بسمه تعالی

بررسی تربیتی مدگرایی بانوان در پوشش

جشنواره رشد دهم

استاد راهنما:اکرم صفرزاده

نویسنده: مهسا هادی،فاطمه سادات صالح ،زهرا آقا محمدی

طلاب سطح ۳ مدرسه علمیه فاطمیه محلات

چکیده

مد، رایج شدن شیوه ای از زینت در ابعاد مختلف زندگی است مانند طرز لباس پوشیدن، آرایش کردن، چیدمان دکور خانه و امثال اینها. دایره وسعت مد گسترده است و منحصر به عصر خاصی نمی باشد، هرجا حرف از زیبایی و زیبایی شناختی باشد پای مد درمیان است. ولی در این میان زنان بیش از دیگران به مد و مدگرایی اهمیت می دهند.علاوه بر زیرساخت های فرهنگی و اجتماعی عوامل و انگیزه های مختلفی همچون تنوع طلبی و نوگرایی، همانند سازی و رقابت، تشخص طلبی برای همسو شدن فرد با مدگرایی وجود دارد. در آیات و روایات و دین ما به مدگرایی در حد متعادل به طوری که با عرف جامعه و ارزشهای دین مطابق باشد سفارش شده است، زیرا مد در حد متعادل نه تنها اسیب زا نیست بلکه گاهی موجب افزایش فرهنگ و تمدن جوامع بشری می شود و صورت زیبایی به زندگی مردم می بخشد. اما مدگرایی به طور افراطی و خارج از چارچوب های عرف جامعه نکوهش شده است زیرا آن را در شان انسان های فرهیخته و با کمالات نمی داند، ونه تنها سودی عاید فرد نمی شود بلکه آسیب های فراوان جسمی، روحی و روانی مانند احساس ناکامی، جمع گریزی، اضطراب و اختلال در حس زیبایی شناختی را برای فرد به ارمغان می آورد. در این مقاله سعی شده که به بررسی پدیده مد گرایی، گستردگی آن و چالش های آن پرداخته شود.

کلمات کلیدی

آرایش، زنان ،لباس، مد، مدگرایی

مقدمه

با بررسی سیر تکامل انسان از آغاز تاکنون می توان به این مسئله پی برد نیاز انسان به داشتن پوشش یک نیاز فطری و درونی است، امروزه مد در پوشش به مساله روز جامعه و دنیا بدل شده است. به طوری که از زوایای مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سیاسی دیدگاه هایی در مورد آن مطرح شده است. به طوری که نمی توان مدگرایی به طور کامل بد دانست و از آن گذر کرد و نه می توان آن را بدون هیچ مطالعه و سوالی پذیرفت، بلکه باید عاقلانه و منطقی با آن برخورد و روش میانه را اختیار کرد به گونه ای که با مذهب و تاریخ و تمدن ما همخوانی داشته باشد تا نگرانی ها در رابطه با رواج مدگرایی را از بین ببرد. حال سوال ما این است که گرایش بانوان به مد و مدگرایی چه تاثیراتی بر زندگی آن ها و جامعه گذاشته و او را با چه مشکلات و چالش هایی روبرو کرده است؟

