**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

**گزارش تخصصی مناسب برای :**

**دبیران دین و زندگی ، مشاوران ، مربیان پرورشی ، مدیران و معاونان مدرسه**

**موضوع :**

# روش های تغییر نگرش نادرست دانش آموزان مدرسه دخترانه نسبت به فرهنگ مد گرایی

www.asemankafinet.ir

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

**فهرست**

چکیده : ..... ۳
مقدمه ..... ۴
بیان مسئله ..... ۵
ارزیابی از وضع موجود ..... ۶
اهداف پژوهش : ..... ۸
هدف اصلی : ..... ۸
اهداف فرعی : ..... ۹
مقایسه با شاخص : ..... ۹
جمع آوری اطلاعات ..... ۹
مبانی نظری و پیشینه پژوهش : ..... ۹
مبانی نظری : ..... ۹
پیشینه پژوهش : ..... ۱۳
راه حل های پیشنهادی: ..... ۱۶
انتخاب راه جدید به طور موقت: ..... ۱۷
اجرای راه حل ها: ..... ۱۸
دیگر راهکار های بکار گرفته شده در این باره عبارت بودن از : ..... ۱۸

www.asemankafinet.ir

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

ارزیابی بعد از اجرای طرح ..... ۲۲

نقاط ضعف طرح : ..... ۲۳

بحث و نتیجه گیری (گزارش نهایی ) ..... ۲۳

پیشنهادات : ..... ۲۵

منابع ..... ۲۶

**چکیده :**

علی رغم فعالیت نهادها و ارگانهای فرهنگی همواره شاهد نادیده گرفته شدن برخی مخاطبان از برنامه ریزی های فرهنگی بوده ایم . این قشر یکی از مهمترین مخاطبان در حوزه ی فرهنگ یعنی دانش آموزان هستند که ضعف فرهنگی و کم توجهی به آنان می تواند آسیب های جبران ناپذیری بر رشد فرایند فرهنگ در جامعه در پی داشته باشد.در حال حاضر دانش آموزان مدارس در معرض فرهنگ بیگانه اند که با ورود تکنولوژی های جدید نیز این تاثیر پذیری دو چندان شده است. امروز دیگر سخن از دشمن پشت دروازه نیست؛ بلکه شرایط جدید حاکم بر روابط اجتماعی با تمام توان و امکان مرزها را درنوردیده و از دیوارها گذشته و به متن جامعه رسیده است .با توجه به تهدیداتی که در حوزه ی جنگ نرم وجود دارد ، مخاطبان دانش آموز همواره مورد غفلت برنامه ریزی فرهنگی واقع شده اند که جای آن دارد متولیان این حوزه جدی تر وارد این میدان خطیر شوند . چرا که در غیر اینصورت شاهد گسترش آسیب های اجتماعی در میان نوجوانان و دانش آموزان خواهیم بود.

همچنین در حال حاضر با کاهش سن آسیب پذیری در جامعه روبرو هستیم که جبهه ی مقابل برای جذب نسل جوان و سست کردن پایه های معرفتی آن با تمام توان به میدان آمده است.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

در این راستا اینجانب ..... پژوهش خود را در باره پدیده مد گرایی و راهکار های مقابله با آن در دانش آموزانم در نظر گرفته ام. امیدوارم مورد قبول همگان قرار گیرد.

**مقدمه**

رشد و گسترش شبکه های بین المللی اطلاع رسانی (ماهواره و اینترنت ) ،عملا زمینه دست یابی مردم به اطلاعات فراوان و متنوع را امکان پذیر کرده است . رسانه های خارجی با در هم شکستن مرزهای سنی و جنسی و با بهره گیری از تبلیغات ،تمایل روز افزون برای مصرف کالاهای خارجی را در بین گروههای مختلف ایجاد کرده اند. نظر به اینکه ترویج فرهنگ مصرف کالا های خارجی توسط رسانه های بین المللی اثر های ناگوار در بین نو جوانان به خصوص دانش آموزان به جای می گذارد ،مد گرایی و تجمل گرایی از عمده ترین پیامد های تبلیغات تجاری جهانی است .در شرایط کنونی ،مصرف بیش از حد کالاهای خارجی ،در اثر گسترش تبلیغات توسط تولید کنندگان بین المللی بری کسب سود بیشتر ،طرفداران بیشتری به خود معطوف کرده است و دانش آموزان نیز به تبعیت از جامعه و ساختار خانواده از این امر مبرا نخواهند بود .نفوذ تبلیغات در جامعه به گونه ای است که در بسیاری از خانواده ها خرید براساس نیاز و تقاضای کالا نیست و تبدیل به وسایلی برای برتری جویی و کسب شهرت شده ،مصرف صحیح و متناسب ،عقب افتادگی نام گرفته است . دانش آموزان نیز با تبعیت از این الگو در خانواده و جامعه ،به همان چیزی گرایش پیدا

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

خواهند کرد که در خانواده و جامعه رایج است . دسترسی به رسانه های فراملی در خانواده ،بستری منایب برای بهره گیری از تبلیغات کالاهای خارجی ،به ویزه توسط نوجوانان است ،به گونه ای که در بسیاری از موارد ،فرزند به دلیل عدم اجابت خواسته های کاذب و غیر منطقی اش با والدین در گیر می شود و چه بسا در بعضی مواقع برای دست یابی به کالای مورد نظر خود به ترفندهای مختلف نظیر دروغ گویی یا انواع کج رویها متوسل می شود . « نو جوانان عموما مصرف کننده اند ودر بازار یابی ،یکی از اصلی ترین مخاطبان تبلغات تلقی شده ،در بسیاری از تصمیم گیری های خانواده نقشی اساسی ایفا می کنند. » دامن زدن به کشمش بین والدین و فرزندان ،نه تنها بر سلامت افراد خانواده تاثیر منفی دارد ،بلکه در مراحل خاد به افت تحصیلی و گاهی فرار از خانه ،بروز رفتار های نابه هنجار و غیبت غیر مجاز از مدرسه خواهد شد . همچنین وابستگی عاطفی بین والدین و فرزندان را کم رنگ می کند .

