

باحجابی را گران نکنید!

21 خرداد 1401

گرانی البته معضلی فراگیر در مورد همه اجناس است ولی در مورد محصولات حجاب که عده‌ای سخت باور دارند که کالاهایی فرهنگی‌اند نه تجاری، این گرانی بسیار آزاردهنده شده است؛ به طوری که باحجاب‌بودن بسیار گران‌تر از بدحجاب‌بودن تمام می‌شود.

روزنامه **جام جم** نوشت: «از تیرماه سال ۸۷ که وظایف **کارگروه ساماندهی مد و لباس** به تصویب هیات وزیران رسید تا امروز که حدود ۱۴ سال از آن می‌گذرد، کارهای شاق بسیاری می‌توانست انجام شود و گره‌های بیشماری ممکن بود باز شود. با اینکه از دی سال ۸۵ ما صاحب قانون ساماندهی مد و لباس هستیم و این ساماندهی ۱۶ سال است که وارد ادبیات مسئولان و افراد دغدغه‌مند شده و حتی برای گوش مردم عادی نیز مبدل به واژه‌ای آشنا شده اما نه خبری از ساماندهی هست و نه خبری از بازاری که محصولات متناسب با ذائقه ایرانی-اسلامی در آن عرضه شود. هوا چند هفته‌ای است که رو به گرمی نهاده و تابستان، همین روزها با همه توان رخ خواهد نمود و این درست زمانی است که همانند سال‌های قبل، لباس‌های کوتاه و بی‌دکمه و پوشش‌هایی که کارکردشان محل ابهام است، ویتترین مغازه‌ها را قبضه می‌کنند؛ در حالی که هم مشتری دارد و هم پوشاک عیفانه را به طرزی ماهرانه و در نبردی غیر مستقیم به حاشیه می‌برد. این سبک زندگی سال‌های اخیر ماست؛ نوعی سبک و سیاق تحمیل‌شده به جامعه که در کلام، همه دست‌اندرکاران، آن را تقبیح می‌کنند ولی در عمل، چون دست‌ها روی دست گذاشته شده است، مد و لباس‌های ساماندهی نشده برای مردم ذائقه‌سازی می‌کند.

پوشاک هر چه می‌گذرد گران‌تر می‌شود. این اصل شامل پوشاک همه افراد، هر دو جنس و هر سن و سالی می‌شود ولی در مورد محصولات حجاب، در مورد پوشاک بانوانی که تمایل به پوشیدگی و در عین حال زیبایی دارند، این وضع وخیم‌تر است. در مورد چادر به طور خاص، قیمت‌ها چند سالی است چنان دچار جهش شده که با هزینه خرید یک قواره چادر مشکی مرغوب می‌توان از سر تا پا لباس خرید؛ البته مانتوهای کوتاه، تنگ، با آستین‌های نیمه، شال‌های باریک و شلوارهای پاره و هر آن تن‌پوشی که مشتریان سختگیر و پوشیده‌پسند را دچار مشکل می‌کند.

گرانی البته معضلی فراگیر در مورد همه اجناس است ولی در مورد محصولات حجاب که عده‌ای سخت باور دارند که کالاهایی فرهنگی‌اند نه تجاری، این گرانی بسیار آزاردهنده شده است؛ به طوری که باحجاب‌بودن بسیار گران‌تر از بدحجاب‌بودن تمام می‌شود. شاید یکی از علل این وضع را باید در اتکای ایران به واردات در حوزه نساجی دانست. همان آماری که مدتی قبل از زبان نیما کیامنصوری، کارشناس پوشاک ایرانی-اسلامی در فارس منتشر شد که گفته بود سالانه حدود ۱۹۰ میلیون متر مربع چادر مشکی وارد کشور می‌شود؛ در حالی که تولیدات داخلی تنها پاسخ ۱۵ درصد نیازها را می‌دهد.

رابطه علم و صنعت قطع است

اما از گرانی گذشته، یافتن پوشاک عیفانه در نوع خود، چالشی جدی است؛ در حالی که کارگروه

ساماندهی مد و لباس و صنوفی که اعضای این کارگروه‌اند اساساً به وجود آمده‌اند تا دیگر چالش‌هایی از این جنس وجود نداشته باشد.

