

مُد و مُدگرایی، نعمت یا نعمت؟

محمد رضا آمویی^۱، علی رضا غلامی^۲، شهرام سعیدی^۳

چکیده

امروزه مُد و مُدگرایی، گزاره‌هایی هستند که به نوعی بازتاب و انعکاس لایه‌های زیرین فرهنگی جامعه‌اند یعنی وقتی فرهنگ جامعه از یک عمق و غنایی برخوردار باشد و از یک دست‌مایه‌های فلسفی بهره برده باشد، بازتاب و انعکاس این دست‌مایه‌های فرهنگی در رو بنای جامعه به صورت «ظاهر» تجلی پیدا می‌کند. این تجلی در هر عصر و هر مقطع و هر دوره و هر زمانی که عموماً این دوره‌ها، امروزه مقاطع ده ساله را در بر می‌گیرد، تحقق می‌یابد. این رویکردها، نسبت به زیر ساخت‌های فکری و فلسفی جامعه که بازتاب‌شان را به صورت مُد می‌بینیم، جدیدند. ولی عمری به درازای زیر ساخت‌های فکری مردم دارند. پس در واقع هیچ‌گاه مُد و پدیده‌های نو در ظاهر «رفتار»، «گفتار» و «کردار» افراد دفعتاً به وجود نمی‌آیند، حتماً از ریشه خاصی نشأت می‌گیرند که آن ریشه در مبانی فلسفی جامعه وجود دارد و به عمق‌ها و لایه‌های زیرین جامعه بر می‌گردد. پس اگر به خواهیم انعکاس لایه‌های زیرین فرهنگی جامعه را علنی و شفاف و عریان ببینیم، در قالب مُد خودش را نشان می‌دهد. البته مُد گاه جعلی است و گاه اصیل و ریشه دار است، یعنی از لایه‌های زیرین جامعه نشأت گرفته است. اگر مُد تقلیدی آگاهانه یا جاهلانه از گزاره‌های مربوط به مبانی فکری یک جامعه دیگر باشد، جعلی است و نوعی حرکت تقلیدی شمرده می‌شود. ما در فرهنگ خواص یا در فرهنگ نخبگان و نخبگان فرهنگی مسأله مُد را می‌بینیم. در حوزه فرهنگ عوام، عوام الناس فرهنگی، هم مُد را به یک شکل دیگری می‌بینیم. در حوزه فرهنگ عمومی هم که حاصل جمع فرهنگ خواص و عوام محسوب می‌شود، باز مُد را به صورت دیگری می‌بینیم. در فرهنگ خواص مسأله مُدگرایی عمدتاً بر می‌گردد به پُر روشنفکری، چون حوزه فرهنگ خواص و نخبگان فرهنگی هر جامعه که قرار است فرهنگ ساز باشند، عموماً سعی می‌کنند در حوزه عقلانیت نوعی مُد فرهنگی را ارائه کنند. در این نوشتار سعی شده به مقوله‌ی مُد و مُدگرایی از زوایای مختلف پرداخته شود و در نهایت راه‌کارهایی جهت نهادینه سازی جنبه‌های مثبت مُد و مُدگرایی و نیز با اشاره به جنبه‌های منفی مُد و مُدگرایی، آثار و تبعات گرایش جوانان و نوجوانان به آن مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد.

کلید واژه‌ها: مُد، مُدگرایی، امنیت اجتماعی.

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی، ۰۹۱۲۳۲۲۸۶۴۱

۲. عضو هیأت علمی دانشگاه امام حسین (ع) (ALIRGHOLAMY@GMAIL.COM).

۳. کارشناس ارشد جغرافیای شهری

مقدمه

امروزه مُد و مُدگرایی ۵ یکی از مسائل مهم و روز جامعه است. این موضوع همواره از جنبه‌های گوناگون اعتقادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، روحی و روانی بررسی و دیدگاه‌های متفاوتی درباره آن بیان شده است. افرادی، آن را نشانه‌ی رشد و تمدن بالا می‌دانند. در مقابل نیز افرادی به شدت با آن مخالفت می‌کنند و آن را نوعی خودباختگی و بی‌هویتی می‌دانند. در این میان، افرادی می‌کوشند با جداسازی مُدهای خوب و بد و یافتن اشتراک میان این دو گروه، آن‌ها را آشتی دهند، ولی خود به سردرگمی در تعریف «مُدخوب» و «مُد بد» دچار شده‌اند.

مُدگرایی را به طور مطلق نمی‌توان رد کرد و از سویی، پذیرش کامل و بی‌چون و چرای آن نیز عاقلانه نیست، بلکه میانه روی در مُدگرایی و مراقبت داشتن بر هماهنگی آن با فرهنگ ایرانی-اسلامی، مذهب و ملیت خویش، مناسب‌ترین راه برخورد با مُد و مُدگرایی است (شکوهی، ۱۳۸۵، ص ۹۱).

مُد در واقع حقیقتی است غیر قابل انکار و بودن، که شاه‌رگ حیاتش در گرو تابعیت و تقلید انسان است. حالا هر قدر این انسان از وابستگی‌های فرهنگی و اعتقادی دور شود و یا دورش کنند، طبیعتاً به دنبال پرکردن خلاء شخصیتی، به سوی تقلید و تبعیت و مُدگرایی کشیده می‌شود یکی از شاخصه‌های بحران هویت را می‌توان مُدگرایی دانست. «برنارد» معتقد است که مُدها مانند هوس‌های اجتماعی بی‌ثبات و غیر منطقی‌اند. فردی که قادر به یافتن ارزش‌های مثبت پایدار در فرهنگ، مذهب و ایدئولوژی خود نیست، ایده آل‌هایش به هم می‌ریزد. چنین فردی که از در هم ریختگی هویت رنج می‌برد، و نمی‌تواند ارزش‌های گذشته و حال خود را ارزیابی نماید و برای آینده برنامه‌ریزی نماید، در چنین موقعیتی برای پرکردن خلاء شخصیتی به سوی ناهنجاری‌ها و رفتارهای خاص کشانده می‌شوند (حداد عادل، ۱۳۵۹).

همانندی و پیروی از مُد، را می‌توان تلاش فرد برای یکسان شدن با شخصی دانست که به هر دلیل مورد توجه اوست. این همانندسازی می‌تواند از ابعاد مختلف اعم از «کلامی»، «پوششی»، «نگارشی» و مانند آن پدید آید. زمانی شخص به دنبال مُدگرایی می‌رود که کارکردی برایش داشته باشد، با مُد شخصیت‌سازی می‌کند و یا هویت یابی؛ فرقی نمی‌کند حتی برای همگونی با گروه هم‌سالان هم به مُدگرایی کشیده می‌شود. در جامعه‌ای که اختلاف طبقاتی شدت دارد، این اختلاف طبعاً در نوع خانه، مدل اتومبیل، سبک زندگی، نوع شغل و مخصوصاً در نوع لباس و آرایش ظاهر، منعکس می‌شود.

۴. Mode

۵. Oriented Fashion

۶. Good Fashion

۷. Bad Fashion

گرایش به مُدپرستی و مُدگرایی علت‌های اجتماعی و روانی متعددی دارد. فاصله تبدیل شدن یک رفتار به هنجار و ناهنجار، به عوامل زیادی بستگی دارد.

بی‌گمان یکی از خصوصیات انسانی میل به متفاوت بودن و تمایز از دیگران به خصوص در دوران نوجوانی و جوانی است و این در جلوه‌های انسانی به صورت «خودنمایی»، «تنوع‌طلبی» و «نوگرایی» بروز و ظهور می‌کند. ضعف اراده و اختیار بر تصمیم و پایداری و کنترل هیجانات، عواطف و بیان اندیشه‌ها، افراد را به سوی نوعی از خود بیگانگی و بی‌هویتی سوق می‌دهد و گرایش به هم‌رنگی، مُدگرایی را در افراد تقویت می‌کند. تغییر و تبدیل از ویژگی‌های طبیعی انسان و جهان است و در مسیر آن نوگرایی و به روز بودن خودنمایی می‌کند. از آغاز زندگی و تقریباً سال‌هایی که آدمی خود را می‌شناسد، ناخودآگاه به تقلید از رفتار و عملکرد دیگران می‌پردازد. متعاقب آن، بخش‌هایی از شخصیت دیگران را که مورد توجه او قرار می‌گیرد، به عنوان الگو و سرمشق می‌پذیرد (به نقل از مرکز قاضوی، ۱۳۸۴).

۱- چستی مُد؟

واژه مُد در لغت به معنای «سلیقه»، «اسلوب»، «روش»، «شیوه» و... به کار می‌رود و در اصطلاح، عبارت است از روش و طریقه‌ای موقتی که براساس ذوق و سلیقه‌ی افراد یک جامعه و سبک زندگی از جمله شکل لباس پوشیدن، نوع آداب پذیرایی و معاشرت و تزئین و معماری خانه و... را تنظیم می‌نماید (فرهنگ معین، ج ۳، ص ۳۹۵۷). بنابراین، می‌توان گفت: مُد به تغییر سلیقه‌ی ناگهانی و مکرر همه یا بعضی از افراد یک جامعه اطلاق می‌شود و منجر به گرایش به انجام رفتاری خاص یا مصرف کالای به خصوصی یا در پیش گرفتن سبکی خاص در زندگی می‌شود. از بررسی ابعاد مختلف حیات اجتماعی بشر می‌توان گفت:

- ✓ اول این‌که، پدیده‌ی مُد همیشه در تاریخ بشر بوده است و منحصر به دوره‌ی معاصر نیست؛
 - ✓ دوم این‌که، هرگاه این پدیده در هر دوره‌ای از تاریخ آگاهانه و با گزینش و انتخاب و با توجه به فرهنگ و چارچوب‌های فکری و اعتقادی جامعه صورت گرفته نه تنها موجب پیدایش نارسایی‌های فرهنگی و اجتماعی نشده بلکه به عنوان یک دستاورد اجتماعی، به نوبه‌ی خود به رشد و تعالی فرهنگ و تمدن جوامع کمک‌های زیادی نموده است و زمینه‌ی آراستگی مناسب جنبه‌ی ظاهری زندگی مردم و افراد را فراهم کرده است.
- در یک کلام، «مُدگرایی مثبت»، به معنای اقتباس از پیشرفت‌های اجتماعی دیگران و به کار بردن دستاوردهای مثبت، تمدن دیگران است. ضمن برطرف ساختن زشتی‌ها و کاستی‌های حیات اجتماعی، از دچار شدن زندگی انسان‌ها به یک نواختی خسته کننده پیش‌گیری کرده و روز به روز بر استحکام بیش‌تر پایه‌های زندگی دسته جمعی آن‌ها کمک نموده و از پدیدآمدن رفتار و شیوه‌های ناخوشایندی که موجب دوری و یا نفرت و انزجار افراد از یکدیگر می‌گردد جلوگیری به عمل می‌آورد.

امروزه مُد، به یکی از معضلات فرهنگی جامعه دینی ما تبدیل شده است. تیپ‌های مختلف از کشورهای غربی به سرعت وارد جامعه می‌شود و برخی گروه‌های جامعه به ویژه جوانان و نوجوانان با شور و شوق خاصی آن را

می‌پذیرند. دامنه‌ی گسترش این حرکت به حدی است که همه جنبه‌های زندگی افراد از رنگ لباس گرفته تا بلند و کوتاه کردن مو، مکالمات روزمره و حتی سبک زندگی را در بر می‌گیرد.

به راستی مُد چیست؟ از دید مُدگرایی از دیدگاه دین امری ارزش مند است یا ضد ارزش؟ اخلاقی است یا غیراخلاقی؟ به طور کلی مُد، از نظر اصطلاحی یک پدیده‌ی اجتماعی است که به دلایل مختلف در یک زمان معین رواج پیدا می‌کند. به عبارت دیگر، (مُد) به الگوی رایجی گفته می‌شود که در یک مقطع زمانی برخی آن را می‌پذیرند.