**بیان مسئله**

پیشرفت تکنو لوژیک درعرصه ارتباطات ، در شکل گیری و ترویج فرهنگ وارداتی تاثیر گذار است . تبلغات گسترده کالاهای خارجی ،فقدان الگوی مناسب مصرف برای مردم ، کمبود آموزش های مناسب در رسانههای داخلی و مراکز آموزشی و زندگی تجملی برخی از خانواده ها ،در اثر نهادینه شدن فرهنگ وارداتی ،سبب شدهاست قشر نوجوان به سوی الگو های بیمار گونه و غیر واقعی سوق پیدا کند . روند تغییر الگوی مصرف در جامعه ،هشداری برای شکل گیری فرهنگ ابتذال در بین نوجوانان است . زیرا عاملی برای ترغیب مشتریان به مصرف کالاهای غیر ضروری محسوب می شود . تاثیر تبلیغات به گونه ای است که گاهی تولید کنندگان داخلی برای جلب رضایت مشتریان از بر چسب و نشانه های خارجی برای فروش کالاهای خود استفاده می کنند . و با تزریق این باور که تولید ات داخلی از کیفیت پایین برخوردار است ،جامعه را به

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

گرایش به سمت فرهنگ های فراملی ترغیب می کند و دانش آموزان نیز به دلیل عدم تجربه کافی از شیفتگان این دگرگونی به شمار می روند . مبلغان تجاری با معرفی کالا و خدمات خود ،رویا ها و شیوه های آرمانی زندگی را نیز در هم می ریزند .اهداف مبلغان ،انتقال اطلاعات و تغییر در رفتار افراد هر جامعه است . تغییر در رفتار مخاطبان موجب افزایش مصرف و سرگردانی افراد می شود ودانش آموزان نیز بیشتردر معرض این تغییر قراردارند ،زیرا با الغای باورهای کاذب و مشخص به دانش آموزان ،نگرش آنه را در باره کالاها به گونه ای تغییر می دهند که با اعتماد راسخ در پی گیری از آنه بر می آیند .دانش آموزان سرگردان برای رهایی از فشار های محیطی یا خانوادگی ،در اثر بر آورده نشدن توقعات کاذب ،نظیر لوازم تحریر و لباس تبلیغ شده در ماهواره و اینترنت ،به سوی آسیب های مختلف کشانده می شوند .مبلغان به عنوان الگوهای مرجع نوجوان قرار می گیرند و نگرش او را تحت تاثیر قرار می دهند .به عبارت دیگر ،تغییر در طریقه زندگی و شیوه های رفتاری ،عکس العمل مثبت به تبلیغات تجاری است .

**ارزیابی از وضع موجود**

اینجانب ..... در پست ..... در مدرسه ..... شهرستان..... هستم. و مدت سال است که در آموزش و پرورش مشغول خدمت هستم. پژوهش مورد نظر در پایه ی ..... این آموزشگاه روی ۳۰ نفر از دانش آموزان مدرسه ..... شهرستان ..... انجام گرفته است. دانش آموزان معمولا دارای والدینی تحصیل کرده و از نظر اقتصادی کمتر دچار مشکل هستند. اغلب اولیا به مسائل درسی فرزندشان بسیار حساسند و برای پیگیری و رفع ضعف درسی آنان زیاد به مدرسه مراجعه می کنند، در همین مراجعات گاهی شاهد ظاهر نامناسب برخی از مادران بودم که البته نمود این مدگرایی در

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

ظاهر و رفتار برخی دانش آموزان نیز مشهود بود. از این رو بر آن شدم تا با شناخت «مد» و «مدپرستی» و «جستجوی آن دسته از عوامل اجتماعی که در گرایش جوانان به مد و زمینه های ایجاد تهاجم فرهنگی تأثیردارد» قدمی هرچند کوتاه درجهت تغییرنگرش دانش آموزانم ایجاد کنم. مد پدیده ای است که از زمان پیدایش زندگی اجتماعی در روی این کره خاکی به انحاء مختلف مشاهده می شود. و از این پدیده در جهت پیشبرد اهداف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و دینی مورد بهره برداری قرار گرفته است. امروزه این روند با شدت و سرعت بیشتری ادامه دارد. در گذشته این پدیده بیشتر در محدوده قومی، قبیله ای، منطقه ای و ملی ادامه داشت. امروزه با گسترش وسایل ارتباطی اعم از وسایط نقلیه مانند ماشین، قطار و هواپیما و ... و رسانه های جمعی مانند رسانه های نوشتاری، صوتی، تصویری و الکترونیکی روابط ملت ها به نحو چشمگیری افزایش یافته است.

خسروی زاده ( ۱۳۸۷ ) استدلال می کند که امروزه گسترش وسایل ارتباطجمعی و فناوری‌های جدید رایانه‌ای، باعث شده تا جوانان و نوجوانان به رفتارها و هنجارهای متضاد با ارزش‌های جامعه خویش روی آورند؛ چرا که همراه کالای مُد شده، شیوه‌های رفتاری، هنجاری و ارزش‌های خاصی در بین جوانان و نوجوانان رونق و شیوع می‌یابد و مد عاملی برای انتقال هنجار و ارزشی از جامعه‌ای به جامعه‌ای دیگر می‌شود . خسروی زاده به نقل از قرایی مقدم این چنین بیان می کند که ایجاد نشاط و شادابی، بیرون آمدن از کسالت و یکنواختی و ارضای هیجان‌ها، از پیامدهای مثبت مد است و پیامدهای منفی مدگرایی نیز، متکی شدن شدید فرد به دیگران، حتی در تعیین افکار و اعمال، تاثیرپذیری از گروه های مختلف و خدشه‌دار شدن هویت فردی خواهد بود. مد به دلیل اینکه نوعی نوآوری محسوب می شود پیامدهای مثبتی به دنبال دارد، اما زمانی که مد با هنجارهای رایج در جامعه و فرهنگ آن در تضاد باشد، تنش به دنبال خواهد داشت و تنش در نهایت به فروپاشی هنجارهای مسلط یا جایگزینی ارزش‌ها و هنجارهای جدید می‌انجامد .

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

نتایج تحقیق باقری نژاد ( ۱۳۸۰ ) نشان می دهد که از بین عواملی که با مدپرستی رابطه معنی داری داشته اند، عبارت از رشته تحصیلی دانش آموز ، میزان مذهبی بودن دانش آموز می باشند. شکوهی ( ۱۳۸۸ ) استدلال می کند که هر مد، درواقع تابلوی تبلیغاتی یک فرهنگ یا خرده فرهنگ است.مسعودی (۱۳۸۸ : ۱۶ ) چنین اظهار می کند که بعضی افراد علت تقلید مد را جلب توجه و جذب افراد می دانند چون کمبود توجه و عقده روانی دارند وبا اینکار می خواهند خود را نشان دهند و بعضی ها نشان از پیشرفت و توسعه می دانند چون نمی توانند الگو و روش پیشرفت آنها را کسب کنند ادای آنها را در می آورند. در این دوران جدید به گفته "بوردیو" مصرف دیگر تنها ارضای یک دسته از نیازهای از نظر زیستی، ریشه دار نیست، بلکه متضمن نشانه ها، نمادها، ایده ها و ارزش ها است . همچنین به تعبیر "بودریار مصرف در دوران جدید روندی است که در آن خریدار کالا از طریق به نمایش گذاشتن کالاهای خریداری شده، به طور فعالی مشغول تلاش برای خلق و حفظ یک حس "هویت"است.

با توجه به تحقیقات و نظریات علمی، مد و مدگرایی یک پدیده اجتماعی است. تغییرات اجتماعی با مد آغاز می شوند؛ در ابتدا در مقابل مد مقاومت صورت می گیرد امّا چون مد مزایای جدیدی دارد مردم مخصوصاً نوجوانان و جوانان که هنوز ارزش ها و هنجارها کاملاً در آنها درونی نشده اند زود تر و سریع تر تحت تأثیر مد قرار می گیرند .

