سبک سرگرمی

به راستی تاکنون فکر کرده‌اید معنای نوشته‌های روی این مانتوها چیست؟ آیا تاکنون کسی به محتوا و معنای این نوشته‌ها فکر کرده است؟ آیا بانوانی که این نوع مانتوها را می‌پوشند تاکنون فکر کرده‌اند که این نوشته‌ها چه معنا و محتوایی می‌تواند داشته باشد؟ برخی از بانوان بدون دانستن ترجمه دقیق این نوع مانتوها، از آن استفاده می‌کنند

دنباله مانتوهای جدید بازار در دست چه کسانی است؟

دفتر مشق فرهنگ غرب بر قامت زنان ایرانی!

مهدی ارجمند

انگار دیگر باید عادت کرده باشیم. مدل‌های جدید لباس پوشیدن‌ها در جامعه را می‌گویم. هر روز شاهد ورود یک مدل جدید از نوع پوشش در بین آقایان و خانم‌ها هستیم و هنوز مسئولان فرهنگی و متولیان برخورد با نوع پوشش زننده در گیرودار حل و رفع این نوع از پوشش هستند که به یک‌باره شاهد ظهور و بروز نوع دیگری از پوشش و ظاهر شدن برخی از خانم‌ها و آقایان با پوشش و لباس ناهنجار دیگری هستیم. در این میان با توجه به حساسیت حضور بانوان در جامعه نوع پوشش آنان از اهمیت بیشتری برخوردار است و ورود مانتوها و لباس‌های زنانه به طور حتم باید با وسواس و دقت نظر بیشتری پیگیری شود. با این حال بعد از ورود انواع مانتوهای ناهنجار در سال‌های گذشته حالا هر روز شاهد ورود نوع جدیدی از پوشاک ناهنجار برای بانوان هستیم که در سایه غفلت مسئولان فرهنگی و مدیران متولی حوزه حجاب و عفاف رخ می‌دهد. موضوع ساماندهی پوشش و معرفی و تبیین نوع خاصی از مد و پوشش برای بانوان و آقایان در جامعه چندین سال است که در کشور مطرح است و حتی تاکنون از سوی نهادها و دستگاه‌های مختلف نشست‌ها و جلسات متعددی نیز برگزار و طرح‌ها و نظرات گوناگونی نیز ارائه شده است. با این حال و به رغم عضویت ده‌ها دستگاه مختلف در کمیته عفاف و حجاب شاهد کم‌کاری دستگاه‌های دولتی و متولیان حوزه عفاف و حجاب و نیز مسئولان انتظامی در این خصوص هستیم.

از مانتوهای شیشه‌ای تا دفتر مشق

هنوز مدتی از ورود مانتوهای شیشه‌ای به بازار نگذشته است که شاهد ورود مانتوهایی با نوشته‌های انگلیسی با کلمات و جملات نامتعارف در بازار لباس بانوان هستیم. مانتوهایی که بیشتر شبیه تخته سیاه یا بهتر بگوییم بعضی‌هایشان شبیه دفتر مشق هستند که پشت آن‌ها پر شده است از نوشته‌های مختلف به زبان انگلیسی که خود همین ترویج زبان انگلیسی می‌تواند مروج فرهنگ غربی باشد.

نوشته‌هایی با زبان انگلیسی و با معنایی کاملاً بی‌محتوا که گاه حتی معنای ناهنجار نیز می‌دهد و افراد بدون اطلاع از معنی و محتوای نوشته‌های پشت مانتو آن را خریداری می‌کنند.

یادم هست چندی پیش برخی از بانوان خوش‌سلیقه ایرانی دست به طراحی و تولید مانتوهایی زدند که منقش به اشعار حافظ و سخنان ادبی بزرگان بود که البته با خطی بسیار زیبا و به صورت نستعلیق و با استفاده از تکنیک خوشنویسی نوشته شده بود.

خوب یادم هست زمانی که این مانتوها طراحی و تولید شد استقبال اندکی از این نوع مانتوها که کاملاً هم اسلامی بود صورت گرفت به گونه‌ای که شاهد توزیع اندک این مانتوها در بازار بودیم.

این در حالی است که همان زمان هم برخی از افراد نسبت به ورود این نوع مانتوها به بازار اظهار نگرانی کردند و با این بهانه که این نوع مانتوها می‌تواند بیشتر باعث جلب نظر شود با توزیع و ورود این نوع مانتوها مخالفت کردند.

