

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مد و مدگرایی

راهکارهای رسانه‌ای

حسین بافکار

قاسم کرباسیان

سرشناسه: بافکار، حسین، ۱۳۳۳ -
عنوان و نام پدیدآور: مد و مدگرایی (راهکارهای رسانه‌ای) / نویسنده حسین بافکار؛ تهیه‌کننده
مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
مشخصات نشر: قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری: ۲۱۲ ص.
شابک: 978-964-514-222-1
وضعیت فهرست نویسی: فیا
یادداشت: کتابنامه.

موضوع: مد -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع: مد -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
شاسه افزوده: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهش‌های اسلامی
رده بندی کنگره: ۱۳۹۰ م ۲ ب / ۵۱۱ GT
رده بندی دیویی: ۳۹۱
شماره کتابخانه ملی: ۲۵۳۷۲۰۷



مد و مدگرایی
کد: ۱۷۸۷

نویسندگان: حسین بافکار و قاسم کرباسیان
ویراستاران: منیره ماشاءاللهی و حبیب مقیمی
صفحه‌آرا: اکرم سادات بنی‌زهرآ
تهیه‌کننده و ناشر: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما
طراح جلد: حمید حاجی‌رضانعلی
صفحه‌آرا: اکرم سادات بنی‌زهرآ
کنترل پروژه: اعظم خوشگفتار
نوبت چاپ: اول / زمستان ۱۳۸۹
شمارگان: ۱۵۰۰
بها: ۴۰۰۰۰ ریال

حق چاپ برای ناشر محفوظ است
نشانی: قم، بلوار امین، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما
تلفن: ۲۹۱۶۶۷۰ - ۲۵۱۰ سامانه ارتباطات: ۱۱ - ۲۹۱۵۵۱۰
تهران: خیابان جام جم، ساختمان شهید رهبر، طبقه زیرزمین
تلفن: ۲۲۰۱۴۷۳۸ - ۲۱۰ نامبر: ۲۲۱۶۴۹۹۷
دفتر خراسان: مشهد - خیابان امام خمینی، انتهای باغ ملی، ساختمان صبا، طبقه سوم
تلفن: ۲۲۱۵۱۰۸ - ۵۱۱۰۶ نامبر: ۲۲۱۵۱۰۶
www.irc.ir info@irc.ir
شابک: 978-964-514-222-1 ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴-۲۲۲-۱

فهرست مطالب

۹	 دیباچه
۱۱	 پیش‌گفتار
	بخش اول: ویژگی‌ها، جلوه‌ها و دیدگاه اسلام درباره مدگرایی
۱۷	 فصل اول: کلیات
۱۷	 ۱. واژه‌شناسی مد
۱۸	 ۲. اصطلاح‌شناسی مد
۲۰	 ۳. ویژگی‌های مد
۲۰	 الف) نوظهوری و ناپایداری
۲۲	 ب) متمایزکننده اقشار اجتماعی
۲۳	 ج) نمایان بودن در اقشار بالاتر، تقلیدی بودن در اقشار پایین‌تر
۲۵	 د) متنوع بودن و پاسخ‌گویی به نیازهای گوناگون
۲۵	 هـ) تکرار شوندگی
۲۶	 و) پیام‌آوری
۲۷	 ز) اجباری نبودن مد
۲۷	 ح) نمایان بودن مد در جوامع باز
۲۸	 ط) با برنامه و فرآیند بودن مد
۲۹	 جمع‌بندی و تعریف جدید از مد
۲۹	 تفاوت مد اجتماعی با عادت‌ها و سنت‌های اجتماعی

۴. پیشینه مد و مدگرایی در جهان..... ۳۰

۵. پیشینه مد در ایران..... ۳۲

فصل دوم: دیدگاه اسلام درباره مد و مدگرایی..... ۳۶

۱. جلوه‌گری و خودنمایی..... ۳۶

۲. شبیه‌سازی به افراد غیر هم‌کیش..... ۳۹

۳. شبیه‌سازی با جنس مخالف..... ۴۱

۴. خودآرایی..... ۴۲

۵. به روز شدن..... ۴۵

۶. نوگرایی و تنوع‌طلبی..... ۴۶

۷. هم‌سویی با ارزش‌های ملی - مذهبی..... ۴۸

نتیجه‌گیری..... ۵۰

فصل سوم: جلوه‌های مد و مدگرایی..... ۵۳

۱. جلوه‌های مادی..... ۵۳

الف) پوشاک..... ۵۳

یک - مدل لباس..... ۵۴

دو - رنگ لباس..... ۵۷

سه - جنس لباس..... ۵۹

ب) آرایش ظاهری..... ۶۱

ج) تغییر و تبدیل لوازم جانبی..... ۶۴

۲. جلوه‌های غیرمادی..... ۶۵

بخش دوم: عوامل مؤثر و زمینه‌ساز مدگرایی

فصل اول: عوامل فردی..... ۶۹

۱. عامل روحی - روانی..... ۶۹

۲. عامل جنسی..... ۷۰

۳. عامل سنی ۷۱
- الف) تمایل به خودآرایی ۷۲
- ب) تمایل به هویت‌یابی ۷۳
- ج) تمایل به تقلید ۷۶

