

عفت و حیا حلقه مفقوده در مد و پوشش

در سال های اخیر، صنعت مد و لباس، پیشرفت چشمگیری داشته است به طوری که آمارها نشان می دهد مبلغی که مردم برای خرید لباس هزینه می کنند، هر ساله افزایش بیشتری نسبت به سال گذشته پیدا می کند.



در سال های اخیر، صنعت مد و لباس، پیشرفت چشمگیری داشته است به طوری که آمارها نشان می دهد مبلغی که مردم برای خرید لباس هزینه می کنند، هر ساله افزایش بیشتری نسبت به سال گذشته پیدا می کند.

پس از برگزاری جشنواره مد و لباس فجر که از سوم اسفند ماه آغاز شد و به گفته دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس، 25 برند ایرانی و اسلامی محصولات خود را در تالار وحدت، برج میلاد و برج آزادی عرضه کردند، شاید اولین چیزی که به ذهن بعضی از بازدید کنندگان می رسید، این بود که مد و لباس در بازار خرید سال نو، ساماندهی شده و لباس ها با پوشش مناسب تری نسبت به چند سال اخیر به خریداران عرضه خواهد شد، چرا که در اثنای برگزاری نمایشگاه، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس از اطمینان خود سخن گفته بود که بالغ بر 50 درصد از آثار سال گذشته جشنواره مد و لباس به تولید انبوه رسیده است و اما مأموریت این کارگروه جریان سازی طراحی لباس ایرانی و اسلامی از طریق برگزاری این جشنواره هاست.

نگاهی به تاریخچه پوشش در ایران نشان می دهد، پیشینه ای به درازای تمدن بشریت در این زمینه وجود دارد. میل به مستور بودن و مصون ماندن در فطرت بشر نهاده شده و پیروان تمامی ادیان معتقد به پوششی کامل تر در مراسم عبادی و مذهبی خود هستند.

در سال های اخیر، صنعت مد و لباس، پیشرفت چشمگیری داشته است به طوری که آمارها نشان می دهد مبلغی که مردم برای خرید لباس هزینه می کنند، هر ساله افزایش بیشتری نسبت به سال گذشته پیدا می کند و همین آمار، شرکت های تولید داخلی را بر آن داشته است تا با رویکردی جدید در این حوزه مشغول به فعالیت شوند. در این میان عده ای هم نگرانی عدم رقابت لباس های اسلامی- ایرانی با مد روز دنیا را دارند و روند رو به رشد فروش لباس های خارجی را دلیل این موضوع می دانند. این هم بهانه ای شده است تا طراحی هایی با سبک دیگران وارد بازار البسه شود و نوع طراحی ها نشان از دست های پشت پرده ای دارد که تعریفی متفاوت از زیبایی و پوشش ارائه می دهند و الزامات آن را به سمت تلفیقی از پوشش و عریانی هدایت می کنند. این نگرانی وقتی بیشتر بروز می کند که امکان تهیه لباس مناسب در بازار جامعه اسلامی برای زنان و دختران مذهبی بسیار کاسته می شود و مانتوهایی بدون دکمه و باز، همراه آستین هایی تا آرنج، رگال فروشگاه ها را به خود اختصاص می دهند.

با نگاهی میدانی در فضای فروشگاه ها، تنوع و تفاوت محسوس در نوع طراحی ها را می توان به وضوح مشاهده کرد. ولی در این زمینه با سؤالاتی از این قبیل مواجه هستیم :
بازار جامعه اسلامی تا چه اندازه پوشش های اسلامی را ترویج می کند و چه موانع و چالش هایی در این زمینه وجود دارد؟

الف: مطابقت عرضه و تقاضا در اثر تغییر ذائقه و سلیقه

یکی از موانع موجود در این زمینه را باید، کمرنگ شدن اهمیت حجاب و پوشش اسلامی دانست. این مساله ابعاد مختلفی دارد که یک بعد آن مسئله فرهنگ و آموزش و درونی سازی در این زمینه است، و بعد دیگر فضای جامعه است که باید با فرهنگ آن جامعه تناسب داشته باشد. پیش رفتن به سمت سبک زندگی غربی در زمینه های متفاوت از جمله مد و پوشش، عرضه و تقاضا را تحت امر خود قرار می دهد و افراد آن جامعه پوششی را برمی گزینند که با فرهنگ پذیرفته شده مطابقت داشته باشد. با وجود شبکه های متعدد فارسی زبان ماهواره و فعالان عرصه فضای مجازی در زمینه مد و پوشش غربی، سلیقه افراد به سمت عریانی تدریجی کشانده می شود و در نتیجه ترویج پوشش اسلامی در این جامعه آرام و خزانده کمرنگ می گردد.