**اهداف پژوهش :**

**هدف اصلی :**

تغییر نگرش نادست دانش اموزان به فرهنگ مد

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

**اهداف فرعی :**

۱- بررسی علل مدگرایی در دانش اموزان

۲- پیشنهاد و انجام راه حلهایی جهت تغییر فرهنگ نادرس مدگرایی در دانش آموزان

**مقایسه با شاخص :**

در مقایسه با شاخص ، دانش آموزان باید به ارزشهای اسلامی و شئونات اسلامی احترام بیشتری گذاشته و از مدگرایی غربی بپرهیزند .

**جمع آوری اطلاعات**

به مد راه رفتن پدیده ای است که در جامعه ی ما وجود دارد و همه یا بیشتر نوجوانان و جوانان علاقه دارند مطابق مد راه بروند و یا حداقل از قافله مد عقب نمانند و بتوانند به روز باشند برای مثال وقتی وارد کلاس می شدم تعدادی از دانش آموزان با موهای ژل زده و گاهی آرایش خفیف در صورت در مقابلم می نشستند و در هنگام تدریس مدام خود را در آینه برانداز می کردند.در خارج از مدرسه نیز همین دانش آموزان را با پوشش نامناسب ( دیده شدن مو- آرایش صورت - ژل زدن موها همراه با مدل های مغایر شئونات دانش آموزی- گاهی شلوار تنگ و کوتاه و بدون جوراب) و در نهایت با چادرهای ملی تنگ و باریک یا چادر های بدن نما بسیار مشاهده می کردم.

**مبانی نظری و پیشینه پژوهش :**

**مبانی نظری :**

نظریه پردازانی چون زیمل و وبلن عامل ایجاد نوآوری را کشمکش های طبقاتی می دانند و معتقدند طبقه متوسط جامعه همواره در تلاش است به نوعی فاصله خود را با طبقه پایین جامعه از طریق مصرف

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

خودنمایانه و تظاهری حفظ کند. همچنین طبقه پایین جامعه نیز همواره در تلاش است که فاصله موجود با طبقه متوسط را کاهش دهد. بنابر این زیمل و وبلن تقلید در مد گرایی افراد را همواره عمودی تصور کرده و فرودستان جامعه را پیرو فرادستان جامعه می دانستند. حال اینکه این تئوری در جوامع جدید دچار نوعی تقلیل گرایی است. چرا که در دوران معاصر سرمایه داران و طبقه مرفه برای اقشار جامعه مرجعیت ندارند، بلکه عصر ارتباطات و رسانه، گروه های مرجع دیگری را در حوزه های ورزش، هنر، زیبایی و سیاست و .... به مردم معرفی نموده که حتی ممکن است از لحاظ مکانی فرسنگ ها با آنها فاصله داشته باشند. و حتی طبقه مرفه جامعه نیز از آنها پیروی کنند. ضمن اینکه در جوامع امروزی، مفهوم طبقه با دیدگاه مارکسیستی وجود ندارد، به این معنی که دیگر طبقات جوامع آنطور که مد نظر مارکسیست هاست، کشمکش و تضاد آشکار با هم ندارند و طبقات دارای مرزبندی های مشخص نیستند. لذا دیدگاه زیمل و وبلن، جایگاه خود را تا حدودی از دست داده اند. و کمتر مورد اعتنا قرار می گیرند. اما گرویدن طبقات پایین به سمت مصرف و تقلید از طبقات بالا ( گرایش به مد ) خود نشان از مرجع بودن این قشر برای قشر پایین جامعه است. نتیجه این کار تشویق گروه ها و اقشار جامعه به تقلید از قشر ثروتمند و مرفه جامعه است. این تقلید نیز خود نوعی از مرجعیت قشر مرفه در جامعه را نشان می دهد.

همچنین برخی از نظریه پردازان انتقادی مانند مارکوزه، نظام سرمایه داری را عامل مصرف گرایی و رواج مد در جامعه می دانند. بحث خرده فرهنگ های منحرف و مدگرایی نیز که توسط هبتیج مطرح و بررسی شده است نیز طبق تحقیقات انجام شده در ایران و همچنین تغییر کارکرد مد از نماد مقاومت سیاسی و اعتراض اجتماعی به مصرف گرایی در دنیای معاصر، رفته رفته جایگاه خود را در تبیین مدگرایی جوانان از دست داده است. به عبارت دیگر مد که به منظور نشان دادن اعتراض جنبش های اجتماعی در اروپا به وجود آمد، رفته رفته به ابزار مصرف گرایی تبدیل شد.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

اما مرتن در نظریه گروه مرجع خود که دارای برد متوسط است، اظهار می دارد که از نظر اجتماعی، افراد تحت تأثیر گروه هایی قرار می گیرند که به گمان آنها اهمیت زیادی دارند. انسان ها برای ارزیابی و داوری خود به گروه هایی مراجعه می کنند که چه بسا عضو آن نیستند. این گروه ها که به گروه های مرجع معروف اند، متولّی انتقال برخی هنجار ها و تأمین ملاک ها و معیار های لازم برای ارزیابی و محک زدن رفتار ها و باور ها ی افراد می باشند و به دلیل کارکردهایی که برای افراد و ساختار اجتماعی دارند، به عنوان الگوی ذهنی و عملی مورد توجه قرار می گیرند. فستینگر معتقد است هرچه اهمیت گروهی که مبنای مقایسه قرار می گیرد، بیشتر باشد فشار برای هم شکلی فرد با گروه بیشتر می شود. و هرچه انگیزه فرد برای مقایسه خود با گروه بیشتر باشد، تلاش بیشتری برای تغییر افکار و استعدادهایش برای هم شکلی با گروه خواهد کرد. بنابر این طبق نظریه فستینگر افکار و رفتار فرد در چارچوب روابط گروهی تحت تأثیر دیگران شکل می گیرد؛ و فشاربرای همشکلی درگروه به تغییرایده ها وعملکرد های اعضا منجر می شود. ( معید فر ، ۱۳۸۷ : ۱۳۷)

در این دوران جدید به گفته "بوردیو" مصرف دیگر تنها ارضای یک دسته از نیازهای زیستی ریشه دار نیست، بلکه متضمن نشانه ها، نمادها، ایده ها و ارزش ها است. همچنین به تعبیر "بودریار" مصرف در دوران جدید روندی است که در آن خریدار کالا از طریق به نمایش گذاشتن کالاهای خریداری شده، به طور فعالی مشغول تلاش برای خلق و حفظ یک حس "هویت[۳] "است. ( مسعودی فر ، ۱۳۸۸ : ۱۶ )

فرامرز رفیع‌پور ریشه مدسازی را در نابرابری‌های اجتماعی می داند(رفیع‌پور، ۱۳۸۰ : ۱۷۸) اسپنسر معتقد است مد بر عکس تشریفات موجب رقابت بین اشخاص طبقات بالاتر می‌شود و در واقع نوعی تقلید ناشی از رقابت است نه تقلید ناشی از پسند وستایش (پسندیده، ۱۳۷۴ :۳۶) و هومنز میگوید از میان اعمالی که شخص انجام می‌دهد، عملی که بیشتر به پاداش منجر شود احتمال تکرارش افزایش می‌یابد، لذا می‌توان