مسئله مُد از دو جنبه قابل بررسی است:

۱. جنبه‌ی مادی: از نشانه‌های آن مانند: اتومبیل، لوازم منزل و پوشاک.
۲. جنبه‌ی غیرمادی: از نمونه‌های این نوع مُدگرایی رفتارها، نحوه زندگی، نوع نگرش و نظرانی است که در یک دوره‌ی زمانی پدیدار می‌شود (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

پیشینه‌ی مُد و مُدگرایی در جوامع بشری

الف- بروز و ظهور مُد در جوامع غربی

زندگی اجتماعی آدمی همواره در حال تغییر و تحول است. در هر زمانی، دنیا با رنگی تازه و نو خودنمایی و جلوه‌گری می‌کند و انسان فرزند بالغ و رشید طبیعت با به کارگیری از نعمت عقل و علم، با تحولات به وجود آمده برخورد می‌نماید.

در طی قرون گذشته زندگی بشر از نظام سنتی کشاورزی به جامعه صنعتی تبدیل شده و به همراه خود آداب و سنن و اصول اخلاقی را نیز تحت تأثیر قرار داده است. پیشرفت جامعه صنعتی و دنیای ماشینی رفاه و آسایش و لذت فراوانی را به ارمغان آورده است.

زمانی که انسان‌ها به حضور محصولات جدید عادت کردند و آن‌ها را از ضروریات زندگی روزمره خود تلقی نمودند، نوبت به ایجاد تنوع و ابداع شکل‌ها و رنگ‌ها در ملزومات زندگی و سرانجام به ظهور پدیده‌ای به نام «مُد» منتهی گشت. تا آن‌جا که در جوامع غربی همه شئون زندگی افراد را تحت تأثیر قرار داده و به تدریج با نفوذ فناوری و صنعت و تحولات گسترده در وسایل ارتباط جمعی، در بستر اجتماعی سایر کشورها نیز خودنمایی کرد (اسفندیار، ۱۳۸۷، ص ۲۲).

مُدگرایی و غرب‌گرایی دو مفهوم متفاوت و دارای دو تعریف جداگانه هستند، اما سیر تحولات تاریخی - اجتماعی در ایران قبل از انقلاب شکوهمند اسلامی، به گونه‌ای سرنوشت این دو پدیده را به هم گره زده است و هنگامی که سخن از مُدگرایی به میان می‌آمد مفهوم فرنگ و غرب‌گرایی نیز به عنوان شعار و سبک زندگی برای دیگران تداعی می‌شد. سرچشمه‌ی اصلی این نوع تفکر، صنعتی شدن و مُدرنیته شدن غرب است.

با پیشرفت فناوری و انقلاب صنعتی در غرب، سنت‌ها مورد نقد قرار گرفت و فرهنگ جامعه به تدریج تغییر کرد و این تغییر تدریجی به همراه تبلیغات گسترده‌ی سودجویان، بستر مناسبی برای شیوع مُدگرایی و غرب‌گرایی فراهم

کرد. انقلاب اسلامی با بومی کردن علم و فناوری در ایران اسلامی به میزان زیادی این اندیشه را خشکانیده است، ولی ریشه‌های آن هنوز در برخی از ارکان جامعه یعنی زنان و نوجوانان و جوانان دیده می‌شود (قاضوی، ۱۳۸۴، ص ۳۹).

ب- بروز و ظهور مُد در جوامع شرقی

گرچه استعمار به عنوان یکی از دستاوردهای منفی عملکرد بشر و انحراف از اصول عقلانی و فضائل اخلاقی در طول تاریخ مطرح می‌باشد، اما اهداف و شیوه‌های آن در دوره‌های مختلف، کم و بیش متفاوت بوده است. پس از دوره‌ی رنسانس، به ویژه مقارن با وقوع انقلاب صنعتی در جهان، زمانی که نیروی ماشینی جانشین قدرت بازوی انسان شد و در نتیجه، تولید انبوه کالاهای صنعتی جهان، وارد بازارهای داخلی بسیاری از کشورها گردید، استعمارگران درصدد برآمدند تا بازارهای مصرف جدیدی برای محصولات خود به دست آورند و کمبود مواد خام صنایع خود را از طریق دستیابی به منابع و امکانات بالقوه کشورهای دیگر جبران نمایند. در فرایند جدید، شکل جدیدی از استعمار پدید آمد که مشخصه مهم آن، تولید بیش‌تر برای مصرف بیش‌تر، با هدف تحصیل سود بیش‌تر بود.

در شرایط جدید، اهداف استعماری از طریق شیوه‌هایی چون جنگ و سلطه‌ی نظامی و تهدیدهای سیاسی دیگر کارساز نبود، لذا استعمارگران این بار، استعمار فرهنگی را در رأس برنامه‌های خود قرار دادند، تا از این طریق، زمینه را برای سلطه‌ی سیاسی و اقتصادی خود فراهم سازند (آشوری، بی تا، ص ۲۶). بدین منظور برنامه‌های زیر را به اجرا درآوردند:

جلوگیری از رشد آگاهی مردم

از آن‌جا که مهم‌ترین عامل نفوذ و موفقیت استعمارگران در طول تاریخ، جهل و ناآگاهی مردم بوده است، در دوره‌ی جدید نیز استعمارگران با استفاده از شیوه‌های مختلف و ابزارهای پیشرفته تلاش نمودند تا از راه مشغول ساختن مردم به کارهای غیرمفید و سرگرمی‌های غفلت‌زا آنان را از توجه به مسائل اساسی و منافع اصلی خود باز دارند. برای تحقق این هدف به ساختن فیلم‌هایی با اهداف و پیام خاص و همین‌طور گسترش فساد و بی بندوباری و اعتیاد به مواد مخدر و... روی آوردند.

استحاله‌ی فرهنگ‌های بومی

فرهنگ‌های بومی اغلب دارای عناصری پویا هستند که همواره مانع تحقق اهداف استعماری است. بر این اساس، یکی از اهداف استعمارگران تحریف در محتوا و نوع جهت‌گیری عناصر مثبت فرهنگ‌های بومی بوده است. آن‌ها از طریق بسیج همه امکانات و ابزارهای تبلیغاتی گسترده خود، می‌کوشند تا نوع بینش‌ها، باورها، گرایش‌ها و ارزش‌های فرهنگی و اعتقادی مردم را دچار تحریف کنند (مصباح یزدی، بی تا، ص ۱۵۷).

برای مثال، اگر فرهنگی مبتنی بر اصول و عناصر مثبتی هم‌چون ظلم ستیزی، شجاعت، قناعت، عزت نفس، ساده زیستی، عفت و پاکدامنی و... باشد هرگز با عناصر فرهنگی هم‌چون تجمل‌گرایی و مُد پرستی، اسراف، تبذیر، بی‌بندوباری، فحشاء، تسلیم در برابر بیگانگان و... سازگار نخواهد بود. بنابراین، استعمار با تغییر عناصر فرهنگی مثبت و جایگزینی عناصر منفی به تحذیر و استحاله‌ی فرهنگ‌های بومی همت می‌گمارد.

تحلیل فرهنگ و ارزش‌های وارداتی

وقتی پایه‌های فرهنگ بومی جامعه‌ای، در اثر تبلیغات گسترده و شیطنت استعمارگران سست شد، اموری چون خود کم بینی، احساس حقارت و در نهایت، خودباختگی فرهنگی پدید می‌آید، اموری که در نهایت، زمینه‌ساز پذیرش سوغات و عناصر منفی فرهنگ بیگانه را فراهم می‌آورد. با پذیرش فرهنگ بیگانه، طبعاً بازار فروش کالاهای فرهنگی و مصرفی بیگانه در داخل اشباع می‌شود.

بدین سان، نیروی ابتکار، خلاقیت و مهم‌تر از همه هویت فرهنگی کشورها مورد هجوم قرار گرفته، دچار بحران می‌شود و اعتماد مردم به ویژه قشر جوان، نسبت به اصول فرهنگ بومی از بین می‌رود و زمینه‌ی پذیرش فرهنگ بیگانه فراهم می‌گردد.

استعمار با تبلیغات گسترده خود پذیرش ارزش‌های فرهنگی بیگانه را تنها راه پیشرفت و سعادت می‌داند. در چنین شرایطی، به طور طبیعی، پای‌بندی به اصول اخلاقی و باورهای دینی جامعه، نماد انحطاط و جمود فکری، و پذیرش فرهنگ بیگانه نشانه‌ی پیشرفت تمدن تلقی می‌شود.

بدین ترتیب، الگوهای فرهنگی بیگانه در جامعه به عنوان ارزش مطرح می‌شود. وقتی زمینه‌ی پیروی از الگوهای جدید در میان قشر جوان فراهم شد، مدگرایی و تقلید از نوع پوشش و برخی هنجارهای بیگانه رواج پیدا می‌کند. ترویج این امر، علاوه بر تشدید روحیه مصرف‌گرایی و تجمل پرستی، منجر به تغییر ارزش‌ها و انهدام نظام فکری نسل جوان می‌شود، انهدام چیزی که از سرمایه‌های اصلی هر جامعه‌ای است (سید نژاد، ۱۳۸۰، ص ۱۲).

ج- بروز و ظهور مُد در جوامع اسلامی

در بررسی‌های تاریخی و سیر در سنت‌ها و فرهنگ‌های جوامع بشری به این مسأله بر می‌خوریم که انسان‌ها از نخستین روزهای آفرینش، در پی پوشانیدن بدن خویش در برابر سرما و گرما و نیز محافظت از نگاه‌های دیگران بوده‌اند و به تدریج، این روند راه رشد و ترقی را پیموده است.

در سنت اسلامی، اصل بر پوشش مردان و زنان، به گونه‌ای است که ضمن پوشیدگی، ارزش‌ها و موازین شرعی و دینی رعایت شده و در بهبود مناسبات اجتماعی و جلوگیری از تحریکات و مفاسد، مؤثر باشد. دین مبین اسلام نه تنها مخالف زیبایی و آراستن نیست بلکه به این کار امر کرده، چنان‌چه در منابع روایی ما آمده است:

- ✓ از پیامبر گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله و سلم) نقل شده است: «ان الله جمیل و یحب الجمال»؛ خدا زیباست و زیبایی را دوست دارد^۸ (علامه مجلسی، بی تا، ج ۷۹، ص ۲۹۹)؛
- ✓ پیامبر گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله و سلم)، اصرار داشتند که مسلمان، لباس سپیدی را برتن کند که پاکیزه و تمیز باشد^۹؛
- ✓ امیر مؤمنان حضرت علی (علیه السلام) نیز فرموده اند: آراستگی، از اخلاق مؤمنان است^{۱۰}؛
- ✓ حضرت امام صادق (علیه السلام) نوید داده اند که خداوند، آراستن را دوست و از نپرداختن به خود و ژولیدگی نفرت دارد^{۱۱}.
- ✓ حضرت امام صادق (علیه السلام) نیز فرموده اند: خداوند دوست دارد وقتی بنده‌ای به سوی دوستان می‌رود، آماده و آراسته شود^{۱۲}.
- اما در اسلام، اختطارها و هشدارهایی هم در این عرصه‌ها آمده؛ زیرا اسلام می‌خواهد که انسان‌ها به سوی ارزش‌های والا روی آورند و از هوس‌ها و امیال آمیخته به مفساد بپرهیزند. در فرهنگ اسلامی، مردان و زنان حق ندارند به گونه‌ای خود را بیارایند که شبیه هم شوند؛ دامنه‌ی این همانندسازی ممنوع، لباس، آرایش، زینت، راه رفتن، نوع حرکت و مانند آن را در برمی‌گیرد.
- مراجع تقلید نیز در رساله‌های عملیه خود، از آرایش، اصلاح موی سر و یا تراشیدن آن سخن گفته و احکام و فروعاتی ذکر کرده اند.
- پیامبر گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله و سلم)، مردی را که خود را شبیه زنان می‌ساخت، مجازات می‌کرد و زنانی را که در لباس، به صورت مردان درمی‌آمدند، از این کار برحذر می‌داشت.
- در قرآن کریم آمده است: بانوان اجازه ندارند زینت خود را جز به مقداری که عرف اجازه می‌دهد، آشکار سازند^{۱۳}.
- شرافت زن اقتضاء می‌کند که هنگام بیرون رفتن از خانه، متین و باوقار باشد و در رفتار، از هرکاری که سبب جلب توجه و تحریک دیگران شود، بپرهیزد.
- در منابع اسلامی، انسان از این که لباس را وسیله‌ای برای شهرت و گناه قرار دهد، منع شده است. امام صادق (علیه السلام) فرموده اند: «لباس نازک بدن نما نپوشید زیرا نشانه‌ی سستی در دین است» و بپرهیز از این که خود را برای مردم بیارایی و با انجام گناه، به جنگ با خدا برخیزی^{۱۴}.