پیشینه تحقیق

تاکنون در رابطه با مد، مدگرایی و بررسی آسیب های آن تحقیق ها و پژوهش های متعددی انجام شده از جمله کتاب مد و مدگرایی «راهکارهای رسانه ای» (۱۳۹۱) تالیف آقایان حسین بافکار و قاسم کرباسیان که در این کتاب به موضوع مد و ویژگی ها، جلوه ها، علل مد گرایی و آثار و پیامدهای آن پرداخته شده است. پژوهش خانم زهرا جنگ آزما با عنوان مد و مدگرایی در اسلام (۱۳۹۱) که در آن عوامل ایجاد مد گرایی، رشد جهانی مدگرایی ، پیامدهای مدگرایی و دیدگاه اسلام در مدگرایی را مورد بررسی قرار داده است. در مقاله بررسی تاثیر فضای مجازی و اینترنت در مدگرایی رحیم فرخ نیا و اعظم لطفی (۱۳۹۰) نتایج یافته ها نشان می دهد در بین فضای مجازی و تمایل به مدگرایی، رابطه معنا داری وجود دارد به طوری که دانشجویان به طور متوسط ۶۴ درصد گرایش به مد دارند بنابراین یکی از کارکردهای اینترنت تولید و باز تولید معنا و اشاعه نماد و الگوهای رفتار در بین جوانان ایرانی محسوب می شود. همچنین در مقاله هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد، از مریم رفعت جاه (۱۳۸۶) علل گرایش زنان به مد از رویکردهای مختلفی از جمله الگوی مصرف، سبک زندگی، رهبران مد، و بدن آگاهی، را مطرح می کند.این مقاله به روش استفاده از منابع کتاب خانه ای توصیفی تحلیلی گردآوری شده است.بنابراین با توجه به مسئله تهاجم فرهنگی و تاثیر پذیری از آن در زمینه مد لباس و آرایش در زنان هدف گردآورنده از این

مقاله سعی بر شناخت مد و مدگرایی ، بسترهای مدخیز و شناخت آسیب ها و چالش هایی که هنگام گرایش به مدگرایی برای فرد حاصل می شود است تا بتواند به سهم خود گامی در این مسیر برداشته باشد.

مد و مدگرایی

تعریف لغوی و اصطلاحی مد و مدگرایی

مفهوم لغوی مد

[م ُ] (فرانسوی، اِ) روش و طریقه موقت که طبق ذوق و سلیقه اهل زمان طرز زندگی و لباس پوشیدن و غیره را تنظیم کند [۱].

(مُ) [فر.] (اِ.) روش و طریقه موقت که طبق ذوق و سلیقه اهل زمان طرز زندگی، لباس، پوشیدن و غیره را تنظیم کند. باب، باب روز، آیین، مد تازه: نو آیین [۲].

مد همان شیوه تازه ای است که به وجود آمده و عده ای طبق آن رفتار می کنند. مد، شیوه زندگی، حرف زدن، لباس پوشیدن، آرایش خانه و وسایل آن، حتی کسب و کار و در جدیدترین نوع آن فکر و اندیشه را نیز شامل می شود.[۳]

مفهوم اصطلاحی مد

«مد»ها در اصطلاح، الگوهای فرهنگی ای هستند که توسط بخشی از جامعه، پذیرفته می شوند و دارای یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه اند، سپس فراموش می شوند.

مد را می‌توان به صورت شکل‌ها یا الگوهای غیر منطقی و ناپایدارِ رفتار تعریف کرد که به طور مکرر در جوامعی به وجود می‌آید که دارای نمادهای پایگاه ثابت نیست و اعضای آن با استفاده از تقلیدهای انتخابی جهت دار در جستجوی بازشناسی پایگاه و ابزار وجودی می‌باشند. «برنارد[۴]»

---

[۱] .دهخدا، علی اکبر ، لغت نامه ، جلد ۳۰

[۲] . معین ، محمد ، فرهنگ فارسی ، ص ۱۶۶۹

[۳] . واقعیت مد و مدگرایی ، مجله پیام زن ، شماره ۱۹۶

[۴] . برنارد مدیرعامل لوئی ویتون در صنعت مد و پوشاک، اکنون ثروتمندترین فرد اروپا و سومین فرد ثروتمند جهان است.

معتقد است که مدها مانند هوس‌های اجتماعی، بی ثبات و غیر منطقی اند. بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی بر این اعتقادند که مد دارای یک خصوصیات دوری است که به صورت یک نیروی فرهنگی خارج از کنترل گروه‌های ذی‌نفع و تقریباً به طور مستقیم عمل می‌کند. نکته قابل توجه دیگر آنکه، مد، نمایانگر یک حرکت اجتماعی نمایشی است».
بسیاری از مردم تصور می کنند اگر به شیوه متفاوت یا جدیدی رفتار کنند، ممکن است پایگاه بهتری به دست آورند.[1].

