

بررسی پدیده مد و مدگرایی

مد و مدگرایی به خودی خود مذموم نیست، بلکه ناشی از میل تنوع طلبی انسان است. اما مدگرایی بایستی در چهارچوب موازین عقل و شرع باشد.



خبرگزاری فارس: مد و مدگرایی به خودی خود مذموم نیست، بلکه ناشی از میل تنوع طلبی انسان است. اما مدگرایی بایستی در چهارچوب موازین عقل و شرع باشد.

یکی از پدیده های رایج اجتماعی معاصر مسأله مد و مدگرایی است. شاید کمتر خانواده ای باشد که با این پدیده درگیر نباشد. در این نوشتار به بررسی چند وجهی این پدیده پرداخته می شود و مشخصاً به پرسش های زیر پاسخ مبسوط داده می شود.

1. مد چیست؟

2. منشاء پیدایش مد چیست؟

3. حکم ارزشی مد و مدگرایی چیست؟

4. نقش فخر و فخر فروشی در مدگرایی افراطی چیست؟

5. راه های در مان مدگرایی افراطی چیست؟

* تعریف مد و مدگرایی

تعاریف گوناگونی برای مد و مدگرایی ارائه شده است. مانند:

1. #171&مد«؛ها الگوهای فرهنگی ای هستند که توسط بخشی از جامعه، پذیرفته می شوند و دارای یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه اند، سپس فراموش می شوند.

2. #171&مدگرایی«؛ آن است که فرد، سبک لباس پوشیدن و طرز زندگی و رفتار خود را طبق آخرین الگوها تنظیم کند و به محض آن که الگوی جدیدی در جامعه رواج یافت، از آن یکی پیروی نماید.

3. #171&مد«؛ رایج شدن شیوه ای از زینت در ابعاد مختلف زندگی است. مانند طرز لباس پوشیدن، طرز آرایش، طرز چیدمان دکور خانه، شیوه نما سازی ساختمان و مدل ماشین.

با اندکی دقت پی می بریم که مد به جنبه زینت و تجمل زندگی یا به عبارت دیگر به جنبه زیباشناختی زندگی انسان مربوط می شود. برای مثال لباس کارکردهای گوناگون دارد از جمله حفظ از سرما و گرما و ... که یکی از آنها جنبه زینت بودن آن است. مد دقیقاً به این بُعد مربوط می شود. یا نما سازی برای ساختمان جنبه حفاظتی هم دارد اما مد به جنبه زیباشناختی آن مربوط می شود.

* گستره مد

گستره مد به اندازه ی گستره زندگی انسان است و تمامی شئون آن را در بر می گیرد. به طور کلی هر کجا که پای جنبه زیبا شناختی در میان باشد، مد هم آنجا حضور دارد. عرصه پوشش، آرایش، محیط آرایشی، مدل ماشین، مدل کیف، لوازم منزل، حتی ادبیات سیاسی، شیوه احوال پرسی، و خلاصه جنبه های زیبا شناختی همه متاع ها و کالاهای دنیوی، گستره مد و مدگرایی هستند. اما با وجود آن که مد و مدگرایی کل گستره زندگی را در بر می گیرد، پوشاک و سبک و شیوه ی آرایش، شاخص ترین کالای مد شونده محسوب می شوند. هرچند مد همواره در بین همه نسل ها و عصرها وجود داشته است، اما آهنگ رشد آن تا دوره معاصر بسیار کند بوده است. در دوره معاصر به ویژه در چند دهه اخیر در واقع مد و مدگرایی به افراطی ترین حد خود رسیده است. شکی نیست که گسترش وسایل ارتباط جمعی همانند ماهواره و اینترنت از یک طرف و ارتقای سطح زندگی و رفاه و افزایش نقدینگی موجود در جوامع از علل اصلی آن هستند.

