

تعریف مد

مد یک الگو می‌باشد که ارایه آن، از طرف بخشی از افراد جامعه در یک زمان خاص، مورد استقبال واقع می‌شود و باعث می‌گردد مدت زمانی کوتاه توسط آن افراد مورد استفاده قرار گیرد و سپس به دست فراموشی سپرده شود. این الگوها بیشتر در نوع لباس، پوشش و در برخی مواقع به شیوه‌های رفتاری و گفتاری، علایق و علاقمندی‌ها به خصوص در زمینه‌ی موسیقی کاربرد دارد. بازه زمانی کوتاه استفاده از مد باعث می‌شود که پس از مدتی یک مد و شیوه‌ی جدید جایگزین مدهای قبلی بشود.

دلایل استفاده از مد در جوانان

بیشتر استفاده‌کنندگان از مد جوانان می‌باشند. جوانی دوره‌ای پرهیجان از زندگی هر فرد است که با چالش‌ها و فراز و نشیب‌های فکری بسیاری همراه است. مد و تنوع در زندگی در بسیاری مواقع پاسخ‌گویی این هیجانات می‌باشد. مورد توجه دیگران واقع شدن و تأیید و تشویق از سوی آن‌ها، بسیاری از نیازهای عاطفی جوانان را برطرف می‌نماید و به آن‌ها احساس رضایت از خود می‌بخشد. به غیر از این عوامل، هم‌شکل شدن با سایر دوستان و هم‌کلاسی‌ها و عقب نماندن از آنان و همچنین ممانعت از تمسخر، پوزخند، کنایه و یا تحقیر از جانب آن‌ها، نیز منجر به گرایش جوانان به استفاده از مد خواهد شد.

تاریخچه مد در ایران

تاریخچه کاربرد مد در ایران به سال‌های بسیار دور برمی‌گردد. از زمانی که سفرها و رفت‌وآمد شاهان قاجار به کشورهای غربی و یا به اصطلاح آن زمان فرنگ آغاز گردید،

مدگرایی و تقلید از نوع پوشش این کشورها در ایران آغاز شد و سپس روز به روز مورد استقبال بیشتری قرار گرفت. پس از آن نیز در دوره‌ی رضاشاه این تقلیدها شکل اجباری به خود گرفت. این امر باعث شد که ایرانیان با مشاهده‌ی پیشرفت‌های کشورهای اروپایی تلاش کنند که خود را به آن‌ها شبیه گردانند. اما این شبیه‌سازی بیشتر در همان شکل و ظاهر اولیه محدود شده بود.

پدیدآورندگان مد

شرکت‌های تولیدی بیشتری نقش را در اشاعه‌ی یک پوشش و نوع لباس در میان مردم دارند. این افراد با بررسی علایق و سلیقه‌های جوانان امروزی سعی می‌کنند پوششی را به آن‌ها ارایه دهند که مورد پسند آن‌ها واقع شود. آن‌ها برای تبلیغ مد جدید خود گاهی نیز از افراد مشهور مانند بازیگران سینما و ورزشکاران استفاده می‌کنند.

در کشورهای غربی این کار به حرفه‌ای پردرآمد و البته بر اساس اصول روانشناسی و علمی تبدیل شده است؛ اما در کشورمان ایران این کار کمتر با کارشناسی همراه است و بیشتر به تقلید از مدل‌های خارجی و اعمال تغییرات در آن‌ها همراه است.

ابزارهای ترویج مد

بیشتر افراد با حضور در میان عموم مردم و مشاهده‌ی نوع پوشش آن‌ها از مدهای جدید مطلع می‌شوند. اما پیش از آن تولیدی‌ها و فروشگاه‌ها هستند که به ارایه یک محصول جدید به صورت انبوه می‌پردازند. سپس برای معرفی بیشتر آن از آگهی‌های تبلیغاتی استفاده می‌کنند.

تلویزیون، اینترنت، ماهواره و... از جمله ابزارهایی هستند که این تولیدکنندگان برای درج آگهی خود از آن‌ها استفاده می‌کنند. بنابراین کنترل استفاده از این ابزارها برای جوانان از سوی والدین الزامی است. زیرا همان‌طور که گفته شد مد تنها به نوع پوشش افراد محدود نمی‌شود؛ بسیاری از تقیده‌های جوانان به گرایش و وابستگی آن‌ها به گروه‌های غیراخلاقی، مذهب‌ستیز و حتی شیطان‌پرستی منجر می‌گردد. امروزه پیروی از گروه‌هایی مانند رپ، هوی متالو... در میان جوانان ایرانی ترویج پیدا کرده و منجر به بروز رفتارهایی نامتعارف با فرهنگ ایرانی در آن‌ها شده است. آشنایی با این گروه‌ها بیشتر از طریق همین ابزارها و به دلیل مدیریت ضعیف و عدم توجه والدین صورت می‌پذیرد.

برخی روش‌های برخورد والدین با جوانان در زمینه استفاده از مد:

- هرگز آن‌ها را مجبور به پوشیدن لباسی که به آن علاقمند نیستند نکنیم.
- در هنگام خرید با آن‌ها همراه شویم و آن‌ها را راهنمایی کنیم.
- معایب و مزایای هر نوع پوششی را دوستانه برایشان بازگو نماییم.
- آن‌ها را به خاطر انتخاب‌هایشان سرزنش نکنیم و یا مورد تمسخر قرار ندهیم.

-پیش از آغاز دوره‌ی نوجوانی آن‌ها را با اصالت‌های فرهنگ ایرانی آشنا کنیم
-علاقه‌مندی‌های آن‌ها را به سمت آثار و هنرهای ارزشمند ایرانی و یا خارجی سوق دهیم
-به صورت نامحسوس روابط و دوستی‌های وی را کنترل نماییم. هرگز برای ممانعت وی از دوستی با برخی افراد، از روش‌های
پرخاش‌گرانه استفاده نکنید زیرا در بیشتر مواقع نتیجه‌ی عکس خواهد داد.