بی‌مهری به لباس‌های منقش به عکس شهدا

قصه زمانی دردمندتر می‌شود که هنوز بی‌مهری‌های مسئولان و متولیان حوزه فرهنگ به طراحان یا تولیدکنندگان تیشرت‌های منقوش به نقش شهدا و سرداران بزرگ انقلاب و نوشته‌های ارزشی را فراموش نکرده‌ایم. اگر یادتان باشد همین چند سال پیش چند جوان خوش‌فکر ایرانی تیشرت‌هایی را طراحی کردند که بر روی آنها عکس سرداران بزرگ و شهدای انقلاب اسلامی از شهید همت گرفته تا شهید کاوه و برونسی، خرازی و حتی حاج‌احمد متوسلیان و شهدای هسته‌ای نقش بسته بود یا جملات ارزشمندی مانند «من هم یک دانشمند هسته‌ای هستم» بر روی آنها نوشته شده بود که متأسفانه از این کار بسیار خوب و ارزشمند حمایت نشد.

قانون ساماندهی مد و لباس در کما

گلایه‌های مذکور به جای خودش باقی است که شاهد ظهور و بروز لباس‌هایی عجیب و غریب در حوزه پوشش بانوان و آقایان هستیم. این همه در حالی است که کارشناسان اعتقاد دارند لباس هر انسان معرف شخصیت وی است و به نوعی لباس شناسنامه هویتی فرد است و از روی لباس پوشیدن می‌توان به شخصیت فرهنگی هر فرد پی برد.

با این حال این روزها شاهد فروش لباس‌های مردانه و زنانه با مدل‌های عجیب و غریب در بازار خصوصاً بازار پایتخت هستیم.

در این میان مانتوهای شبیه تخته سیاه در بازارهای کلانشهرهایی مانند تهران به وفور یافت می‌شود و بر تن بانوان تهرانی مانتوهایی را می‌بینیم که بیشتر شبیه یک دفتر یادداشت است. مانتوهایی که قطعاً زیبنده یک بانوی باfرهنگ ایرانی که طراحی و مدل لباس در کشور او قدمتی چند هزار ساله دارد، نیست.

تمام این موارد در حالی مطرح می‌شود که در اجرای اصل یکصد و بیست‌وسوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، نمایندگان مجلس شورای اسلامی (مجلس هفتم) در جلسه علنی خود در تاریخ ۱۲ دی‌ماه ۱۳۸۵ طرحی را با عنوان «ساماندهی مد و لباس» تصویب کردند که پس از تأیید شورای نگهبان به صورت قانون ساماندهی مد و لباس جهت اجرا به دولت تقدیم شد. این قانون که مشتمل بر ۱۱ ماده و سه تبصره است، پس از ارسال به دولت مورد توجه رئیس‌جمهور وقت قرار گرفت و در نامه‌ای پیوستی به وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی، این قانون را برای اجرا ابلاغ کرد. اما این گونه به نظر می‌رسد که این قانون بعد از گذشت حدود ۹ سال از تصویب آن، چندان موفق عمل نکرده و به‌رغم تشکیل کارگروه ساماندهی مد و لباس، این قانون نتوانسته راهکار مناسبی برای جلوگیری از ورود انواع مانتو و البسه نامناسب زنانه و مردانه در بازار شود.

ترجمه نوشته‌های روی مانتو

اما به راستی تاکنون فکر کرده‌اید معنای نوشته‌های روی این مانتوها چیست؟ آیا تاکنون کسی به محتوا و معنای این نوشته‌ها فکر کرده است؟ آیا بانوانی که این نوع مانتوها را می‌پوشند تاکنون فکر کرده‌اند که این نوشته‌ها چه معنا و محتوایی می‌تواند داشته باشد؟

به طور حتم در این گزارش مجال بررسی تمامی نوشته‌ها نیست و تنها یکی دو نوشته روی مانتو و معنای آن را بررسی می‌کنیم.