از طرف دیگر معمولاً مدها در بیشتر فرهنگ ها ظهور پیدا کرده و امری اجتناب ناپذیرند. هیچ فرهنگی یافت نمی شود که کلمه مد در آن نا آشنا باشد، لکن در فرهنگ های مختلف ظهور و بروز مد و مدگرایی نسبی و متفاوت است. معمولاً جوامع دینی که هنوز به سنت های دینی خود پایبند هستند، پدیده مد و مدگرایی در آنها کند و ضعیف است.

* علل و عوامل پیدایش مد

علاوه بر زیر ساخت های تاریخی و اجتماعی، مدگرایی در بین جوانان از یک سری اصول و سازه های روان شناختی نیز تبعیت می کند و با انگیزه ها و نیازهای چندی در ارتباط است.

1. تنوع طلبی و نوگرایی

انسانها فطرتاً تنوع طلب هستند. در این میان جوانی، فصل تازه ای در زندگی و سرآغاز ورود انسان به جهان پرشور و رنگارنگ است که

غرایز طبیعی در شکل‌دهی آن، نقش اصلی را بر عهده دارند. تنوع دوستی و نوگرایی در دوره جوانی به اوج خودش می‌رسد. تنوع‌طلبی بیشتر در جنبه‌های زیبا شناختی زندگی جاری است. از این رو تنوع‌طلبی از علل و منشاءهای اصلی مد به حساب می‌آید.

2. همانند سازی

همانند سازی در مکتب روان تحلیلی به فرایندی ناهشیار اطلاق می‌شود که فرد، طی آن، ویژگی‌ها، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری فرد دیگری را برای خود سرمشق قرار میدهد و با تقلید از نگرش‌ها و ویژگی‌های رفتاری وی احساس می‌کند که مقداری از قدرت و کفایت او را نیز به دست آورده است. منبع اصلی همانند سازی در دوران کودکی والدین هستند؛ زیرا کودک، اولین و بیشترین برخورد را در زندگی با والدین خود دارد؛ اما در دوران نوجوانی که فرد از والدینش فاصله می‌گیرد، الگوهای را که خود را با آنها شبیه کرده است، از دست الگوهای دیگر، یعنی از طریق همانند سازی‌های جدید با دیگری، پر شود.

به اعتقاد روانشناسان، همین خلأ و احساس ناامنی ناشی از آن باعث می‌شود که نوجوان در مسیر خود به راه‌هایی متوسل شود که این راه‌ها از طریق همانند سازی با شخصیت‌هایی است که الگوی نوجوان قرار می‌گیرند. این شخصیت‌ها می‌توانند شخصیت‌های معروف گذشته، هنر پیشه‌های سینما، نوازندگان و آوازخوانان، و یا گروه‌های مختلفی مانند #171"هیپی"ها باشند و فرد، خود را از نظر ظاهری شبیه آنها ساخته، در شیوه لباس پوشیدن و طرز رفتار با آنان همانند سازی کند. به محض این که یک هنرمند یا ورزشکار لباسی را بپوشد و در صحنه‌ای ظاهر شود، جوانان با وی همانند سازی نموده، سعی می‌کنند به عنوان مد، آن را در جامعه طرح کنند.

3. رقابت و چشم و همچشمی با دیگران

انگیزه رقابت و چشم و همچشمی با دیگران، از دیگر عوامل پیروی از مد در بین جوانان و نوجوانان محسوب می‌شود. این انگیزه، در همه‌ی افراد وجود دارد و به گونه‌های مختلف بروز می‌کند. رقابت اگر در زمینه‌های مثبت جهت داده شود، باعث پیشرفت و رشد و تکامل معنوی فردی می‌شود؛ اما اگر جهت‌گیری آن به سوی امور مادی و مدپرستی باشد و فرد، سعی کند از لحاظ ظاهری (و مثلاً در سبک و شیوه‌ی لباس پوشیدن) از دیگران عقب نماند، سرانجام خوبی نخواهد داشت.

