

■ زهرا چیذری

اوضاع عفاف و حجاب لاقلا در بیرونی ترین سطح جامعه چندان چنگی به دل نمی‌زند. از یکسو جریان مدو لباس در جامعه‌به‌رغم سال‌ها برگزاری جشنواره مدو لباس فجر همچنان در دست تولیدکنندگان داخلی نیست و نبض مدو لباس در جامعه ما در دست جریان‌هایی است که از خارج از کشور هدایت می‌شوند. از سوی دیگر هم غفلت از ظرفیت‌های داخلی در کنار فاصله میان بخش‌های فرهنگساز و سلیقه‌ای عمل کردن در حوزه عفاف و حجاب موجب شده است در این بخش با چالش‌های جدی مواجه باشیم.

این در حالی است که ظرفیت‌های گسترده‌ای در حوزه عفاف و حجاب و جریان‌سازی و مدسازی در این حوزه وجود دارد که لباس اقوام یکی از بارزترین بخش‌های این مقوله است. لباس اقوام ایرانی علاوه بر اینکه بخشی از فرهنگ و هویت چندین هزار ساله مردم سرزمین ماست پوشش مناسبی دارد و با عنایت به تنوع در طرح و رنگ می‌تواند جریانی از مد را در کشور سازماندهی کند و قابلیت صدور این مد به سایر کشورهای اسلامی نیز وجود دارد و می‌تواند در گروه لباس‌های پوشیده به سراسر دنیا عرضه شود. این بخش از عفاف و حجاب و ظرفیت مدسازی اما تاکنون مورد غفلت قرار گرفته است. به سراغ دکتر مجید افتخاری، مدرس دانشگاه و فعال حوزه مد و لباس رفته‌ایم تا در آستانه روز عفاف و حجاب این مهم را از زاویه‌های دیگر یعنی زاویه مد و جریان‌سازی در این حوزه مورد واکاوی قرار دهیم.

**فعال صنعت مد و استاد دانشگاه در گفت‌وگو با «جوان» مطرح کرد**

# جریان مد دنیا به سمت لباس پوشیده می‌رود

### سیاسیون در بحث لباس اقوام تاثیر گذارند

در حوزه عفاف و حجاب یکی از بخش‌های مغفول استفاده از ظرفیت لباس اقوام است. لباس اقوام ایرانی در اغلب موارد هم ز زیبایی و تنوع خوبی دارد و هم از پوشش مناسبی بر خوردار است و می‌تواند تا حد زیادی مباحث مر تبط با حجاب را مر تفع کند. از نگاه شما به عنوان یکی از فعالان عرصه مد و لباس چرا از این ظرفیت به خوبی استفاده نمی‌شود؟

روی لباس‌های قومیتی در بحث‌های دانشگاهی خیلی کار می‌شود اما اینکه چرا در جامعه استفاده نمی‌شود علت‌های مختلفی دارد. نسل جوان سلاقی دارد که باید درست سنجیده و شناسایی شود تا ما بتوانیم المان‌هایی که در لباس اقوام هست را در پوشش شهری و اجتماع بیاوریم و مناسب‌سازی کنیم. طبیعتا لباس اقوام با فضای خاص روستا و منطقه همخوانی دارد اما برای اینکه چنین لباسی بتواند در محیط اجتماع هم مورد استفاده قرار بگیرد نیازمند طراحی متناسب با شرایط و مناسب‌سازی است، بنابراین زمانی که ما شروع به معرفی قومیت‌هایمان می‌کنیم باید این مسئله متناسب با نیازسنجی بازار باشد و بدانیم مخاطب ما چه چیزی می‌خواهد و به چه چیزهایی جریان مد بر این اساس درست و برندهای معروف فارسی روی لباس مد شده است و در تمام دنیا هم این مد را می‌توانید ببینید. با لباس حامد کرزای رئیس‌جمهور افغانستان را همه دنیا دیدند و یک جریان مد بر این اساس درست و برندهای معروف از این لباس الگو برداری کردند. همچنانکه پیراهن یقه ایستاده آقای ولایتی در دنیا مد شد و در دهه ۶۰ به عنوان یک مد به دنیا صادر شد. پس این مد امکان صلب شدن هم دارد اما باید نیازنسل جوان سنجیده و شناسایی شود و بر اساس این نیاز جلو رفت.