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

گفت که اگر چه شخص ممکن است در پی مدگرایی با گروه خود درگیر شود، ولی در میان همسالان خود مورد تشویق و تأیید قرار می‌گیرد و نیز در ارتباط با جنس مخالف به موفقیت رسیده و ارزش و منزلت خود را بالاتر می‌برد و چون این موفقیت‌ها در راستای مدگرایی صورت گرفته‌اند در نتیجه این عمل(مدگرایی) بیشتر تکرار می‌شود. ( خسروی زاده ، ۱۳۸۸ )

اگر مد گرایش به همسان‌شدن و منفردشدن، یعنی انگیزش تقلید و برتری بر دیگران را همزمان ابراز و بر آن تاکید می‌کند، پس شاید توجیهی باشد بر اینکه چرا زنان به‌طور کل اینچنین به مد علاقه‌مندند. به عبارت دیگر، ضعف جایگاه اجتماعی که زنان در قسمت اعظم تاریخ بدان محکوم بوده‌اند، موجب شده است تا آنان با آنچه «عرف و شایسته است» و با شکل وجودی رایج و مقبول رابطه نزدیکی پیدا کنند. چرا که فرد ضعیف از اتکا به خود در مواجهه با مسئولیت‌ها و اضطرارات و پذیرش فردیت اجتناب ورزیده و نمی‌تواند صرفا به کمک قوای درونی‌اش از خود دفاع کند. فقط شکل نوعی زندگی[۴] است که از او [ضعیف] پشتیبانی می‌کند و همین شکل، فرد قوی را از سوءاستفاده از نیروهای استثنائی‌اش مانع می‌شود. اما زنان تلاش می‌کنند که به میزانی از فردی‌شدن و متمایزشدنی دست یابند که هنوز در بنیان مستحکم عرف و سطح متوسط و عمومی زندگی برایشان امکان دارد. مد این ترکیب را به بهترین وجه ممکن برای آنها ارائه می‌کند ، از یکسو عرصه تقلید عمومی، شنا در عریض‌ترین جریان اجتماعی و برداشتن بار مسوولیت در انتخاب ذائقه و رفتار از دوش افراد است و از دیگر سو متمایزشدن، تاکید و آرایش فردی شخصیت است. ( زیمل ، ۱۳۸۶ )

کلمنز ( ۲۰۱۲ ) این نظریات را جمع بندی کرده اذعان می کند که «ایده مد به عنوان نتیجه مصرف انگشت نما به تئوریسین وبلن و تئوری او از طبقه مرفه برمی گردد که برای اولین بار در سال ۱۸۹۹ منتشر شد. در این مطالعه، وبلن از زندگی طبقات بالا انتقاد می کند . و نشان می دهد که مصرف خودنمایانه و اسراف نشانه ثروتمند بودن و پایگاه اجتماعی آنان است . ... جورج زیمل کمی بعد از وبلن در سال ۱۹۰۵ تئوریش

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

را منتشر کرد زیمل در این تئوری مد را به ساخت اجتماعی ربط می دهد. زیمل مانند وبلن از طبقه مرفه انتقاد نمی کند بلکه آنان بیشتر درآمد خود را با رفاه خودنمایانه ضایع می کنند. و او ترجیح می دهد که مفاهیم تمایز و ادغام اجتماعی را تبیین کند. ... برای هربرت بلومر، مد یک مکانیسم معینی برای ایجاد نظم در جامعه مدرن است. و از نویسندگانی که مد آرایش را محدود می کنند و یا آن را به عنوان یک چیز کم اهمیت اجتماعی ، نابجا و غیرمنطقی جلوه می دهند انتقاد می کند. ... به نظر بوردیو مد می تواند به عنوان کدی که اجازه می دهد تمایز اجتماعی را ، تفسیر شود. و نیرو های فعال مختلف در این شرایط برای کسب هویت اجتماعی و سرمایه فرهنگی آزمایش می شوند.»

به طور کلی بر اساس نظریه تمایز ثروتمندان و طبقات مرفه به دنبال تمایز هستند و مطابق نظریه همنوایی ، طبقات متوسط و پایین به دنبال همنوایی با طبقات بالا می باشند . و با توجه به نظریه مبادله دلیل همنوایی دستیابی به مزایای اجتماعی طبقات بالا می باشد.

**پیشینه پژوهش :**

با نگاهی به حیات اجتماعی بشر، روشن می‌شود که پدیده مد همیشه در تاریخ بشر بوده و منحصر به دوره معاصر نیست، با نگاهی به تاریخ ایران، در عصر سلطنت فتحعلی شاه و ناصرالدین شاه که پای ایرانیان به فرنگ باز شد، تا عصر رضا شاه، فصل متفاوتی در مدگرایی ایرانیان گشوده شد. از آن زمان که رضا شاه، نحوه و شکل لباس پوشیدن مردم ایران را تغییر داد، تاکنون، مُدهای مختلف در ایران رایج گردیده است. ( خسروی زاده ، ۱۳۸۸ )

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

مد یک نهاد اجتماعی است یعنی شبکه‌ای از روابط اجتماعی که متضمن ارزشها و هنجارهاست و نیازی را برآورده می‌کند، مدگرایی حاصل زندگی انسان معاصر نیست . بلکه در تمام دوران زندگی بشر بوده و هست و خواهد بود. ( حیدری ، ۱۳۷۶ )

نتایج تحقیق نشان می دهد که میزان سواد مادران ، میزان درگیری شغلی جوانان ، میزان رفاه اقتصادی خانواده ، میزان درگیری شغلی پدران ، میزان استفاده از رسانه‌هایی همچون تلویزیون و ماهواره ، میزان تعلق دینی بر مدگرایی تأثیر گذار هستند؛ و جنسیت پاسخ‌دهندگان ، سن پاسخ‌دهندگان ، سطح سواد پاسخ‌دهندگان ، سن والدین، سواد پدر ، درگیری شغلی مادربا مدگرایی آنان رابطه معنی داری وجود ندارد. ( خسروی زاده ، ۱۳۸۷ )

بسیاری از شرکت‌های تجاری و تولیدی برای اینکه تعدادی از مردم، محصولات نشان‌دار آنها را مصرف کنند، هزینه های هنگفتی می پردازند. برای نمونه، در ساخت فیلم‌ها و سریال‌ها و مسابقات ورزشی، به عنوان حامی مالی برخی اشخاص حقیقی و حقوقی سرمایه گذاری می‌کنند تا برای چند لحظه، نشان آن شرکت به نمایش درآید.جریان‌های فکری، بیشتر از راه مد و تبلیغ باورهای خاستگاه خود، حضور و گسترش می‌یابند. ( شکوهی ، ۱۳۸۸ )

بعضی افراد علت تقلید مد را جلب توجه و جذب افراد می دانند چون کمبود توجه و عقده روانی دارند وبا اینکار می خواهند خود را نشان دهند و بعضی ها نشان از پیشرفت و توسعه می دانند چون نمی توانند الگو و روش پیشرفت آنها را کسب کنند ادای آنها را در می آورند. (مسعودی ۱۳۸۸ : ۱۶ )

نتایج تحقیق باقری نژاد ( ۱۳۸۰ ) نشان می دهد که از بین عواملی که با مدپرستی رابطه معنی داری داشته اند، می توان به موارد ذیل اشاره کرد: رشته تحصیلی دانش آموز ، میزان مذهبی بودن دانش آموز، بعد

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

خانواده دانش آموز ، میزان مراجعه والدین به مدرسه،اعتراض والدین و اولیا مدرسه به شکل پوشش و سبک آرایش دانش آموزان، مرتبه شغلی پدر ، درآمد والدین، پایگاه اجتماعی والدین ، مدپرستی والدین .