مثلاً یکی از نوشته‌های معروف روی مانتوهای موجود در بازار جمله معروفی است که در ظاهر معنای آن می‌شود «من یک ملکه هستم». اینکه دقیقاً معنای ملکه چیست و در فرهنگ غرب ملکه به چه معناست و آیا واقعاً ملکه عنوانی بهتر از القابی مانند بانو برای زنان ایرانی است؟ به این‌ها فعلاً کار نداریم. اما مسئله اصلی اینجاست که این جمله به ظاهر این معنا را می‌دهد اما در حقیقت منظور از کلمه «ملکه» در این جمله «مرد زن‌نما» است. این را می‌توان از کارشناسان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های زبان‌های خارجی نیز در این باره دقیق‌تر پرسید. با این حال برخی از بانوان بدون دانستن ترجمه دقیق این نوع مانتوها، از آن استفاده می‌کنند.

ضمن اینکه نباید از این موضوع غافل شد که استفاده از مانتوهایی با نوشته‌های انگلیسی خود می‌تواند مروج فرهنگ غرب و نشردهنده زبان‌های بیگانه باشد. موضوع زمانی مشکوک‌تر می‌شود که شاهد افزایش ورود این نوع مانتوها به بازار بعد از اظهار نظر مقام معظم رهبری درباره باید و نبایدهای آموزش زبان انگلیسی هستیم. اصلاً قصد این را نداریم که این گزارش را سیاسی کنیم و ورود و توزیع انواع مانتوها با نقش و نگارهای گوناگون و نوشته‌های انگلیسی با ادبیاتی عجیب و غریب را سیاسی جلوه بدهیم اما هر چه هست این موضوع تیشه دیگری به ریشه فرهنگ ایرانی – اسلامی و تهاجمی دیگر به فرهنگ و سبک زندگی بانوان ایرانی است. اینکه از یک خانم ایرانی بخواهیم مانتویی را بپوشد که منقوش به جملات انگلیسی با معانی عجیب و غریب است به هیچ وجه در شأن و حد بانوان ایرانی نیست.

سرخط نوشته‌ها در بیرون از مرزها

اما وقتی موضوع را با برخی از فروشندگان و توزیع‌کنندگان مانتوهای زنانه در میان می‌گذارم متوجه می‌شوم که سرخط نوشته‌های روی مانتوها را باید در بیرون از مرزها جست‌وجو کرد.

در حقیقت سرخط این نوشته‌ها توسط افرادی طراحی می‌شود که یقیناً سال‌های سال است که کارشان ضربه زدن زدن به فرهنگ ایرانی – اسلامی است. سرخط را در بیرون از مرزها شروع و نقطه سرخط را در اینجا می‌گذارند.

عماد یکی از توزیع‌کنندگان و فروشندگان مانتو در بازار تهران در این باره می‌گوید: بازار است دیگر، هرچه مشتری خوشش بیاید باید بیاوریم اما نکته اینجاست که این مشتری از اول که این مانتو را ندیده بود که از آن خوشش بیاید ولی وارد بازار شد و چند نفر پوشیدند و بقیه هم پسندیدند.

او درباره اینکه چرا این نوع مانتوها اینقدر زود در میان برخی از بانوان با استقبال مواجه می‌شود می‌گوید: شاید در درجه اول قیمت مناسب و ارزان آن باشد اما اگر از من می‌پرسید من می‌گویم جواب این سؤال را باید در شبکه‌های ماهواره‌ای آن‌ور آب جست‌وجو کرد که این نوع مانتوها را حتی قبل از ورود رسمی به بازار ایران در شبکه‌های خود تبلیغ می‌کنند.

وی می‌گوید: این نوع اقدامات کاملاً برنامه‌ریزی شده است، هرچند حالا خیلی از همین مانتوها در کارگاه‌های زیرزمینی در کوچه پس کوچه‌های تهران تولید می‌شود.

مهرداد یکی دیگر از فروشندگان مانتوی زنانه در بازار است که می‌گوید: ما فروشنده‌ایم و آنچه که مدبازار باشد می‌آوریم. کاری هم به این نداریم که لباس مطابق با فرهنگ ما هست یا نه! همین که جنس قاچاق و تقلبی نباشد که فردا برای ما دردسرساز شود کافی است، بقیه‌اش دیگر به ما ربطی ندارد.