روزی این مسئله متمرکز می‌شود و این جاذبه دارد اما ما بدلسلیقی با برخی از اقوام هستیم.

**این در حالی است که لباس اقوام بخشی از فرهنگ ماست.**

بله، اینها واقعا نعمت است. امریکا بنا این همه ادعا کشوری است که تنها ۲۰۰ سال قدمت دارد اما ما فرهنگ چند هزار ساله داریم ولی در معرفی فرهنگمان ایراد داریم و قدر داشته‌هایمان را نمی‌دانیم.

## دنیای غرب هم به ضرورت حجاب رسیده است

**اشاره داشتید که در دنیا بسیاری از برندها به سمت تولید لباس‌های پوشیده رفته‌اند. چرا این گرایش در سایر کشورها وجود دارد اما تولیدکنندگان ما چندان رغبتی به عرضه مد در این عرصه ندارند؟**

علا اینکه شرکت‌های مدولباس خارجی به سمت تولید لباس‌های پوشیده رفته‌اند به خاطر مارکت جذابی است که در این حوزه در دنیا وجود دارد و اینها می‌خواهند نظر این بخش از بازار را تأمین کنند و برای سنجش بازار لباس‌های پوشیده به این حوزه وارد شده‌اند.

اما نکته‌ای که در این میان وجود دارد یکی بحث حجاب است که مقالاتی که در این باره کار می‌شود و به بحث از تباط مد با حجاب می‌پردازد عمدتا از سوی مسلمانان و کشورهای مسلمان پیگیری می‌شود اما در بخش دیگر ما با «هدیست» سر و کار داریم که الزاما به معنی حجاب نیست و به لباس‌های پوشیده می‌گویند و لباس‌های پوشیده در دنیا طرفدار پیدا کرده و حتی بحث الزام آن پیش کشیده شده و طبیعتا در این بین لباس‌های پوشیده به حجاب هم ارتباط پیدا می‌کند و بخش دیگر لباس پوشیده لباس محبت‌های تجاری و دیگری ضرورت نیاز به حجاب است. جالب است بدانید یکی از اقوامی که بسیار روی حجاب تأکید دارند صهیونیست‌ها هستند و خاخام‌هایشان روی حجاب تأکید ویژه‌ای دارند. از سوی دیگر در دنیا مطالعاتی که روی مباحث خانواده صورت گرفته نشان می‌دهد یکی از چالش‌هایی که در حوزه‌های خانواده و جامعه شکل گرفته در همین بخش لباس و پوشش است. به همین خاطر هم مطالعه‌ای کنند تا ببینند به طور مثال معلمان مدرسه باید چه لباسی بپوشند. اینها با توجه به نیازشان به مسائل ورود پیدا می‌کنند. اگر به این نتیجه برسند که لازم است حجاب را در جایی اجباری کنند مطمئن باشید این کار را خواهند کرد.



## د

**نسל جوان محجبه ما برای تأمین نیازهایش مشکل دارد. یکی از مواردی که می‌توانیم نیازسنجی کنیم استفاده از ظرفیت لباس اقوام ایرانی است. اما باید این کار درست انجام و المان‌های درستی انتخاب شود**



## د

**مدیست یا لباس‌های پوشیده و بحث‌های فرهنگی که یک زن باید لباس‌های پوشیده بپوشد خارج از مسئله اسلام در دنیا مورد توجه قرار گرفته‌است. بحث حجاب در بسیاری از مقالات مد روی آن کار می‌شود و برندهای مطرح دنیا مثل دولچه گابانا کلکسیون‌های مد و لباس را برای محجبه‌ها تولید کرده‌است**



