



عوامل مؤثر در مدگرایی؛ از خودبیگانگی اجتماعی تا رسانه ها

انفعال انسان در برابر تغییرات پرشتاب اجتماعی و رشد سریع وسایل ارتباط جمعی، از عوامل مهم گرایش به مد و مدگرایی از نوع نا هنجار آن است.

خبرگزاری مهر- انفعال انسان در برابر تغییرات پرشتاب اجتماعی و رشد سریع وسایل ارتباط جمعی، از عوامل مهم گرایش به مد و مدگرایی از نوع نا هنجار آن است.

در گسترش مد در جامعه، عوامل اجتماعی نقش مهم و به سزایی دارند و از مهمترین این عوامل مؤثر در مدگرایی می‌توان به طور خلاصه بر برخی عوامل اشاره کرد:

- خانواده

در میان نهادهای اجتماعی خانواده مهمترین و نخستین جایگاهی است که بدان باید توجه کرد که انسان پس از تولد به عضویت آن در می‌آید و زمینه ساز عضویت او در نهادهای دیگر اجتماعی است. خانواده در سال‌های اولیه زندگی فرد که دوران تکوین شخصیت است نقش مهم در جامعه پذیری فرد دارند و خط مش آینده فرد را در زمینه‌های تربیتی، اخلاقی، دینی، اجتماعی، اقتصادی مشخص می‌کند و این نهاد مهم در زمینه مد و مدگرایی فرزندان بی تأثیر نیست:

الف) ضعف ایمان و معنویت

شدت و ضعف عقاید دینی خانواده، نقش مهمی در پیروی یا سرپیچی نوجوانان و جوانان از مد به ویژه الگوهای بیگانه دارد زیرا زمینه‌های دینی و معنوی در خانواده نوجوان و جوان امکان دستیابی او را به کلیت و فلسفه جامعه که پاسخگوی نیازهای روحی و فکری او باشد فراهم می‌آورد در غیر این صورت نوجوان دچار خلأ روحی عمیقی خواهد شد.

در حقیقت یک نوجوان یا جوان بدون پیشینه مذهبی مانند یک کشتی بدون مکان بر روی آب‌های متلاطم است و ممکن است به هر چیزی برخورد کند و بیشتر جوانانی که به تقلید از مدهای غربی گرایش و علاقه پیدا کرده‌اند از خانواده‌های فاقد معنویت و ایمان برخاسته‌اند. در حقیقت خانواده زربنا و سازنده شخصیت افراد در همه امور است و اگر خانواده از لحاظ مذهبی فرزندان را معتقد و به شایستگی عمل آورد کمتر دچار بی هویتی و گرفتاری ناهنجار خواهند شد.

ب) نبود باورهای فرهنگی در خانواده

یکی از عواملی که موجب می‌شود جوانان و نوجوانان در پوشش‌ها و آرایش‌های هنجار شکن در جامعه حضور داشته باشند و به پیروی از الگوهای بیگانه آرایش داشته و لباس بپوشند و بر خلاف ارزش‌ها و هنجارهای دینی عمل کنند نبود خودباوری فرهنگی در خانواده‌هاست. خانواده‌هایی که ظواهر پر زرق و برق زندگی غربی پررنگ‌تر بر فضای خانه حاکم شده و خانواده آگاهانه یا نا آگاهانه فرزندان خود را با عنوان مد یا شیک پوشی به پیروی از الگوهای غربی و بیگانه راهنمایی می‌کنند مد و مدگرایی در جامعه رواج می‌یابد.

- از خود بیگانگی در جامعه

از خود بیگانگی مقوله‌ای روانی یا اجتماعی است که به عنوان نوعی بیماری روان شناختی و جامعه شناختی مطرح است. این احساس موجب می‌شود انسان کیفیت و احوال دیگری را به جای حقیقت وجود خویش بنشاند و از خود بیگانه شود. علل از خود بیگانگی بسیار است ولی با سست شدن پیوند فرد با محیط اجتماعی همراه است.