معید فر ، ضمن تحقیقی در مورد مدگرایی ، چهار مؤلفه ی امور خانوادگی ، مدگرایی شخصی در حوزه بدن ، مدگرایی اندیشه ای و مدگرایی کنشی را تعیین کرده است و برای هرکدام از مؤلفه ها شاخص هایی مشخص نموده است که عبارتند از امور خانوادگی : روابط خانوادگی ، تفریح ، کالاهای مورد استفاده ، فعالیت های اوقات فراغت و غذا ) مدگرایی در حوزه بدن : مدگرایی در مو ، لباس ، آرایش و اندام ، مدگرایی در اندیشه : مدگرایی در عقیده ، مدگرایی کنشی : مدگرایی رفتاری می باشد . و متغیر وابسته مدگرایی است که برای سنجش آن ، میزان پیگیری فرد در باره ی آخرین نوع لباس ، آخرین نوع مدل مو ، آخرین نوع آرایش صورت ، آخرین نوع وضعیت اندام ، آخرین نوع تفریح و فعالیت های اوقات فراغت ، آخرین نوع روابط خانوادگی ، آخرین نوع خوراک و آخرین نوع عقاید افراد ، آخرین نوع عمل و سلوک افراد یا گرو ههای مرجع و نیز میزان پیروی فرد از این الگوها بررسی می شود. معید فر ( ۱۳۸۶ : ص ۷ )

از نظر حیدری نیز شاخص پیروی از مد ، مصرف کالا ، فکری و رفتاری در این تحقیق شاخص پیروی از مد ، از تلفیق چهار متغیر آگاهی از مد روز ، مدت زمان پیروی از مد ، تبعیت از گروه های مد گرا و علت پیروی از مد ساخته شده است. ( حیدری ، ۱۳۸۷ : ۸۷ )

شجاعی زند ( ۱۳۸۴ ) طی مقاله ای تحت عنوان « مدلی برای سنجش دینداری در ایران » ابعاد دین را از دید گاه جامعه شناسان و روانشناسان مورد بررسی قرار داده و در نهایت سه وجه ( معرفتی ، عاطفی ، عملی ) برای دین تعیین نموده و معید فر ، ضمن تحقیقی در مورد مدگرایی ، چهار مؤلفه ی امور خانوادگی ، مدگرایی شخصی در حوزه بدن ، مدگرایی اندیشه ای و مدگرایی کنشی را تعیین کرده است و برای هرکدام از مؤلفه ها شاخص هایی مشخص نموده است که عبارتند از امور خانوادگی : روابط خانوادگی ، تفریح ،

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

کالاهای مورد استفاده ، فعالیت های اوقات فراغت و غذا ) مدگرایی در حوزه بدن : مدگرایی در مو ، لباس ، آرایش و اندام ، مدگرایی در اندیشه : مدگرایی در عقیده ، مدگرایی کنشی یا مدگرایی رفتاری می باشد .

**راه حل های پیشنهادی:**

تألیف کتاب های مفید و مورد احتیاج جوانان با نظر به مسائل روز و سبک نوین , می تواند مفید و سازنده باشد, همان گونه که مرحوم شهید مطهری در جبهه فرهنگی برای دفاع از فرهنگ اصیل اسلامی به چنین کاری دست زدند . دومین راه مقابله با تهاجم فرهنگی , نظارت عمومی است ,که دین آن را امر به معروف و نهی از منکر نامیده است. تشکیل جلسات مذهب در مساجد, پایگاه های مقاومت و تکایا و آشنا کردن جوانان با قرآن , معارف اسلامی , تاریخ انبیا و امامان می تواند عامل مهمی در مقابل با تهاجم فرهنگی به حساب آید. از دیگر راه های مقابله با تهاجم فرهنگی استفاده از هنر مخصوصا فیلم و تئاتر است . از آن جا که نماز نقش بسیار مهمی در دوری انسان از فساد و تباهی دارد, می تواند یکی از راه های مقابله با تهاجم فرهنگی به حساب آید .از دیگر راهکار ها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

برگزاری شورای آموزگاران و مشورت با همکاران

تهیه و ارائه‌ی پرسش‌نامه به دانش‌آموزان.

مشورت با افراد متخصص در این زمینه

بررسی راه‌کارها ارائه شده و انتخاب بهترین راه

مطالعه کتب، مجلات، پایان‌نامه‌های مرتبط با موضوع و سرکشی به سایت‌های مختلف

مشاهده رفتار دانش‌آموزان

www.asemankafinet.ir

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

برگزاری جلسات هم‌اندیشی

**انتخاب راه جدید به طور موقت:**

بدیهی است که شکوفایی یک رویکرد جدید در مدرسه، مستلزم اندکی تمرین و بردباری است. اما از آنجایی که راهبردهای آموزشی اثر بخش بریافته های علمی و تجربه های عملی و مکتب رفتارگرایی و شناختی متکی هستند، می توان از آن به عنوان رویکردی مناسب و اطمینان بخش در آموزش مفاهیم استفاده کرد. چه بسا، بسیاری از ما در مدرسه همیشه به دنبال راهی نو برای تغییر روش های خود هستیم. اما آیا هیچ وقت سعی کرده ایم این تغییر را در خودمان ایجاد کنیم و آن را در جهت بهبود وضعیت مدرسه استفاده کنیم؟ بعد از اینکه دلایل به وجود آورنده را تجزیه و تحلیل کردم، سعی کردم تا تعدادی از راه حل های مورد نظرم را در کلاس درس اجرا کنم. سعی کردم راه حل های خود را بیشتر حول محیط آموزشگاه و کلاس درس و تکیه بر آموزه های دینی و مذهبی قرار دهم تا نتایج بهتری را به دست آورده و کمتر به خطا بروم. البته در انتخاب راه حل باید از مدیر آموزشگاه و دیگر همکاران نیز کمک می گرفتم تا من را در اجرای صحیح راه حلها یاری دهند. مدیرآموزشگاه در مورد تشویقها و تنبیهات به موقع و به جا و همچنین کمک به برگزاری جلسات مکرر با والدین دانش آموزان در مورد رفع مسائلی که مربوط به محیط خانوادگی بچه ها بود به من قول مساعدت و همکاری دادند. حالا من می توانستم با صبر و حوصله بیشتر به انتخاب راه حل برای بقیه مشکلات بپردازم. راه حل های پیشنهادی خود را با دیگر همکاران در مدرسه وسرگروهای دروس در گروه های آموزشی منطقه در میان گذاشتم و در مورد آن با ایشان نظرخواهی کردم و خوشبختانه همگی نظر مساعد خود را اعلام کردند.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