وی می‌گوید: مشتری می‌خواهد ما هم می‌آوریم. قانونی می‌خریم، قانونی می‌فروشیم. مالیات و دارایی‌مان را هم پرداخت می‌کنیم، این کجایش اشکال دارد؟

این فروشنده مانتوهای زنانه در ادامه می‌افزاید: فروشنده و مصرف‌کننده که تقصیری ندارند. شما بگردید دنبال سرنخ اصلی ماجرا ببینید اینها کجا تولید می‌شود و چطوری وارد بازار می‌شود.

وی خاطر نشان می‌کند: این نوشته‌هایی را هم که شما می‌گویید من نمی‌دانم چیست و اصلاً چه معنایی می‌دهد! مشتری می‌پسندد، بازار دارد، ما هم می‌آوریم. صحبت‌های مهرداد در حقیقت شبیه صحبت‌های خیلی از فروشندگان البسه در بازار است که کاری به مسائل فرهنگی عرضه انواع لباس‌های مردانه و زنانه ندارند و فقط دنبال کاسبی خود هستند.

در این میان بدون شک مقصر اصلی ماجرا کسانی هستند که مسئولیت برنامه‌ریزی فرهنگی جامعه را برعهده دارند.

در هر حال آنچه مشخص است این که امروز با نوع جدیدی از عرضه مانتوهای بانوان در جامعه روبه‌رو هستیم که این نوع مانتوها هیچ سنخیتی با فرهنگ ایرانی – اسلامی ما ندارد و باید برای جلوگیری از عرضه آنان اقدام کرد، قبل از اینکه دیر شود. اینکه می‌گوییم قبل از اینکه دیر شود به خاطر این است که چنین ماجراهایی به همین جا ختم نمی‌شود و به قول معروف این قصه سر دراز دارد. هرچند اعتقاد داریم جمع‌آوری در بازار و جلوگیری از عدم توزیع به تنهایی نمی‌تواند راهکار مناسبی باشد چون بلافاصله شاهد توزیع نوع جدیدتری از مانتوها در بازار خواهیم بود که ممکن است از نوع قبلی بدتر باشد پس بهترین راهکار طراحی و تولید نوع زیبایی از مانتو با مشخصات منطبق با فرهنگ ایرانی – اسلامی و تلاش برای فرهنگ‌سازی مصرف آن است که بتواند جایگزین مانتوهای ناهنجار در بازار شود. اتفاقی که سال‌های سال است در انتظار آن هستیم و این پرسش همچنان باقی است که آیا قانون ساماندهی مد و لباس بالاخره از کما خارج می‌شود؟

هنوز مدتی از ورود مانتوهای شیشه‌ای به بازار نگذشته است که شاهد ورود مانتوهایی با نوشته‌های انگلیسی با کلمات و جملات نامتعارف در بازار لباس بانوان هستیم. مانتوهایی که بیشتر شبیه تخته سیاه یا بهتر بگوییم بعضی‌هایشان شبیه دفتر مشق هستند که پشت آن‌ها پر شده است از نوشته‌های مختلف به زبان انگلیسی که خود همین ترویج زبان انگلیسی می‌تواند مروج فرهنگ غربی باشد. نوشته‌هایی با زبان انگلیسی و با معنایی کاملا بی‌محتوا که گاه حتی معنای ناهنجار نیز می‌دهد و افراد بدون اطلاع از معنی و محتوای نوشته‌های پشت مانتو آن را خریداری می‌کنند

نگاه

چرا اهداف سریال‌های ماهواره‌ای را جدی نمی‌گیریم؟

شبکه‌های دشمن عفاف و حجاب

بهنام صدقی

با وقوع انقلاب صنعتی در کشورهای اروپایی و به وجود آمدن زمینه‌های سرمایه‌داری، در این کشورها تغییرات سریع و گسترده‌ای در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی صورت گرفت و چهره جهان نیز به طرز شگرفی دگرگون شد. با آمدن اقتصاد سرمایه‌داری به عرصه رقابت جهانی، کشورهای غربی در صدد برآمدند تا هرچه بیشتر برای رشد این اقتصاد رقابتی دست به دامان علم و فناوری‌های جدید شوند و بتوانند از رقبای خود پیشی بگیرند. یکی از این راه‌ها، استفاده از رسانه‌های جمعی همچون تلویزیون و رادیو و ماهواره در جهت پیشبرد اهداف اقتصادی بود و این رقابت در بخش‌های اجتماعی و فرهنگی نیز نمود پیدا کرد. کشورهای صنعتی غرب با تبلیغ محصولات کارخانه‌های خود موجی از فرهنگ مصرف‌گرایی و تمایل به مد را در بطن برخی جوامع شرق‌نشین ایجاد کردند که دریافت‌کنندگان این برنامه‌های تبلیغاتی و بالطبع مصرف‌کنندگان آن هیچ‌گونه نقشی در تهیه این محصولات نداشته‌اند. یکی از این وسایل ماهواره بود. ماهواره‌ها که برنامه‌های کشورهای غربی را به صورت امواجی برای کشورهای دریافت‌کننده می‌فرستند و این امواج را به صورت تصاویر، فیلم، سریال‌ها و برنامه‌های تبلیغاتی به خورد کشورهای جهان سوم و چهارم می‌دهند، نقش بسزایی در پیشرفت و ثروت‌اندوزی کشورهای تولیدکننده این محصولات دارند.