۸. صدوق، خصال، ج ۲، ص ۱۵۷.

۹. شیخ حر عاملی، وسایل الشیعه، ج ۱، ص ۲۷۵.

۱۰. غررالحکم و دررالکلم، ج ۱، ص ۳۰۷.

۱۱. شیخ طوسی، امالی، ج ۱، ص ۲۷۵.

۱۲. شیخ حر عاملی، وسایل الشیعه، ج ۱، ص ۲۱۸.

۱۳. بحارالانوار، ج ۷۹، ص ۲۹۹.

۱۴. همان، ج ۷۱، ص ۳۶۳.

۲- معنا و مفهوم مُد و مُدگرایی

مُد و مُدگرایی، نه ارزش است و نه ضدا ارزش و گرایش به مُد نیز هم می‌تواند مثبت و اخلاقی باشد و هم منفی و غیراخلاقی باشد. از آن‌جا که در فرهنگ دینی ما هرگونه پدیده‌ی جدید، با معیارها و ارزش‌های دین مبین اسلام سنجیده و پذیرفته می‌شود.

اگر گونه‌ای از مُد، با هنجارها و ارزش‌های دینی جامعه مغایر باشد، ضد ارزش به شمار می‌رود. به عنوان مثال: مُدهایی که از فرهنگ بیگانه و الگوهای ساخته و هدایت شده غرب سرزمین‌های غیرمسلمان تقلید می‌شوند، از این دسته‌اند که البته هدف سازندگان آن‌ها تخریب ارزش‌ها و سنت‌های دینی جامعه است. در مقابل، اگر مُدها با هنجارها و ارزش‌های ملی- مذهبی کشور هماهنگ و هم‌خوان باشند، نه تنها ضدا ارزش نیستند، بلکه ارزش‌مند و تحسین برانگیز هم هستند.

این نوع مُدها در ابتدا بر اساس علاقه و انتخاب خود مردم پدید می‌آید. سپس به صورت عادت برای آن‌ها در می‌آید و هر اندازه با باورهای سنتی، فرهنگی و دینی جامعه هم‌سوئی داشته باشد، سریع‌تر جای خود را میان فرهنگ مردم باز می‌کند و به یک نماد فرهنگی تبدیل می‌شود. برای مثال، چادر مشکی، ابتدا در جامعه به صورت مُد رواج پیدا کرد و پس از اندک زمانی با پذیرش عمومی، به یک نماد ارزش‌مند فرهنگی تبدیل و ماندگار شد. شاید در اصطلاح مُدی است که هیچ‌گاه دِمده^{۱۵} نشود (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

در حقیقت، مُدها با توجه به هم‌خوانی و ناهمگن بودن با معیارهای شرع و عرف، به دو دسته مثبت و منفی تقسیم می‌شوند. مُد ارزش‌مند، نوعی تازگی و نوآوری است که تحول در جامعه را سبب و نشانه‌ی شکوفایی استعداد های آدمی می‌شود.

در فرازهایی از سخنان گوهر بار رهبر فرزانه انقلاب اسلامی، چنین آمده است: «بنده با مُد خیلی موافقم، جزو آدم‌هایی هستم که به مُد گرایش دارم، اما مُدی که از داخل جوشیده باشد؛ چون مُد ابتکار و نوآوری به چیزی که از بیرون بیاید، مُد آرایش مو، لباس و حرف زدن ما، همه‌اش دارد از بیرون می‌آید که این درست نیست».

الف- جنبه‌های مثبت مُد و مُدگرایی

۱. چفیه

وضعیت «نماد چفیه» نیز همین گونه است. این نماد ارزشی را ابتدا رزمندگان دلاور بسیجی در جنبه‌ها مُد کردند، ولی پس از استفاده مدام مقام معظم رهبری در دیدارهای مردمی و جلسه‌های عمومی و مشاهده مردم از رسانه ملی، عموم مردم با اخلاص و حزب‌اللهی ایران اسلامی به پیروی از آن بزرگوار، آن را به عنوان یک نماد ارزش‌مند فرهنگ جنبه پذیرفتند و یاد و خاطره سلحشوری رزمندگان اسلام را با این حرکت گرامی می‌دارند. حتی امروزه نوجوانان و جوانانی که دوره‌ی جنبه و جنگ را درک نکرده‌اند، در همایش‌های ملی (راهپیمایی‌ها) چفیه را به دوش دارند.

بنابراین، مُدگرایی روی آوردن به تازگی و نوآوری فطری است که گریزی از آن نیست. بخشی از پیشرفت فرد و اجتماع نیز در گرو نوآوری‌ها و ابتکار عمل و از شکوفایی استعدادهای نهفته آدمی نشأت می‌گیرد. در دین پویا و جاودان نیز به موضوع تازگی و نوگرایی افراد سفارش و اهتمام شده است.

پیامبر گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله و سلم) می‌فرمایند: «لباس نو بپوش و نیک نام بزی». باز روایت می‌کنند: روزی امیر مومنان حضرت علی (علیه السلام) دو جامه خرید، جامه بهتر و زیباتر را به غلام جوان خویش داد و به او فرمود: «تو جوانی و مانند دیگر جوانان به تجمل و زیبایی رغبت بسیار داری» (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

۲. تنوع طلبی

خداوند حس زیبایی دوستی را در سرشت ما قرار داده است. حس زیبایی یکی از ویژگی‌های مخصوص انسان است که ریشه در فطرت او دارد. خودآرایی و زینت به عنوان بخشی از حس زیبایی، نه تنها آثار بسیاری در روح و روان فرد دارد، بلکه موجب تعالی و رشد افراد جامعه نیز می‌شود.

آفرینش انسان به گونه‌ای است که همواره از حالت یکنواختی گریزان بوده و در مقابل همیشه از تحول و نوآوری از روی آگاهی و به صورت تدریجی و آرام صورت می‌پذیرد، ظاهر زندگی آدمی خوشایند و دل‌پذیر می‌سازد. بنابراین می‌توان گفت میل به خودآرایی و زیبا سازی محیط زندگی امری فطری است که به برکت آن، هم زمینه آراستگی صورت ظاهری محیط زندگی انسان فراهم می‌گردد و هم انگیزه تعالی و تداوم زندگی اجتماعی و روابط انسانی تقویت می‌شود.

کمال‌طلبی، بهتر بودن و اجتماعی بودن همه از نیازهای فطری بشر است. اگر این پدیده از او گرفته شود، منزوی و غیر اجتماعی خواهد شد. در فرایند اجتماعی شدن، فرد با الگو و مُدهای دیگران مواجه می‌شود و گاهی بعضی از آن‌ها را برای رونق و تازگی بخشیدن به زندگی، الگوهای رفتاری خود قرار می‌دهد، با این نگاه می‌توان گفت مُد خوب است و تازه و آراسته بودن بهتر از کهنه و نامرتب بودن است، اما مُدزدگی بد است و مُد فریبی بدتر... (اسفندیار، ۱۳۸۷، ص ۲۲).

۳. تحول و نوآوری

آفرینش انسان به گونه‌ای است که همواره او از حالت یکنواختی گریزان بوده و در مقابل، همیشه از تحول و نوآوری و تنوع در شکل و شیوه‌ی زندگی استقبال می‌کند. این تمایل در حالت عادی و در صورتی که پذیرش تحول و نوآوری از روی آگاهی و به صورت تدریجی آرام صورت پذیرد، ظاهر زندگی آدمی را خوشایند و دل‌پذیر می‌سازد.

بنابراین، می‌توان گفت میل به خودآرایی و زیباسازی محیط زندگی امری فطری است که به برکت آن هم زمینه‌ی آراستگی صورت ظاهری محیط زندگی انسان فراهم می‌گردد و هم انگیزه تعالی و تداوم زندگی اجتماعی و روابط صحیح انسانی تقویت می‌شود.

بدین سان عواملی که موجب ایجاد نفرت و انزجار افراد از یکدیگر و یا موجب یکنواختی زندگی بشر می‌شوند از محیط حیات اجتماعی دور شده و جنبه‌های مثبت کمال خواهی و زیبایی دوستی فطری انسان روز به روز شکوفاتر می‌گردد.

البته از این نکته نیز نباید غافل شد که گرچه یکی از جلوه‌های کمال‌جویی و زیبایی دوستی انسان به ویژه در دوره‌ی جوانی توجه به زیبایی ظاهر است اما باید مراقب بود که این فرایند، از حالت طبیعی خود خارج نشود. زیرا همه استعدادهای فطری اگر از حالت طبیعی و معقول خود خارج شوند، جنبه‌ی انحرافی پیدا کرده، آثار سوئی به بار می‌آورند.

به عنوان مثال میل به خودآرایی، که ریشه در کمال‌جویی و زیبا پسندی فطری انسان دارد، اگر از روی غفلت و یا در نتیجه افراط و تفریط یا تحت تاثیر القائات غلط عوامل جانبی از مسیر طبیعی و درست خود خارج شود، سر از اموری چون خودنمایی، فخر فروشی، خودپرستی و مُدپرستی و... در می‌آورد.

عواملی که هر یک از آن‌ها به نوبه خود، موجب پیدایش انواع نارسایی‌ها و هوس بازی‌ها و رقابت‌های غلط و اسراف و تبذیرها خواهد شد و انسان را به حیوانی پست تبدیل خواهد کرد.

بنابراین، در تبیین ریشه مُدگرایی می‌توان گفت که پیروی از مُد و زیبایی خواهی و تنوع پسندی ریشه در نهاد انسان دارد که نیازهایی چون تنوع و زیباخواهی و کمال‌جویی فطری منشأ اصلی آن محسوب می‌شود. اما صورت‌های افراطی رایج این گرایش، که تحت عنوان مُدپرستی شناخته می‌شود، در نتیجه‌ی جهل و ناآگاهی و ضعف ارزش‌های معنوی و تبلیغات وسیع دشمنان و خودباختگی و تقلید کورکورانه از دیگران و یا آلوده شدن به رذایلی چون خودنمایی، فخرفروشی، احساس حقارت و خود کم بینی و... پیش می‌آید که برای افراد جامعه بسیار خطرناک است و باید از آن پرهیز نمود (سیدنژاد، ۱۳۸، ص ۱۲).

ب- جنبه‌های منفی مُد و مُدگرایی

۱. جلوه‌گری

جلوه‌گری، یکی از نشانه‌های گرایش منفی به مُدگرایی است. هرگاه فردی، هویت و شخصیت‌اش را بر پایه‌ی توجه و اظهارنظرها دیگران شکل دهد، انگیزه و هدفی جز جلوه‌گری و تقلید حرف ندارد.

جلوه‌گری مُد یک خواسته بی‌اساس و ناشی از برخی ضعف‌های روحی انسان هم‌چون احساس کمبود و حقارت، تمایل به اثبات برتری با مال و ثروت، حسادت و رقابت است.

این گونه افراد، با پناه بردن به هر فکر و عمل ممکن از جمله ایجاد تغییر در شکل ظاهری، تغییر دادن وسایل زندگی و دگرگونی در رفتار و گفتار می‌کوشند توجه دیگران را به خود فرا خوانند و خود را از گم شدن در جامعه رها سازند.

این مسأله و بحران آن، میان اشراف و ثروت‌مندان به ویژه در جوامع غربی رایج‌تر است زیرا در این جوامع ماشینیسیم و تسلط نظام‌های اقتصادی دولت‌ها بر آموزش و پرورش و وسایل ارتباط جمعی، افراد جامعه را روز به روز به هم شبیه‌تر می‌کند و امکان هرگونه ابراز وجود فردی و ابتکار عمل را از آنان می‌گیرد.

فرد وقتی نتواند خود را از راه‌های منطقی و معقول ممتاز و مشخص کند، به هر اقدام دیگری دست می‌زند تا خود را از دیگران متمایز نشان دهد.

از این رو، چنین شخصی لباس می‌پوشد که به آن مباحات کند، ماشینی سوار می‌شود که او را برتر نشان دهد و خانه‌ای می‌خرد که به دیگران فخر به فروشد.

