این‌باره محسوب می‌شود. سرازیر کردن ارزش‌های دینی به سمت رسوم ایرانی هرچند در نوروز بیش از هر چیز دیگر جلوه‌گر شد اما نمی‌توان از همپوشانی ارزش‌های دینی در میدان نهضت‌های ملی نیز چشم‌پوشی کرد. الگوی عمده شعارهای دینی در جریان مبارزات سیاسی داخلی و مقاومت‌های دفاعی خارجی بخوبی گویای این مهم است که هرچند دیانت و ملیت نه به شکلی مطلق و صددرصدی، بلکه به شکلی حداکثری، در فضای اجتماعی و تاریخی ایران به وحدت رسید. شاید بهترین شاهد بر این امر را تا حد زیادی بتوان در تلاش‌ها برای احیای تعارض‌های فارس و عرب با نیت تقابل نهایی ملیت و دیانت پیدا کرد. الگوی شاهنامه به‌عنوان ملی‌گرایانه‌ترین سند ادبی تاریخ ایران و آغاز مبتنی بر دیانت آن جلوه‌ای عیان از صحت گزاره نزدیکی این دو عنصر به حساب می‌آید.

نحوه مواجهه ایران با غرب را باید به شکلی جدی از اواخر سلسله صفویان به‌عنوان سلسله‌ای که بر مبنای شیعی‌گری و صوفی‌گری به قدرت رسیده بود، جست‌وجو کرد. هرچند این مواجهه هیچ‌گاه بر مداری واحد نگردیده است اما شواهد تاریخی از جمله سفرنامه‌های باقیمانده تا حد زیادی می‌تواند راهگشای این امر باشد. مواجهه مقلدانه اشراف قاجار از یکسو و زاویه داشتن عمومی جامعه نسبت به مناسبات ارزشی و فرهنگی غربیان از سوی دیگر را می‌توان از مهم‌ترین مواجهات در فضای وقت جامعه ایرانی دانست. در بخشی از سفرنامه مشهور «چارلز جیمز ویلس» پیرامون نحوه مواجهه زنان اشراف با غربیان آمده است:

«زنان ایرانی به محض آشنایی و هم‌صحبتی و برقراری معاشرت و مجالست با زنان اروپایی سعی در آموختن طرز لباس پوشیدن، رفتار و آداب و اصول آنان کردند و همه لحاظ در پی تقلید از آنان برآمدند و این کار را نوعی رشد شخصیت و روشنفکری برای خود به حساب آوردند».

«ادوارد پولاک» به‌عنوان دیگر سفرنامه‌نویس ایران از زمان قاجار با اشاره به روش مقلدانه اشراف قاجاری نسبت به مسافران اروپایی آنان را در این نمونه مورد سرزنش قرار می‌دهد. با همه اینها چه چیز را می‌توان به‌عنوان الگویی در چارچوب مواجهه ایرانیان در برخورد با ارزش‌های وارداتی به‌عنوان شاهد مثال آورد؟ شاید راحت‌ترین راه برای چنین قضاوتی بررسی نحوه برخوردها با آیین‌های وارداتی ناشی از رویارویی با اسلام و اروپاییان باشد. طبیعتا صدور هرگونه حکم مطلق در این باب نشانه‌ای از خطا بودن نوع مواجهه است اما آنچه می‌تواند ما را در رسیدن به نتیجه‌ای صحیح‌تر راهنمایی کند، مساله نحوه برخورد و فراگیری این آیین‌هاست. تلاش‌های چند دهه‌ای حکومت پهلوی در فراگیر کردن آیین‌های وارداتی که برچسبی غیردینی داشته‌است حتی تحت لوای ایرانی‌گری نیز با استقبال درخوری مواجه نشد و عموما با شکست مواجه شد.

در این میان تلاش‌هایی که این روزها برای احیای پاسداشت آیین‌های غیربومی شکل می‌گیرد، هرچند که غیرقابل کتمان است و تا حدی باید آن را نیز به رسمیت شناخت اما جلوه‌ای از عدم موفقیت بر مبنای الگوهای مشابه تاریخی را داراست.