

**مدگرایی؛ خوب، بد، زشت**

مدها ترسناکند؟ از مد روز باید ترسید؟ باید فاتحه فرهنگ خودی را خواند و تسلیم الگوهایی شد ...



مدها ترسناکند؟ از مد روز باید ترسید؟ باید فاتحه فرهنگ خودی را خواند و تسلیم الگوهایی شد که هر دقیقه و هر ساعت از آن سوی آب به ما دیکته می‌شود؟ فرمان مد و لباس باید به دست حاکمیت باشد یا این که بهتر است مردم پای کار باشند؟ پیروان مد چه جور آدم‌هایی هستند؟ آیا باید به آنها انگ‌های جور واجور زد؟ پاسخ این سوالات و سوالات بیشتر در گفت‌وگوی ما با دکتر یاسر رستگار، تحلیلگر مسائل اجتماعی ایران و پژوهشگر حوزه مد و لباس آمده است، جامعه‌شناسی که در این حوزه حرف‌های تازه و خواندنی دارد.

تصویر مدگرایی؛ خوب، بد، زشت

وزارت ارشاد و کارگروه ساماندهی مد و لباس می‌گویند ایرانی‌ها سالانه به طور میانگین یک میلیون و 200 هزار تومان صرف مد و لباس می‌کنند. این مبلغ کم است یا زیاد؟

شاید نشود بصراحت درباره این رقم اظهارنظر کرد، چون این یک موضوع کیفی است و نمی‌توان با ارقام آن را تحلیل کرد ضمن این که عددها به تنهایی گویای وضعیت فرهنگی یک کشور نیست.

بگذارید این طور بپرسم که ما سالی چند دست لباس بخریم تابع مد محسوب می‌شویم؟

در شکل عام، مردم ایران به تناسب موقعیت‌ها و رویدادهای زندگی لباس می‌خرند؛ مثلا وقتی مراسمی خاص دارند حتما خرید می‌کنند و در عوض اگر در طول سال مراسمی نداشته باشند لباسی نمی‌خرند. بنابراین باز هم نمی‌توانیم میزان خرید لباس در طول سال را ملاکی برای عادی بودن یا نبودن این خریدها تلقی کنیم. با این حال ما مردمی داریم که همپا با صنعت مد، سالانه و با تغییر فصل‌ها حتما خرید می‌کنند.

پس می‌توانیم بگوییم اگر آدمی مقید به خرید لباس متناسب با هر فصل و برای هر موقعیت خاص باشد، شخصی تابع مد است؟

مد، تغییر سریع و مداوم سبک‌هاست؛ بنابراین اگر کسی متناسب با هر رویداد و فصل خودش را درگیر فرآیند تغییر مداوم سبک‌ها کند احتمالا فردی مدگرا و تابع سبک‌های طراحی شده از جانب صنعت مد است. البته باید دید هدف از این خریدها چیست، آیا فقط تبعیت از مد است یا لباس خریداری شده برای فرد کارایی دارد که اگر مفهوم کارایی در بین باشد دیگر نمی‌توان عنوان مدگرا را به افراد داد.

معمولا واژه مد در کشور ما همراه با یک بار منفی است، در حالی که لزوما مد چیز بدی نیست. فکر می‌کنید چرا این انگ به مد چسبیده است؟

ما در دو سه برداشت دچار اشتباه شده‌ایم که باعث به وجود آمدن این انگ شده است؛ اول این که ما سال‌هاست به هر پدیده فرهنگی که در کشور رایج می‌شود و با ارزش‌های حاکمیت تفاوت یا فاصله دارد، برچسب می‌زنیم. به این معنی که انگار یک برنامه طراحی شده در کار است که می‌کوشد سبک زندگی ما را تغییر دهد. در این نوع نگاه اصلا به پویس‌های طبیعی بازار و فرهنگ توجه نمی‌شود، در نتیجه این چنین تلقی می‌شود کسی که تابع مد است حتما تحت تاثیر سبک زندگی غربی است و دچار خودباختگی شده است.

