

مصاحبه با سید حسین شرف الدین، عضو هیات علمی موسسه امام خمینی ره

۱) تعریف شما از «مد» چیست؟

واژه «مد» در لغت به معنای اسلوب، روش، شیوه، فرم و... عینیت یابی یک حالت، وضعیت و رفتار است. به بیان دیگر، مد نوعی بودن است اما اینکه این نحو بودن در مقایسه با روند عادی امور، مبین تجربه وضعیتی جدید و نوظهور است، از لغت بر نمی آید. «مد» در اصطلاح علوم اجتماعی، معمولاً به الگو، شیوه، منش، طریق و هنجاری اطلاق می شود که اولاً، در مقایسه با هنجارهای غالب فرهنگی موقت و گذراست و عمری نسبتاً کوتاه دارد؛ ثانیاً، متکی و مبتنی بر اذواق و سلیق فردی و تمایلات و تمنیات زیباشناختی آنهاست؛ ثالثاً، عمدتاً نقش هنجاری و تجویزی خود را در برخی عرصه های نمادین همچون پوشش، آرایش، تزئین (استفاده از زیورآلات)، ژست های رفتاری، آداب معاشرت، چیدمان وسایل خانه، نماسازی ساختمان، مدل مبایل و ماشین و... متبلور می سازد (اگر چه به لحاظ مصداقی، گستره وسیعی می تواند داشته باشد). هنجار «مد» را می توان در زمره آنچه از آن به «آداب» (هر چند نه به عنوان آداب عمومی و مورد اعتنای همگان) یاد می شود، جای داد. بدیهی است که این نوع هنجار نیز همچون سایر هنجارها ریشه در ارزش ها و باورهای متناسب دارد.

غالب روان شناسان، از «مدگرایی» به عنوان نوعی گرایش فطری و طبیعی و گاه به عنوان نوعی نیاز یا شبه نیاز یاد کرده اند، برخی نیز آن را یک واکنش عملی و رفتاری به تغییرات محیط ارزیابی کرده اند.

ویژگی های عمده این نوع هنجار را در تلقی غالب می توان در امور ذیل خلاصه نمود: نمایشی بودن، ابتناء بر سلیقه ورزی و میل زیباشناختی انسان یا گرایش به تزئین، تجمل و تبرج؛ ناظر بودن به ابعاد فرمی، صوری و شکلی گفتار، رفتار و ژست های بدن؛ تغییر پذیری و جایگزین یابی پیاپی (موقتی بودن) / تغییر پذیری سریع، اشاعه و مقبولیت نزد بخشی از جامعه (عمدتاً گروه های سنی جوان و نوجوان) نه لزوماً همگان، ماهیت مصرفی داشتن (و به همین اعتبار جزو مولفه های سبک زندگی مدرن از آن یاد می شود).

۲) از موضع ارزشی، مدگرایی و مدخواهی افراد امری مثبت یا منفی ارزیابی می شود؟

مدگرایی اگر واقعا ریشه و خاستگاه طبیعی و فطری داشته باشد، قطعاً در خصوص اصل آن نمی توان ارزش داوری کرد، چون حوزه داوری ارزشی، رفتارهای اختیاری و انتخابی است. از این رو، مدگرایی به عنوان یک گرایش در مقام ارضا به دلیل ماهیت اختیاری و ارادی و کنش های رفتاری متناسب آن، با ارجاع