طی سال‌های اخیر پیشرفت و گستردگی در صنعت مد و ظاهر مردم جهان، خود را بیشتر نشان داده است. صنعت پوشاک و لوازم آرایشی نیز گسترش قابل توجهی پیدا کرده و بسیاری از بازارهای جهان را در دست گرفته است.

جوانان و به خصوص زنان به مصرف بی‌رویه لوازم آرایش و پوشاک رو آوردند و با این کار هر چه بیشتر به نفع سرمایه‌داران و صاحبان صنایع نساجی و طراحان مد کار کرده و جیب آنها را از پول‌های خود پر کردند. در چنین جوامعی معمولاً دو قشر جوانان و زنان همیشه به دنبال هویت جدیدی برای خود هستند و برای رسیدن به این هویت به وسیله پوشاک، مد روز و آرایش و تبدیل خود به آنچه غربی‌ها به این جوامع تزریق کرده‌اند دست و پا می‌زنند.

از دهه ۱۹۶۰ تا به امروز گرایش به مد و مدگرایی و رونق این بازار در غرب باعث بروز اثراتی منفی در دیگر نقاط جهان و کشورهای صنعتی و جهان سومی شده است. در این میان صنعت رسانه‌ای به خصوص تلویزیون و ماهواره نقش بسیاری در رابطه با بسط این امر داشته تا توسط آن فرهنگ غرب که ارمغانی جز مصرف‌گرایی و مدگرایی به همراه ندارد را به این کشورها هدیه دهند. از این زمان به بعد بود که توجه به ظاهر و آرایش چهره و لباس مورد توجه بشر قرار گرفت و بنگاه‌های اقتصادی رو به گسترش نهادند.

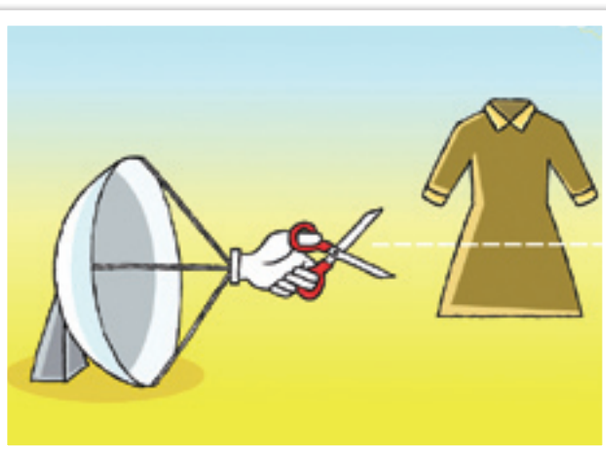
تغییر و تحول جزئی ذاتی در هر جامعه است و تمام جوامع در عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی روز به روز در حال تغییر و دگرگونی هستند و هیچ کشور و جامعه‌ای از آن در امان نیست اما در عرصه فرهنگ رفتاری تغییر بیشتر صورت گرفته و تغییر و دگرگونی در این عرصه گاه چنان پیش رفته که سبک زندگی اصلی جامعه رنگ می‌بازد. بیشترین تأثیرپذیری نیز از کشورهای اروپایی و غربی است که سنخیت چندانی با فرهنگ اصلی کشورهای دریافت‌کننده ندارند.