حال آن‌که اسلام، انسان را از هرگونه تلاش برای جلوه‌گری و انگشت‌نما شدن نهی می‌کند، چنان‌که رسول خدا (صلی الله علیه و آله وسلم)، پیروی از هوا و هوس و کبر و فخرفروشی خدا را از دام‌های شیطان می‌داند و می‌فرماید: «از جمله دام‌های شیطان این است که از لعنت‌های خدا دور شوند و به بخشش‌های او تفاخر کنند و بر بینندگان تکبر ورزند و پیرو هوس شوند».

باز از رسول خدا (صلی الله علیه و آله وسلم)، نقل است: «هر که جامه‌ای بپوشد که بدان مباحات کند و مردم بدو نگرند، خدا به او ننگرد تا آن لباس را بر کند».

امام صادق (علیه السلام) نیز می‌فرماید: «در ذلت و خواری انسان، همین بس که لباسی به تن کند، یا مرکبی سوار شود که او را مشهود و انگشت‌نما سازد».

شگفتا که گاه این جلوه‌گران مُدپرست حتی نمادهای جنسیتی خود را فراموش می‌کنند، مردان لباس زنان و زنان لباس مردان را برای جلوه‌گری بیش‌تر بر تن می‌کنند و با این اقدام، خود را شامل لعن خدا و رسول خدا (صلی الله علیه و آله وسلم) می‌سازند (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

۲. تقلید کورکورانه

مُدگرایی گاه به تقلید کورکورانه از الگوها و شیوه‌هایی منجر می‌شود که فرهنگ‌های مادی بیگانه آن‌ها تبلیغ و ترویج می‌کنند. پیروان این گونه مُدها در جامعه، انتصاب به فرهنگ بیگانه را برای خود افتخاری بزرگ و ارزش‌مند می‌دانند و می‌کوشند پوشیدن، خوردن، تفریح، لذت بردن و حرف زدن، مانند بیگانگان عمل کنند.

هم‌چنین از آخرین دستاوردهای مصرفی آنان استفاده کنند و در یک کلام، رفتار و کردار و سبک زندگی خود را شبیه خود را شبیه آنان سازند. در واقع این بردگان مُد، چگونگی و حالت‌های ظاهر دیگران را به جای واقعیت‌های زندگی خود می‌نشانند و از هستی خویش بیگانه می‌شوند، غافل از این مهم که بنا به فرموده پیامبر اعظم (صلی الله علیه و آله وسلم): «هر کس به گروهی تشبه جوید، از آن‌هاست».

هم‌چنین از امیر مومنان حضرت علی (علیه السلام) نقل شده است: «بهترین شکل و هیئت، آن است که تو را با مردم آمیزش دهد و میان ایشان زیبایی کند و زبان‌شان را از تو باز دارد».

گاه این‌گونه افراد آن قدر در پیروی فرهنگ غرب پیش می‌روند که امور معنوی را کاملاً فراموش می‌کنند. در نتیجه، بیش‌تر اوقات به سبب ناتوانی در رسیدن به آنچه آرزوی تغییر آن را داشته‌اند، سرخورده می‌شوند، به پوچی و بیهودگی فکری می‌رسند، تا آن‌جا که حتی الگوهای‌شان نیز از احوال آنان متأسف و متعجب می‌شوند.

آن‌جلا کورمن یکی از این الگوهاست، او می‌گوید: گاهی من جوانان شما را می‌بینم که شکل و شمایل ما را به خود داده‌اند، واقعاً حیرت می‌کنم. جوانان شما نیازی به این کارها ندارند... من با جوانی در تهران آشنا شدم که از خانواده

مهمی بود، ولی اگر قیافه او را نگاه می‌کردید، فرقی میان او و من نمی‌یافتید. او به ظاهر کاملاً شبه ما بود، ولی وقتی درونش را می‌کاویدی تهی و پوچ بود.

البته خود این الگوهای غربی گاه به سبب پوچی و فرهنگ‌شان و نیز به منظور عرضی آن به جهانیان، خود را به شکل و شمایل در آورده‌اند، از زبان یکی دیگر از الگوهای غربی می‌خوانیم: «ما هشدار می‌دهیم، برای شرقی‌ها هستیم، فرهنگ غرب را به شرق می‌آوریم و بیچارگی غرب را می‌نمایانیم.

آری، تقلید کورکورانه نتیجه‌ای جز پوچی و پستی برای افراد مُدگرا نخواهد داشت. واقعیتی که امام صادق(علیه السلام) آن را چنین بیان می‌کنند: «مادامی که جامعه اسلامی از الگوی مصرف بیگانگان تقلید نکند، در مسیر کمال و نیک بختی است. حال آن‌که، به شیوه بی‌دیان لباس بپوشد و خوراک بخورد، به ذلت می‌افتد.

به فرموده‌ی امیر مومنان حضرت علی(علیه السلام): «خوشا به حال کسی که به سنت و طریقه دین عمل کند و از آثار آن پیامبران پیروی کند» (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

۳. پیامدهای فیزیکی

یکی دیگر از نشانه‌های گرایش منفی، به مُد، پیدایش مشکلات جسمی برای مُدگرایان است؛ زیرا در ساخت بسیاری از وسایلی که مُدسازان، تولید و به بازار عرضه می‌کنند، سلامت روح و جسم انسان مورد نظر نیست. شاید منشأ بسیاری از بیماری‌های جسمی که از افراد مُدگرا به آن دچار هستند، استفاده نابه جا از این لوازم غیر استاندارد و غیربهداشتی باشد.

زیرا هدف مُدسازان به ویژه در جوامع غربی از تولید و تبلیغ کالا، کسب درآمد بیش‌تر با کم‌ترین هزینه ممکن است. بر این اساس، برای غلبه صنعت و اقتصاد بر بخش سیاست‌های حاکم در جوامع، موازین عقلی، علمی، اخلاقی و بهداشتی در تولید کالا، به کلی فراموش شده است. به عنوان مثال، امروزه تولید و استفاده از کتان و پنبه و منسوجات به دست آمده آن در صنعت نساجی را مُدسازان به ترفندهای گوناگونی از چرخه‌ی تولید خارج کرده اند.

مُدسازان، استفاده از آن‌ها را در طراحی لباس و تهیه پوشاک در کنار الیاف مصنوعی تنوع و رنگارنگ، برای خود عیب و عاری می‌دانند. در حالی که واقعیت این است که اینان سود سرشماری را بر اثر استفاده از این مواد مصنوعی ارزان قیمت متوجه خویش می‌کنند و خود آن‌ها را به کار نمی‌گیرند.

پیرو این حرکت، زیر جامه‌های مردانه و زنانه را نیز با الیاف مصنوعی تولید و به بازار مُد عرضه می‌کنند. با توجه خاصیت الکتریسته‌زایی و تحریک عصبی و دیگر ناهماهنگی موجود در این‌گونه بافته‌های مصنوعی با محیط بیولوژیکی، بروز ضایعات و حساسیت‌های پوستی و جذب مواد شیمیایی به بدن و مسمومیت داخلی، به راحتی قابل پیش بینی می‌شود.

نمونه دیگر، لباس‌های تولیدی مُدسازان در جنس‌های چرمی، جیر، پلاستیک و مشتقات آن است که خاصیت چسبندگی پارچه و تنگ دوختن آن، تعریق، تنفس و دفع سموم از بدن را با مشکل رو به رو ساخته و آدمی را بیمار می‌کند.

همچنین زنان غربی تحت تأثیر تبلیغات سرمایه‌داران بزرگ سازنده لوازم آرایشی، در استفاده از آن به افراط کشیده شده‌اند، آرایش‌های خود را شبانه روزی به هم متصل و همواره قسمت‌های حساس بدن خود نظیر پوست صورت، موی سر، چشم‌ها، پلک‌ها و ناخن‌ها را با لوازم آرایشی می‌آرایند.

غافل از این‌که مداومت در این امر، سبب جذب مقدار زیادی از مواد شیمیایی به ویژه آئیلین^۶، به بدن می‌شود، که پیامدهای وخیمی به صورت حساسیت‌های پوستی، اگزما و پیری زودرس برای آن‌ها به همراه داشته است.

در اسلام بهره‌گیری از پوشاک و لوازم آرایشی شرایط و احکام ویژه‌ای دارد. به عنوان مثال، در جنس، رنگ، شکل، نظافت و آداب لازم برای پوشیدن باید رعایت شود.

✓ رسول خدا (صلی الله علیه و آله وسلم) می‌فرمایند: «پوشیدن لباس از ابریشم و طلا، برای مردان امت من حرام است»؛

✓ امیر مومنان حضرت علی (علیه السلام) نیز فرمودند: «لباس پنبه‌ای بپوشید؛ که آن لباس رسول خدا (صلی الله علیه و آله وسلم) و اهل بیت (علیهم السلام) و آن حضرت از لباس پشمی و موی استفاده نمی‌کرد، مگر به علتی»؛

✓ امام صادق (علیه السلام) به پوشیدن لباس‌های کتان سفارش کرده است، آن‌جا که می‌فرمایند: «کتان، لباس پیامبران است و در رشد و تقویت بدن انسان مؤثر است» (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

۴. عوارض زیان بار

برخی لباس‌های مُد روز اگر این عنوان را با خود یدک نمی‌کشیدند، چیز شگفت‌آوری به نظر نمی‌رسیدند؛ اما هنگامی زیر لوای مُد به بازار عرضه شوند، خیلی طبیعی و زیبا به نظر می‌رسند! برای مثال، چند سال پیش اگر دختر خانمی شلواری کوتاه می‌پوشید که بخشی از مچ پایش بیرون بود، خیلی زشت به نظر می‌رسید و حتی شاید زنی حاضر نمی‌شد که آن را از سر ناچاری هم بپوشد.

ولی اکنون که شلوار کوتاه، عنوان مُد را با خود یدک می‌کشد، نزد جوانان، جایگاه و جاذبه‌ی خوبی به دست آورده است. همین پوشش اگر از مُد بیفتد، دیگر هیچ‌کس حاضر نمی‌شود آن را بپوشد. مگر شلوارهایی که تا ده سال پیش، با عنوان خمره‌ای بین پسران مُد شده بود، هم اکنون رونق خود را از دست نداده است؟! کدام جوانی حاضر می‌شود حتی برای یک لحظه از این لباس استفاده کند؟!

در توصیف حاکمیت مُد بر بازار و تأثیر آن بر قیمت‌ها، باید به نوعی از پالتوها به نام‌های سانتانا، فوتر، پاراشوتف، فوم، و... اشاره کرد که در سال‌های اخیر، پر فروش‌ترین پوشاک زمستانی بوده‌اند.

در حقیقت، گروهی، هزینه‌های گزافی را به دلیل غلبه مُد بر تولیدهای ملی می‌پردازند. این روند، علاوه بر آن که ضربه‌هایی به اقتصاد کشور وارد می‌کند، ارزش‌های فرهنگی را نیز به حاشیه می‌راند.

در حقیقت، اشخاص که مُدام به فکر پوشش بر اساس مُد هستند، هویت اصیل و پاک خود را پای این رذالت، ذبح می‌کنند؛ چراکه به قول استاد شهید مرتضی مطهری (ره) لباس و پوشش، با روحیه ارتباط دارد و مصرف‌گرایی می‌تواند به اخلاق و فضیلت و فرهنگ درستی و راستی، آسیب جدی وارد نماید.

کسی که در اثر تبلیغات دروغین ترویج مُد چون غربی‌ها لباس می‌پوشد، رفته رفته چون آنان فکر می‌کند و در نتیجه، باورهای خودی و فرهنگی بومی را زیر سؤال می‌برد، تعادل اجتماعی را بر هم می‌زند، هنجارهای ارزشی را به حاشیه می‌راند و از واقعیت‌های اجتماعی دور می‌شود.

نکته قابل ذکر دیگر آن‌که لباس‌هایی که از الیاف مصنوعی تهیه شده‌اند، مانع تبادل و تهویه‌ی هوا می‌شوند و این محصولات که غالباً از ترکیبات پتروشیمی به وجود آمده‌اند، به دلیل افزایش بار الکتریکی بدن و نقش حیاتی پوست زیان آورند و به هیچ روی نمی‌توانند جای پوشاک طبیعی را بگیرند.