4. مدگرایی و التزام ناشی از دوستی

یکی از عوامل پیروی از مد در بین جوانان و نوجوانان، ترس و نگرانی از مجازات‌های خصوصاً غیر رسمی از سوی دوستان است. لذا تحقیر و تمسخر، پوزخند زدن و متلک گفتن اطرافیان و ترس از آن، باعث می‌شود که جوانان و نوجوانان از مدهای رایج پیروی کنند.

5. مدگرایی و جلب توجه دیگران

افرادی هستند که با تعویض و تغییر هر روزه لباس و آرایش خود و خریدن لباس‌های گران قیمت و مد روز، درصدد جلب توجه دیگران بر می‌آیند. استفاده از لباس‌های چسبنک، براق و رنگارنگ، کفش‌هایی با پاشنه‌های خیلی بلند، آرایش تند با رنگ‌های غیر طبیعی و .. باعث جلب توجه دیگران شده، نگاه‌هایی را به خود معطوف می‌دارد.

6. مدگرایی و تشخص طلبی

برتری‌جویی و تشخص‌طلبی از دیگر عوامل پیدایش مد در بین جوانان است. افرادی که خود را برتر از دیگران و مربوط به قشر مرفه جامعه می‌دانند، سعی می‌کنند این برتری را در گویش، لباس پوشیدن، محیط آرایشی و سبک آرایش و زیور آلات خود نشان دهند و لذا مدهای جدید را مطرح می‌کنند.

تورشتاین وبلن (Veblen Thorstein) مد را وسیله‌ای برای این که افراد، نشان دهند ثروتمند و با شخصیت و یا دارای اندیشه‌ای خاص هستند، می‌داند؛ لذا به محض این که مدی در جامعه گسترده شد، اشراف‌زادگان و ثروتمندان به سراغ این مد جدید می‌روند؛ زیرا مد قدیمی دیگر آنها را از طبقات دیگر جامعه متمایز نمی‌کند.

از طرف دیگر در پدیده مدگرایی گاهی افراد سعی می‌کنند ظاهر خود را همانند طبقات بالای جامعه جلوه دهند و متعاقب این قضیه قشر بالا برای حفظ موقعیت و فاصله قبلی به سرعت معیارها و ارزش‌های خود را تغییر می‌دهد تا برتری‌اش از بین نرود. تداوم این جریان، چرخه‌ای دائمی را سبب می‌شود که قشر پایین و متوسط همواره در حال تبعیت از قشر بالا و قشر بالا در حال تغییر معیارهای خود است، یعنی طبقه بالا پدید آورنده مد و طبقات متوسط و پایین مصرف کننده آن هستند.

* نقش تولید کنندگان در اشاعه مد

شرکت‌های تولیدی از طرق روان سنجی و شناخت روحیات افراد جامعه و با توجه به همین روحیه‌ی نوگرایی و میل به امروزی شدن در جوانان، هر روز، یک فرم شلوار، پیراهن، کفش، کلاه، عینک، گوشی تلفن و... را عرضه می‌کنند و اندک تغییری از جانب آنها، یک مد جدید می‌شود و حتی گاهی برای آن که کالای تولیدی شان زودتر در جامعه مد شود، از یک فرد مشهور (مثل یک هنرمند سینما یا ورزشکار)، با اعطای مبلغ زیادی پول، می‌خواهند که برای یک بار هم که شده، از آن کالای جدید استفاده کند و در فیلم یا صحنه‌ی تلویزیون، ظاهر شود.

یکی از دلایل عمده ای که تولید کنندگان و طراحان خارجی توانسته اند در سطح جهانی برای خود، جایی باز کنند و مد آفرینی داشته باشند، آشنایی آنها با مبانی روان شناختی «#تأثیرگذاری؛ و به کارگیری روش ها و اصول فنی مناسب در کار است، در حالی که تولید کنندگان داخلی و محدود، معمولاً به الگوبرداری و تقلید از آنها می پردازند و به نحوی مدهای غربی را در جامعه ترویج می کنند.