مد از نگاه جامعه شناسان

طبق نظریه «جرج زیمل[2]» مد همان تغییر غیر متمرکز جنبه های فرهنگی زندگی است و از یک تنش اساسی و پایه ای در وضعیت اجتماعی انسان ها ناشی می شود.

جامعه شناسان مد را نمادی از شیوه زندگی و ابزاری نمایانگر ثروت، رفاه و پایگاه طبقاتی که خود به آن تعلق دارد، تعریف می کنند، و از نظر آنان مد را می توان یک پدیده اجتماعی دانست که دارای یک خصیصه همرنگی با جماعت است و باعث شباهت فرد به اشخاص دارای موقعیت بالاتر می شود، به عبارتی مد اشاعه سریع کالا یا گرایش به یک رفتار در میان قشر یا قشرهایی از جامعه است که می تواند ناشی از نیازهای روانی، نقاط ضعف افراد، حس برتری طلبی، تجددخواهی، نوجویی، تنوع طلبی، میل و هوس شخصی، چشم و هم چشمی، احساس کمبود، تمکن مالی و ... باشد و دارای رواج ناگهانی و کم دوام است و به سرعت تغییر می یابد.[3]

مفهوم اصطلاحی مدگرایی

[1] . مطلبی ، کاظم ، مقاله پایش سبک زندگی ، شماره هشتم

[2] . جرج زیمل (۱۹۰۴) اولین جامعه‌شناسی بود که به‌دقت به مطالعه مد پرداخت و کار خود را به منزله نقطه شروعی برای رهیافتی جامعه‌شناسانه به مد قرار داد.

[3] .واقعیت مد و مدگرایی ، مجله پیام زن ، شماره ۱۹۶

الگودهی کنند، رنگ و مدل لباس فرزندان خود را انتخاب کنند و با اقتدار خود به فرزندان اجازه بازیچه شدن در دست مدسازان و پوچ‌گرایان را ندهند.

بی‌شک، اگر والدین از آن پایگاه ارزشی، علمی و اعتقادی بی‌بهره باشند و هر آن، تحت تأثیر بازار مد، به شکل و رنگی درآیند و بازیچه دست دیگران باشند و از الگوهای بیگانه تقلید کورکورانه کنند، فرزندان نیز با الگوگیری از آنان، همین شیوه را پی خواهند گرفت. در این شرایط، بیگانگان الگوهای فرزندان را تعیین خواهند کرد؛ همان‌گونه که الگوی والدین آنها را تعیین کرده‌اند. بنابراین، الگوبودن والدین و پرهیز از زیاده‌روی در مد، نکته مهمی است که والدین باید در تربیت فرزندان به آن توجه داشته باشند.

۴. آموزش ارزش‌ها و هنجارها

گاه افراد به نتایج رفتار خود آگاه نیستند و نمی‌دانند رفتاری که از آنها سر می‌زند، مطابق ارزش‌های جامعه (هنجار) است یا ضدارزش (ضدهنجار). ازاین‌رو، لازم است در مرحله نخست، ابزارهای تربیتی و آموزشی اجتماعی مانند: خانواده، مدرسه و رسانه‌های گروهی، رفتارهای هنجار و ارزشی جامعه را به افراد جامعه معرفی کنند تا هنجارها از ضدهنجارها به آسانی شناخته شوند و رفتارها کنترل گردد تا با ارزش‌های جامعه هماهنگ باشد.

گفتنی است اگر رفتارها با ابزار اقناع درونی مانند اخلاق و دین کنترل شود، بسیار کارسازتر خواهد بود. به عکس، هر اندازه کنترل رفتارها با خشونت همراه باشد، نتیجه‌ای جز لجاجت و پافشاری نخواهد داشت.