## د

**در صنعت پوشاک و مد وقتی قرار است پول در بیاورند باید برندها یشان را پرنزن کنند این کار با حمله فرهنگی به کشورها آغاز می‌شود چیزی که در کشور ما دهه‌های ۷۰ و ۸۰ به شکل‌های مختلف شروع شد**

|||یکشنبه ۱۷ تیر ۱۳۹۷ | ۲۴ شوال ۱۴۳۹ |



### دنیا به سمت لباس پوشیده روی آورده است

**یکی از نکات قوت لباس اقوام ایرانی حجاب کامل و پوششی است که این لباس‌ها برای زنان در پی دارد. چرا از این ظرفیت در جریان سازی مد و لباس پوشیده کمتر بهره گرفته‌ایم؟**

در بحث حجاب مهم‌ترین مسئله موجود عدم تأمین نیاز قشر محجبه است. کسانی که چندان حجابشان را رعایت نمی‌کنند مشکلی برای تهیه نیازهایشان ندارند اما نسل جوان محجبه ما برای تأمین نیازهایش مشکل دارد. یکی از مواردی که می‌توانیم نیازسنجی کنیم استفاده از ظرفیت لباس اقوام ایرانی است. اما باید این کار درست انجام و المان‌های درستی انتخاب شود. ما باید اول تولید محتوا داشته باشیم و بعد به تولید مد بپردازیم. رهبری جمله زیبایی را سسال‌های قبل فرمودند: «من با مد موافقم اما مدی که از داخل برخاسته باشد». بر این اساس ما می‌بینیم که هم در دوران انقلاب و دهه ۶۰ مد داشتیم و هم در صدر اسلام اما مد گاهی بار منفی دارد و گاهی بار مثبت. باید بار مثبت مد را در نظر بگیریم و ترویج کنیم.

در این مسیر می‌توانیم از ظرفیت لباس اقوام ایرانی استفاده کنیم اما این به تنهایی کفایت نمی‌کند و تجربه شکست خورده‌ای است. اگر به جشنواره فجر بروید می‌بینید لباس‌هایی با طرح‌های سنتی و قومی بسیار زیاد ارائه می‌شود اما این با تقاضای نسل جوان همخوانی ندارد. من به عنوان کسی که هم در دانشگاه و هم در صنعت فعالم این را می‌بینم که محتوایی که در دانشگاه تولید می‌شود متناسب با تقاضای بازار نیست.

**همان مشکل همیشگی فاصله میان صنعت و دانشگاه؟**

خیر باید این را هدایت کنیم. این کار دانشجو و دانشگاه نیست. کشورها برای فرهنگشان هزینه می‌کنند. برای جلوگیری از تهاجم فرهنگی و صدور فرهنگشان پول خرج می‌کنند. ما صبر می‌کنیم

### تهاجم فرهنگی بخشی از سناریوی عرضه برندهای غرب

برخی کارشناس معتقدند دنیا به سمت فرهنگ برهنگی پیش می‌رود و مصداقش سینماهای هالیوود است اما شما به بحث مدپیسیم و مد لباس‌های پوشیده در دنیا اشاره داشتید. این دو جرن متقابل چگونه قابل توجه هستند؟

سینمای دنیا بر پایه منافع کشور جلومی‌رود. سینمای هالیوود یک صنعت شده و وقتی با یک صنعت مواجه هستید ناگزیرید یکسری جاذبه‌هایی را در این صنعت به نمایش بگذارید. یا وقتی راجع به ترکیه صحبت می‌کنید یک فرهنگ ۳۰۰، ۴۰۰ ساله وحشی عثمانی را بسیار لطیف برای جذب توریسم و تبلیغ جاذبه‌های توریستی نمایش می‌دهد. صنعت آنها بر پایه مناقشان است. امریکا کشوری است که به مردم خودش رجم نمی‌کند و امنیت مردم را قربانی تجارت اسلحه می‌کند، بنابراین بدیهی است این کشور نمی‌تواند نسبت به ما رجم داشته باشد. مسائلی که در سینمای هالیوود می‌بینیم بنا به منافع آنها شکل گرفته است اما آنچه در بطن خانواده‌های آنها وجود دارد متفاوت است. اینها به دنبال پول درآوردن هستند به هر روشی که شما فکرتش را کنید این کار را انجام می‌دهند. وقتی بحث تهاجم فرهنگی را مطرح می‌کنیم باید ببینیم این مفهوم به چه معناست و امریکاجه منفعتی می‌برد. در صنعت پوشاک و مد وقتی قرار است پول در بیاورند باید برندهایشان را پرنزن کنند این کار با حمله فرهنگی به کشورها آغاز می‌شود چیزی که در کشور ما از دهه‌های ۷۰ و ۸۰ به

