

مدگرایی در لباس، آفت هویت و دیانت

<?xml encoding="UTF-8">

بایدها و نبایدهای پوشاک

بررسی های تاریخی و سیر در سنت ها و فرهنگ ها نشان می دهد که انسان ها از نخستین روزهای آفرینش، در پی پوشانیدن بدن خویش در برابر سرما و گرما و نیز محافظت از نگاه های دیگران بوده اند و به تدریج، این روند راه رشد و ترقی را پیموده است.

در سنت اسلامی، اصل بر پوشش مردان و زنان، به گونه ای است که ضمن پوشیدگی، ارزش ها و موازین شرعی و دینی رعایت شده و در بهبود مناسبات اجتماعی و جلوگیری از تحریکات و مفسد، مؤثر باشد. دین آسمانی اسلام نه تنها مخالف زیبایی و آراستن نیست بلکه به این کار امر کرده چنان چه در منابع روایی ما از رسول اکرم * آمده است: ان الله جمیل و یحب الجمال (1)؛ خدا زیباست و زیبایی را دوست دارد. « حضرت علی (ع) نیز فرموده اند: آراستگی، از اخلاق مومنان است. » (2)

حضرت امام صادق (ع) نیز نوید داده اند که خداوند، آراستن را دوست و از نپرداختن به خود و ژولیدگی نفرت دارد. (3) فرموده اند: خداوند دوست دارد وقتی بنده ای به سوی دوستان می رود، آماده و آراسته شود. « (4) رسول اکرم اصرار دارند که مسلمان، لباس سپیدی را برتن کند که پاکیزه و تمیز است، (5)

اما در اسلام، اخطارها و هشدارهایی هم در این عرصه ها آمده؛ زیرا اسلام می خواهد که انسان ها به سوی ارزش های والا روی آورند و از هوس ها و امیال آمیخته به مفسد بپرهیزند. در فرهنگ اسلامی، مردان و زنان حق ندارند به گونه ای خود را بیارایند که شبیه هم شوند؛ دامنه این همانندسازی ممنوع، لباس، آرایش، زینت، راه رفتن، نوع حرکت و مانند آن را در برمی گیرد. مراجع تقلید نیز در رساله های عملیه خود، از آرایش، اصلاح موی سر و یا تراشیدن آن سخن گفته و احکام و فروعاتی ذکر کرده اند.

رسول خدا * مردی که خود را شبیه زنان می ساخت، مجازات می کرد و زانی را که در لباس، به صورت مردان درمی آمدند، از این کار برحذر می داشت. طبق آیه 31 سوره نور، بانوان اجازه ندارند زینت خود را جز به مقداری که عرف اجازه می دهد، آشکار سازند. شرافت زن اقتضا می کند که هنگام بیرون رفتن از خانه، متین و باوقار باشد و در رفتار، از هرکاری که سبب جلب توجه و تحریک دیگران شود، بپرهیزد.

در منابع اسلامی، انسان از این که لباس را وسیله ای برای شهرت و گناه قرار دهد، منع شده است؛ امام صادق (ع) فرموده اند: لباس نازک بدن نما نپوشید زیرا نشانه سستی در دین است. « (6) و بپرهیز از این که خود را برای مردم بیارایی و با انجام گناه، به جنگ با خدا برخیزی. « (7)

تنوع طلبی و تبلیغات کاذب

یکی از ویژگی های آدمی، تنوع طلبی است و همین ویژگی، اگرچه خصلت بدی نیست؛ ولی می تواند ابعاد فرهنگی و معنوی انسان را تحت تاثیر قرار دهد. مدت هاست که با روی آوردن مردم به انواع لباس، مسئله پوشش هم یکی از دغدغه های اساسی مردم، بویژه نسل جوان شده است. با این که پوشش مناسب، برای حفظ

کردن تن آدمی از سرما و گرما و نیز فرآیندی است که علاوه بر راحتی و تامین آرامش، با توجه به بهره گیری از رنگ، مدل، برش و نوع دوخت با توجه به اندام فرد عرضه می شود ولی به نظر می رسد با به وجود آمدن ملاک های حاشیه ای و فرعی، این معیارها کم رنگ شده اند. البته قدرت خرید جنس و کیفیت لباس هم بر انتخاب آن اثر می گذارد.