حتی نظام‌های غربی که خود را مهد فرهنگ و تمدن می‌دانند، رفتارهایی را که با ارزش‌های اجتماعی جامعه هماهنگ نباشد، برنمی‌تابند، آن را کنترل و با افراد هنجارشکن برخورد می‌کنند. برخورد با زنان محجبه مسلمان در اروپا که از مدها و پوشش اسلامی استفاده می‌کنند، نمونه‌ای از این برخوردهاست که بارها رسانه‌های گروهی خبر آن را منعکس کرده‌اند. البته نباید از آموزش ارزش‌ها و هنجارهایی که جزو مهارت‌های زندگی است، غفلت کرد.

کارشناسان مسائل تربیتی بر این باورند که آموزش مهارت‌هایی مانند اعتدال، اعتماد به نفس، تصمیم‌گیری و پرورش خلاقیت در مراکز آموزشی از سنین کودکی، می‌تواند در گرایش نداشتن

نسل جوان به مدهای غربی و منفی مؤثر باشد.[1]به یقین، افراد خلاق و دارای اعتماد به نفس و ابتکار، کمتر به ابتکار و خلاقیت‌های نامناسب دیگران نیاز خواهد داشت.

همچنین در آموزش ارزش‌ها و هنجارها باید میان عوامل تربیت اجتماعی هم‌سویی وجود داشته باشد؛ زیرا دوگانگی یا چندگانگی رفتاری در میان عوامل تربیت اجتماعی، موجب سردرگمی نسل جوان می‌شود. این سردرگمی، زمینه‌ساز گرایش به مدهای منفی است. در این زمینه برگزاری نشست‌ها و جلسات مشترک بین اولیاء و مربیان و رسانه‌های گروهی، همچنین برنامه‌ریزی منسجم و جذاب با توجه به نیازهای نسل جوان، می‌تواند راه‌گشا باشد.

نتیجه گیری

پدیده های اجتماعی دارای کارکردهای پیدا و پنهانی هستند که بررسی همه زوایای آن نیازمند نگاهی با دقت و موشکافانه است ؛ مد و مدگرایی به عنوان پدیده اجتماعی ، سخن از پویایی فرهنگی انسان ها دارد ، مد گرایی نیز مانند دیگر پدیده های اجتماعی آسیب ها و مزایایی با خود به همراه دارد. تحقیق حاضر به منظور بررسی مدگرایی و عوامل درگیر با آن صورت گرفته است. از پژوهش حاضر این نتیجه بدست آمده که مد پدیده دو سویه است ، بهره گیری از سود یا زیان آن به نوع نگرش و انتخاب خودمان بستگی دارد. اگر آن را وسیله ای برای اینکه صورت زیبایی به خود و زندگیمان ببخشد انتخاب کنیم بعلاوه مراقب باشیم که گزندی به عرف جامعه و اعتقادات مان نزند سودمند هستیم. ولی اگر آن را به عنوان وسیله ای برای خودنمایی ، فخر و بدن نمایی اختیار کنیم جز تقلید کورکورانه از سازندگان مد و آسیب های آن چیزی عایدمان نمی شود.

همانطور که در در این پژوهش به آن اشاره شد زنان این سرزمین مخاطبان اصلی صنعت مد و کسانی که از این صنعت سود می برند هستند. پس لازم است زنان عفیف و پاکدامن با افزایش بصیرت و آگاهی خود فرق مدگرایی و زیبا بودن را از هم تمیز دهند تا کمتر متضرر آسیب های آن شوند و این نکته را بدانیم که هر زیبایی ممکن است بتواند روزی مد شود ولی هر مدی زیبا و شایسته نیست.

[1] .قاسم زاده ، فاطمه، مقاله زندگی بدون مد بدون روح است ، ص ۱۲

منابع

* قرآن

۱.آمدی ، ابوالفتح ، غررالحکم و دررالکلم ، قرن پنجم

۲.احمدی ، حسن ، و حمیدی ، فرهاد، روان‌شناسی رشد (۲) ، انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، ۱۳۹۸

۳.حرانی ، ابو محمد حسن ،تحف العقول، قرن ۴ ، انتشارات قم ، ۱۲۹۷

۴.حداد عادل غلامعلی ،فرهنگ برهنگی ،سروش تهران ،۱۳۷۰

۵.خزعلی ، کبری ، کتاب مطالعات راهبردی زنان ش ۳۸،شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده ، ۱۳۸۶