به یک نظام ارزشی پذیرفته شده می تواند مثبت یا منفی ارزیابی شود. مدگرایی تا آنجا که معرف نوگرایی و تنوع خواهی انسان و در راستای تنوع بخشی به وضعیت ها و روندهای مکرر زندگی، در چارچوب ظرفیت ها و امکانات محیطی، ارزشها و هنجارهای پذیرفته شده (عرفی و شرعی) و برآمده از نوعی انتخاب و ترجیح عقلایی و موجه باشد، قطعاً مثبت، مطلوب، مرجح و مستحسن است. تلقی غالباً منفی و مرضی از پدیده مدگرایی بویژه در میان قشر فرهیخته و متشرعان جامعه عمدتاً به ارضای افراطی و لجام گسیخته این میل انسانی و انگیزه ها، عوارض و ملزومات آسیبی آن در مقیاس فردی و اجتماعی راجع است. مدگرایی در شکل افراطی آن از جمله نمودهای بارز ایدئولوژی مصرف گرایی است که به دلیل ناهمسویی با نیازها و مطالبات فطری، وارداتی بودن، مسرفانه بودن، ترجیح هوس آلود ابعاد حاشیه ای زندگی بر سطوح متنی و محوری، برجسته سازی فاصله های طبقاتی، نمایشی بودن و به رخ کشیدن داشته ها... در یک جامعه اسلامی و تحت حاکمیت ارزش های دینی، محکوم و مذموم است.

۳) مدگرایی از چه عوامل و زمینه هایی ناشی می شود؟

مدگرایی نیز همچون سایر رفتارهای ریشه در دو دسته عوامل فردی یا روان شناختی و عوامل فرهنگی اجتماعی (و نیز اقتصادی و سیاسی) دارد. عوامل فردی مثل میل طبیعی انسان به خلاقیت و نوآوری، تنوع خواهی و گریز از یک نواختی و روزمرگی، لذت جویی و جلب محبوه‌ها، زیبایی خواهی و میل به خودآرایی، تزیین، تجمل و تبرج؛ توجه افراطی به بدن و جلوه های نمایشی آن، همانند سازی خود با گروه‌های مرجع بیرونی (قهرمانان، ستاره ها)، تقلید از دیگران، رقابت و چشم و هم چشمی، برتری جویی و تشخیص طلبی، میل به تک رویی و تظاهر (انگشت ناماشدن در انظار خلق)، جلب توجه دوستان و اطرافیان از طریق نمایش جلوه ها و داشته های متمایز، میل به امروزی بودن و فرارفتن از قواعد رفتاری خودی (هر چند توهم)، پرکردن برخی خلاء های درونی، ضعف اعتماد به نفس و تسلیم شدن در مقابل فشارهای گروهی (تحقیر و تمسخر دوستان و اطرافیان در صورت عدم همراهی)، نمایش ثروت و دارایی، در مواردی تشبه به طبقات مرفه و متمکن، میل به مصرف گرایی به عنوان مولفه برجسته سبک زندگی مدرن، میل به نقض قواعد فرهنگی (واکنش منفی به ارزشها و هنجارهای فرهنگ غالب) و... از دید برخی کارشناسان، ضعف فرایند جامعه پذیری دینی و تلاش در جهت الگودهی مناسب به نسل جوان که محصول ضعف عملکرد نهادهای فرهنگی و تربیتی است، عامل اصلی در بروز این وضعیت هاست. ضعف نظارت و کنترل غیر رسمی نیز موجب تشدید و بسط تدریجی این عارضه شده است.

از دید برخی روان شناسان، وجود برخی جلوه ها و مظاهر مد گرایی از وجود نوعی کاستی روانی و اختلال شخصیتی حکایت دارد. برای مثال، پوشیدن لباس های تنگ، چسبان، کوتاه، پاره، با رنگ های جلف و

نامتوازن، پوشیدن کفش های پاشنه بلند توسط آقایان، آرایش های تند و غیرمتعارف، نشانه روشنی بر وجود این سنخ تعارضات و اختلالات است. پرداخت هزینه های مالی سنگین برای تامین این قبیل اقلام به رغم مشکلات مالی، و توجیه ناپذیری آن، نشانه دیگری بر وجود این بحران است.