مدگرایی، از عواملی است که فلسفه اصلی پوشش را تهدید می کند و حتی مناسبات فرهنگی و ارزشی را مورد تهاجم قرار می دهد. تاکنون، تعریف درست و دقیقی از مد ارایه نشده است و گروهی، آن را مترادف تجدد گرفته اند و بسیاری دیگر، شیک پوش بودن را برابر با مدگرایی دانسته اند؛ اما بیش تر افراد، برای ارضای یک نیاز طبیعی، یعنی قابل قبول بودن در اجتماع دنبال مد می روند، اگرچه این برنامه در دهه های اخیر پیامد تمدن مصرفی غرب است؛ ولی منابع تاریخی، خاطرنشان کرده اند تغییر شکل لباس در مقاطع متفاوت و نیز طبقه بندی افراد جامعه با نوع لباس در ایران، پیشینه ای چند هزار ساله دارد. اما این تغییرها در دوره های تاریخی، طبیعی به نظر می رسند و در واقع، در پاسخ به تنوع طلبی بر حسب مقتضیات زمان پدید آمده اند.

لباس تنگ، کوتاه و جلف، سوغات تمدنی است که جهان بینی ویژه ای دارد و انسان را به گونه ای مغایر با فرهنگ اسلامی تعریف می کند. مدگرایی، دستاورد تلاش های دروغین تبلیغی اروپایی است که بیش تر از چهار قرن است معنویت را از متن زندگی فردی و اجتماعی به حاشیه رانده و خدا را به گوشه عزلت کلیسا سپرده است. در این فرهنگ معنویت و قداست، بی اصالت است و انسان نمی تواند روح الهی داشته باشد.

در این فرهنگ، از پس مرگ هیچ فردایی نیست و هیچ بهشتی انسان را فرا نمی خواند و همه می خواهند به آدمی چنین القا کنند که همه موجودات، همان تن و لباس، وسیله ای برای خودآرایی دروغین است، پوشش تنگ، چون لعابی نازک روی بدن کشیده می شود تا ناهمواری های آن را پنهان نکند و آن چه مد لباس را تغییر می دهد، روان شناسی خاصی است که پوچی، ابتذال و برهنگی را ترویج می کند تا بتواند بیش ترین جلوه و جاذبه را در جنس زن و نهایت اشتیاق همراه با هوس و اشتباهات جنسی را در مرد پدید آورد.

در این نظام که بر بینش مادی و دنیوی غربی مبتنی است، شیوه ای از اقتصاد و سرمایه داری ترویج می شود که مصرف زدگی را هرچه بیش تر مورد توجه قرار می دهد و بر تکاثر و افزون طلبی تکیه دارد. از همه نیروها و امکانات کمک می گیرد تا بازار تولید و مصرف را پرهیجان و داغ تر کند و تمایلات مردان و زنان که گاهی طبیعی هم جلوه می کند، در استخدام این تشکیلات فزونی طلب و حریص قرار می گیرد و اراده آدمی را در مسیر مصرف زدگی افراطی قرار می دهد.

وضع غیرقابل تحمل برخی بی بندو باری ها که در قالب لباس های جلف، سبک، زننده و دور از شأن یک انسان آزاده و شریف بروز و کرده و رواج تیپ ها و آرایش هایی که جز دیوانه وار مصرف کردن مواد آرایشی وارداتی و تقلبی و برهم زدن آرامش روانی جامعه، پی آمد دیگری ندارد، همه ناشی از تحمیل این نظام عاری از معنویت و پوچ گرایی است.

عوارض زیان بار

برخی لباس های مُد روز اگر این عنوان را با خود یدک نمی کشیدند، چیز شگفت آوری به نظر نمی رسیدند؛ اما هنگامی زیر لوای مد به بازار عرضه شوند، خیلی طبیعی و زیبا به نظر می رسند! برای مثال، چند سال پیش اگر دختر خانمی شلواری کوتاه می پوشید که بخشی از مچ پایش بیرون بود، خیلی زشت به نظر می رسید و حتی

شاید زنی حاضر نمی شد که آن را از سر ناچاری هم بپوشد؛ ولی اکنون که شلوار کوتاه، عنوان مد را با خود یدک می کشد، نزد جوانان، جایگاه و جاذبه خوبی به دست آورده است. همین پوشش اگر از مد بیفتد، دیگر هیچ کس حاضر نمی شود آن را بپوشد. مگر شلوارهایی که تا ده سال پیش، با عنوان خمره ای بین پسران مد شده بود، هم اکنون رونق خود را از دست نداده است؟! کدام جوانی حاضر می شود حتی برای یک لحظه از این لباس استفاده کند؟!