مدل‌های اروپایی و به ویژه فرانسوی و ترکیه‌ای، لباس‌هایی هستند که مُد را ترویج می‌کنند و پوشیدن آن‌ها یک حرکت تقلیدی و بدون علم و آگاهی به شمار می‌آید. بسیاری از جوانان، اگرچه در ملاک انتخاب پوشاک خود کیفیت و استحکام را مهم می‌دانند؛ ولی هنگام خرید کالای مورد نیاز خویش، پیرو بی‌چون و چرای مُد هستند.

به همین دلیل نیز پول افزون‌تری برای محصولاتی مصرف می‌کنند که عملکردی محدود و خاصیتی منفی دارند. برخی از پالتوهای زمستانی پر فروش بازار پائین‌ترین کیفیت‌ها را دارند؛ ولی بانوان، به صورت غیر منتظره از آن‌ها استقبال می‌کنند.

این درحالی است که لباس‌ها و اجناس تولید داخلی، باکیفیت بالاتر و جنس مرغوب‌تر در بازار کم‌مشتري هستند. این نوع مُدگرایی، نوعی از سبک رفتار و فرهنگ را به وجود می‌آورد که تجمل، رفاه زدگی، اشرافی‌گری و مقاومت در برابر ارزش‌های اجتماعی را به دنبال خواهد داشت (گلی زواره، ۱۳۸۵، ص ۱۸).

۵. مصرف‌گرایی

بروز مُدگرایی منفی در جامعه، مصرف‌گرایی و اسراف در نعمت‌های الهی را به همراه دارد. مُدگرایان همواره می‌کوشند از راه‌ها گوناگون، نه برحسب ضرورت، بلکه برا خودنمایی و فخرفروشی با پرداختن به کارهای بی‌اساس و بی‌ارزش برای خود شخصیت و جایگاه اجتماعی دروغین کسب کنند.

از جمله این مشغولیت‌های غرب عبارتند از: خریدهای بی‌اندازه، استفاده نادرست از وسایل و مواد خریداری شده، تغییر چیدمان لوازم منزل، تغییر مدل اتومبیل، جواهرات و نیز اسراف در پذیرایی‌ها و مهمانی‌ها.

بدین ترتیب، تجمل پرستی و مُدگرایی برخی جوامع، به ویژه کشورهای در حال توسعه سبب خواهد شد که سود اشرافی‌گری و مُدگرایی آن‌ها به جیب مُدسازان بیگانه برود.

در این میان، گاهی این‌گونه جوامع مصرفی برای تأمین نیازهای کاذب افراد مصرف‌گرا و مُدگرا به دریافت قرض‌ها و وام‌های سنگین متوسل می‌شود و با این کار خطر تسلط فرهنگی و سیاسی، آن کشورها را تهدید خواهد کرد.

به هر حال اسراف و مصرف‌گرایی به هر عنوانی، به هیچ وجه با معیارها و ارزش‌های دینی سازگاری نیست. فرهنگ دینی آن را نمی‌پذیرد، چنان که در قرآن آمده است: «إِنَّهُ لَیَحِبُّ الْمُسْرِفِینَ؛ زیاده روی مکنید که او (خدا) اسراف کاران را دوست ندارد».

و نیز می‌خوانیم: «وَإِنَّ الْمُسْرِفِينَ هُمْ أَصْحَابُ النَّارِ»؛ اسراف‌کاران، اهل آتش دوزخ هستند. کسانی که مال و ثروت خود را حیف و میل می‌کنند، در واقع سرمایه‌های یک مملکت را به هدر می‌دهند؛ سرمایه‌هایی که اگر به درستی به کار گرفته شوند، می‌تواند گره‌گشای بسیاری از مشکلات اساسی افراد جامعه باشد (بافکار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۶).

بررسی جنبه‌های مختلف مُد و مُدگرایی

الف- جنبه‌های جامعه‌شناسی

مُد به خودی خود و در حد اعتدال، مذموم نخواهد بود و در صورتی می‌توانیم آن را ارزش‌گذاری کنیم که آثار مثبت و منفی آن را در جامعه ارزیابی کنیم.

طبق نظریه «جرج سیمل» مُد همان تغییر غیر متمرکز جنبه‌های فرهنگی زندگی است و از یک تنش اساسی و پایه‌ای در وضعیت اجتماعی انسان‌ها ناشی می‌شود.

مُد به تغییر سلیقه‌ی ناگهانی و مکرر همه یا بعضی از افراد و گروه‌های خاص یک جامعه اطلاق می‌شود و منجر به انجام رفتاری خاص یا مصرف کالایی به خصوص یا در پیش گرفتن سبک خاص در زندگی می‌شود.

جامعه‌شناسان مُد را نمادی از شیوه زندگی و ابزاری نمایان‌گر ثروت، رفاه و پایگاه طبقاتی که خود به آن تعلق دارد، تعریف می‌کنند.

می‌توان مُد را یک پدیده‌ی اجتماعی دانست پدیده‌ای که از نظر جامعه‌شناسان دارای یک خصیصه هم‌رنگی با جماعت است و باعث شباهت فرد به اشخاص دارای موقعیت بالاتر می‌شود، به عبارتی مُد اشاعه سریع کالا یا گرایش به یک رفتار در میان قشر یا قشرهایی از جامعه است که می‌تواند ناشی از نیازهای روانی، نقاط ضعف افراد، حس برتری طلبی، تجددخواهی، نوجویی، تنوع‌طلبی، میل و هوس شخصی، چشم و هم‌چشمی، احساس کمبود، تمکن مالی و... باشد و دارای رواج ناگهانی و کم دوام است و به سرعت تغییر می‌یابد (ستوده، ۱۳۷۸).

۱. علل و عوامل اجتماعی

۱-۱ تبلیغ زدگی

شبکه‌های تلویزیونی، ماهواره‌ها، سایت‌ها، وبلاگ‌ها و پایگاه‌های اینترنتی و مجلات از مهم‌ترین منابع تبلیغی مدل‌های بیگانه و گرایش به آن هستند. رسانه‌های جمعی و فردی، شبانه روز با شیوه‌های خلاق و جذاب تبلیغی و هزینه‌های هنگفت، سعی در رواج مدل‌های غربی دارند و چه بسا مدل‌های بیگانه به عنوان ارزش، تبلیغ می‌شود.

۱-۲ شرکت‌های تولیدی

بسیاری از شرکت‌های تولیدی، نقش مهمی در شیوع مُد دارند. گاهی این مُدها برای ارائه از طرف یک شرکت، ساعت‌ها مورد مطالعه و بررسی روان‌شناختی قرار می‌گیرند، تا قدرت جاذبه‌ی مد‌شناسایی و به اجتماع عرضه شود. شرکت‌ها در این فرایند، بازار عرضه و تقاضا را با شیوه‌های نوین به وجود می‌آورند و اجتماع را دچار تغییرات مُدهای نابهنجار می‌کنند.

۳-۱- الگوهای نادرست

سبک زندگی انسان براساس الگوها و اندیشه‌ی آن‌ها شکل می‌گیرد. بیش‌تر افراد معمولاً مربی یا الگویی برای خود انتخاب می‌کنند. ممکن است این الگو در خانواده شکل بگیرد. اما مربی، معلم و استاد، از مهد کودک تا دانشگاه می‌توانند مبلغ مدهای نابهنجار غربی باشند و سبک زندگی و اندیشه‌ی افراد را نسبت به سیر طبیعی و بهنجار زندگی تغییر دهند.

۴-۱- تعلق به گروه

گروه‌های دوستی نقش مهمی در گرایش افراد به مُدگرایی دارند. ترس و نگرانی از بی‌توجهی دوستان یا تحقیر و تمسخر آنان، یکی از علل گرایش به مدهای نابهنجار بیگانه است. زیرا فرد به گروه دوستی تعلق دارد و متعلقات گروه را می‌پذیرد تا خود را فردی سازش یافته با گروه قلمداد کند و شاید تنها حاصل این سازگاری، جلب اعتماد گروه باشد.

۵-۱- لغزش‌های اجتماعی و فرهنگی

گاهی فضای مسموم جامعه باعث می‌شود راه‌های نفوذ مُدگرایی غربی باز و هموار گردد و از این طریق تبلیغات نیز رواج پیدا می‌کند و هر روز تعداد مروجان مدهای غربی افزایش می‌یابد.

۶-۱- ارزانی

برخی از لباس‌ها و وسایل مدهای نابهنجار بیگانه به راحتی و ارزان در دسترس قرار می‌گیرند. از این رو گرانی مدهای بهنجار برای کسانی که قدرت خرید بالایی ندارند، از علت‌های مهم گرایش به مدهای نابهنجار بیگانه است.

۷-۱- فرهنگ ورزشی

ورزش وسیله‌ی مؤثری در پائین نگه داشتن سطح فشار روانی محسوب می‌شود و معمولاً ورزش‌کاران برای جذب علاقه‌مندان و دوست‌داران خود، مدهای خاصی را تبلیغ می‌کنند که تأثیر زیادی بر افکار و باورهای آنان دارد. الگوگیری از ورزش‌کاران غربی نیز یکی از عوامل عمده‌ی گرایش به مدل‌های نابهنجار غربی است.

۸-۱- فضای تربیتی

نقش تعلیم و تربیت از نقش‌های بنیادی روحی و روانی و اجتماعی انسان است. انسان تربیت می‌شود تا با هنجارهای موجود در جامعه سازش داشته باشد. تربیت و به ویژه فضایی که فرد در آن تربیت می‌شود، نقش مهمی در الگوپذیری او دارد. از این رو یکی از علل گرایش به مدهای غربی، محرومیت از فضای تربیتی صحیح است.

۹-۱- فقر و بیکاری

فقر و بیکاری زمینه‌ی گرایش به مدل‌های نابهنجار بیگانه، به ویژه از جهت رفتاری و گفتاری را بیش‌تر می‌کند و فرد را به دام انحراف می‌اندازد. امیر مؤمنان حضرت علی (علیه‌السلام) می‌فرمایند: «من الفراغ تكون الصبوه»؛ سبک‌سری دوران جوانی ناشی از بیکاری است.

۱۰-۱- محیط شغلی

یکی از علل گرایش به مُدهای غربی، محیط شغلی است و افراد برای همراهی با دیگران یا به اجبار از مُدهایی که در بین همکاران رواج می‌یابد پیروی می‌کنند (قاضوی، ۱۳۸۴، ص ۳۹).

ب- جنبه‌های روان‌شناسی

۱. مُد و روان‌شناسی

میان روح و جسم آدمی، ارتباط تنگاتنگی وجود دارد و این دو، تأثیر متقابلی بر یکدیگر می‌گذارند و میان آن‌ها کنش و واکنش‌های مختلفی شکل می‌گیرد. نمادها و دگرگونی‌های مادی و معنوی پیرامون انسان، بر روح و روان او تأثیر مستقیم دارند و هر اثرپذیری روحی، پیامدهای رفتاری ویژه‌ای دارد. برای مثال، گاهی انسان از شنیدن نوعی موسیقی و آهنگ به آرامش می‌رسد و از شنیدن نوعی دیگر از موسیقی، پرخاشگر می‌شود. هم‌چنین رنگ‌ها به تنهایی یا در کنار دیگر رنگ‌ها تأثیر ذهنی ویژه‌ای بر فرد می‌گذارند. رنگ‌های گرم و رنگ‌های سرد، پیام‌های روانی متفاوتی را به افراد منتقل می‌کنند. انواع خط‌های موجود در طبیعت و چگونگی نمایان شدن آن‌ها در برابر دیدگان بیننده، معانی قراردادی غیرمستقیمی را به روان آدمی القاء می‌کنند. طراحان مُد نیز معمولاً با بهره‌گیری از این نکته‌ها می‌کوشند هدف‌های مورد نظر را در بیننده اجراء و این افراد نیز با تأثیرپذیری روانی، بنا بر خواسته‌های آنان رفتار کنند (شکوهی، ۱۳۸۵، ص ۹۱).

۲. مُد و آشفتگی‌های ذهنی

وقتی مُد محور اصلی زندگی فرد باشد تمام مدت به زندگی دیگران چشم دوخته است تا وسایل جدید را شناخته و تهیه کند و اگر این امکان برایش فراهم نشود، مشغولیت ذهنی شدیدی پیدا می‌کند و این حس حسادت امان او را می‌برد به خصوص که جریان مُد و تغییرات آن بسیار سریع و کوتاه‌مدت است و این فواصل کم باعث ایجاد فشار مالی و ذهنی زیاد به فرد می‌شود عده‌ای از افراد بر این عقیده‌اند که توجه به مُدهای جدید و روز در کل تجددگرایی، انسان را اسیر و در بند خود می‌سازد.