سوءتفاهم بعدی این است که ما فراموش می‌کنیم مد وابسته به بسیاری از متغیرها از جمله افزایش جمعیت و تجاری شدن بسیاری از کالاهای فرهنگی است و بخشی از این فرآیند گریزناپذیر بوده است. از سوی دیگر برای مردم ما پس از پایان جنگ و رسیدن به دوران ثبات و صلح و نوسازی، چیزهای دیگری در اولویت قرار گرفت که یکی از آنها انتخابی شدن زندگی و مد بود. در واقع مد حاصل دوره نوسازی و پس از جنگ است همان طور که در اروپا و آمریکای پس از جنگ جهانی این اتفاق رخ داد.

پس می‌توانیم بگوییم وقتی جوامع بحران سنگینی را پشت سر می‌گذارند برای ایجاد نشاط اجتماعی به برخی پدیده‌ها از جمله مد متوسل می‌شوند؟

این که لزوماً بگوییم صنعت مد به قصد شاد کردن مردم به وجود آمده واقعا نمی‌توان بصراحت چنین ادعایی داشت، اما وقتی صنایع به وجود می‌آیند از جمله صنعت مد، کارکردهای زیادی خواهند داشت یعنی در عین حال که هدف آنها کسب سود و به دست آوردن سهم بازار است، کارکردهای پنهانی نیز دارند مثل این که هم‌اکنون در کشور ما پاساژها و مراکز خرید در بیشتر شهرها ایجاد شده و بخشی از اوقات فراغت مردم را پر می‌کنند در حالی که هدف از ساخت آنها در گام نخست، ایجاد فضای فراغتی نبوده و این کارکرد بتدریج به آنها اضافه شده است.

برخی از منتقدان معتقدند مدگرایی ناشی از عواملی مثل نقاط ضعف افراد، حس برتری طلبی، تنوع‌طلبی، تجددخواهی، چشم و همچشمی و احساس کمبود است. با این طرز تلقی موافق‌اید؟

بعضی از این عوامل را حتماً قبول دارم و در پژوهش‌هایی که تاکنون انجام داده‌ایم به آنها رسیده‌ام و می‌دانم مد دلالت‌های معنایی متفاوتی برای مصرف‌کنندگان دارد، از جمله چشم و همچشمی که طی مقایسه‌های طولانی مدت در انتخاب‌های افراد اثر می‌گذارد؛ همچنین تنوع‌طلبی یا تمایزخواهی، اما این که بخواهیم پیروی از مد را به احساس کمبود یا خود برتری‌بینی ربط دهیم نباید با این صراحت قضاوت کنیم و به افراد برچسب‌های منفی بزنیم.

جورج زیمل، نظریه‌ای دارد که در آن می‌گوید مد همان تغییر جنبه‌های فرهنگی زندگی است و از یک تنش اساسی در وضعیت اجتماعی ناشی می‌شود. طبق این نظریه می‌توانیم بگوییم مدگرایی در جامعه ما تابع تنش‌های اجتماعی است؟

زیمل معتقد است انسان وقتی وارد گمنامی فضاهای شهری شده، مثل یک غریبه سرگردان می‌شود احساس بی‌هویتی و بی‌معنایی پیدا می‌کند و برای فاصله گرفتن از این وضع با به کار بردن برخی استراتژی‌ها از جمله پیروی از مدهای خاص تلاش می‌کند هویت خود را بازتعریف کند. به اعتقاد من بخشی از این نظریه را می‌توان برای جامعه ما درست دانست و همان طور که می‌بینیم مهم‌ترین دلالت مد، دلالت هویت بخشی است. در واقع هویت دو ویژگی دارد؛ تمایز و تشابه. به این معنا که ما با استفاده از مد، هم شبیه دیگران و هم از دیگران متمایز می‌شویم و از این طریق برای خود کسب معنا می‌کنیم. مثلاً کسانی که در جامعه ما از مدهای خاص پیروی می‌کنند به دنبال این هستند که مثلاً به مردم شمال شهر شبیه و از مردم جنوب شهر متمایز شوند.