**اجرای راه حل ها:**

ارائه دیدگاهی مثبت از حجاب متاثر از نظرات مراجع تقلید ، خاصه حضرت امام(ره) و شهید والا مقام آیت الله مطهری این فعالیت در قالب مسابقات کتابخوانی ، مطالعه و تحقیق با عنوان پوشش برتر ارائه گردید تا تواند آگاهی و دانسته های دانش آموزان را تحت تاثیر قرار داده و ارتقا دهد . درجلسات پرسش و پاسخ که در مدارس برگزار می گردید ، فلسفه حجاب ، دلایل مد گرائی و چگونگی ایجاد مد ، اهمیت مد ، فلسفه پوشش وچگونگی پوشش توضیح داده می شد و شبهات دانش آموزان مورد توجه و اصلاح قرار می گرفت و به سئوالات آنان در محیطی عاطفی و صمیمی پاسخ داده می شد . در جلسات آموزشی و توجیهی مدیران و مربیان پرورشی به توجه در ارائه الگو ها، نحوۀ برخورد و تبیین مسائل بدون هر گونه برخورد منفی و زننده تذکر داده می شد و از آنان بعنوان یاوران این طرح درخواست ساعدت میگردید.در برخوردهای فردی نیز ، صاحبان پوشش نامناسب در محیطی امن و صمیمی به چرائی رفتار و تاثیرات نامناسب پوشش ناقص خود ، واقف می شدند و برای گسترش این فرهنگ به مدد ما می آمدند . البته این تذکرات و توجیهات با برنامه ریزی قبلی و پس از ایجاد صمیمیت و تعاملات عاطفی صورت می گرفت.

**دیگر راهکار های بکار گرفته شده در این باره عبارت بودن از :**

جان واتسون (۱۹۲۰) می گوید:«یک دوجین نوزاد سالم و شرایط خاصی که مورد نظر من است، به من بدهید تا آنها را بزرگ کنم. من تضمین می دهم که هر کدام را به طور اتفاقی انتخاب و برای تخصص خاصی مانند پزشکی، وکالت، هنرمندی، بازاریابی و حتی دزدی و گدایی، تربیت کنم با صرف نظر از استعداد، تمایل، توانایی ، شغل دلخواه و آمادگی فردی آن فرد». این جملات به روشنی نشان میدهد که آن ها انسان را قابل تبدیل به هرآن چه آموزش گران بخواهند، می دانند. این خواسته ، بدون هر گونه بستگی به خواسته فرد، از راه مدیریت محرک و پاسخ ها برای فرد قابل حصول است. انسان چون جعبه سیاهی است که معلم

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

باید جریان آموزش را برای او طراحی و اجرا کند. پس مربی باید به مباحث و کاری که می خواهد انجام دهد تسلط کامل داشته باشد.

۱-الگو قرار دادن رفتار های خودم و دانش آموزان خوب آموزشگاه:

در پرورش و شکوفایی استعدادهای انسان ها، عوامل متعددی دخالت دارند، مانند والدین، مربیان و معلمان ، برنامه های آموزشی و تربیتی و روش ها و الگوها، الگو و نمونه که در تعبیر تربیت دینی ما و در قرآن کریم از آن به نام اسوه یاد شده است تاثیر بسزایی در ساختار و شکل گیری شخصیت افراد و رشد و شکوفایی توانایی های بالقوه آنها دارد. همان گونه که هنرمند برای طرح و خلق اثر هنری به الگو و نمونه مشخصی نیاز دارد. انسان نیز برای شکل دادن به شخصیت خویش، به الگو احتیاج دارد تا ساختمان اخلاقی، فکری و شخصیتی خویش را مطابق آن بسازد. البته نیاز به اسوه و الگو همگانی است، ولی بین دانش آموزان این نیاز بیشتر و مهم تر است، چون آنها بیشتر از دیگران به الگوها می اندیشند و به کمال و ترقی بیشتر علاقه مندند. تعابیر قرآنی نیز تصریح بر این دارد که انسان برای کمال خویش باید سراغ«اسوه و نمونه های برتر» برود. در این دوره گرایش غالب دانش آموزان به صمیمیت، شجاعت، زیبایی، ایمان، سواد و دانش، هنر و استقلال فردی است. لذا در هر کس این صفات را به صورت بارز و مشخص تر ببینند به او علاقه مندی نشان می دهند. این نکته را نیز باید یادآور شد که الگو نباید شخصیتی خیالی و توهمی باشد که نتوان به او رسید، بلکه الگوهای مناسب بسان قله های بلند و رفیع هستند که روح را برای صعود و اوج گیری فرا می خوانند و نیروهای آشکار و پنهان دانش آموزان را برای دست یابی به آن متمرکز می کنند. من نیز اولین قدم در اجرای طرح را ایجاد صمیمت و نزدیکی با دانش آموزانم و الگو قرار دادن رفتارهای خودم برای ایشان قرار دادم. من سعی کردم تا در رفتارهای خودم، صبوری، سعه صدر، غم خواری در تربیت ایشان، نرمی در سخن، پایبندی به گفتار خویش، حسن خلق و رعایت ادب و احترام و ... را رعایت کنم و آنها را از این نکته

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

مطمئن سازم که من به حرفهایی که می زنم کاملاً اعتقاد دارم. از طرفی با ایشان رابطه ای دوستانه و صمیمی ایجاد کردم. همیشه چند دقیقه ای از وقت کلاس را با آنها صحبت می کردم، خاطراتی از زمان تحصیل و کودکی و نوجوانی خودم تعریف کرده و یا با بیان یک داستان کوتاه اخلاقی برای ایشان انگیزه ابراز وجود ایجاد می کردم. به آنها کاملاً فهمانده بودم که من هم یکی مثل شما هستم و از نیازها و مشکلات شما کاملاً آگاهی دارم و قصدم فقط کمک به شماست تا در آینده نه چندان دور رفتارهای شما مایه سربلندی من، خودتان و خانواده هایتان باشد و بتوانید مادران آگاهی برای فردا، باشیدیکی دو نفر از دانش آموزان کلاس خودشان و آموزشگاه را مثال زدم که رفتارهای بسیار خوب و شایسته ای داشتند از بچه ها خواستم تا رفتارهای ایشان را برای خود الگو قرار دهند و از رفتارهای خوب آنها البته با بهره گیری از نیروی فکر و اندیشه خودشان در جهت تغییر رفتارهای خود ،بهره بگیرند. البته چون دختران در این سن دارای حس حسادتی قوی هستند و این امکان وجود داشت که این حس در آنها رخنه کند و علاوه بر آن ، آن دانش آموز هم احساس برتری کاذبی را در خود ایجاد کند. این عمل را به صورت یک مسابقه در کلاس اجرا کردم و بعد از گروه بندی ایشان گفتم هر گروهی که بتواند در انجام کارهای خوب و رعایت ادب و انجام رفتارهای شایسته از بقیه گروهها پیشی بگیرد و تعداد امتیازهای مثبت خود را افزایش دهد، به عنوان گروه برتر انتخاب و معرفی خواهد شد و در نهایت مورد تشویق قرار خواهد گرفت.