مُدگرایی نیز موجب از بین رفتن اراده‌ی مُدگرایان می‌گردد. آنان از خود، اختیاری در انتخاب نوع پوشش و مُد ندارند. کاملاً مطیع مُد و مُدسازان جهانی‌اند و تنها مقلدانی بیش نیستند. هر چیزی که تبدیل به مُد شد-زشت یا زیبا فرقی ندارد- آنان را در بند خود می‌سازد.

صرف وقت فراوان در راهی که به سبب تغییر و تحول فراوان هیچ‌گاه پایانی نخواهد داشت؛ چیزی جز زیان و استرس روحی برای به روز بودن و هم‌رنگی با جماعت، نخواهد بود (شرفی، ۱۳۷۹).

۳. علل و عوامل روان شناسی

۳-۱- تنوع طلبی و نوگرایی

انسان همواره تنوع طلب و نوگراست، به ویژه در دوران نوجوانی و جوانی که دوران تجدد، نوگرایی و استقلال طلبی نامیده شده است. در این دوران، هیجان خواهی و کمال طلبی افراد رشد چشم گیری دارد و یکی از علل گرایش به مدل های نابهنجار بیگانه، تعریف نادرست از تنوع و نوگرایی در میان افراد است. افراد تحت تأثیر تعاریف دیگران از سبک ها و الگوهای مختلف، به برخی از مدهای نابهنجار رو می آورند.

۳-۲- احساس کهنتری یا عقده‌ی حقارت

یکی از مسائل مهم در زندگی برخی از انسان ها، عقده‌هایی است که بر اثر تحقیرها یا ارضاء نشدن برخی امیال و خواسته‌های آنها انباشته می شود که با ایجاد یک زمینه (مُد غربی و زینت کردن و...) خود را نمایان می کند. عقده‌هایی که فرد را نسبت به خود بی اعتماد، و اراده را از او سلب می کند و فرد برای جبران آن به رفتار نابهنجار مُدگرایی گرایش می یابد.

۳-۳- رقابت و چشم و هم چشمی

رقابت و چشم و هم چشمی در برخی امور سبب پیشرفت و تکامل انسان می گردد، ولی در امور مادی و مُدگرایی منجر به نابهنجاری های رفتاری و کلامی می شود. برخی بدون تفکر در جوانب مسأله، خود را با دیگران مقایسه می کنند که در موارد بسیار زیادی به مسابقه تبدیل می شود.

آنها می خواهند از هم سبقت بگیرند و این سبقت نا روی آوردن به جدیدترین مُد کفش، لباس، تیپ و... ادامه پیدا می کند و بدین ترتیب فرد در دام مدل های فرهنگی بیگانه می افتد و سلامت روحی- روانی اش دچار اختلال می شود. خودبزرگ بینی و افسردگی، در شرایطی که بستر مناسب اقتصادی و روانی برای رقابت نباشد، از عوارض این پدیده‌ی نابهنجار و غیراخلاقی هستند.

۳-۴- جلوه نمایی و تشخیص طلبی

برخی از افراد برای خودنمایی و برتری جویی، که یکی از ضعف‌ها و مشکلات شخصیتی است، به مدهای غربی رو می آورند. تورشتاین و بلن^{۱۷} مُد را وسیله‌ای برای این می داند که افراد، نشان دهند ثروت مندان، باشخصیت و دارای اندیشه‌ای خاص هستند.

لذا به محض این که مُدی در جامعه پیدا می شود، اشراف زادگان و ثروت مندان به سراغ این مُد جدید می روند. زیرا مُد قدیمی دیگر آنها را از طبقات دیگر جامعه متمایز نمی کند.

۳-۵- ضعف اراده و اختیار

یکی از ویژگی های شخصیت ناپایدار و نابهنجار، ضعف اراده است. معمولاً کسانی که در برابر مدهای نابهنجار بیگانه سازش نشان می دهند، قدرت تصمیم گیری و اراده‌ای قوی و تصویر روشنی از خود ندارند و بر کنترل هیجانات،

عواطف و بیان اندیشه‌های خود ناتوان هستند. این عدم اعتماد به نفس و ضعف اراده‌ی یکی از علت‌های مهم روان شناختی گرایش به مدهای نابهنجار بیگانه است.

۳-۶- دوران خاص جوانی و بحران

جوانان احساس جزیره‌ای دارند و فکر می‌کنند همان‌طور که مردم یک جزیره از آزادی عمل برخوردارند، آن‌ها نیز چنین هستند. لذا به خود اجازه می‌دهند تا به جنگ مسائل و مشکلات بروند، فشارهای دوران جوانی را تحمل کنند و با طی نمودن آئین‌های مختلفی که وجود دارد، خود را به «دوران بزرگ‌سالی» برسانند و درجات و مراحل تحرک‌های اجتماعی را که نمونه‌ای از آن، گرایش به مُدگرایی غربی است، طی نمایند.

در این دوران هویت و شخصیت فرد زمینه‌ی الگوپذیری بیش‌تری دارد. زیرا با پیدایش تغییرات جسمانی، اجتماعی و روانی، هویت‌پردازی می‌کند. همین مسأله آنان را به مدهای نابهنجار می‌کشاند.

۳-۷- هوسرانی

گرایش‌های شیطانی یکی از علل انحرافات انسان است و بسیاری از نابهنجاری‌های رفتاری، چه فردی و چه اجتماعی، از این مسأله ناشی می‌شود. این میل، با نام آزادی، در کشورهای بیگانه شیوع زیادی دارد و به عنوان اصل لذت مطرح است. در این اصل، مبنای همه چیز لذت است. از این رو، برخی به خاطر تبعیت از این نوع گرایش و شهوت‌رانی و پیروی از هوای نفس، به مدهای نابهنجار بیگانه رو می‌آورند (قاضوی، ۱۳۸۴، ص ۳۹).

ج- جنبه‌های سیاسی

مُد، حرکتی بسیار زودگذر است؛ اما چون سیلاب، با هجومی خطرناک، آن چه را سر راه خود می‌بیند، از بین می‌برد. ویروس خطرناکی است که اگر ریشه‌کن نشود، جامعه را به تباهی سوق می‌دهد. حال پرسش این است که چرا مُدگرایی که با فرهنگ و سنت ما هم خوانی ندارد، این چنین مورد استقبال قرار می‌گیرد و مردم، به ویژه نسل جوان، همواره در پی آنند و حاضر می‌شوند برای این تقلید کورکورانه، دست از هویت اصیل خود بردارند؟

در پاسخ باید به عوامل گوناگونی اشاره کرد: اصرار بیش از حد درباره‌ی نوع لباس، سبب برانگیختن حس تقابل در جوانان می‌شود. نوع پوشش را نمی‌توان به کسی تحمیل کرد. اما چرا مدل‌های غربی و بیگانه بر نوع بومی ترجیح داده می‌شود؟

وقتی خواننده‌ای خوش صدا و معروف، یا هنرپیشه‌ای که شهرت اجتماعی دارد، به دنبال الگویی برای نوع لباس خود است، زمینه را برای مُدگرایی فراهم می‌کند. جوان، نوع پوشش خود را از کسی تقلید می‌کند که با شرایط سنی او هم خوانی دارد و نوعی شخصیت دروغین را به او منتقل می‌کند و در واقع، بر اثر یک همانندسازی در لباس، می‌خواهد گامی به سوی ترقی اجتماعی بردارد و به گمان خویش، از قافله عقب نماند.

پندها و یادآوری‌های رسمی و قراردادی هم در او کارگر نیست و انتظار دارد طرح و مدل لباسی را برگزیند که تمایلات درونی او را ارضاء کند. اگر بازیگران سیما و سینما، در برابر دوربین از پوشاک ملی و بومی بهره بگیرند و در عمل، به رویارویی با انواع مدل‌های غربی برخیزند، این مُدگرایی ناهنجار، روند رو به افول می‌یابد یا دست کم با اقبال روبه رو نمی‌شود.

مراکز طراحی و تولید لباس نیز درصدد آن نیستند که به سلیقه‌ها و ذوق مردم توجه کنند و برخی زیبایی‌های پسندیده و مورد پذیرش همگانی را در نظر نمی‌گیرند. بدیهی است، طرح‌هایی که مورد استقبال بیش‌تری قرار می‌گیرند، بر سلیقه‌ها هم اثر می‌گذارند و رفته رفته مردم به لباس‌هایی روی می‌آورند که با فرهنگ‌شان سنخیت داشته باشد، اما متأسفانه، برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی ریشه‌داری در این باره صورت نگرفته است. بیش‌تر فروشندگان هم به جای در نظر گرفتن مصالح جامعه به فکر منافع خود هستند و لباس‌هایی را عرضه می‌کنند که زودتر به فروشند و در کم‌ترین زمان، بر سرمایه‌های مادی خود بیفزایند.

برخی غفلت‌ها نیز چونان موربانه‌هایی از درون، زمینه‌سازی چنین شیخون فرهنگی را فراهم کرده‌اند. بایسته است، مسئولان فرهنگی، از طراحان داخلی پشتیبانی کنند، ایده‌های بومی و سنتی را ترویج نمایند و سلیقه‌های ناب ایرانی - اسلامی را در نظر بگیرند. این برنامه اگر ریشه‌دار، برنامه‌ریزی شده و همه‌جانبه باشد می‌تواند لباس ایرانی را با هویتی مستقل و اصیل، به جایگاه ویژه‌ای در لباس جهانی ارتقاء دهد.

چشم و هم چشمی‌ها و برخی لجاجت‌ها، در روی آوردن به مُد دخالت دارد. قوانین نیز متعادل نیستند و نباید محدودیت‌های نابه‌جا و تنگ نظرانه پدید آورند.

از سوی دیگر، طرز لباس پوشیدن اهل علم و معرفت، یا شخصیت‌های تاثیرگذار (به جز روحانیان) هویت مستقل و مشخص بومی ندارد. جوان امروز ایرانی نمی‌داند بانو یا آقای محقق، مُدرس دانشگاه و افرادی که در عرصه‌های فکری و علمی فعال هستند، چگونه لباس می‌پوشند.

معلمان زن، نوعی مانثوی ثابت دارند و حتی در محیط‌های بسته مثل دبیرستان‌های دخترانه یا مقاطع دیگر آموزشی که ورود افراد نامحرم به آن جا کنترل می‌شود، از پوشش بخش‌نامه‌ای یک رنگ بهره می‌گیرند.

مردان مطرح در جامعه، از عالی‌ترین مقامات دولتی، دانشگاهی، فرهنگی و هنری، همیشه با کت و شلوار که یک لباس رسمی است و معمولاً تنوع چندانی ندارد، در انظار عمومی ظاهر می‌شوند. در نتیجه، جوان نمی‌تواند تصور کند یک استاد دانشگاه، پزشک یا دبیر در منزل، مهمانی، پارک و مسافرت، چگونه لباسی می‌پوشد تا او نیز همانندسازی کند و به دلیل ارزش‌های علمی و فرهنگی، از این اشخاص الگو بگیرد.

پس خلاء هم‌چنان باقی است و چنین طیف‌هایی نمی‌توانند در چگونگی لباس پوشیدن، الگو باشند. در مقابل، به دلیل گستردگی امکانات ارتباطی و تجاری و تبلیغات شدید دروغین، بیگانگان با تنوع پوشش خود که فرهنگی خاصی را القاء می‌کنند، بر بازار پوشاک اثر می‌گذارند و الگوهای مورد نظر را در قالب مُد، تحمیل می‌کنند (گلی زواره، ۱۳۸۵، ص ۱۸).

د- جنبه‌های فرهنگی

۱. مُد و تبلیغات

هر مُد، در واقع، تابلوی تبلیغاتی یک فرهنگ یا خرده فرهنگ است. پس استفاده‌کننده از یک مُد، باید به مثبت یا منفی بودن فرهنگ آن مُد توجه کند و زمام فکر و عمل خود را بدون بررسی دقیق، در اختیار آن مُد و صاحبان فرهنگی آن قرار ندهد.