ب: عدم سرمایه گذاری کافی تولید کنندگان داخلی در طراحی مدل های اسلامی

یکی از وظایف تولید کنندگان داخلی این است که در طراحی مدل ها سرمایه گذاری کنند، تا بدین ترتیب ارزش افزوده محصولات بالا برود و مدل لباس ها نیز مطابق هویت اسلامی طراحی شود، ولی در این زمینه هم با کاستی هایی مواجه هستیم.

ج: عدم نظارت و کنترل دقیق واردات کالاهای خارجی به دلیل عدم کنترل واردات کالا، مدل هایی وارد بازار عرضه می شوند که با ارزش های اسلامی فاصله دارند و این موضوع هم دلیلی می شود تا بعضی از تولیدکنندگان داخلی علاوه بر اینکه مدل هایی را تولید کنند که با هویت ایرانی همگونی ندارد، کالاهای تولیدی خود را با برچسب و مارک خارجی روانه بازار کنند.

آیا لباس هایی با پوشش مناسب، به گستردگی لباس هایی که با شرایط حیا و عفاف منافات دارد، یافت می شود؟ بررسی ابعاد مختلف عفاف و گستره آن در شئون فردی و اجتماعی دامنه وسیعی را در بر می گیرد که عفاف در اندیشه، نگاه، معاشرت و پوشش را شامل می شود. ترویج عفاف در قالب پوشش نیز مستلزم ارائه طرح ها و برنامه های کاربردی و هدفمند است. هدفمند نبودن طراحی لباس و مطابقت نداشتن با حیا و عفاف، اختلاف قیمت های فراوان مدل های اسلامی و غیر اسلامی، دلیل روشنی است بر اینکه در این حوزه قصور وجود دارد و بازار عرضه پاسخگوی قشر مذهبی جامعه نیست.

وعده هایی که برای جلوگیری از ورود فرهنگ غربی در این زمینه داده شده، چقدر جامه عمل پوشیده است؟ بر اساس ماده یک قانون ساماندهی مد و لباس، به منظور حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی-اسلامی، ارج نهادن، تبیین، ترویج و تثبیت الگوهای بومی و ملی، هدایت بازار تولید و عرضه البسه و پوشاک بر اساس طرح ها و الگوهای داخلی و نیز در جهت ترغیب مردم به پرهیز از انتخاب و پرهیز از مصرف الگوهای بیگانه و غیر مانوس با فرهنگ و هویت ایرانی بر عهده وزارت فرهنگ و ارشاد گذاشته شد، اما به لحاظ اجرا و محتوا با چالش هایی رو به رو شد. این قانون که نیاز به بازنگری داشت، همچنان در لا به لای اوراق باقی ماند و در صحنه عملی به اجرا نرسید.

غفلت مسئولین مشکلات زیادی را در زمینه مد و لباس ایجاد کرده است. فعالیت بی دغدغه برندهای ایرانی که طراحان آنها ساکن امریکا هستند، همچون برندهای "نیمانی" که خطوط نستعلیق را بر البسه نقشینه کرده و توسط (نیما بهنود) پسر مسعود بهنود، مدیریت می شود و برند "پوش" که معروف است به طراحی های غیر متعارف و آغازگر سبک مدرن پوشش جوانان و طراح سبک مد خیابانی است، توسط فرناز عبدلی که خود از افرادی است که تلاش های زیادی برای آزادی های مدنی داشته است، به راحتی در حال عرضه مدل های خود است.

همین طور ورود انبوه البسه از کشورهای اروپایی و آمریکایی، نشان می دهد کنترل لازم در این زمینه صورت نمی گیرد. لباس های تنگ، تن نما و تحریک کننده از جمله طراحی هایی هستند که در سایه فرهنگ غربی جزئی از پوشش محسوب و عنوان "مد" به خود گرفته اند.

سخن آخر:

با توجه به گزارش حاضر، معلوم است مسئله پوشش در کشور نیاز به بررسی عمیق و کارشناسانه دارد و تصمیم گیری های مقطعی کارساز نیست. در عین حال می طلبد که اصلاحاتی در قانون ساماندهی مد و لباس صورت پذیرفته و توجه به زیرساخت های اقتصادی، حمایت و ارائه تسهیلات به طراحان مدل های اسلامی و تمرکز نظارت بر واحدهای تولیدی عمده به جای واحدهای صنفی و خرده فروشی ها در درجه اهمیت قرار گیرند./

نویسنده:

شیرین زارع پور