شکل‌های مختلف شروع شد. بعد از این مرحله است که برندهایشان را به این کشورها سرازیر می‌کنند. اینها هدفمند ورود می‌یابند و با بلد نیستیم این موارد را به مردممان توضیح دهیم اما اینها فکر می‌کنند چگونه از فرد فرد این مردم پول در بیاورند.

**و ما در برابر چنین روندی منفعل عمل کرده‌ایم. درست است؟**

اتفاق بدی که در جامعه ما پیش آمده این است که با



### پوشن کامل و حجاب در لباس‌های سنتی و محلی

در لباس‌ها و پوشش مردم به ویژه جوانان باید نشانه‌های از فرهنگ ملی و هویت ایرانی وجود داشته باشد. پوشش لباس‌های سنتی و اقوام مختلف توسط جوانان باعث نشاط و پویایی جامعه خواهد شد. ما از یک فرهنگ بسیار غنی و همچنین تنوع فرهنگی برخوردار هستیم. واقعیت این است که تنوع فرهنگی برای ایران یک مزیت به حساب می‌آید و یکی از ابعاد فرهنگی و قومیت ما هم بحث لباس‌های محلی است که در نوع خود بسیار متنوع و متنکثر است.

پوشش کامل و حجاب در لباس‌های سنتی و محلی دیده می‌شود و از همه مهم‌تر اینکه چنین لباس‌هایی باعث هویت بخشی شده است. تنوع رنگ و تطبیق این رنگ‌ها و طرح‌ها با طبیعت و عناصر طبیعت استان‌ها ارتباط مستقیمی دارد.

بسیاری از طراحان لباس‌های ایرانی ابتکار به خرج دادند و لباس‌های زنانه را براساس عناصر فرهنگی و قومیتی ایرانیان طراحی کرده‌اند؛ یعنی به ترکیب فرهنگی لباس‌ها توجه خاصی داشته و دارند.

اکثر لباس‌های سنتی زنان در روستاها تولید می‌شوند و ترویج چنین لباس‌هایی می‌تواند به اقتصاد ملی کشورمان کمک کند؛ از طرفی هم نباید فراموش کرد تولید لباس طبق تنوع فرهنگی در استان‌های مختلف باعث رشد صنعت گردشگری ایران خواهد شد.

خوشبختانه این موضوع در شورای عالی انقلاب فرهنگی و در آموزش و پرورش عالی مطرح شده است که افراد بتوانند با لباس‌های محلی خود در فضای اداری حضور پیدا کنند. البته لباس‌هایی که مناسب‌سازی شده باشند و طراحی آنها با طراحی لباس کاری سازگار باشد و در حقیقت به نوعی عناصر هویت ملی در این لباس‌ها باشد.

معاونت زنان و سازمان‌های علوم و آموزش و پرورش برای توجه بیشتر به موضوع لباس‌های سنتی - فرهنگی رازبزی‌هایی داشته است. با همکاری این وزارت‌خانه امیدواریم در کتب درسی دانش‌آموزان و دانشجویان لباس‌های سنتی و اقوام مختلف معرفی و تدریس شوند و از همه مهم‌تر اساتید و دانشجویان بتوانند با این لباس‌ها در کلاس‌های درس و محیط‌های آموزشی حاضر شوند.

**معضله ابتکار معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری**



### آنچه می‌خواهم دخترم بداند

اغلب ما تلاش می‌کنیم تا زندگی خوب و خوشی داشته باشیم. ما بیشتر از تجارب، خطاهای بزرگ و کوچک و آموزش‌های والدین خود درس می‌گیریم اما گاهی اوقات بعضی چیزها قابل آموزش دادن نیستند. ما برای قضاوت کردن به دنیا نیامده‌ایم. ما آفریده شده‌ایم تا زندگی کنیم، رشد کنیم و چیزهایی را که نمی‌توانیم تغییر دهیم بپذیریم و شجاع باشیم. زمانی که به میانسانی یا گذاشتیم فهمیدیم که بسیاری از درس‌های زندگی را از موقعیت‌های دردناک و پد آموخته‌ایم. بعضی از آنها مربوط به دوران کودکی بوده‌اند. ما خواندن کتاب «آنچه می‌خواهم دخترم بداند» (Things I know my daughters want) درمی‌یابیم که هیچ پدر و مادری کامل نیستند. هیچ مادری نمی‌تواند روابطی بدون دل‌شکستگی و آزردهی با فرزندان خود داشته باشد. اغلب باید تفاوت‌ها و مستحکات را پذیرفت. برای خوب زندگی کردن باید انتخاب‌ها و تصمیماتی خلاف آنچه برای خودمان اتفاق افتاده است، داشته باشیم. باید تلاش کرد تا با مثال‌ها اجبار و فشار به آنها چیزهایی را بیاموزیم.

کتاب «آنچه می‌خواهم دخترم بداند» برای دخترهایی است که می‌خواهند روزی مادری شایسته برای دخترانشان باشند و مطالب آن می‌تواند شما را در راه یافتن مسیر درست زندگی و لذت بردن از آن یاری دهد. الکساندرا استودارد (Alexandra Stoddard) نویسنده موفق، طراح داخلی شناخته شده و فیلسوف شیوه زندگی، خود معتقد است خوشبختی، هدف والای زندگی و هستی انسان است. در بخشی از کتاب آنچه می‌خواهم دخترم بداند می‌خوانیم: همیشه در امور زندگی به دیگران جواب مثبت می‌دهیم. بله، و بله، اما به خودمان نمی‌گوییم: لعنتی، لعنتی! وقتی به کارکن انجام داده‌ایم اما وقتی به عقب برمی‌گردیم متوجه می‌شویم به درستی نمی‌دانیم چه اتفاقی افتاد که به این توافق رسیده‌ایم. ممکن است یک پروژه از همان اول فریبنده به نظر بیاید و ما برای انجام آن به توافق می‌رسیم اما بعد از اینکه متوجه شدیم سرمان کلاه رفته همین‌طور می‌ایستیم تا همه چیز را از دست بدهیم. اغلب، تنها کاری که می‌توانیم انجام دهیم این است که دست خالی و با ناراحتی قدم بزنیم.

سعی کنید این قدرت را داشته باشید تا توافق‌هایی را که به زبان شما هستند پیش‌بینی کنید. روزی به شوهرم - پیتز - گفتم می‌خواهم در آپارتمانم مهمانی شام راه بیندازم و از مدیر یکی از شرکت‌هایی که در آن کار می‌کنی دعوت کنم. یک سال بعد در همان روز یک دعوت‌نامه برای مصاحبه در فرانسیسکو دریافت کرد. هیچ فعالیتی را نمی‌توان از نو برنامه‌ریزی کرد. من یک لحظه مشخص داشتم و آن وقتی بود که تشخیص دادم شغل من باید بعد از میزبانی یک مهمانی در اولویت قرار گیرد. به پیتز اجازه دادم تا برای مصاحبه به کالیفرنیا برود. قبل از اینکه او و مهمان‌ها به نزدیک‌ترین رستوران مورد علاقه‌شان برای شام بروند، یک مهمانی در آپارتمان ترتیب داد. ابتدا موافق بودم اما با تغییر شرایط، نظر من نیز تغییر کرد. به او گفتم برای شرکت در پروژه‌ها و بستن تعهدات عجله نکن تا زمانی که روند مورد نظر و مناسب خود را نشان دهد. بر اولویت‌های من و مسئولیت‌هایم تمرکز کن. هنگامی که به یک فعالیت اجتماعی دعوت می‌شوم شناخت زمان زندگی خصوصی و فعالیت حرفه‌ای‌ام از اولویت‌های مهم هستند. در اینجاست که خواهم گفت: «سعی نخواهم کرد.»