۲- استفاده از آموزه های دینی و مراجعه به آیات ، احادیث و روایات : امام صادق (ع) فرموده اند: «من قرا القرآن و هو شباب مومن اختلط القرآن بلحمد و دمه » آن وجود شریف به خوبی تبیین می فرماید: که اگر آموزه های دینی و قرآنی در جوانی در ذات و گوهر وجودی نوجوان قرار گیرد، آن گونه نهادینه و تثبیت می شود که در گوشت و خون جوان آمیخته می گردد، آمیختگی که به دنبال آن ثبات در دین و پایداری در ایمان را به دنبال دارد. بنابراین اگر ما حساسیت این مقطع سنی را درک کنیم، از این فرصت به عنوان یک

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

فرصت طلایی در بهره گیری از آن همت ویژه ای را به کار خواهیم بست . تقریباً ۱۲ سال از زندگی یک فرد ایرانی در محیط مدرسه سپری می شود. یعنی با شاخص متوسط عمر یک ایرانی (۶۵ سال) یعنی ۱۸٪ عمر مفید. نگاهی کوتاه به فرایندهای آموزشی در موضوع آموزه های دینی در مدارس و شیوه های انتقال آن نشان می دهد که ما، در این مبحث کمترین توجه را به مدارس داشته ایم و اگر اقداماتی انجام داده ایم ، کافی و پاسخگو و انسان ساز نبوده است متاسفانه مسئله ای که نمود آن کاملاً در کلاس من مشخص و چشمگیر بود عدم وجود اعتقادات دینی و تربیتی کافی در این سن بود. مسائل ارزشی مثل رعایت واجبات دینی خشکیده و به آن کم توجهی شده بود. وجود شبکه های ماهواره ای در بیشتر خانه ها حتی باعث فراموشی بسیاری از مناسبت ها شده بود. همیشه سعی می کردم در خواندن نماز پیش قدم باشم تا بچه ها به دیدن من و بقیه همکاران انگیزه ای برای خواندن نماز داشته باشند. باور کنید معنویت آن نمازخانه کوچک از یک مسجد هم بیشتر می شد وقتی بچه ها با علاقه برای شرکت در نماز حاضر می شدند.

۳- تهیه یک تابلوی کوچک برای کلاس های درس که آن را در کنار تخته کلاس نصب کردم و از بچه ها خواستم تا به ترتیب روزی یک نفر مسئولیت نوشتن یک حدیث یا آیه تربیتی را روی آن بر عهده بگیرد. و همیشه قبل از شروع درس با هم حدیث یا آیه را می خواندیم و به کسانی هم که آنها را حفظ می کردند امتیاز ویژه ای تعلق می گرفت. همین موضوع علاوه بر تاثیر مثبتی که بر اخلاق و رفتار ایشان داشت باعث شد ایشان به حفظ حدیث علاقه مند شوند و بیشتر آنها در مسابقات قرآن و حدیث در منطقه شرکت کردند و نتایج بسیار خوبی هم کسب کردند. در کنار این مسائل از مدیر آموزشگاه خواستم تا در صورت امکان بیشتر مراسمات مذهبی را در محیط مدرسه اجرا کند و خودم هم جهت اجرای مراسمات و کمک به ایشان در آماده کردن محیط و یا خرید وسایل پیش قدم شدم. مراسمات ماههای محرم و صفر، برگزاری اعیاد و عزاداری ها و ... در آموزشگاه کوچک ما برگزار می شد و تاثیر بسیار خوبی در اخلاق بچه ها داشت.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

۴- تشویق از دانش آموزانی که همکاری خوبی در پیشگیری از مدگرایی داشتنددر هنگام اجرای طرح و از ابتدای آن بیشتر بچه ها همکاری خوبی داشتند و سعی در تغییر رفتارهای خود می کردند.به طوری که تغییرات از همان ابتدا در بعضی ها کاملاً نمود داشت. من نیز سعی کردم تا رضایتم را نشان دهم و با رفتارهای خود موجب ایجاد انگیزه و تداوم رفتارها باشم.

**ارزیابی بعد از اجرای طرح**

توجه و دقت دانش آموزان به درس در کلاس بیشتر شده و با علاقه ی بیشتری به مطالعه دروس می پردازند و سطح نمرات آنها افزایش یافته بود. باشنیدن صدای زنگ نماز اکثر دانش آموزان به نمازخانه می رفتند و حتی گاهی برای انجام این فریضه اشتیاق زیادی نشان می دادند و قبل از زنگ نماز برای مقدمات این فریضه اجازه می خواستند. در اواخر ساعت حضور در مدرسه تعداد دانش آموزانی که به تغییر در ظاهر خود فکر می کردند کمتر شده بود و بیشتر از هد بند های ساده ای که از طرف مدرسه به عنوان هدیه دریافت کرده بودند، استفاده می کردند. در خارج از مدرسه نیز رعایت شئونات و اخلاقیات اسلامی بین دانش آموزان بیشتر به نظر می رسید و رفتارهای جلف کمتر دیده می شد.

نقاط قوت طرح :

۱- همکاری مناسب دانش آموزان

۲- رعایت شئونات اسلامی توسط دانش اموزان

۳- علاقمند شدن دانش آموزان به حجاب و نماز

www.asemankafinet.ir

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

**نقاط ضعف طرح :**

همکاری نکردن والدین دانش آموزان

**بحث و نتیجه گیری (گزارش نهایی )**

بعد شناختی باور های دینی بیشتر جنبه عقلانی دارد و انسان در پاسخ به این سؤال که از کجا آمده ام ؟ آمدنم بهر چه بود ؟ به بعد شناختی دین دست پیدا می کند. و با دستیابی به بعد شناختی دین ، ابعاد عبادی، اجتماعی، اخلاقی ساخته و پرداخته می شود؛ هر ارزشی که در جامعه ابداع می شود برای حفظ و گسترش آن،هنجار های جدیدی شکل می گیرد تا آن ارزشها در جامعه درونی شوند. و معمولاً ارزش ها و هنجار هایی که مغایر با این ارزش ها و هنجار ها هستند مقابله می شود. بنابر این مد های جدید که با خود ارزش ها و هنجارهای جدید و مغایر با ارزشهای دینی به ارمغان می آورند؛ باور ها و اعتقادات دینی مردم به عنوان سدّی عمل نموده و از ورود و گسترش مد های جدید مبتذل ممانعت به عمل می آورد.