این اتفاق بدی است؟

نه لزوماً اتفاق بدی نیست و بخشی از فرآیند هویت‌یابی محسوب می‌شود که محصول جامعه مدرن است.

پس می‌توانیم بگوییم پیروی از مد لزوماً چیز بد و خطرناکی نیست؛ اما آیا می‌توانیم بگوییم باید نگران مدهای جعلی و به دنبال مدهای اصیل باشیم؟

ما وقتی مد را به دو گروه جعلی و اصیل طبقه‌بندی می‌کنیم در حقیقت مشغول یک تقسیم‌بندی از بالا به پایین هستیم؛ در حالی که این سوال پیش می‌آید واقعا چه کسی صلاحیت دارد دست به چنین تقسیم‌بندی‌ای بزند.

یک تعریف از مد جعلی این است که ما از مبانی فکری خارجی‌ها پیروی کنیم.

بخش زیادی از فرآیندی که در کشور ما به عنوان مدگرایی شناخته می‌شود دارای کارکردهای زیبایی‌شناختی، ارتباطی و نمادین آن مهم است و اصلاً به این فکر نمی‌کند این مد آیا مطابق با فرهنگ بومی است یا نه. به نظر من آنجا که مد جعلی می‌شود و مشکل ایجاد می‌کند بخش کوچکی از مد است که به رفتار ضدفرهنگی تبدیل می‌شود و علناً با الگوها و ارزش‌های مورد قبول جامعه در تقابل قرار می‌گیرد. مثل مد موهای گروه‌های شیطان‌پرست یا لباس‌های بسیار خاص و خالکوبی‌های آنچنانی. البته این مرزبندی را نیز من انجام می‌دهم و حتماً اگر با چنین افرادی از نزدیک گفت‌وگو کنید اصلاً ضدفرهنگ بودن خود را قبول ندارند.

به نظر شما علت گرایش برخی افراد به مدهای ضدفرهنگی چیست؟

به اعتقاد من حس تمایزطلبی مهم‌ترین دلیل است؛ یعنی این افراد دوست دارند از عموم مردم فاصله داشته باشند و به محض

این که احساس کنند کسی به آنها شبیه می‌شود دوباره این فاصله را زیاد می‌کنند و به ابزارهای عجیب و غریب متوسل می‌شوند. البته دلایل دیگری مثل تلاش برای خاص بودن و نمایش سلیقه نیز دخیل است. گفتیم یکی از کارکردهای مد، کارکرد زیبایی‌شناختی است یعنی افراد با توسل به مد سعی می‌کنند زیباتر به نظر برسند به طوری که تلاش افرادی که از نگاه ما پیرو مدهای ضدفرهنگی هستند نیز در جهت زیباتر شدن است. ضمن این که با این کار قصد دارند به همگان اعلام کنند ما دارای یک سلیقه خاص که فقط مختص خودمان است، هستیم. البته یادمان نرود یکی از دلالت‌های معنایی مدهای ضدفرهنگی، مقاومت علیه سبک‌های رایج و مشروع و مورد قبول حاکمیت است به طوری که پیروان این مدها سعی می‌کنند به الگوهای رایج دهن کجی کنند.