* رسانه ها و ترویج مد

شبکه های تلویزیونی داخلی از طریق فیلم ها و سریال ها که غالباً در خانه های اعیانی و شرافتی و با بازنمایی سبک و مدهای رایج این قبیل طبقات ساخته می شوند، شبکه های ماهواره، مجلات و پایگاه های فعال اینترنتی، انواع مدهای جدید را تبلیغ می کنند و از این طریق، زمینه را برای گرایش خانواده ها و بخصوص جوانان به سوی مدهای نو مهیا می سازند.

* نقد و بررسی مد

از آنجا که پایه و اساس مد و مدگرایی، تقلید است؛ ضروری است ابتدا به نقد و بررسی تقلید پردازیم. تقلید غالباً یک رفتار منفی و مذموم تلقی می شود. چنانچه مولوی هم در این راستا فرموده است: از محقق تا مقلد فرقه است / این یکی داوود و آن دیگر صداست مردمان را تقلیدشان بر باد داد / ای دو صد لعنت بر این تقلید باد مذمت کنندگان تقلید، آن را ویژگی برخی حیوانات و پرندگان مانند طوطی دانسته اند. از این رو معتقدند تقلید در شأن یک انسان کمال یافته نیست که مختار و موجودی انتخابگر آفریده شده است. در قرآن کریم هم تقلید در دین و شریعت مذمت شده است:

وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَفْقَرْنَا عَلَيْهِ آبَاءُنَا أُولُو كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَبِيحًا وَلَا يَهْتَدُونَ (بقره/170)

«#؛ و هنگامی که به آنها گفته شود از آنچه خدا نازل کرده است پیروی کنید، می گویند: بلکه ما از آنچه پدران خود را بر آن یافتیم پیروی می نمائیم، آیا نه این است که پدران آنها چیزی نمی فهمیدند و هدایت نیافتند؟!« اما به نظر می رسد این مذمت ها مربوط به تقلید منفی و نامعقول است. نه تقلید مثبت و معقول. لذا این پرسش پیش می آید که مگر تقلید مثبت و معقول هم داریم؟

بسیاری از فنون و مهارت ها در واقع با تقلید بین ملل و جوامع گسترش یافته است. برای مثال گاو آهن را یک قومی ابداع کرده است، سپس در بین سایر ملل گسترش یافته است. یا طرز کشت بسیاری از محصولات یا طرز ساخت بسیاری از بناها و اجزا بناها. یا خاکریز زدن در جبهه های جنگ یا کانال کندن در خطوط مقدم جنگ همگی بر اساس تقلید گسترش یافته است. چنانچه نقل است در جنگ خندق، مسلمانان با تقلید از ایرانیان از طریق سلمان فارسی، اقدام به حفر خندق نمودند و پیروز شدند. پس تقلید مبتنی بر عقلانیت و خردورزی نه تنها منفی نیست بلکه باعث رشد و توسعه است.

حال نوبت به بررسی این پرسش می رسد که آیا تقلید موجود در مد و مدگرایی از نوع منفی و مذموم است یا از نوع مثبت و معقول؟ متأسفانه تقلید موجود در مدگرایی معاصر، اکثراً منفی و کورکورانه است. چون در اکثر مواقع مشاهده می کنیم شکل و شیوه مورد تقلید، نه با عقل می سازد و نه با معیارهای علمی و دینی. برای مثال شیوه اصلاح سر رایج در برخی گروه های موجود در جوامع غربی با هیچ یک از موازین زیباشناختی سازگار نیست. اما متأسفانه مورد تقلید در جامعه ما واقع می شوند. یا شیوه برخی از نواها و موسیقی ها نه تنها با ذائقه فرهنگی ما سازگار نیست، بلکه اساساً با اصول علم موسیقی هم سازگاری ندارد و نوعی توهین و فحش به ساحت موسیقی تلقی می شوند. اما با تقلید از برخی سبک های رایج در غرب، در جامعه ما رایج می شوند.