بین باورهای دینی و ابعاد آن با مدگرایی رابطه معکوس وجود دارد و با توجه به نتایج به دست آمده مقدار مجذور آر تنظیم شده نشان می دهد که مدل مورد استفاده ۲۵٪ تغییر در مدگرایی را به حساب آورده است.

باور های دینی با هدایت کنش انسان خواست ها، رفتار ها و اندیشه انسان را تحت تأثیر قرار می دهد. به این ترتیب نوع و میزان مصرف پیروان خویش را تعیین می کند. البته باورهای دینی خود تحت تأثیر نظام های اقتصادی و فرهنگی می باشد. کشوری که دارای نظام اقتصادی سرمایه داری است و همه چیز را در سود و ثروت می بیند یقیناً در باور های دینی آن جامعه تأثیر منفی خواهد گذاشت.

با توجه به تحقیقات و نظریات علمی، مد و مدگرایی یک پدیده اجتماعی است. تغییرات اجتماعی با مد آغاز می شوند؛ در ابتدا در مقابل مد مقاومت صورت می گیرد امّا چون مد مزایای جدیدی دارد مردم مخصوصاً

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

نوجوانان و جوانان که هنوز ارزش ها و هنجارها کاملاً در آنها درونی نشده است زود تر و سریع تر تحت تأثیر مد قرار می گیرند. مد پدیده ای اجتماعی است که می تواند هم در جهت تقویت و هم در جهت تضعیف باور های دینی عمل نماید. به این ترتیب باید مد هایی ابداع نمود که باورهای دینی را از طریق آنها تقویت و رشد و توسعه داد.

با توجه به یافته های تحقیق باور های دینی و مدگرایی رابطه متقابل معکوسی با یکدیگر دارند و افزایش یکی موجب کاهش دیگری می شود. انسان به دلیل نوگرایی، همنوایی، خودنمایی، خودخواهی، خود کم بینی، منزلت اجتماعی، پیوند با طبقه اجتماعی یا گروهای مرجع، تمایز یابی به مد روی می آورد. سرمایه داران و تولید کنندگان به شکل های مختلف کالاهای تولیدی خود را مد کرده و در این راه از همه امکانات لازم و مفید سود می جویند. در حالیکه دین پیروان خود را ملزم به ارزش هایی می کند که در جهت عکس ارزش های مدگرایی می باشند؛ دین مخالف خودنمایی، خودبرتربینی، تکبر، اسراف و سودجوئی است و انسان ها را به تواضع، فروتنی، همدلی، ایثار و فداکاری دعوت می کند به این ترتیب با رواج ارزش های دینی گرایش به مد کاهش می یابد.

رسانه های جمعی مخصوصاً تلویزیون، ماهواره، اینترنت و مجلات حتی کتاب های آموزشی و کمک آموزشی از ابزارهای اصلی رواج مد های جدید می باشند. و در این میان انسان هم به عنوان ابزاری در جهت ترویج و تبلیغ مد های جدید مانند عروسک خود را به شکل های مختلف به نمایش می گذارد. برای اینکه مردم از مد استفاده نمایند کالا ها را از حالت کالایی در آورده به صورت ارزش قلمداد می کنند و به طوری که هر کس از کالا های مد شده استفاده نماید آن به ارزش کالای استفاده شده منتسب می گردد. به این ترتیب کالا ها از حالت اشیاء که تأمین کننده نیازهای انسانی بوده خارج شده و به حالت نمادی در جهت شخصیت، منزلت و طبقه اجتماعی افراد در می آید.

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

دین از جمله نهادهایی است که انسان را به ارزش های انسانی فرا می خواند و به این ترتیب اهداف دینی با اهداف سرمایه داری مغایر می باشد و در جهت تضعیف یکدیگر گام برمی دارند. کشورهای سرمایه داری به خاطر رسیدن به اهداف شان دین را از صحنه های زندگی اجتماعی بیرون می رانند. بر اساس نتایج تحقیقات افزایش دینداری، موجب کاهش مدگرایی می شود. با توجه به یافته های تحقیق موارد زیر توصیه می گردد در صورت امکان مورد عنایت قرار گیرد.

**پیشنهادات :**

- با تقویت بنیه های اعتقادی ، گرایش دانش آموزان به مد های مبتذل کاهش پیدا کند.

- با انجام عبادات، میزان گرایش دانش آموزان به مد های مبتذل سیر نزولی پیدا می کند.

- با رواج ارزش های دینی و ملی از طریق رسانه ها از گسترش مد های غیر دینی و غیر ملی جلوگیری می شود.

- طرز استفاده صحیح و آگاهانه از رسانه های جدید به دانش آموزان در مدارس آموزش داده شود.

- بهتر است به محققان و کارشناسان فرصت داده شود تا مد ها و سبک های زندگی جدیدی متناسب با ارزشها و فرهنگ ملی ابداع شده و در بین مردم رایج گردد. با توجه به یافته های پژوهش پیشنهاد می شود در صورت امکان موضوعات زیر مورد تحقیق قرار گیرد .

- بررسی محتوای برنامه های تلویزیون در ارتباط با مدگرایی

- بررسی راه های عملی کاهش مدگرایی در جوانان

**این فایل فقط برای مشاهده می باشد . برای خرید فایل ورد و قابل ویرایش این گزارش تخصصی به سایت علمی و پژوهشی آسمان مراجعه کنید** www.asemankafinet.ir

**منابع**

- انبارکی ، میترا ، جوانان و مد در ایران ( ۱۳۸۹ )، مجله اینترنی فصل نو،( ۱۳۸۹ ) ، سال پنجم، شماره ۵۴ ، ص ۱۶

- باقری نژاد ، مرتضی ( ۱۳۸۰ ) بررسی جامعه شناختی مدگرایی دانش آموزان پایه های دوم و سوم دبیرستانهای پسرانه شهر کرمان ، پایان نامه کارشناسی ارشد ،سال ۱۳۸۰ ، دانشگاه شهید با هنر کرمان

- حسینی شاهرودی ، سید مرتضی (۱۳۹۰ ) ،ابعاد دین

- حیدری ، محمدرضا ( ۱۳۷۶ ) پژوهشی در پدیده مدگرایی جوانان ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، سال ۱۳۷۶ ، دانشگاه فردوسی مشهد

- خسروی زاده، ادریس( ۱۳۸۷ )، بررسی جامعه شناختی مدگرایی .

- سراج زاده سید حسین ( ۱۳۸۷ )، بررسی رابطه دینداری با احساس آنومی و کجروی در میان نمونه ای از دانشجویان، مجله مسائل اجتماعی ایران، سال ۱۶ ، شماره ۶۳ ، ص ۶۳

- سیف ، علی اکبر ( ۱۳۷۸ )، روشهای اندازه گیری و ارزشیابی، تهران، چاپ نیل

- شایان مهر، علیرضا ( ۱۳۷۷ )، دایرۀ المعارف تطبیقی علوم اجتماعی، جلد اول، تهران، نشر کیهان،

www.asemankafinet.ir