دسته دوم عوامل موثر در مدگرایی، عوامل فرهنگی اجتماعی اند. اهم این عوامل عبارتند از: امکان یابی و ارزش یابی وقوع تغییرات نو به نو در سطوح و ساحت های فرهنگی اجتماعی (ارزشها، هنجارها و الگوها) توسط عاملان فردی و اجتماعی، ظهور ایدئولوژی های ترغیب کننده به لذت جویی و تنوع خواهی، غلبه فردگرایی و اصالت یابی ترجیحات فردی بر قواعد جمعی، دسترسی آسان به امکانات متنوع رفاهی و تجملی، تبلیغات پر دامنه و وسوسه انگیز محیطی (از طریق رسانه های جمعی، شبکه های اجتماعی، بیلبوردهای خیابانی، مانکن ها، ویتترین پاساژها، کاتولوگ، بروشورها و...)، نفوذ فرهنگی جوامع پیشرفته از مجاری مختلف ارتباطات میان فرهنگی بویژه رسانه های جمعی و جهانگستر، جهانی شدن و در آمیختگی تدریجی الگوهای فرهنگی خودی و غیر خودی، رهایی نسبی غالب جوامع از دغدغه های تامین نیازهای اولیه و ضروری و عطف توجه به نیازهای ثانوی و ابعاد رفاهی و تجملی زندگی، تقلید جوامع در حال توسعه از جوامع توسعه یافته و برخوردار از امکانات متنوع رفاهی یا خودباختگی فرهنگی در مقابل الگوهای فرهنگی بیگانه، وقوع تغییر در الگوهای غالب و مرجح سبک زندگی، بهبود نسبی وضعیت اقتصادی، غلبه ایدئولوژی مصرف گرایی (ارزشمندی عنصر مصرف)، غلبه ابعاد فانتری زندگی، اصالت دادن به حسن و قبح زیباشناختی و ترجیح آن بر حسن و قبح ارزشی و اخلاقی، نوعی واکنش رفتاری به تحقیرها و سرکوب های اجتماعی، نمایشی کم رنگ از آرزوها و تمنیات فرهنگی سرکوفته و...

۳) موقعیت جنسی افراد به چه میزان در سوق یابی آنها به مدجویی و مدگرایی موثر است؟

غالب دیدگاهها، سوق یابی افراد به پدیده مد و مدگرایی را به اقتضائات سنی آنها (نوجوانی و جوانی) مستند و منسوب دانسته اند و البته در مقایسه میان دو جنس برخی دیدگاهها به استناد شواهد عینی و مطالعات تجربی، دختران و زنان را بویژه در برخی مصارف نظیر پوشش، آرایش، پیرایش، تزیین و تبرج، دخل و تصرف های طبی در بدن، فعالیت های ورزشی تامین کننده زیبایی اندام، رژیم های خاص غذایی با هدف فرم دهی و متناسب سازی بدن و... علاقه و اشتیاق بیشتری از آقایان دارند و ارزش اقتصادی هزینه های مصروفه ایشان در این بخش در مقیاس خانوادگی، ملی و بین المللی قابل توجه است.

۴) اسلام بویژه از منظر فقهی و اخلاقی در خصوص پدیده مد و مدگرایی چه موضعی دارد؟

مدگرایی تا آنجا که در راستای تامین و ارضای نیازها و تمایلات فطری انسان است مقبول بوده و نباید به بهانه های واهی از تمایل و تظاهر بدان مانع شد. قیود هنجاری اسلام در این بخش نیز همچون سایر حوزه های مشابه بیشتر سلبی است تا ایجابی. از این رو، مدخواهی و مدگرایی و دامن زدن به جلوه نمایهای رفتاری آن تا جایی مجاز است که به اصالت یابی و رجحان ارزشی بدن بر روح، ترجیح ابعاد مادی و گذرای زندگی بر ابعاد معنوی و ارزشی آن، اسراف و تبذیر، هرز دادن امکانات و سرمایه های مادی و معنوی، اضرار به جسم و بدن، خود آرایی و جلوه نمایی افراطی و مرضی، تظاهر و تفاخر، رقابت و چشم و همچشمی با دیگران، دل مشغولی آرامش سوز، برانگیختن رشک و حسادت دیگران، تشبه و تقلید کورکورانه از فرهنگ های بیگانه، خودباختگی فرهنگی، نقض شئونات فرهنگی و اعتقادی، نقض هویت و اصالت فرهنگ دینی، تثبیت و تقویت سلطه فرهنگی و اقتصادی دشمن و... منجر نشود. با رعایت این قواعد، ممنوعیتی نیز شرعا نمی توان برای آن قائل شد.