بسیاری از شرکت‌های تجاری و تولیدی برای این‌که تعدادی از مردم، محصولات نشان‌دار (مارک‌دار) آن‌ها را مصرف کنند، هزینه‌های هنگفتی می‌پردازند. برای نمونه، در ساخت فیلم‌ها و سریال‌ها و مسابقات ورزشی، به عنوان حامی مالی برخی اشخاص حقیقی و حقوقی سرمایه‌گذاری می‌کنند تا برای چند لحظه، نشان آن شرکت به نمایش درآید. جریان‌های فکری، بیش‌تر از راه مُد و تبلیغ باورهای خاستگاه خود، حضور و گسترش می‌یابند. در کشورهای غربی، حزب‌ها، جمعیت‌ها و گروه‌های فراوانی با باورهای گوناگون دینی، سیاسی، اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی وجود دارند که اعتقادهای آن‌ها در بیش‌تر موارد با هویت اسلامی و ایرانی ما سازگار نیست، به ویژه گروه‌هایی مثل: شیطان پرستان، هم جنس‌گرایان و فمینیست‌ها.

این گروه‌ها برای خود شعارهایی در نوع لباس، نوع دوخت، ترکیب رنگی، طرح خاص، آرایش مو و چهره، دست بندها و گردن‌آویزها فراهم آورده‌اند. از این رو، استفاده از نشانه‌های مُد آنان می‌تواند به معنی وابستگی به آن جمعیت‌ها، پذیرش آن‌ها، علاقه به آن‌ها، هم فکری و هم سویی با آن‌ها و تبلیغ‌شان باشد.

کار منطقی آن است که پیش از پیروی کردن از این مُدها، به شناخت کافی درباره آن گروه، هدف‌ها و باورهای آن‌ها دست یابیم. در غیر این صورت، حرکتی انفعالی و بی‌پایه و تقلیدی کورکورانه شکل خواهد گرفت (شکوهی، ۱۳۸۵، ص ۹۱).

۲. تهاجم فرهنگی

برای جلوگیری از رواج مُد و کنترل بازار پوشاک، باید فرهنگ اسلامی در این زمینه، تبلیغ و معرفی شود؛ زیرا در منابع روایی ما، لباس زیبا، نشانه‌ای از تقرب به خداست. پاکی پوشاک، اندوه و غم را از بین می‌برد و آدمی را در میان مردم عزیز می‌کند.

امیر مومنان حضرت علی (علیه‌السلام) می‌فرمایند: «نیکوترین لباس آن است که تو را با مردم همسان سازد و موجب آرایش تو در میان آنان شود و زبان‌های آنان را از بدگویی باز دارد».

در فرهنگ اسلامی، از این‌که انسان از لباس بیگانگان بهره بگیرد، نهی شده و این شیوه، نشانه و وابستگی است. چگونگی پوشاک، رنگ، مدل، آراستگی و تمیزی لباس، بر شخصیت آدمی اثر می‌گذارد و چه بسا که برخی لباس‌ها شخصیت افراد را مسخ کند و رفتار و اعمال آدمی را دگرگون سازد!

برخی افسردگی‌های روحی و تهدید ذوق سلیم و خارج شده از مرز اعتدال در پوشیدنی‌ها، به دلیل خود آرایی‌های افراطی و یا پذیرفتن آشفتگی و ژولیدگی در لباس است. بدیهی است، اگر در جامعه‌ای بایدهای و نبایدهای ارزشی و اصیل تبلیغ شوند و ارتباط انتخاب لباس با هنجارهای فرهنگی و رفتاری روشن شود، فرهنگ مبتدل‌مدگرایی نمی‌تواند این‌گونه بر زندگی جوان مسلمان اثر سوء بگذارد.

درست است که لباس باید ساده و دور از تشریفات و تجملات باشد؛ اما رعایت تنوع، سلیقه‌ها و گرایش‌ها در این باره، تا حدودی لازم است. رنگ، طرح و شکل لباس، نو بودن، بافت و مانند آن‌ها، باید چنان جاذبه‌ای ایجاد کند که جایی برای ترویج‌مدگرایی وجود نداشته باشد.

لباسی انتخاب شود که با موقعیت اجتماعی افراد هم‌خوانی داشته باشد. رنگ لباس، با چهره و سیما تناسب داشته و اندازه لباس، با اندام در تعارض نباشد.

مد، علاوه بر این که فرهنگ، ملیت، سنت‌های بومی و شأن انسان را در نظر نمی‌گیرد، با غیرت، عفت، نجابت، شرافت و موازین خانواده هم در تعارض است و آگاهی بخشی به جامعه در این باره، لازم است.

باید مراکز فرهنگی و آموزشی، از موضع متانت و هویت، طرح‌های مطلوبی را ارائه دهند که ضمن پاس‌داری از هنجارهای دینی، رغبت‌های لازم را در افراد به وجود آورد. صدا و سیما، از ارائه الگوهای مغایر با هویت ملی و دینی جلوگیری کند و در مکان‌هایی چون فضاهای ورزشی، تفریحی، اردوگاهی، باغ‌ها و سایر گردش‌گاه‌ها، پوشیدن لباس‌هایی ترویج دهد که از سلامت اخلاقی و روانی جامعه پاس‌داری کند.

بہتر است به جای صرف انرژی و وقت، برای مبارزه با کالاهای وارداتی غربی، از توان و امکانات خود، برای طراحی لباس بهره بگیریم که در عین حالی که نمادهایی از هویت ملی را به همراه دارد، به سلیقه‌ی جوانان نزدیک بوده و در میان عموم مردم مقبول افتاده و مورد استقبال قرار می‌گیرد (گلی زواره، ۱۳۸۵، ص ۱۸).

راه‌کارهای جلوگیری از گرایش به مدل‌های بیگانه

برای جلوگیری از گرایش به مدل‌های غربی و شرقی نیازمند رعایت اصول و فروع راهبردی زیر هستیم. البته قید اصول و فروع به این معنا نیست که اصول از ارزش بالاتری برخوردار است، بلکه به این معناست که اصول، ریشه و پایه است و فروع، شاخ و برگ آن است.

الف- اصول راهبردی

۱. ارائه‌ی مدل‌های اسلامی

تعریف صحیح تکالیف و جاذبه‌های دینی (مدل‌های اسلامی). تکالیف و اعمال دینی را باید درست تعریف کرد تا افراد به فرهنگ اسلامی تمایل پیدا کنند.

اعمال دینی، نه تنها مردم را به رفتار و شیوه‌های تفکر مخصوصی وا می‌دارد، بلکه تا حدی در شیوه‌ی لباس پوشیدن و سکنی گزیدن آنان نیز مؤثر است. این اعمال، توده‌های مردم را به نحو مستمر و بی‌آن‌که زیاد برای‌شان محسوس باشد به نظم و انضباط وا می‌دارد.

۲. الگوسازی

الگوسازی برای مدل‌های جایگزین. محققان و متصدیان امور فرهنگی، به ویژه روان‌شناسان، باید مدل‌های مناسبی را جایگزین مدل‌های غربی و شرقی کنند. به فرموده‌ی رهبر فرزانه‌ی انقلاب اسلامی، لباس رسمی، گام نخست در جایگزینی مدل‌های بومی و اسلامی به جای مدل‌های غربی است. در این راستا ضروری است از مدل لباس تا مدل مو و آرایش تعریف اسلامی شود و مراکز مأمور اجرای آن گردند.

۳. انواع الگوسازی

الف- روش عملی

مربیان و معلمان و والدین و به طور خیلی آرمانی، اعضای جامعه، با اعمال و رفتار پسندیده‌ی خویش می‌توانند الگوهای شایسته‌ای برای دیگران باشند. از این رو، «روش عملی» یکی از روش‌های بسیار مهم تربیتی است.

✓ قرآن کریم می‌فرماید: «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ»؛ آیا مردم را به کار نیک فرمان می‌دهید و حال آن که خویشتان را فراموش می‌کنید؟

✓ امام صادق (علیه السلام) می‌فرماید: مردم را با اعمال‌تان، نه فقط با زبان‌هایتان، به سوی خدا فرا بخوانید.

طبق آماری که روان‌شناسان ارائه داده اند، حدود ۸۰ درصد یادگیری از راه چشم است و فقط ۱۳ درصد از راه گوش انجام می‌شود. در ضرب‌المثلی عامیانه آورده اند: «یک تصویر، گویاتر از هزار کلمه است».

نوجوانان و جوانان به اعمال و رفتار معلم، استاد دانشگاه و والدین خود با دیدی عمیق می‌نگرند و تأثیر شگرفی در رفتار آنان به وجود می‌آید. آنان همواره می‌کوشند تا خود را به اعمال و رفتار الگو نزدیک کنند و یکی از زیباترین یا

بالعکس (هنگام مشاهده‌ی تناقض در رفتار و گفتار) زشت‌ترین اعمال الگوپذیری شکل گیرد.

ب- روش علمی

با استفاده از شیوه‌های علمی، نظیر همانندسازی، مجاورت و... که هر یک از شیوه‌ها، بحثی مستقل را می‌طلبد- می‌توان الگودهی مناسبی انجام داد. علاوه بر این روش‌ها، تعریف و تحقیق درباره‌ی نوع استفاده از لباس و تبیین آن برای افراد جامعه، می‌تواند درصد قابل توجهی از الگوهای منفی و ناهنجار را از بین ببرد.

چه از علوم و تحقیقاتی که به عوارض جسمانی برخی مدل‌ها می‌پردازند و چه آنهایی که به عوارض و مضرات روحی و روانی می‌پردازند. کاربرد این روش، تبلیغات مدل‌های غربی را کم‌رنگ یا بی‌رنگ خواهد کرد.

ج- الگوی مناسب

با توجه به نیازها و استعدادهای گوناگون افراد یک جامعه، باید الگوهای مناسب در زمینه‌های مختلف و با عنایت به گرایش و نوع علائق، به آنان نشان بدهند.

د - عدم تعارض الگوها

الگویی که در خانواده تعریف می‌شود نباید با الگویی که جامعه معرفی می‌کند تعارض داشته باشد تا فرد در تعارض دچار سردرگمی نشود. باید تعارض بین الگوها حل یا توجیه مناسب شود. اگر لباس به خصوصی در مدرسه ممنوع گردد و در بازار شایع باشد، یا پدر خانواده آن را به تن داشته باشد، الگوهای صحیح، جبر تلقی می‌شوند و فرد به انکار اصل الگوبرداری و انکار الگوهای صحیح رو می‌آورد.

ه - روش تقلید

انسان همیشه می‌خواهد خود را با کسانی که در نظر او شرافت و موفقیت دارند هماهنگ سازد. این احساس اگر همراه با هدایت عقل و انتخاب الگوهای مناسب و صحیح باشد، انسان را در جهت رشد کمالات و فضایل اخلاقی به پیش می‌برد و بر عکس، چنانچه این سرشت انسانی با تعصب و جهل و خواسته‌های نفسانی همراه شود، نتایج خطرناک و زیان‌باری در زندگی انسان دارد.

تقلید، چهره‌های مختلف دارد. به عنوان مثال، ممکن است کسی نوع و کیفیت مصرف دیگران (مانند: نوع پوشش و وسیله نقلیه یا منزل یا لوازم زندگی، به ویژه وسایل و لوازم پذیرایی و ضیافت و...) را در مصارف خود الگو قرار دهد و مبنای زندگی خود را بر پایه تبعیت از برخورداری‌های آنان، به خصوص دوستان و همکاران خویش، فراتر بگذارد و از حدود اجتماعی و اقتصادی خود تجاوز کند.

این افراد باید بدانند تفاوت‌های مادی و ظاهری و تبعیت از غرب و مُدگرایی، ملاک ارزش انسان‌ها نیست و اگر به زندگی و وضع مادی دیگران چشم بدوزند، یقیناً به دست خویش، راحتی و آسایش خاطر را از خود و خانواده شان سلب کرده‌اند.

و - نظام دوستی

تعلق به گروه و انتخاب دوستان، نقش مهمی در الگوبرداری از مُدهای اسلامی دارد. معمولاً بین صداقت کودکان و صداقت خواهران و برادران و والدین آن‌ها همبستگی وجود دارد و متقابلاً بین عدم صداقت و مجرمیت در والدین و بزه‌کاری کودکان....