در توصیف حاکمیت مد بر بازار و تاثیر آن بر قیمت ها، باید به نوعی از پالتوها به نام های سانتانا، فوتر، پاراشوتف، فوم، و . . . اشاره کرد که در سال های اخیر، پر فروش ترین پوشاک زمستانی بوده اند. در حقیقت، گروهی، هزینه های گزافی را به دلیل غلبه مد بر تولیدهای ملی می پردازند.

این روند، علاوه بر آن که ضربه هایی به اقتصاد کشور وارد می کند، ارزش های فرهنگی را نیز به حاشیه می راند. در حقیقت، اشخاص که مدام به فکر پوشش بر اساس مد هستند، هویت اصیل و پاک خود را پای این رذالت، ذبح می کنند؛ چراکه به قول استاد شهید مرتضی مطهری (ره) لباس و پوشش، با روحیه ارتباط دارد و مصرف گرایی می تواند به اخلاق و فضیلت و فرهنگ درستی و راستی، آسیب جدی وارد نماید.

کسی که در اثر تبلیغات دروغین ترویج مد چون غربی ها لباس می پوشد، رفته رفته چون آنان فکر می کند و در نتیجه، باورهای خودی و فرهنگی بومی را زیر سوال می برد، تعادل اجتماعی را برهم می زند، هنجارهای ارزشی را به حاشیه می راند و از واقعیت های اجتماعی دور می شود.

نکته قابل ذکر دیگر آن که لباس هایی که از الیاف مصنوعی تهیه شده اند، مانع تبادل و تهویه هوا می شوند و این محصولات که غالباً از ترکیبات پتروشیمی به وجود آمده اند، به دلیل افزایش بار الکتریکی بدن و نقش حیاتی پوست زیان آورند و به هیچ روی نمی توانند جای پوشاک طبیعی را بگیرند.

مدل های اروپایی و بویژه فرانسوی و ترکیه ای، لباس هایی هستند که مد را ترویج می کنند و پوشیدن آن ها یک حرکت تقلیدی و بدون علم و آگاهی به شمار می آید. بسیاری از جوانان، اگرچه در ملاک انتخاب پوشاک خود کیفیت و استحکام را مهم می دانند؛ ولی هنگام خرید کالای مورد نیاز خویش، پیرو بی چون و چرای مد هستند و به همین دلیل نیز پول افزون تری برای محصولاتی مصرف می کنند که عملکردی محدود و خاصیتی منفی دارند. برخی از پالتوهای زمستانی پرفروش بازار پایین ترین کیفیت ها را دارند؛ ولی بانوان، به صورت غیر منتظره از آن ها استقبال می کنند. این درحالی است که لباس ها و اجناس تولید داخلی، باکیفیت بالاتر و جنس مرغوب تر در بازار کم مشتری هستند. این نوع مدگرایی، نوعی از سبک رفتار و فرهنگ را به وجود می آورد که تجمل، رفاه زدگی، اشرافی گری و مقاومت در برابر ارزش های اجتماعی را به دنبال خواهد داشت.

ریشه های رونق این امواج ویران گر

مد، حرکتی بسیار زودگذر است؛ اما چون سیلاب، با هجومی خطرناک، آن چه را سر راه خود می بیند، از بین می برد. ویروس خطرناکی است که اگر ریشه کن نشود، جامعه را به تباهی سوق می دهد. حال پرسش این است که چرا مدگرایی که با فرهنگ و سنت ما هم خوانی ندارد، این چنین مورد استقبال قرار می گیرد و مردم، به ویژه نسل جوان، همواره در پی آنند و حاضر می شوند برای این تقلید کورکورانه، دست از هویت اصیل خود بردارند. در پاسخ باید به عوامل گوناگونی اشاره کرد. اصرار بیش از حد درباره نوع لباس، سبب برانگیختن حس تقابل در جوانان می شود. نوع پوشش را نمی توان به کسی تحمیل کرد. اما چرا مدل های غربی و بیگانه بر نوع بومی