یا تا همین اواخر پوست سیاه و چهره سیاه یک ویژگی منفی تلقی می شد و دارندگان آن، انسان های درجه دو یا نیمه انسان تلقی می شدند. اما همینک بعضاً افراد با تحمل رنج های فراوان، هزینه های سنگینی متحمل می شوند تا صورت را سیاه و به اصطلاح برنزه کنند. به این ترتیب دیری نمی پاید که آویزان کردن حلقه های کلفت و درشت از بینی و شاخ و دم گذاشتن هم به تبع برخی افراد قبائل آفریقایی یا سرخپوستی مد می شود.

اما اگر شیوه هایی از پوشش و غیروشش در جوامع دیگر رایج باشد که مورد تأیید عقل و شرع باشد، با حفظ هویت و اصالت فرهنگی خود، تقلید و اقتباس از آنها مذموم نخواهد بود.

از طرف دیگر گاهی مد جدید ناشی از تقلید نیست، بلکه حاصل ابتکار و خلاقیت یک طراح لباس یا خیاط و غیره است. در این صورت هم اگر مطابق با موازین شرع و عقل باشد، موجه و معقول خواهند بود.

* نتیجه نهایی

مد و مدگرایی که غالباً ریشه در زیبایی جویی و تنوع طلبی دارد، اگر در چهارچوب موازین شرعی و عرفی باشد و اگر مورد تأیید عقل باشد، اشکالی ندارد، بلکه نیک ارزیابی می شود. اما اگر ناشی از تقلید کورکورانه و میمون وار از بیگانگان باشد، بسیار مذموم و منفی ارزیابی می شود که در شأن انسان های کمال یافته و فرهیخته نیست.

* موازين و بایدها و نباید های شرعی

1. مد و مد گرایی نباید منجر به اسراف شود. لباس و غیر لباس از وسایل زندگی هنگامی دور انداخته می شود که یا پاره شود یا مندرس و رنگ و رو رفته شود یا تنگ و کوتاه شود و از این قبیل، و الا صرف به بازار آمدن مد و مدل جدید نمی تواند مجوز و دلیل عقلانی برای دور انداختن يك کالا باشد. این کار یکی از مصادیق اسراف است و اسراف از جمله گناهان کبیره است.

وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ (انعام / 141)

وَأَنَّ الْمُسْرِفِينَ هُمْ أَصْحَابُ النَّارِ (غافر / 43)

وَأِنَّ فِرْعَوْنَ لَعَالٍ فِي الْأَرْضِ وَإِنَّهُ لَمِنَ الْمُسْرِفِينَ (یونس / 83)

2. مد اقتباس شده بایستی مطابق حدود شرعی باشد. یعنی لباس بیرون در خانمها به غیر از صورت و دستها، بقیه قسمت های بدن را بپوشاند و همچنین چسبنده، مهیج و تحریک کننده نا محرمها نباشد.

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أْبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ ... وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (نور/31) #171; و به زنان با ایمان بگو دیدگان خود را [از هر نامحرمی] فرو بندند و پاکدامنی ورزند و زیورهای خود را آشکار نگردانند مگر آنچه که طبعاً از آن پیداست و باید روسری خود را بر سینه خویش [فرو] اندازند و زیورهایشان را جز برای شوهرانشان و... آشکار نسازند... نکنند و پاهای خود را [به گونه ای به زمین] نکوبند تا آنچه از زینتشان نهفته می دارند، معلوم گردد ای مؤمنان همگی [از مرد و زن] به درگاه خدا توبه کنید امید که رستگار شوید؛

طبق این آیه پوشاندن گردن و سینه واجب است. چون می فرماید: #171; روسری یا مقنه را تا سینه فرو بیندازند؛. که متأسفانه می بینیم گاهی رعایت نمی شود.

3. رعایت عرف جامعه؛ برای مثال عرف جامعه ما پوشیدن شلوارک بوسیله مردان در بیرون از خانه را قبیح و زشت تلقی می کند.

4. پرهیز از مباحثات و فخر فروشی؛ فراوان دیده شده که لوازم موجود در منزل مانند لوازم صوتی و تصویری یا لوازم راحتی مثل مبل و ... از کیفیت خوبی برخوردارند. اما صرفاً به خاطر فخر فروشی به فامیلها یا دوستان با تحمل هزینه های گزاف تغییر داده می شوند. بنابراین انگیزه اصلی اکثر مدگرایی های افراطی و نامعقول، فخر فروشی و احساس تفاخر است، توجه به جایگاه فخر و فخر فروشی در دین کمال اهمیت را دارد.

* تعریف فخر

فخر يك حالت روحي و ذهني است که باعث می شود فرد در حضور دیگری یا دیگران چنین وانمود کند که به خاطر داشتن مزیتی یا متاعی که دیگران حاضر فاقد آن هستند، نسبت به آنها برتر و بهتر است.

توجه به این نکته ضروری است که زبان فروشی اکثراً زبان حال است نه زبان قال، یعنی فخر فروشان بیشتر با طرز رفتار و قیافه گرفتن خود شان اظهار فخر می کنند نه با زبان و سخن اگرچه گاهی هم با زبان و سخن این کار را می کنند.

فرمول فخر: من بهتر از شما هستم چون داراي X هستم که شما فاقد آن هستید.

مثالها: من والاتر از تو هستم چون از فلان نسب و حسب

من والاتر از شما هستم چون قد و قیافه من بهتر و زیبا تر است.

توجه به این نکته ضروری است که هرچه قدر سطح فکر آدمها پایین باشد، امور مورد تفاخر آنها هم نازل و کم ارزش تر می شود. حتی دیده شده است که برخی افراد به خاطر سنگ قبر والدین یا کم و کیف مراسم کفن و دفن فخر فروشی می کنند.

اما خواص و انسان های سطح بالا هم دچار فخر و تفاخر می شوند گاهی به سبب علم خود (مانند دکتر پژوهان در سریال اغماء، گاهی به خاطر هنر شان گاهی به خاطر اوصاف اخلاقی شان و ...)

با اندکی دقت متوجه می شویم که همه ما انسانها در معرض فخر و تفاخر هستیم.

نظر به اهمیت بحث فخر و تفاخر و نقش آن در مدگرایی منفی، آن را از دیدگاه قرآن کریم و احادیث هم بررسی می کنیم:

اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ بِنَاتِهِ ثُمَّ يَهِيحُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًا ثُمَّ يَكُونُ حُطَامًا وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعٌ الْعُرُورِ ي حديد20

بدانید که زندگی دنیا در حقیقت بازی و سرگرمی و آرایش و فخر فروشی شما به یکدیگر و فزون جویی در اموال و فرزندان است [مثل آنها] چون مثل بارانی است که کشاورزان را رستنی آن [باران] به شکفتی اندازد سپس [آن کشت] خشک شود و آن را زرد بینی آنگاه خاشاک شود و در آخرت [دنیا پرستان را] عذابی سخت است و [مؤمنان را] از جانب خدا آمرزش و خشنودی است و زندگانی دنیا جز کالای فریبنده نیست

رسول الله(ص): من لبس ثوباً يباهي به، ليراه الناس لم ينظر الله اليه حتي ينزعه (كنز العمال/41143) #171; هر فردي که براي

مباهات و فخر فروشی و به خاطر خودنمایی لباس بیوشد، خداوند تا زمانیکه آن لباس را پوشیده است به او نگاه نمی کند [کنایه از این که توجه نمی کند، به او اعتناء و عنایت نمی کند]؛
علي (ع): «أهلك الناس اثنان، خوف الفقر و طلب الفخر؛ (بحار/ج73/ص290) «؛ دو چیز مردم را هلاک کرده است: یکی ترس از فقر و دیگری به دنبال فخر بودن؛
علي (ع): «لا حُمقَ اعظم من الفخر؛ (غررالحکم و دررالکلم) «؛ حماقتی بزرگتر از فخر فروشی نیست؛
علي (ع): «من صنع شيئاً للمفاخرة حشره الله يوم القيامة اسود؛ (بحار/ج73/ص292) هر کسی برای فخر فروشی زمینه‌ای فراهم کند (سبب و وسیله‌ای فراهم کند) خداوند او در روز قیامت رو سیاه محشور می‌کند.
فخر فروشی صفت شیطانی است.
علي (ع): «في صفة الشيطان؛ «؛ فافتخر علي آدم بخلقه؛ شیطان به سبب آفرینش خود به آدم فخر فروشی کرد.
مدل و فرمول تفاخر شیطان چه بوده است؟