روان شناسان، شخصیت فرد، نیروهای سرکش درونی و سرکوب‌های روانی را از جمله عوامل از خود بیگانگی بیان می‌کند و در تبیین آن به چگونگی رشد شخصیت، گرایش، تجربه‌ها و سرخوردگی‌های دوران کودکی، شیوه‌های جامعه پذیری، زمینه‌های طبقاتی و چگونگی کنترل توجه دارند. عواملی که انسان را از خود بیگانه می‌سازد، شامل تکنولوژی، ماشین، عشق، پول، نظام طبقاتی و مانند آن است.

بیگانگان در القای فرهنگشان به جامعه ما تا حدودی موفق بوده‌اند و با ضعف‌هایی که ما در عرضه فرهنگ و معرفی الگوهای خود داشته‌ایم، آنان توانسته‌اند این از خود بیگانگی را بزرگ جلوه دهند و باورها را تضعیف کنند. امروزه حتی شرایط به گونه‌ای است که خود، مبلغ و مبشر بیگانگان شده‌ایم در حالی که به گواه تاریخ، ملت ایران در انتخاب، جذب و ترکیب عناصر فرهنگی، همواره هوشمندانه و مبتکرانه عمل کرده و هیچ‌گاه منفعل نبود، یعنی هر پدیده‌ای را کورکورانه نپذیرفته است.

- رشد وسایل ارتباط جمعی و تغییرات پرشتاب اجتماعی

امروزه با رشد سریع وسایل ارتباط جمعی مانند ماهواره، اینترنت، رادیو و تلویزیون شاهد تغییرات پرشتاب اجتماعی هستیم. دگرگونی‌هایی که در ارتباطات درونی جامعه و نسل‌ها اثر گذارند و این دگرگونی‌های پرشتاب نوجوانان و جوانان را غافل‌گیر کرده است به گونه‌ای که نمی‌توانند تحلیلی درست از رویدادها و حوادث جدید داشته باشند. بنابراین می‌توان گفت انفعال انسان در برابر تغییرات پرشتاب اجتماعی و رشد سریع وسایل ارتباط جمعی، از عوامل مهم گرایش به مد و مد گرایی از نوع نا هنجار آن است.

- رشد شهرنشینی و صنعتی شدن

صنعتی شدن یعنی تخصص و تخصص هم نیازمند آموزش است از جمله آموزش‌های طولانی مدت. اگر چه به کسب تخصص و افزایش کیفیت کار و رشد اقتصادی جوامع می‌انجامد در مقابل موجب طولانی شدن دوره جوانی و شکل‌گیری فرهنگ و هویت جدید برای جوانان و جدایی از فرهنگ عمومی می‌گردد.

افزون بر آن صنعتی شدن و تغییرات پرشتاب در فناوری امکان تولید بیشتر و تنوع محصولات از جمله انواع عطر و ادکلن و وسایل آرایشی دیگر، البسه و لوازم خانگی و مانند آن فراهم می‌آید. با وجود این تولیدات و نیز تبلیغات گسترده وسایل ارتباط جمعی، نه تنها بستری مناسب برای طبقه بندی افراد جامعه و رواج سبک‌های مختلف زندگی فراهم می‌شود، بلکه موجب گسترش مد در جوامع می‌شود.

در پی رشد صنعتی شدن، رشد شهرنشینی و تبدیل کلان شهرها به محل تجمع انبوهی از غریبه‌ها، نیاز به روش‌های بصری قوی برای ابزار هویت افراد به وجود می‌آید.

از آماده‌ترین ابزارهایی است که افراد به کمک آن می‌توانند پیام بصری گویایی درباره هویت خود صادر کنند و امکان ساختن هویت‌های مشخص شده را در میان شهرهای بزرگ فراهم نمایند به ویژه در شهرهای مدرن و بزرگ مد از این رو اهمیت دارد که افراد با انبوه غریبه‌ها در می‌آمیزند و فقط لحظه‌ای بسیار کوتاه در اختیار دارند تا بر یکدیگر تأثیر بگذارند. در واقع در شهرهای امروزی، مد یکی از داشته‌های اصلی افراد است که با استفاده از آن بتوانند خود را به هم نشان بدهند و بفهمانند.