ترجیح داده می شود؟ وقتی خواننده ای خوش صدا و معروف، یا هنرپیشه ای که شهرت اجتماعی دارد، به دنبال الگویی برای نوع لباس خود است، زمینه را برای مدگرایی فراهم می کند. جوان، نوع پوشش خود را از کسی تقلید می کند که با شرایط سنی او هم خوانی دارد و نوعی شخصیت دروغین را به او منتقل می کند و در واقع، بر اثر یک همانندسازی در لباس، می خواهد گامی به سوی ترقی اجتماعی بردارد و به گمان خویش، از قافله عقب نماند. پندها و یاد آوری های رسمی و قراردادی هم در او کارگر نیست و انتظار دارد طرح و مدل لباسی را برگزیند که تمایلات درونی او را ارضا کند. اگر بازیگران سیما و سینما، در برابر دوربین از پوشاک ملی و بومی بهره بگیرند و در عمل، به رویارویی با انواع مدل های غربی برخیزند، این مدگرایی ناهنجار، روند رو به افولی می یابد یا دست کم با اقبال روبه رو نمی شود. مراکز طراحی و تولید لباس نیز درصدد آن نیستند که به سلیقه ها و ذوق مردم توجه کنند و برخی زیبایی های پسندیده و مورد پذیرش همگانی را در نظر نمی گیرند. بدیهی است، طرح هایی که مورد استقبال بیش تری قرار می گیرند، بر سلیقه ها هم اثر می گذارند و رفته رفته مردم به لباس هایی روی می آورند که با فرهنگشان سنخیت داشته باشد، اما متأسفانه، برنامه ریزی فرهنگی و اجتماعی ریشه داری در این باره صورت نگرفته است. بیش تر فروشندگان هم به جای درنظرگرفتن مصالح جامعه به فکر منافع خود هستند و لباس هایی را عرضه می کنند که زودتر بفروشند و در کم ترین زمان بر سرمایه های مادی خود بیفزایند.

برخی غفلت ها نیز چونان موربانه هایی از درون، زمینه سازی چنین شبیخون فرهنگی را فراهم کرده اند. بایسته است، مسئولان فرهنگی، از طراحان داخلی پشتیبانی کنند، ایده های بومی و سنتی را ترویج نمایند و سلیقه های ناب ایرانی را در نظر بگیرند. این برنامه اگر ریشه دار، برنامه ریزی شده و همه جانبه باشد می تواند لباس ایرانی را با هویتی مستقل و اصیل، به جایگاه ویژه ای در لباس جهانی ارتقا دهد.

چشم و هم چشمی ها و برخی لجاجت ها، در روی آوردن به مد دخالت دارد. قوانین نیز متعادل نیستند و نباید محدودیت های نابه جا و تنگ نظرانه پدید آورند. از سوی دیگر، طرز لباس پوشیدن اهل علم و معرفت، یا شخصیت های تاثیرگذار (به جز روحانیان) هویت مستقل و مشخص بومی ندارد. جوان امروز ایرانی نمی داند بانو یا آقای محقق، مدرس دانشگاه و افرادی که در عرصه های فکری و علمی فعالند، چگونه لباس می پوشند. معلمان زن، نوعی مانتوی ثابت دارند و حتی در محیط های بسته مثل دبیرستان های دخترانه یا مقاطع دیگر آموزشی که ورود افراد نامحرم به آن جا کنترل می شود، از پوشش بخش نامه ای یک رنگ بهره می گیرند. مردان مطرح در جامعه، از عالی ترین مقامات دولتی، دانشگاهی، فرهنگی و هنری، همیشه با کت و شلوار که یک لباس رسمی است و معمولاً تنوع چندانی ندارد، در انظار عمومی ظاهر می شوند؛ در نتیجه، جوان نمی تواند تصور کند یک استاد دانشگاه، پزشک یا دبیر در منزل، مهمانی، پارک و مسافرت، چگونه لباسی می پوشد تا او نیز همانندسازی کند و به دلیل ارزش های علمی و فرهنگی، از این اشخاص الگو بگیرد. پس خلاء همچنان باقی است و چنین طیف هایی نمی توانند در چگونگی لباس پوشیدن، الگو باشند. در مقابل، به دلیل گستردگی امکانات ارتباطی و تجاری و تبلیغات شدید دروغین، بیگانگان با تنوع پوشش خود که فرهنگی خاصی را القا می کنند، بر بازار پوشاک اثر می گذارند و الگوهای مورد نظر را در قالب مد، تحمیل می کنند.

در برابر این تهاجم چه کنیم؟

برای جلوگیری از رواج مد و کنترل بازار پوشاک، بایسته است فرهنگ اسلامی در این زمینه تبلیغ و معرفی شود؛ زیرا در منابع روایی ما، لباس زیبا، نشانه ای از تقرب به خداست. پاکی پوشاک، اندوه و غم را از بین می برد و

آدمی را در میان مردم عزیز می کند. حضرت علی^ا می فرمایند: نیکوترین لباس آن است که تو را با مردم همسان سازد و موجب آرایش تو در میان آنان شود و زبان های آنان را از بدگویی باز دارد.»