* درمان فخر

1. تفکر در ماهیت جسمانی انسان

علي (ع): «ما لابن آدم و الفخر؟ اوله نطفة و آخره جيفة لا يرزق نفسه و لا يدفع حتفه؛ (نهج البلاغة / حکمت 454) بني آدم را چه رسد که فخر فروشی کند؟ در آغاز نطفه است و در پایان مردار (چند روز که از دفن جنازه بگذرد، تبدیل به جیفه می‌شود)، قادر نیست روزی خود را بیافریند و قادر نیست مرگ را از خود دفع کند.

2. یاد قبر و مرگ

هر وقت دچار فخر شدید برای رهایی از این بیماری روحی بهتر است به یاد قبر و مرگ بیفتیم. شاید علت مستحب بودن رفتن به قبرستان هر از چند گاهی، همین باشد که فخر و کبر را از انسان دور می‌کند. فردی که به کفش و کیف و لباس‌اش فخر می‌کند یا به ماشین و خانه و مدل تلویزیون خود فخر می‌کند، اگر بیاد بیاورد که چند صباح دیگر بدون همه این امور فقط با چند متر کفن راهی قبرستان خواهد شد، دیگر دچار فخر نمی‌شود. یا فردی که به سبب قد و قیافه‌اش دچار فخر و غرور شده است، اگر به یاد بیاورد که همین قد و قیفه تبدیل به سفره‌ای برای حشرات و کرم‌های زیر زمینی خواهد شد، دچار فخر نمی‌شود.
علي (ع): «ضع فخرک و احطط کبرک و اذکر قبرک؛ (نهج البلاغة / خطبه 153)
فخر را فرو بگذار؛ تکبر را دور بینداز و قبر خود را یاد کن
لازم به ذکر است که طبق احادیث یاد مرگ و معاد درمان بسیاری از مشکلات و امراض روحی است. قرآن کریم هم یکی از عناوین و اسامی آن شفا [شفاء لما في الصدور] (درمان بخش) است، 60 درصد آیاتش در باره معاد است.
نیایش و از خداوند متعال خواستن، در نیایش مکارم‌الاخلاق صحیفه سجادیه چنین آمده است. که فرد گرفتار به فخر فروشی می‌تواند هر روز چند مرتبه این دو جمله را تکرار کند و از خداوند بخواهد: «الهي هب لي معالي الاخلاق و اعصمني من الفخر؛
خداوند! صفات عالی اخلاقی را به من ببخش و مرا از فخر فروشی نگه دار!
نتیجه نهایی؛ این که مد و مدگرایی که باعث فخر فروشی و مباهات شود، ناروا خواهد بود.

* درمان مد گرایی افراطی

چنانچه مد و مدگرایی معتدل در صورتی که در چهارچوب شرع و ارزش های ملی و فرهنگی باشد، مذموم نخواهد بود. اما مد گرایی افراطی یا خارج از چهارچوب شرع مذموم است و در صورت ابتلا بایستی از آن رهایی یافت. چون مدگرایی افراطی می‌تواند منجر به رشک و حسد ورزی، فشار و گرفتگی و ملال روحی و چندین ناخوشی و ناملایمات روحی دیگر شود. توان مالی افراد محدود است افراد و خانواده قادر نیستند هر روز با صرف هزینه‌های زیاد لباس یا لوازم زندگی که تازه مد شده‌اند را بخرند مگر با به زحمت و تکلف انداختن خود و خانواده.

