

در صفحه ۱۲ بخوانید...

- «شهیر» انسان را روی زباله می برد | ویدیا اسلامیة
- به معنی زندگی | از نرینس از کتاب چوگو به شازاد نذکی کیم
- تلاش برای کاهش آسیب های روحی و روانی معلولان
- ...

**یادداشتی از روبرت صافاریان، منتقد سینما
روزی دو ساعت «خلسه»**



زندگی در واقع باحوال کنونی، کمی پیچیده شده و زمان معنای واقعی خودش را از دست داده است. یکی دو سال است که روزی من به سه قسمت تقسیم شده است ساعت هایی که در خانه می گذرند، ساعت هایی که در دفتر کار می گذرند...



در صفحات ۱۰ و ۹ بخوانید...

پروندهای درباره مدگرایی
و مسأله هویت در جوانان

فرار یا قیام؟!؟

آنچه جوانان ایرانی
از «مدگرایی» می گویند
**مد؛ دو حرف
و این همه جدال**

یادداشتی از امیر حسین جلالی
**مخفی شدن در پس
هویتی بزرگتر از خود**

زده بین

در باره مراسم
«ختر شایسته جهان اسلام»
**مد اسلامی؛ جستجوی
یک آتر ناتوی**



**روایت هایی از
زندگی و کار زنان در جامعه مردسالار**

۱۱ صفحه

دیدگاه

مدگرایی برای فرار از زندگی عادی

ایجاب می کند و مردم بدون آن که فکر کنند ایرانیان به این محصول نیازهای اصلی و ضروری خود را ندارند یا نه، به سراسر می روند و صرفاً برای مد بودن آن را تهیه می کنند. همان طوری که اشاره شد مد پدیده ای است که با دیدن لحاظ متفاوت مورد بررسی قرار گیرد. سافه در نگاه این است که مد در همه کشورها و در همه فرهنگ ها دیده می شود. مد یعنی وقتها و تنهائی و موعهای جهانی، گاهی هم برای موعهای داخلی شکل می گیرد و زمان زیادی روح دارد و کم که فرد فرسنگی می کند ولی آن رونق تمام نمی شود. وقتی تن و تاب یک نوع لباس یا یک مدل گوشی همراه می خواند، می گوید جدید جایگزین آن می شود. از منظر مصرف گرایی، رساله ها در نظام سرمایه داری آن نظار را از آنده هر که تلاقی قبل از این که از خود را از دست بدهد. مثلا لباس قبل از این که بپوشد غیر قابل استفاده شود. جایگزین دیگری برای آن تهیه شود و مردم را آن به محیط بیرون نشان دهند. مد هر چه باشد، خوب یا بد، اخلاقی یا غیر اخلاقی، ارزشی یا غیر ارزشی، نکته مهم در شنیده هر فرد با آن است. در تایید بار آن نباید افراطی یا با احساسی برخورد کرد. برخی سدی می کنند این پدیده را فقط از یک جنبه در زندگی افراد بررسی کرده، با این حال مدسود مدگرایی به همه ابعاد زندگی اعم از فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی بررسی می کنند. مدگرایی زمانی که از حالت طبیعی خارج شود و به افراط می بندد، به زندگی فردی و اجتماعی افراد ضرر می رساند. مدگرایی افراطی می تواند باعث از بین رفتن قدرت تفکر، ابتکار و تصمیم گیری در افراد و همچنین جذب سبب و آسیب اجتماعی و فرهنگی شود. مد یک رفتار اجتماعی است که به یکسره به تغییر سلیقه در افراد منجر می شود که ممکن است با فرهنگ و رسوم خانواده و جامعه ای که افراد تربیت شده اند، تفاوت داشته باشد. برای مثال می توانیم نقش تبلیغات را بر گسترش مد گرایی بررسی کنیم. وقتی پیام های بازرگانی که مردم الهام می دهند، فلان بچه را بپوشانید این مد و روز فریزر کردن خوراکی ها از اینجلم می دهد، شکل و شمایل رنگهای متنوع و وسایل اضافی دارد با ماشین لیدر سویی که ملامت است و سویی ایسبک را بپوشانید، از بچه ها را بپوشانید، سویی ایسبک را بپوشانید، از بچه ها را بپوشانید، سویی ایسبک را بپوشانید، از بچه ها را بپوشانید... این سبب می شود، مد گرایی برای آن بود.

نیازها به ۲ بخش اصلی یعنی نیازهای اساسی و نیازهای کاذب تقسیم می شود. نیازهای اصلی و اساسی همان لباس، پوشاک، خوراک، هوا و ... است. اما اگر در خرید لباس به جای این که به فکر تامین نیازهای اساسی خود باشیم به این سمت برویم که حتما باید لباس مد روز داشته باشیم، به این نیتساری می گویند نیازهای کاذب. متأسفانه جوانان کشور ما به دلیل کم کردن هویت اصلی خود، به سمت مدگرایی می روند. این بی هویتی سبب و ضعف دارد.

دنیای گسترش نوسمی بی هویتی شدن است؟ به نظر من همشطور است. اما در جوامع مختلف، این بی هویتی سبب و ضعف دارد.
شما نشان می دهید که می گوید در جامعه خودمان و میان نسل جوان، در سطح بالایی نیست؟ متأسفانه در جامعه ایران، جوانان دچار نکتز فرهنگی و هویتی هستند. فرهنگ های مختلفی را از جوامع و دیدگاه های مختلف متضاد کسب کرده اند. بخشی مربوط به جامعه غربی است و برخی نیز از نقاط دیگر دنیا یکی از دلایل این نکتز فرهنگی به واسطه رشد و توسعه اطلاعات و اطلاع رسانی است. در دنیای ما، هم عروق به حدکند جهانی شده، جوانان فرهنگ های مختلف را از گوشه گوشه دنیا کسب می کنند. اما همه دلایل مختلف توان تفکیک اطلاعات و تمیز دادن خوب از بد را ندارند. در اینجاست که نقش خانواده، مدرسه و جامعه برای تربیت صحیح نسل جوان مطرح می شود که ما در این حوزه ضعیف های اساسی داریم. جوانی که نیاز اصلی خود را نمی شناسد، خودش هم هست، تاگزیر به سمت استفاده از کالاها و اجناس جدید روز گرایش پیدا می کند.
برخی از کارشناسان معتقد نیستند که مدگرایی بی فرهنگی است؟ مدگرایی بی فرهنگی است. اما می توان مد را به مد خوب و بد مد و بد مد تقسیم بندی کرد؟
هر بدیده تازه و نوبی که متناسب با فرهنگ ارزشها و اصول هر جامعه ای باشد، مثبت بوده و اگر در تضاد با این اصول و ارزش های فرهنگی باشد، منتهی است.

در گفت و گوی فریده صدیق افشار با «شهرود» مطرح شد:

اختلال هویتی در نسل امروز؛ فردای نامعلوم جامعه ایرانی

طرح نو- امیر توحید فاضل امراکز خرید پرشمار، پاساژهای برزق و برخی که دیگر شب و روزشان مشخص نیست، شبکیه های تلویزیونی - ماهواره های متعدد فشن (fashion)، فخم روزها و خرید کردن های بی دریغی و بعضا بی هدف و تلاش برای نشان دادن ماکهای لباس، موبایل، ساعت و حتی جواهرات، تلاش برای خرید بیشتر از برندهای چون لوئی ویتون (Louis Vuitton)، روساچه (Versace)، جورجیو آرمانی (Giorgio Armani)، گوجی (Gucci)، شانل (Chanel)، رالف لورن (Ralph Lauren)، برادا پرادا (Prada)، ایبوسن لورن (Yves Saint Laurent) و نشان دادن آن به دیگران، اینها بخشی از زندگی روزمره مردم در کلاشهرهای کشورمان است. کار به جایی رسیده که صفاتی در شبکه های مجازی را زانبار شده؛ خانواده ای چون آنچه پولدارها تهرانیان را که بر است در عکس جوانانی با یک یا چند وسیله شخصی، از خودرو و موبایل گرفته تا کفش و کمربند که بر مین شده اند برندهای نامحکم.

به همه این رفتارها در جامعه می گویند پیروی از مد یا همان مدگرایی. اما آیا بعد گرایی ولد بنسبت به مد روزی لکنسه امرو می منگی است؟ این فرهنگ رفتاری، چه تاثیری در سرسروش زندگی اجتماعی در یک جامعه دارد. پرشش های فوق را فریده صدیق افشار، روانشناس استاد دانشگاه و متخصصی در حوزه تعلیم و تربیت در میان گذاشتیم که حاصل آن گفت و گویی است که در ادامه می خوانید.

یکسای از مهم ترین جنبه های تجارت، تبلیغات است و نشر کتھا و کارخانهای کوچک و بزرگ برای تبلیغ کالاهای خود از هم سبقت می گیرند. هدف اصلی تبلیغات نیز همواره جذب نسل جوان بوده که به دنبال خود مد و مدگرایی را در جامعه دامن می زند. اساسا چرا نوجوانان و جوانان به آنچه هستند قانع نبوده و به دنبال آنچه مرسوم به مدروز است، می روند؟
ذات و خاصیت جوان، پویایی و جویای نام بودن به هر شکل ممکن است. جوان همواره به دنبال این است که خود را به دیگران نشان دانه، در جامعه دیده شود و از این طریق می خواهد خود را به اطرافیان و در نهایت جامعه ای که در آن رشد کرده و زندگی می کند، ثابت کند. جوان دارای ذاتی ناور و نوگراست و همواره به نوجوان توجه می کند. بنابراین وقتی کالایی به زانگی وارد بازار شده و با استفاده از تجهیزات مختلف و ابزار نوین مدام تبلیغ می شود، طبیعت است که نسل جوان به استفاده از این کالای تازه و نوگراش پیدا می کند.