به نظر می‌رسد این درجه از مقاومت و تلاش برای متفاوت بودن ناشی از یک نوع ناهنجاری و اختلال روان‌شناختی است. این را قبول دارید؟

بله از منظر روان‌شناختی می‌توان پیروی از مدهای ضدفرهنگی را تحلیل کرد؛ اما چون تعداد این افراد در جامعه ما بسیار اندک است ضرورتی ندارد روی آنها متمرکز شویم؛ اما اگر روزی مشاهده شد مدهای ضدفرهنگی در حال گسترش است آن وقت باید نگران شد و کاری کرد. ما در جامعه‌شناسی می‌گوییم باید نگران مسائلی باشیم که به قول دورکیم به صورت مرضی در حال افزایش هستند.

خب الان وضع ما چطور است؟

به نظرم مدهای ضدفرهنگی همچنان در اقلیت قرار دارند، اما سبک خاصی از مد در ادامه فرآیند مدگرایی غربی به حساب می‌آید و تحت تاثیر فرآیند مادی شدن فرهنگ است، در حال گسترش است و نمی‌توانیم آن را نادیده بگیریم. در واقع مادی شدن فرهنگ است که به ما می‌گوید چه چیزی می‌تواند زیبا، شیک یا از مدافتاده باشد. من در مصاحبه با کسانی که مدهای معمول و رایج در بازار را می‌پوشند، دیده‌ام همگی روی واژه شیک بودن تاکید می‌کنند که به نظر می‌رسد به روز بودن و امروزی بودن دو مفهومی است که در دل شیک بودن می‌گنجد. کسانی که از این واژه‌ها زیاد استفاده می‌کنند در واقع آنهایی هستند که مطابق با الگوهایی که صنعت مد در دنیا ترویج می‌کند، حرکت می‌کنند. به نظرم این مسائل مهم و قابل تحلیل است، چون درست در این نقطه ما مساله داریم.

یکی از دلایل گرایش روزافزون جامعه به سمت مد یا شیک‌پوشی به تعبیر برخی افراد، این است که مسئولان سعی دارند حوزه مد و لباس را در اختیار بگیرند اما نتوانسته‌اند الگوهای جذاب‌تری به جامعه ارائه کنند. با این نظر موافق هستید؟

بله، قطعاً. وقتی از درون به نیازها پاسخ داده نشود نیازها از جای دیگری پاسخ می‌گیرند.

نظرتان درباره راه‌اندازی جریان مد ایرانی - اسلامی چیست؟

معتقدم باید نگاه مبتنی بر توطئه‌گری در حوزه مد را کنار بگذاریم. در جامعه‌شناسی اساساً نگاه‌ها مبتنی بر حل مساله است، چون اگر فکر کنیم توطئه‌ای در کار است قطعاً قادر به حل مساله نخواهیم بود و در موضع انفعال قرار می‌گیریم. در واقع ما باید به مد به عنوان یک صنعت نگاه کنیم و بکوشیم خودمان را در این حوزه تقویت کنیم، دست به ایده‌پردازی بزنیم و مدهای جدیدی به جامعه ارائه کرده با سلیقه‌سازی، بخشی از بازار را خودمان کنترل کنیم. البته فراموش نکنیم یکی از دلایلی که بازار از دست ما خارج شده طبیعی است، چون نه توان مالی‌مان زیاد است و نه قدرت اقناعی‌مان، اما این نباید باعث شود ما کار را رها کنیم. مشکل فعلی ما این است که دولتمردان سراغ اصناف می‌روند و سعی می‌کنند از بالا به پایین الگوسازی کنند در حالی که مد در بدنه جامعه، ضدالگوسازی است و مردم در مقابل هر چیزی که برچسب دولتی داشته باشد، موضعگیری و مقاومت می‌کنند.

پس نسخه شما چیست؟ این که مدسازی را به خود مردم واگذار کنیم؟

به نظرم اصناف باید متولی مد باشند و دولت فقط برخی خطوط کلی را برای آنها تعریف کند و شرایطی را برایشان فراهم آورد که بتوانند رقابت کنند. در چنین شرایطی اصناف برای بقای خودشان هم که شده خروجی به درد بخوری خواهند داشت.

مریم خباز - جامعه