به راستی می‌توان ادعا کرد که مدگرایی افراطی نوع مرض و بیماری روحی است که قبل از مزمن و علاج ناپذیر شدن آن بایستی به درمان و مداوا پرداخت. اما برخی از راه‌های درمان این بیماری عبارتند از:

1. معمولاً انسان‌هایی که به لحاظ درونی و فکری پر نیستند، دچار مد گرایی افراطی می‌شوند. چون می‌خواهند خلاء روحی خود را با ظواهر و زینت های ظاهری پر کنند. به نظر می‌رسد ارتقاء فکری از طریق مطالعه و تفکر می‌تواند باعث ارتقای شخصیت بشود و دیگر فرد سراغ مد گرایی افراطی نرود. در این میان مطالعه کتاب‌های مورد تأیید اهل فن که در قلمرو فلسفه، عرفان راستین و ... نقش به‌سزایی داشته دارد.

2. تفکر در آیات و احادیثی که به مذمت و نکوهش ظواهر فریبنده زندگی دنیوی می‌پردازند. مانند:
وَفَرِحُوا بِالْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا فِي الْآخِرَةِ إِلَّا مَتَاعٌ (رعد/26)؛ ولی آنان به زندگی دنیا شاد شده‌اند و زندگی دنیا در [برابر] آخرت جز بهره‌ای [ناچیز] نیست؛
راستی

وَلَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ زَهْرَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا لِنُقْبِنَهُمْ فِيهِ وَرِزْقٌ رَبِّكَ خَيْرٌ وَأَبْقَىٰ (طه/131)
«#; و هرگز چشمان خود را به نعمت هایی که به گروههایی از آنها داده ایم، مدوز. این ها شکوفه‌های زندگی دنیاست تا آنان را در آن بیازماییم و روزی پروردگارت بهتر و پایدارتر است.«

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَخَفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ (حجر/88)
و به آنچه ما دسته‌هایی از آنان [=کافران] را بدان برخوردار ساخته‌ایم چشم مدوز و بر ایشان اندوه مخور و بال خویش برای مؤمنان فرو گستر.

3. چنین نیست که خداوند انسانها را به سر خود رها کرده باشد، بلکه حق تعالی الگوهای معرفتی فرموده است و از انسانها خواسته است از آن الگوها تبعیت کنند. مطالعه زندگی کسانی که خداوند آنها را به عنوان الگو معرفتی فرموده است. مانند همه پیامبران، اوصیاء و ائمه معصومین(ع) و علما و صلحا و اولیاء الهی مانند حضرت مریم (علیها السلام)، می تواند افراد معتقد به دین را از فرو رفتن در مدگرایی افراطی باز دارد.

"لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا" (احزاب/20)
"قطعاً برای شما در [اقتدا به] رسول خدا سرمشقی نیکوست برای آن کس که به خدا و روز بازپسین امید دارد و خدا را فراوان یاد می‌کند.

شیفتگان و مقلدان فرهنگ و تمدن غرب هم برای رهایی از مدگرایی افراطی، می‌توانند به جای تقلید از اقشار سطح پایین غرب از قشر فرهیخته غرب تقلید کنند. قشر فرهیخته غرب، اهل علم، اهل مطالعه، اهل تحقیق و پژوهش هستند نه اهل مدگرایی افراطی.

* دو نکته پایانی پیرامون مد و مدگرایی

1. «#;مد«#; یک بحث میان رشته ای است. به رشته‌های جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، انسان‌شناسی، فقه، اخلاق، مربوط می‌شود. بنابراین بحث جامع و کامل درباره مد و مدگرایی بایستی با حضور کارشناسان این رشته‌ها صورت بگیرد.
2. زینت و تجمل (زیبا سازی) را نبایستی با مد و مدگرایی خلط کرد. زینت و تجمل با چارچوب خاص مورد تأیید و توصیه اسلام است.

نویسنده: حجت‌الاسلام والمسلمین حسین هاشم‌نژاد، عضو هیئت علمی دانشگاه