ترویج بدحجابی در جامعه ما نیز از بدترین و منفی‌ترین دستاوردهایی است که این فرهنگ و استفاده از ماهواره در کشور برای ما به ارمغان آورده است. علم و فناوری‌های جدید اگر به صورت درست و اصولی استفاده نشود، می‌تواند آثار مخرب و جبران‌ناپذیری داشته باشد که کمترین و مهم‌ترین آن نیز نابودی و انهدام آداب و رسوم اصیل کشور و از بین رفتن اعتقادات، ارزش‌ها و باورهای دینی و مذهبی است.

از دیرباز تاکنون ارمغان ماهواره برای زنان و جوانان ما چیزی جز بی‌حجابی، بی‌عفتی و بدحجابی نبوده و نخواهد بود. شاید با خود بگویید از ماهواره می‌توان به درستی و به شکل صحیح و مثبت استفاده کرد اما کشورهای غربی در تولید برنامه‌هایشان که به کشورهایی همچون ایران صادر و در آنجا پخش می‌کنند، هدفی جز ترویج بی‌بند و باری در بین خانواده‌ها ندارند.

آنان پایه‌های اصلی جامعه که همان خانواده است را نشانه رفته و با سست کردن آن باعث تضعیف فرهنگ اصیل و کم‌رنگ شدن ارزش‌ها و اعتقادات دینی ملت ما می‌شوند و تمام تلاششان هم این است تا بتوانند از این طریق به پایه‌های حکومت لطمه زده و به سبک زندگی ایرانی – اسلامی ما نفوذ کنند.

برخورد غیرانسانی بعضی کشورها با زنان محجبه از کینه این کشورهای به اصطلاح متمدن از اسلام و دین خبر می‌دهد. این کشورها کمان را به سوی عفت و پاکدامنی زنان و مردان مسلمان نشانه رفته‌اند تا از این راه به این کشورها نفوذ کرده و آنها را زیر سلطه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خود بگیرند. در این میان فرهنگ‌سازی و ارتقای فرهنگ بومی اسلامی – ایرانی نقش بسزایی در نابود کردن نقشه‌ها و دسیسه‌های دشمنان دین و کشور دارد. نقش مدارس و مربیان و خانواده‌ها برای آموزش چنین فرهنگی را نیز نمی‌توان نادیده گرفت.



کشورهای غربی پایه‌های اصلی جامعه که همان خانواده است را نشانه رفته و با سست کردن آن باعث تضعیف فرهنگ اصیل و کم‌رنگ شدن ارزش‌ها و اعتقادات دینی ملت ما می‌شوند و تمام تلاششان هم این است تا بتوانند از این طریق به سبک زندگی ایرانی – اسلامی ما نفوذ کنند

امروزه بحث آثار مخرب ماهواره و آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی آن در جامعه و پیدا کردن راهی برای مقابله با این تأثیرات به یکی از مسائل مهم و اساسی در بین اندیشمندان، کارگزاران و مجریان تبدیل شده است. شبکه‌های متعدد فارسی‌زبان با هدف نابودی کانون گرم خانواده و از بین بردن حریم امن خانواده ایجاد شده و همگی با ترویج خیانت و رفتارهای مغایر با ارزش‌ها قصد نابودی فرهنگ اصیل و ناب مردم ایران را دارند.

تاکنون راه‌های علمی و اجرایی متعددی برای مقابله با این معضل اجتماعی و فرهنگی پیشنهاد شده، اما بیشتر در حد صحبت و پیشنهاد باقی مانده است. قبل از بحث درباره مقابله علمی یا غیرعلمی با پدیده ماهواره باید این سؤال مطرح شود که چرا این وسیله و برنامه‌های آن آنقدر در جامعه با استقبال خانواده‌های ایرانی مواجه شده است، در حالی که بیشترین تأثیر منفی را در سبک زندگی و حتی خلق و خو و نوع رفتار و پوشش افراد جامعه بر جای گذاشته است؟ آیا دست‌اندرکاران ما از تولید برنامه‌های جذاب و پربیننده عاجز هستند؟ ضعف کار در کجاست؟ آیا برنامه‌سازی نباید بر اساس نیاز مخاطبان جامعه باشد؟ و... پرسش‌های بسیاری از این دست که نقش تولیدات رسانه‌های داخلی را در این عرصه بسیار مهم می‌نماید. و پرسش آخر اینکه به رغم روشن بودن اهداف گردانندگان شبکه‌های ماهواره‌ای، چرا از کنار آن به سادگی می‌گذریم؟!