۶.دهخدا ،علی اکبر ،چاپخانه بانک ملی ،۱۹۳۱

۷.دادستان ، پریرخ ، روان‌شناسی مَرضِیّ تحول از کودکی تا بزرگسالی،۱۳۹۷ ، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)

۸.رازی (شیخ کلینی) ، شیخ ابوجعفر محمّد بن یعقوب بن اسحاق ، الکافی، ۱۳۸۷

۹. شریعتمداری، علی، کتاب ، روان‌شناسی تربیتی، ۱۳۸۵

۱۰. صبور اردوبادی ، احمد، کتاب آیین بهزیستی در اسلام ، دفتر نشر فرهنگ اسلامی ۱۳۶۸

۱۱. طبسی نجفی ، محمدرضا ، ذرایع البیان،۱۳۵۷

۱۲. عاملی ، شیخ حر ، وسایل الشیعه، ۱۴۱۴ ق

۱۳. علل الشرائع، ابن بابویه، محمد بن علی، قم،شمسی ، انتشارات مکتب الداوری ، ۱۳۹۸

۱۴.لطفی ، حمید ، کتاب روانشناسی اجتماعی، ۱۳۸۱، انتشارات تهران

۱۵.لیثی واسطی ،ابوالحسن علی بن ابی نزال ، عیون‌الحکم و المواعظ،انتشارات دارالحدیث ، ۱۳۷۷

۱۶. مصباح و دیگران، علی ، کتاب روان‌شناسی رشد، دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۵

۱۷.معین ، محمد ، فرهنگ فارسی ، جلد دوم ، ۱۳۵۱

۱۸.هنسن، جوزف و دیگران: «آرایش، مد و بهره‌کشی از زنان»، ترجمه افشنگ مقصودی تهران، نشر گل آذین، ۱۳۸۱

۱۹. اسفندیار ، سرور ، مقاله واقعیت مد و مدگرایی ، ماهنامه پیام زن ش ۱۹۶، ۱۳۸۷

۲۰. باقریان ، نرگس ، مقاله نگاهی به تاریخچه و سرگذشت مد در ایران، ۱۳۹۷

۲۱. بررسی پدیده مد و مد گرایی در جامعه ،مجله امید انقلاب ، ۱۳۸۴

۲۲. توانا ، صدیقه ، مقاله آسیب شناسی پدیده اجتماعی مد و مدگرایی در جامعه، شماره ۲۰۵۳۳ ، کیهان ۱۳۹۲

۲۳. حجتی ، کامران ، نگاهی به پدیده مد گرایی در جامعه قسمت دوم ، روزنامه ابرار ، ۱۳۷۷

۲۴. قاسم زاده ، فاطمه،زندگی بدون مد بدون روح است ، همشهری ش ۲۹۹۴ ،۱۳۸۱

۲۵. محمدی فومنی ، حسین ، مقاله تاریخچه مدگرایی – ماهیت مدگرایی، مجله مگ ایران ، ۱۳۹۰

۲۶.مطلبی ، کاظم ، پایش آسیب ها ، بررسی نقش رسانه در مدگرایی کودکان و نوجوان ش ۸ ، ۱۳۹۴

۲۷.مدگرایی در واقع نوعی نوگرایی است، در گفت و گویی با دکتر حسن عباسی، پرسمان شماره ۱۰، ۱۳۸۲

۲۸.پایگاه آبادیس ، دیکشنری آنلاین

۲۹. پایگاه حوزه ، پیامدهای منفی مدگرایی ، پرسشها و پاسخهای دانشجویی ،۱۳۹۶

۳۰. پرتال جامع علوم انسانی، ، کتاب مطالعات راهبردی زنان

۳۱. پایگاه دفتر حفظ و نشر آثار آیت الله العظمی خامنه ای ، ۱۳۸۳/۴/۱۷

۳۲ . پایگاه راسخون ، نگاهی به پدیده مدگرایی در ایران ۱۳۹۸