در این میان دل‌طراحان پوشاک ایرانی-اسلامی از وضع موجود پر است و چاره‌ای به جز دست‌گذاشتن بر کاستی‌ها ندارند. دکتر ربابه غزالی، عضو هیات علمی رشته طراحی لباس [دانشگاه الزهراء](#)، یکی از این طراحان است که ابراز تاسف می‌کند از اینکه ارتباط موثری میان بخش علمی طراحی لباس با بخش تولید و بازار وجود ندارد؛ آن هم تا حدی که بدون اغراق می‌توان گفت این ارتباط قطع است.

او می‌گوید: در دانشگاه و در رشته طراحی لباس، اتفاقات بسیار خوبی می‌افتد و طراحی‌های علمی و موفق انجام می‌شود؛ به طوری که در پایان کار با طرح‌های نوآورانه‌ای به عنوان خروجی کلاس‌های درس روبه‌رو می‌شویم اما واقعیت این است که ارتباط کافی و موثر میان دانشجویان و صنعت برقرار نمی‌شود؛ مگر اینکه استاد دغدغه‌مند دانشگاه وقت بگذارد و با تلاش شخصی به دنبال برقراری این ارتباط باشد.

به گفته او این مشکل باعث می‌شود طرح‌های کاملاً به‌روز و زیبا و از آن مهم‌تر، عیفانه و مناسب فصل به مرحله تولید نرسد.



رنج کپی‌برداری

اینکه پوشاک داخل ویتترین مغازه‌ها که بر تن مانکن‌ها ملغمه‌ای بی‌هویت، گاهی زننده و برخی اوقات زیبا ولی بی‌تناسب با نیاز برخی مشتریان به نظر می‌رسد، دقیقاً از کجا آمده و طرح‌شان به ذهن چه کسانی خطور کرده، مبهم‌ترین بخش بازار پوشاک ایران است. گذشته از اخباری که قاچاق‌بودن این لباس‌ها یا لااقل الگوی اولیه آن را تایید می‌کند، کارشناسانی از جمله دکتر لیلا ثمنی، عضو شورای علمی گروه حقوق خانواده پژوهشگاه قوه قضاییه، که دغدغه‌های جدی حجاب دارد، این محصولات را حاصل الگوبرداری از دنیای غرب می‌دانند.

او می‌گوید: وقتی در ایران و در حوزه پوشش، دچار نوعی ولنگاری فرهنگی هستیم و بدون ایده‌پردازی، صرفاً مصرف‌کننده هستیم، طبیعی است که افراد جامعه‌مان دنباله‌روی مدهایی می‌شوند که به آنها عرضه می‌شود. این نیز دلیلی جز این ندارد که در ایران از طراحان ایرانی-اسلامی حمایت نمی‌شود و به

جز تعداد اندکی که دغدغه‌های شخصی دارند، کسی به صورت هدفمند در این حوزه کار نمی‌کند.

ثمنی در این راستا به لزوم حمایت از تولیدکننده‌هایی که پوشاک مناسب و مطابق با هنجارهای جامعه تولید می‌کنند نیز تاکید دارد زیرا معتقد است وقتی تولید به‌صرفه باشد، حتما تولیدکننده‌ها به آن سمت می‌روند و مصرف‌کننده زمانی که در مورد پوشش خود به لحاظ فرهنگی توجیه شده باشد، محصولات مناسب را طلب می‌کند که در نتیجه این تقاضا، عرضه نیز اتفاق می‌افتد.

ربابه غزالی، طراح لباس و استاد دانشگاه، اما از آنجا که باور دارد چنین تلاش‌هایی در حوزه مد و لباس اتفاق نیفتاده است، توضیح می‌دهد که تولیدکننده‌های ما به سراغ کپی‌برداری‌های ضعیف از مدهای آن سوی مرزها می‌روند؛ در حالی که حتی در کشورهای غربی، لباس‌ها بر اساس فرهنگ بومی تولید می‌شود نه بر اساس کپی‌برداری از دیگران.»