در فرهنگ اسلامی، از این که انسان از لباس بیگانگان بهره بگیرد، نهی شده و این شیوه، نشانه و وابستگی است. چگونگی پوشاک، رنگ، مدل، آراستگی و تمیزی لباس، بر شخصیت آدمی اثر می گذارد و چه بسا که برخی لباس ها شخصیت افراد را مسخ کند و رفتار و اعمال آدمی را دگرگون سازد! برخی افسردگی های روحی و تهدید ذوق سلیم و خارج شده از مرز اعتدال در پوشیدنی ها، به دلیل خود آرایی های افراطی و یا پذیرفتن آشفتگی و ژولیدگی در لباس است. بدیهی است، اگر در جامعه ای بایدهای و نبایدهای ارزشی و اصیل تبلیغ شوند و ارتباط انتخاب لباس با هنجارهای فرهنگی و رفتاری روشن شود، فرهنگ مبتذل مدگرایی نمی تواند این گونه بر زندگی جوان مسلمان اثر سوء بگذارد. درست است که لباس باید ساده و دور از تشریفات و تجملات باشد؛ اما رعایت تنوع، سلیقه ها و گرایش ها در این باره، تا حدودی لازم است. رنگ، طرح و شکل لباس، نو بودن، بافت و مانند آن ها، باید چنان جاذبه ای ایجاد کند که جایی برای ترویج مدگرایی وجود نداشته باشد.

لباسی انتخاب شود که با موقعیت اجتماعی افراد هم خوانی داشته باشد. رنگ لباس، با چهره و سیما تناسب داشته و اندازه لباس، با اندام در تعارض نباشد. مد، علاوه بر این که فرهنگ، ملیت، سنت های بومی و شأن انسان را در نظر نمی گیرد، باغیرت، عفت، نجابت، شرافت و موازین خانواده هم در تعارض است و آگاهی بخشی به جامعه در این باره، بایسته است.

شایسته است مراکز فرهنگی و آموزشی، از موضع متانت و هویت، طرح های مطلوبی را ارائه دهند که ضمن پاسداری از هنجارهای دینی، رغبت های لازم را در افراد به وجود آورد. صداوسیما، از آرایه الگوهای مغایر با هویت ملی و دینی جلوگیری کند و درمکان هایی چون فضاهای ورزشی، تفریحی، اردوگاهی، باغ ها و سایر گردش گاه ها، پوشیدن لباس هایی ترویج شود که از سلامت اخلاقی و روانی جامعه پاسداری کند. بهتر است به جای صرف انرژی و وقت، برای مبارزه با کالاهای وارداتی غربی، از توان و امکانات خود، برای طراحی لباس بهره بگیریم که در عین حالی که نمادهایی از هویت ملی را به همراه دارد، به سلیقه جوانان نزدیک بوده و درمیان عموم مردم مقبول افتاده و مورد استقبال قرار می گیرد.

پی نوشت ها :

1. علامه مجلسی، بحارالانوار، ج 79، ص 299؛ صدوق، خصال، ج 2، ص 157.

2. غررالحکم و دررالکلم، ج 1، ص 307.

3. شیخ طوسی، امالی، ج 1، ص 275.

4. شیخ حر عاملی، وسائل الشیعه، ج 1، ص 218.

5. همان، ج 1، ص 275.

6. بحارالانوار، ج 79، ص 299.

7. همان، ج 71، ص 363.

*. یادداشت های مطهری، ج 6، ص 533.

شرافت زن اقتضا می کند که هنگام بیرون رفتن از خانه، متین و باوقار باشد و در رفتار، از هرکاری که سبب جلب

توجه و تحریک دیگران شود، بپرهیزد.

تاکنون، تعریف درست و دقیقی از مد ارایه نشده است و گروهی، آن را مترادف تجدد گرفته اند و بسیاری دیگر، شیک پوش بودن را برابر با مدگرایی دانسته اند؛ اما بیش تر افراد، برای ارضای یک نیاز طبیعی، یعنی قابل قبول بودن در اجتماع دنبال مد می روند.

مدگرایی، دستاورد تلاش های دروغین تبلیغی اروپایی است که بیش تر از چهار قرن است معنویت را از متن زندگی فردی و اجتماعی به حاشیه رانده و خدا کلیسا را به گوشه عزلت سپرده است. در این فرهنگ معنویت و قداست، بی اصالت است و انسان نمی تواند روح الهی داشته باشد.

برای جلوگیری از رواج مد و کنترل بازار پوشاک، بایسته است فرهنگ اسلامی در این زمینه تبلیغ و معرفی شود؛ زیرا در منابع روایی ما، لباس زیبا، نشانه ای از تقرب به خداست. پاکی پوشاک، اندوه و غم را از بین می برد و آدمی را در میان مردم عزیز می کند.