



راهکارهای مقابله رسانه ای با مدگرایی منفی / افزایش خردورزی گرایش به مد را کاهش می دهد

بدلیل آنکه بخش عمده ای از گرایش به مد و مدگرایی افراطی و منفی در برنامه ها و تبلیغات رسانه های بیگانه و ماهواره ها ریشه دارد، یکی از این راهکارهای مقابله مسئله مقاوم سازی مخاطبان در مقابل هجمه رسانه های بیگانه است.

بدلیل آنکه بخش عمده ای از گرایش به مد و مدگرایی افراطی و منفی در برنامه ها و تبلیغات رسانه های بیگانه و ماهواره ها ریشه دارد، یکی از این راهکارهای مقابله مسئله مقاوم سازی مخاطبان در مقابل هجمه رسانه های بیگانه است.

به گزارش خبرگزاری مهر، واژه شناسی مد واژه ای فرانسوی و به معنای اسلوب، عادت شیوه، سلیقه مخصوص، روش، رسم موافق و باب روز است. به طور معمول مد به الگوهای فتاری، گفتاری و جلوه های زندگی گفته می شود که در هر دوره باب می شود. با این حال آنچه از مد دریافت می شود عبارت است از روش های بالنسبه زودگذر یا کنش درباره شیوه آرایش شخصی، شیوه گفتاری و بسیاری از رفتارهای دیگر.

مد و مدگرایی از مهمترین مسائل فرهنگی جامعه ماست امروزه افراد و گروه ها با ظاهر و تیپ های عجیب و نامناسب یا آرایش و پوشش نامتعارف در جامعه نمایان می شوند از آن جایی که این مدها با عرف، فرهنگ و شیوه زندگی ما ایرانی ها هماهنگی و سازگاری ندارد. انتقادهای بسیاری را متوجه رفتار و ظاهر نوجوانان و جوانان دختر و پسری که خود را شبیه جوانان منحرف و گروه های ضد فرهنگ ملی در می آورند، می سازد.

منتقدان بر این باورند که مدگرایی تقلیدی ناآگاهانه از الگوی غربی و بیگانه به تدریج نسل نوجوان و جوان را در معرض خطر بحران معنوی قرار خواهد داد که در صورت ادامه یافتن کنترل شدنی نیست. از دیگر سو موافقان مد معتقدند زندگی بدون مد بی روح است به باور آنها مد، به تنوع طلبی و سرگرمی نسل جوان پاسخ می دهد و تا هنگامی که به تقلید کامل از بیگانگان نینجامد و بر اساس فرهنگ و عقاید جامعه خودی باشد نه تنها آسیب زا نخواهد بود، بلکه موجب شور و نشاط و حتی تکامل زندگی افراد جامعه خواهد شد. در این جا رسانه می تواند راه کارهایی را برای مقابله با مدگرایی منفی در نظر بگیرد که به برخی از آنها می پردازیم؛

- مقاوم سازی مخاطبان در مقابل ماهواره و رسانه های بیگانه؛ از آنجا که بخش عمده ای از گرایش به مد و مدگرایی افراطی و منفی در برنامه ها و تبلیغات رسانه های بیگانه و ماهواره ها ریشه دارد، یکی از این راهکارهای مقابله مسئله مقاوم سازی مخاطبان در مقابل هجمه رسانه های بیگانه است. یعنی مقاوم سازی به گونه ای عمل شود که فرد در برابر تحمیل ناصواب و تهاجم و القای آرمان های خلاف و تشویق به رفتارهای غلط ایستادگی کند و تسلیم نشود.

- رساندن مخاطب به مرحله رشد؛ رسانه ملی برای اینکه مخاطبان خود را در مسیر حق مقاوم کند تا تحت تاثیر امور باطلی همچون مدگرایی منفی قرار نگیرد که رسانه های بیگانه به ترویج آن می پردازند لازم است در مسیر رشد آنها گام بردارد از جمله راهکارهایی که در این مسیر فرا روی رسانه قرار دارد، به این مورد می توان اشاره کرد؛

اول-افزایش خردورزی؛ مسئله افزایش خردورزی در مخاطب می تواند موجب رشد شخصیت وی گردد، زیرا همچنان که روایات اسلامی تاکید کرده اند، تفکر می تواند موجب رشد انسان باشد. حضرت علی(ع) در این باره می فرماید؛ فکر کردن سبب رشد می شود.

دوم- ایمان افزایی؛ بر این اساس این عامل، رسانه باید ایمان افزایی در مخاطب را جزو وظایف خود بداند و در آن مسیر عمل کند.

- خود شکوفایی کردن مخاطب؛ آبراهام مازلو پس از آنکه نیاز به خود شکوفایی را از جمله نیازهای انسان بر می شمارد، افراد خود شکوفا را کسانی می داند که از نظر فرهنگ پذیری مقاومت می کنند. به نظر وی افرادی که در سطح نیازهای عالی زندگی می کنند به صفات خود شکوفایی نزدیک ترند. بر این اساس می توان نتیجه گرفت که رسانه می تواند با ارتقای مخاطبان خود به سطح نیازهای عالی، زمینه خود شکوفایی و در نتیجه، مقاوم شدنشان را فراهم آورد، این در حالی است که امروزه می بینیم غالب رسانه ها به سمت نیازهای پایین مخاطب خود همچون نیاز جنسی یا دیگر نیازهای مادی روی آورد و پاسخ گویی به این موارد را در صدر توجه خود داده اند.

-آشنا کردن مخاطبان با شگردهای رسانه بیگانه؛ آگاهی و احاطه علمی، ظرفیت و صبر انسان را بالا می برد و سبب می شود تا انسان به نوعی مقاومت در برابر دعوت های ناروا دست زند. یکی از عناصری که آگاهی به آن می تواند بر مقاومت انسان بیفزاید، عنصر شگردها و روش های دشمنان در منحرف کردن از ارزش هاست، آگاهی از این شگردها توان خنثی سازی آنها را در انسان ایجاد می کند.

-توجه به نیازهای طبیعی مخاطب؛ اگر رسانه های خودی به نیازهای طبیعی مخاطبان خود مانند نیاز به اطلاعات یا نیاز به ارایه مدل های جدید که با توجه به نیاز تنوع جویی در انسان و جود دارد پاسخ ندهند مخاطبان به سمت رسانه های بیگانه و بهره گیری از آنها در راستای پاسخ به نیازهای طبیعی شان روی خواهند آورد. پس می توان نتیجه گرفت که رسانه ملی می تواند با توجه به نیازهای طبیعی مخاطبان خود و فراهم کردن آنها، تا حدودی از گرایش مخاطبانش به سمت رسانه بیگانه جلوگیری کند.

-ترویج عضویت در گروههای مذهبی و ارزشی؛ اگر افراد در گروه هایی عضو باشند که با انحراف ها و امور ضد ارزش مخالف هستند، بر فرض اینکه به سراغ رسانه های بیگانه هم بروند آنچنان تحت تاثیر قرار نمی گیرند. اگر هم تحت تاثیر قرار بگیرند این تاثیر درازمدت نخواهد بود و در روایات اسلامی درباره فواید رفتن به مسجد تاکید شده است.

در نتیجه می توان گفت که آموزش والدین برای بالابردن سواد رسانه ای بر اساس مدل شرطی اثر گذاری، والدین می توانند از طریق تمایز واقعیت از خیال، بر جسته کردن انگیزش شخصیت ها، فراهم کردن زمینه ای برای مضامین نا آشنا، تبیین اعمال متعارض، تاکید بر جنبه های مثبت برنامه نقد و ارزیابی اعمال و شخصیت های ضد اجتماعی از اثر گذاری منفی بر خي برنامه بر کودکان و فرزندانشان جلوگیری کنند. بنابراین، آموزش دادن والدین برای بالا بردن سطح سواد رسانه ای آنها بر مقاوم سازی قشر بزرگ و با اهمیتی از جامعه تاثیر دارد و مانع بزرگی در مقام رواج مدگرایی های نامناسب رسانه هاست.