فصل دوم: عوامل اجتماعی گرایش به مد و مدگرایی ۷۸

۱. خانواده ۷۸
 - الف) نبود خودباوری فرهنگی در خانواده ۷۸
 - ب) ضعف ایمان و معنویت ۷۹
 - ج) تضاد ارزشی و هنجاری میان خانواده و جامعه ۸۰
 - د) وضعیت اقتصادی ۸۲
 - هـ) شبهه غلط نژادپروری ۸۳
۲. ازخودیگانگی در جامعه ۸۶
۳. رشد وسایل ارتباط جمعی، تغییرات پرشتاب اجتماعی ۸۷
۴. صنعتی شدن ۹۰
۵. رشد شهرنشینی ۹۱
۶. تمایل به گروه و فشار گروه‌های هم‌سال ۹۲
۷. نیازهای ارضاننده فرد در جامعه ۹۵
۸. وجود گروه‌های مروج (گروه‌های مرجع و رهبران عقاید) ۹۷
۹. خلأ‌مدسازی در جامعه و گرایش به مدهای غربی ۹۹
۱۰. ناکارآمدی دستگاه تعلیم و تربیت ۱۰۰
۱۱. رسانه‌های گروهی ۱۰۱

فصل سوم: عوامل خارجی (تهاجم فرهنگی) ۱۰۵

۱. موفقیت بیگانگان در اسوه‌سازی دروغین ۱۰۵
۲. برنامه‌ریزی قدرت‌های سیاسی ۱۰۷
۳. برنامه‌ریزی قدرت‌های اقتصادی ۱۰۹

- الف) پیروی از مد روز در مصرف تمامی کالاها..... ۱۱۱
- ب) تشویق عموم به نودوستی و تازه‌جویی..... ۱۱۱
- ج) زود کهنه شدن کالا..... ۱۱۲
۴. زمینه‌سازی گروه‌های ضدفرهنگ غربی..... ۱۱۲

بخش سوم: پی آمدهای مدگرایی منفی

- فصل اول: پی آمدهای فردی..... ۱۲۰
۱. سلب سلامت روانی از فرد مدگرا..... ۱۲۰
۲. ایجاد مشکلات جسمی و بهداشتی..... ۱۲۱
۳. ایجاد محدودیت در ادای فرایض عبادی..... ۱۲۴
۴. مدر دادن وقت، انرژی و سرمایه..... ۱۲۴
۵. ایجاد محدودیت در فعالیت‌های روزانه..... ۱۲۵
۶. کسب موقعیت و منزلت کم‌نمر..... ۱۲۵
۷. تبدیل شدن به مبلغ شرک‌های خارجی و گروه‌های ضدفرهنگ..... ۱۲۶

فصل دوم: پی آمدهای فرهنگی - اجتماعی..... ۱۲۸

۱. گسترش مشکلات خانوادگی..... ۱۲۸
۲. متجارشکنی و ترویج الگوی غلط..... ۱۲۹
۳. گسترش فساد در جامعه..... ۱۳۰
۴. ایجاد وابستگی اقتصادی..... ۱۳۱

بخش چهارم: راهکارهای تعدیل مدگرایی منفی

- فصل اول: نقش فرد مدگرا..... ۱۳۴
۱. دوری از جایگاه اتهام..... ۱۳۴
۲. غافل نشدن از زیبایی حقیقی..... ۱۳۵
۳. برنامه‌ریزی مناسب برای اوقات فراغت..... ۱۳۶
۴. بی‌توجهی به برنامه‌های انگیزه‌ساز مدگرایی منفی..... ۱۳۷
۵. پیروی از الگوهای حقیقی..... ۱۳۷

فصل دوم: وظایف خانواده و مراکز تربیتی..... ۱۳۹

۱. آگاهی از الگوهای مناسب فرزندپروری..... ۱۳۹
۲. آگاهی از علایق فرزندان در دوره بلوغ..... ۱۴۱
۳. الگو بودن والدین و پرهیز از مدگرایی..... ۱۴۲
۴. آموزش ارزش‌ها و هنجارها..... ۱۴۳

فصل سوم: وظایف حکومت و مسئولان..... ۱۴۵

۱. برخورد روش‌مند با موضوع..... ۱۴۵
۲. توجه به شرایط دوره‌های رشد..... ۱۴۶
۳. نباید در عرصه‌های گوناگون فکری و رفتاری..... ۱۴۷
۴. برخورد فرهنگی با پدیده مد..... ۱۴۷
۵. برنامه‌ریزی با اصولی برطرف رفع مشکلات نسل جوان..... ۱۴۹
۶. تولید بیشتر نمادهای فرهنگی - ملی..... ۱۴۹
۷. تقویت خودباوری فرهنگی..... ۱۵۰
۸. چاره‌اندیشی کارساز و پایدار برای کاستن از آسیب‌های ماهواره..... ۱۵۱