می‌توان در خانواده نظام خاصی برای پرداختن به شکل و مُد تعریف کرد تا همه از آن نظام تبعیت کنند و چنانچه پیشنهاد جدید یا مُد جدیدی خواست وارد خانواده شود، اعضای خانواده آن را بررسی کنند و تصمیم‌گیری‌ها بر اساس مبانی اسلامی صورت گیرد.

این نظام را می‌توان به تیم‌های مدرسه نیز تعمیم داد و در این میان نوجوانان و جوانان نقش فعالی در نظریه‌پردازی خواهند داشت و دلایل رد یک نظریه نیز باید بسیار ملایم و منطقی بیان گردد.

۴. تغییر باور و تعمیق باورهای اسلامی

شناخت‌شناسی، تغییر باور و تعمیق باورهای اسلامی. الگوهای افراد بر اساس باور و اعتقاد آن‌ها شکل می‌گیرد. اصلاح شناخت و تغییر باور افراد نقش مهمی در پیش‌گیری از گرایش به مدهای نابهنجار بیگانه دارد. آگاهی‌دهی و اطلاع‌رسانی نقش مهمی در از بین بردن باورهای غلط دارد، به باورهای ذهنی افراد جهت می‌دهد و باورهای اصیل اسلامی و انقلابی را در آن‌ها عمق می‌بخشد. از راه‌های علمی و روان‌شناختی، می‌توان بهترین راه‌کار را در زمینه‌ی تغییر باورهای نابهنجار و تعمیق باورهای اصیل ارائه کرد.

۵. استفاده از مدل‌های بومی

تقویت مثبت و منفی. در شرایطی اگر برای کسانی که از مدل‌های بومی استفاده می‌کنند امتیازی قائل شوند و برای کسانی که به مدل‌های غربی گرایش دارند خستگی عمل کنند، ناخودآگاه می‌تواند تقویت مثبت برای مدل‌های اسلامی و تقویت منفی برای کسانی باشد که به مدهای غربی گرایش دارند. شرایط تقویت مثبت و منفی باید بر اساس اصول روان‌شناختی افراد باشد و به اقتضای فضای حاکم بر فرد و محیط پیرامون وی صورت بگیرد و گرنه متجر به لج بازی و گریز خواهد شد.

۶. برخورد‌های اصولی و منطقی

فراز و فرود برخوردارها. نباید با اندیشه‌ی ابتدایی افراد درباره‌ی گرایش‌های آن‌ها به ضد مخالفت گردد، بلکه باید آن‌ها را به مذاکره دعوت کرد. زیرا انسان نسبت به آنچه منع می‌شود حریص است و نباید این حرص را در افراد ایجاد کرد. از سوی دیگر، عاملان و ترویج دهندگان مدهای غربی شناسایی و با آن‌ها برخورد اصلاحی شود.

ب- فروع راهبردی

۱. تبلیغ

باید با استفاده از تبلیغ علمی و مدرن و روان‌شناسی تبلیغات، برای تبلیغ الگوهای اسلامی هزینه کرد، تا این الگوها به آسانی عرضه شوند، قابل دسترسی باشند، بسترسازی صحیح و فرهنگ‌سازی صورت بگیرد و برای فرهنگ بومی سرمایه‌گذاری شود و تا مرز شیوع پیش برود و در همین جریان، پشت پرده‌ی مدل‌های غربی شناسانده شود.

۲. ایجاد اشتغال فکری و عملی

باید برای افراد امکانات اشتغال فکری، نظیر کتابخانه یا کافی نت مذهبی و... فراهم کرد و یا وظیفه‌ای را به آن‌ها محول کرد تا در دوره‌ی خاص نوجوانی و جوانی که گرایش به نابهنجاری‌ها بیشتر است، فرصت گرایش به مدل‌های غربی را نداشته باشند.

۳. کاربردی کردن الگوها

برای این که معروف در جامعه تبدیل به منکر نشود، باید الگوهای اسلامی و بومی را کاربردی کرد تا چنین احساس نشود که الگوها محدود به کتاب‌ها و آثار به جا مانده از پیشینیان است. یکی از راه‌های کاربردی کردن الگوها، نرم افزاری کردن الگوهای دینی و مدل‌های اسلامی است. مثلاً نرم افزار مدل لباس یا موهای اسلامی، آماده گردیده و به بازار عرضه شود.

۴. روشنگری با روش‌های مُدرن

در شرایط فعلی که دسترسی به مدل‌ها به آسانی ممکن است، باید الگوی مصرفی افراد و ذائقه‌ی آن‌ها را تغییر داد. علاقه‌ی افراد به مُد، ناشی از چه عامل مهمی است؟ این سؤال با توجه به تفاوت‌های فردی در افراد پاسخ‌های متعددی دارد. محققان با تحقیق میدانی می‌توانند این میزان را به دست آورند و از طریق روش‌های آماری و علمی مُدرن به روشنگری و توجیه افراد بپردازند.

۵. آگاهی دادن به جوانان

بی‌تردید شرط اصلی موفقیت در هر کاری، برخورداری از یک سلسله آگاهی‌هاست. تا فرد به کمک آن بتواند بر ابعاد مختلف مسأله موردنظر اشراف پیدا کرده و در هر مورد، اقدامات لازم را به عمل آورد. بر این اساس، اولین و مهم‌ترین گام در امر مبارزه با مُدگرایی افراطی، ارتقای سطح بینش جوانان و نوجوانان است، یعنی جوان علاوه بر اطلاع از ماهیت و علل گرایش به مُد اول این‌که، باید حد معقول و متعادل آن را با توجه به فرهنگ جامعه اسلامی بشناسد و دیگر آن‌که، اهداف فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی دشمن در زمینه ترویج مُدگرایی را به خوبی تشخیص دهد. ث ابزار شگردها و شیوه‌های گوناگونی را که دشمن در پیشبرد اهداف خویش از آن‌ها استفاده می‌کند مورد شناسایی قرار دهد. تنها در این صورت است که جوان نه تنها تحت تاثیر تبلیغات دشمنان قرار نمی‌گیرد بلکه روز به روز در مسیر رشد و تعالی معنوی و ارزش‌های اجتماعی قرار گرفته و از به وجود آمدن زمینه‌ی نفوذ فرهنگی و اعتقادی آن‌ها جلوگیری به عمل می‌آید.

۶. تقویت ایمان و ترویج ارزش‌های معنوی

در طول تاریخ، هیچ عاملی مهم‌تر از تقویت ایمان و باورهای اعتقادی و رشد ارزش‌های معنوی مانع پیشبرد اهداف استعماری نبوده است. از این رو، استعمار همواره تلاش می‌کند تا از طریق تضعیف اصول اعتقادی و ارزش‌های اجتماعی قشر جوان و بی‌اعتنا ساختن آنان به ارزش‌های معنوی زمینه‌ی اجرای اهداف موردنظر خود را فراهم سازد. در چنین شرایطی، هیچ‌کاری به اندازه تقویت باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و دینی و پرورش ایمان مؤثر نیست.

تقویت باورهای دینی و ارزش‌های اجتماعی و پی‌ریزی بینش صحیح در زمینه‌ی ارزش‌های دینی و رعایت آن‌ها، هم‌چون سنگری مستحکم، مردم و به ویژه نسل جوان را در برابر هجوم همه‌جانبه‌ی فرهنگی دشمنان در امان نگه

می‌دارد. بنابراین، مسئولان فرهنگی و فرهیختگان جامعه موظف به واکنش کردن مردم و به ویژه جوانان و نوجوانان در این زمینه هستند.

۷. پاسخ به نیازهای نسل جوان

قشر جوان جامعه، علاوه بر نیازهای زیستی مشترکی که با سایر اقشار جامعه دارد، از یک سلسله نیازهای روانی و عاطفی ویژه‌ای نیز برخوردار است که عدم ارضای آن، مسائل و مشکلات زیادی را برای جامعه به بار می‌آورد. از جمله پیامدهای عدم تأمین نیازهای روحی و روانی جوانان و نوجوانان، پیدایش خلاء فکری و فرهنگی است که زمینه ساز نفوذ عناصر فرهنگی بیگانه و هجوم فکری و تبلیغی فرهنگ‌های بیگانه است.

به عنوان مثال، الگو طلبی یکی از ویژگی‌های مهم دوره‌ی جوانی و نوجوانی است. یعنی جوان در مسیر کسب کمال به طور طبیعی مایل است از طریق تأسی به منش و رفتار افرادی که آنان را مظهر کمالات می‌داند خود را به فضایل و ارزش‌های اخلاقی آراسته سازد.

روشن است که اگر جوان به الگوی مناسبی در جامعه خود، دست نیابد، به الگوها و ارزش‌هایی که بیگانگان با استفاده از ابزارهای تبلیغی به تمجید از آنها می‌پردازند و گرایش پیدا می‌کند.

بنابراین، ضرورت دارد که در محیط زندگی جوان الگوهای مناسبی که با فرهنگ و ارزش‌های پذیرفته شده جامعه سازگاری دارند وجود داشته باشد، تا این نیاز اصیل انسانی به صورت شایسته با توجه به مبانی اعتقادی و ارزشی او تأمین شود و زمینه هرگونه کشش به سوی الگوهای تحمیلی و در عین حال، زیان‌بار از بین برود.

بر همین اساس، اگر به سایر نیازهای زیستی، ذهنی، عاطفی، اعتقادی و فرهنگی جوان پاسخ مناسبی داده نشود جوانان به دنبال ارضای کاذب نیازهای خود رفته و الگوهای نادرست را ملاک عمل خویش قرار می‌دهند.

متولیان امور مربوط به جوانان و امور فرهنگی موظفند که نیازها و خواسته‌های قشر جوان را بشناسند، آنگاه با دقت کامل برای تأمین صحیح و به موقع نیازهای آنان برنامه‌ریزی کنند.

این کار هم موجبات رشد و تعالی جوان را فراهم می‌سازد و هم مؤثرترین راه نفوذ فرهنگ بیگانه را مسدود می‌سازد.

البته، خود جوانان نیز در این زمینه مسئولیت خطیری بر عهده دارند. که نباید به بهانه‌ی کوتاهی برخی مسئولین نهادهای فرهنگی جامعه از آن سر باز زنند (سیدنژاد، ۱۳۸۰، ص ۱۲).

منابع

۱. اسفندیار، سرور (۱۳۸۷)، واقعیت مُد و مُدگرایی، پیام زن (تیر)، شماره ۱۹۶.
۲. بافکار، حسین (۱۳۸۶)، نگاهی به پدیده‌ی مُدگرایی، طوبی (شهریور)، شماره ۲۱، ص ۱۱۶.
۳. حداد عادل، غلامعلی (۱۳۵۹)، فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی، تهران: سروش.
۴. داریوش آشوری (بی تا)، دانش نامه سیاسی، ص ۲۶.
۵. ستوده، هدایت الله (۱۳۷۸)، روان‌شناسی اجتماعی، چاپ چهارم، تهران: آوای نور.
۶. سیدنژاد، سید صادق (۱۳۸۰)، جوان و مُدگرایی (۱)، ماهنامه‌ی دیدار آشنا (دی)، شماره ۱۹، ص ۱۲.
۷. سیدنژاد، سید صادق (۱۳۸۰)، جوان و مُدگرایی (۲)، ماهنامه‌ی دیدار آشنا (دی)، شماره ۲۰، ص ۱۲.
۸. شرفی، محمدرضا (۱۳۷۹)، جوان و بحران هویت، تهران: سروش.
۹. شکوهی، مسعود (۱۳۸۵)، حقیقت مُد و مُدگرایی، طوبی (اسفند)، شماره ۱۵، ص ۹۱.
۱۰. علامه مجلسی (بی تا)، بحارالانوار، ج ۷۹، ص ۲۹۹.
۱۱. فرهنگ معین، واژه‌ی مُد، ج ۳، ص ۳۹۵۷.
۱۲. قاضوی، سید محمد تقی (۱۳۸۴)، مشاوره و تربیت: مُدگرایی، فصلنامه‌ی صباح (بهار و تابستان)، شماره‌های ۱۵ و ۱۶.
۱۳. گلی زواره، غلامرضا (۱۳۸۵)، مُدگرایی در لباس، آفت هویت و دیانت، دیدار آشنا (آذر)، شماره ۷۵، ص ۱۸.