آیا این پدیده منگی است؟ یعنی اگر جوانی از تاگی ای استقبال کند، به پیراهه رفتن است؟ نکته اصلی همین است: هرگز نباید و نمی توان نوجوانان و جوانان را از تمیز بودن زیبایی و زیبا دوستی برخوردار داشت. اما اگر در این کار افراط شده و اصول و قاعدای نداشته باشند، این زمان معضلات و مشکلات پدید می آید. نکتة اصلی آنست که مد گرایی افراطی ریشه در نوع آموزشی دارد که در خانواده، مدرسه و جامعه و تربیتی که بیشتر گذشته، عمل می کند. به عنوان نمونه اگر در خانواده پدر و مادر خوششان به دنبال پیروی از مدروز باشند، آیا می توان از فرزندانشان انتظار داشت که به راه دیگری بروند؟ آیا زمانی که در مدرسه و جامعه نه آموزش به افراط را زایه شده و نه کالاهای با کیفیت و متناسب با فرهنگ ما وجود دارد، می توان از جوانان انتظار داشت که برای خرید کالاهای خارجی که با فرهنگ ما متناسب نیستند، اقدام نکنند؟ برخی ها تصور می کنند که جوان نباید به

نیازها به ۲ بخش اصلی یعنی نیازهای اساسی و نیازهای کاذب تقسیم می شود. نیازهای اصلی و اساسی همان لباس، پوشاک، خوراک، هوا و ... است. اما اگر در خرید لباس به جای این که به فکر تامین نیازهای اساسی خود باشیم به این سمت برویم که حتما باید لباس مد روز داشته باشیم، به این نیتساری می گویند نیازهای کاذب. متأسفانه جوانان کشور ما به دلیل کم کردن هویت اصلی خود، به سمت مدگرایی می روند. این بی هویتی سبب و ضعف دارد.
شما نشان می دهید که می گوید در جامعه خودمان و میان نسل جوان، در سطح بالایی نیست؟ متأسفانه در جامعه ایران، جوانان دچار نکتز فرهنگی و هویتی هستند. فرهنگ های مختلفی را از جوامع و دیدگاه های مختلف متضاد کسب کرده اند. بخشی مربوط به جامعه غربی است و برخی نیز از نقاط دیگر دنیا یکی از دلایل این نکتز فرهنگی به واسطه رشد و توسعه اطلاعات و اطلاع رسانی است. در دنیای ما، هم عروق به حدکند جهانی شده، جوانان فرهنگ های مختلف را از گوشه گوشه دنیا کسب می کنند. اما همه دلایل مختلف توان تفکیک اطلاعات و تمیز دادن خوب از بد را ندارند. در اینجاست که نقش خانواده، مدرسه و جامعه برای تربیت صحیح نسل جوان مطرح می شود که ما در این حوزه ضعیف های اساسی داریم. جوانی که نیاز اصلی خود را نمی شناسد، خودش هم هست، تاگزیر به سمت استفاده از کالاها و اجناس جدید روز گرایش پیدا می کند.
برخی از کارشناسان معتقد نیستند که مدگرایی بی فرهنگی است؟ مدگرایی بی فرهنگی است. اما می توان مد را به مد خوب و بد مد و بد مد تقسیم بندی کرد؟
هر بدیده تازه و نوبی که متناسب با فرهنگ ارزشها و اصول هر جامعه ای باشد، مثبت بوده و اگر در تضاد با این اصول و ارزش های فرهنگی باشد، منتهی است.

هرگز نباید و نمی توان نوجوانان و جوانان را از تاگی یکی از زیبایی و زیبا دوستی برخوردار داشت. اما اگر در این کار افراط شده و اصول و قاعدای نداشته باشند، این زمان معضلات و مشکلات پدید می آید. البته در این حوزه زیبا دوستی پرخطر تر است. چرا که مدگرایی افراطی ریشه در نوع آموزشی دارد که در خانواده، مدرسه و جامعه به جوان زایه شده و آنان بر اساس نظام آموزشی و تربیتی که بیشتر گذشته است، عمل می کنند. متأسفانه در جامعه ایران، جوانان دچار نکتز فرهنگی و هویتی هستند. فرهنگ های مختلفی را از جوامع و دیدگاه های بعضا متضاد کسب کرده اند. بخشی مربوط به جامعه غربی است و برخی نیز از نقاط دیگر دنیا یکی از دلایل این نکتز فرهنگی به واسطه رشد و توسعه اطلاعات، اطلاع رسانی است. در دنیای ما، هم عروق به حدکند جهانی شده، جوانان فرهنگ های مختلف را از گوشه گوشه دنیا کسب می کنند. اما به دلایل مختلف توان تفکیک اطلاعات و تمیز دادن خوب از بد را ندارند.

ادامه در صفحه ۱۰