فصل چهارم: رسانه‌های جمعی و مدگرایی..... ۱۵۵

- مقدمه..... ۱۵۵
۱. رسانه و ترویج مدگرایی افراطی..... ۱۶۰
- الف) ریشه‌های ترویج مدگرایی منفی در رسانه..... ۱۶۰
- ب) چگونگی ترویج مدگرایی افراطی در رسانه‌ها..... ۱۶۷
- یک - ترویج نیازهای کاذب..... ۱۶۷
- دو - ترویج ظاهرگرایی..... ۱۷۰
- سه - بخشیدن کارکرد هویتی به کالاها..... ۱۷۲
- چهار - مرجع‌سازی از افراد مدگرا..... ۱۷۲
- پنج - مدل‌سازی..... ۱۷۳

شش - تشویق مردم به نودوستی و تازه‌جویی افراطی	۱۷۴
هفت - تشویق مردم به ول‌خرجی و خرید زیاد	۱۷۴
هشت - تضعیف هویت ملی و ایجاد از خودبیگانگی فرهنگی	۱۷۵
۲. راه کارهای مقابله رسانه با مدگرایی منفی	۱۷۶
الف) مقاومت سازی مخاطبان در مقابل ماهواره‌ها و رسانه‌های بیگانه ...	۱۷۶
یک - رساندن مخاطبان به مرحله رشد	۱۷۶
دو - خودشکوفای کردن مخاطب	۱۸۰
سه - آشنا کردن مخاطبان با شگردهای رسانه‌های بیگانه	۱۸۱
چهار - توجه به نیازهای طبیعی مخاطب	۱۸۲
پنج - آموزش والدین برای بالا بردن سواد رسانه‌ای	۱۸۲
شش - ترویج عضویت در گروه‌های مذهبی و ارزشی	۱۸۳
ب) تضعیف گروه‌های مدگرا	۱۸۳
نتیجه‌گیری	۲۰۰
کتاب‌نامه	۲۰۲

دیباچه

مد و مدگرایی، از مهم‌ترین مسائل فرهنگی جامعه ماست. امروزه افراد و گروه‌هایی با ظاهر و تیپ‌های عجیب و نامناسب یا پوشش و آرایش نامتعارف در جامعه ایران می‌شوند. از آنجاکه این مدها با عرف، فرهنگ و شیوه زندگی ما ایرانی‌ها هم‌پسند نیستند و سازگاری ندارد، انتقادهای بسیاری را متوجه رفتار و ظاهر نوجوانان و جوانان دختر و پسری که خود را شبیه جوانان منحرف و گروه‌های ضدفرهنگ می‌در می‌آورند، می‌سازد.

منتقدان بر این باورند که مدگرایی تقلیدی و آگاهانه از الگوهای غربی و بیگانه، به تدریج، نسل نوجوان و جوان را در معرض خطر بحران معنوی قرار خواهد داد که در صورت ادامه یافتن، کنترل‌شدنی نیست. از دیگر سو، موافقان مد معتقدند زندگی بدون مد، بی‌روح است. به باور آنها مد، به تنوع‌طلبی و سرگرمی نسل جوان پاسخ می‌دهد و تا هنگامی که به تقلید کامل از بیگانگان نینجامد و بر اساس فرهنگ و عقاید جامعه خودی باشد، نه تنها آسیب‌زا نخواهد بود، بلکه موجب شور و نشاط و حتی تکامل زندگی افراد جامعه خواهد شد.

در این پژوهش، پژوهشگر محترم جناب آقای حسین بافکار، افزون بر پرداختن به موضوع مد و ویژگی‌ها، جلوه‌ها، علل مدگرایی و آثار و

پی آمده‌های آن، کوشیده است با بهره‌گیری از منابع دینی و دیدگاه کارشناسان مسلمان و غیرمسلمان نشان دهد که در اسلام، ارزشی یا اخلاقی بودن مد و مدگرایی را، اهداف و کارکردهای مد در جامعه تعیین می‌کند؛ زیرا مد به خودی خود، نه ارزش و اخلاقی و نه ضد ارزش و غیراخلاقی است. گرایش به مد نیز همین‌گونه است. اگر گونه‌ای از مد با هنجارها و ارزش‌های دینی جامعه مغایر باشد، ضدارزش است و می‌تواند آسیب‌زا باشد. در مقابل، اگر مدها با هنجارها و ارزش‌های ملی - مذهبی کشور، هماهنگ و هم‌سو یا برگرفته از نیازهای فطری و عاطفی انسان‌ها باشد، افزون بر پاسخ‌گویی به نیازها، ارزشمند و تحسین‌برانگیز است و حتی می‌تواند به نمادی ارزشمند و فرهنگی در آن جامعه تبدیل و ماندگار شود.

بخش پایانی این نشریه نیز که حاصل تلاش محقق محترم جناب آقای قاسم کرباسیان می‌باشد به طرح راهکارهای مناسب و کاربردی، در حیطه‌های فردی، خانوادگی، اجتماعی، حکومتی و رسانه‌ای برای اصلاح و تعدیل مدگرایی منفی در جامعه پرداخته است. امید است مورد استفاده مخاطبان و برنامه‌سازان محترم قرار گیرد.

انه ولی الرفیق

اداره کل پژوهش

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما