



حجاب استایل‌ها اگر چه به ظاهر در زمینه عرضه کالای حجاب فعالیت می‌کنند اما پوشش لاکچری ترویج شده از سوی این افراد با فلسفه حجاب فاصله زیادی دارد و به موضوع حجاب و عفاف ضربه می‌زند

همان‌طور که مستحضر هستبد فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی محل جولان تبلیغات ضدحجاب هستند. در این بین اما هستند تولیدکنندگان که آن پوششی که از حجاب انتظار داریم را تبلیغ و ترویج نمی‌کنند و زنان جوان در حتی مدل‌ها یا چهره‌های آرایش کرده، مدل‌هایی از پوشش و تئیی چادر را تبلیغ می‌کنند که به سمت تجمل‌گرایی و تبرج رفته و از فلسفه حجاب دور است. شما به عنوان کسی که در حوزه تولید کالای حجاب فعالیت دارد فکر می‌کنید ما تا کجا می‌توانیم استایل حجاب را به سمت مدهای تجملاتی هدایت کنیم و محصولات حجاب وقتی به سمت مد و فشن می‌روند از هدف اصلی حجاب و عفاف خارج نمی‌شوند؟

در بحث حجاب استایل‌ها من به عنوان یک تولیدکننده محصولات حجاب می‌توانم عرض کنم که خداوند در قرآن تعریف حجاب را داشته است و در سوره احزاب می‌توانیم تعریف و حدود حجاب را بررسی کنیم. در یک کلام حجاب یعنی پوشیدگی، حجاب یعنی ایجاد جاذبه نکردن و پوشیدگی کامل به استثنای دست و صورت. وقتی ما این حجاب را هزار مدل‌ترین می‌کنیم و نگین و گل می‌زنیم و نامش را حجاب می‌گذاریم این اصلاً حجاب نیست. حجاب استایل‌ها یا به قول خدشان حجاب‌های لاکچری در دو گروه دسته‌بندی می‌شود. یک دسته افرادی که ناآگاهانه و برای گذران امورشان مانتوهای کوتاه و جلوپاز تولید می‌کنند و یک گروهی که چادر تولید می‌کنند ولی انگیزه دینی و انقلابی ندارند اما گروه دوم دانسته این کار می‌کنند و محصولات این چنینی تولید می‌کنند.

**از نگاه شما به عنوان یک تولیدکننده محصولات حجاب، آیا پوشش‌هایی که حجاب استایل‌ها تحت عنوان چادر و پوشش اسلامی تبلیغ می‌کنند، رواج نوعی از تبرج و بدحجابی در بین قشر محجبه‌ها نیست؟**

به نظر من ضربه‌ای که حجاب استایل‌ها به حجاب و اعتقادات مردم می‌زند از کارهایی که امثال مسیح علی‌نژاد انجام می‌دهند بدتر است. زیرا مردم افراد ماند با حجاب را می‌شناسند و تکلیف‌شان روشن است اما وقتی یک خانم چادری قداست و حرمت چادر را می‌شکند و از بین می‌برد و تحت عنوان حجاب استایل عادی‌انگاری می‌کند و من به عنوان یک مسلمان اعتقاد بر این است که ما باید در فرهنگ‌سازی‌مان به گونه‌ای باشد که وقتی یک خانمی می‌خواهد حجاب انتخاب کند شبیه طلبایی باشد که وقتی به یک سطحی رسید ملیس به لباس روحانیت می‌شود، این خانم یا دختر خانم هم وقتی حجاب چادر را به عنوان حجاب برتر انتخاب می‌کند خودش متوجه حرمت و جایگاه این پوشش باشد. اگر کسی قلیاً به حجاب اعتقاد داشته باشد حتی اگر این چادرها را مجانی هم دراختیارش قرار دهند استفاده نمی‌کند. بنابراین به عنوان یک تولیدکننده محصولات حجاب، حجاب استایل‌ها و مدل پوشش‌هایی را که آنها ترویج می‌دهند از مانتوهای کوتاه و جلوپاز و بدترین نوع پوشش مغرب‌تر می‌دانم. تخریبی که حجاب استایل‌ها برای پوشش و حجاب داشته‌اند بسیار بیشتر از کالاهای مبتذل است. من به شخصه به عنوان مسئول انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب اصلاً این نوع حجاب را قبول ندارم.

**آیا اصلاً لاکچری بودن با حجاب سنخیت دارد و یا ادعای جذب به حجاب توجیه خوبی برای تولید کالاهای این چنینی و تبلیغ استایل‌هایی از این جنس است؟**

این قبیل تولیدکنندگان اسم کارشان را هم حجاب لاکچری می‌گذارند و مدعی‌اند با این کار جوانان را جذب می‌کنند. در حالی که ما حجاب لاکچری نداریم و حجاب یعنی پوششی که مصداق تبرج باشد. اما

استفاده از هزار رنگ برای این حجاب آن هم با استفاده از مدل‌های آرایش کرده و خاص اثر بسیار مخربی بر مفهوم حجاب در جامعه دارد. به نظر من تولیدکنندگان مانتوهای کوتاه و جلوپاز و لباس‌های مبتذل نسبت به تولیدکنندگان حجاب لاکچری برتری دارند چون آنها ادعایی ندارند اما این افراد به نام حجاب کار می‌کنند و حتی ممکن است تحت عنوان کار فرهنگی و کار حجاب به دنبال دریافت امتیازاتی هم باشند. من به شدت مخالف فعالیت این حجاب استایل‌ها هستم و ضربه‌ای که آنها به حجاب می‌زند بیشتر از کسانی است که به حجاب اعتقادی ندارند و یا به این مسئله آگاهند و یا آگاه نیستند. ناآگاهان را باید آگاه کرد و جلوی افرادی که آگاهانه در این مسیر قدم برمی‌دارند را گرفت. برخی تولیدکنندگان حوزه حجاب و عفاف مانند خود شما در کنار کار اقتصادی و تجاری بحث‌های فرهنگی را هم دنبال می‌کنند و شما نذر حجاب را برای تولید و توزیع چادر با قیمت مناسب‌تر پیگیر بودید و هستید. با عنایت به اینکه حوزه عفاف و حجاب یک کار صرفاً اقتصادی نیست، در کنار کار اقتصادی سهم مسائل فرهنگی و فرهنگ‌سازی چقدر باید باشد؟

تولید کردن چادر هم یک کار تجاری است و این یک واقعیت است اما این کار تجاری باید بر اساس معیارها و چارچوب‌هایی تعیین شده باشد چراکه تولیدکننده هم مسئولیت شرعی دارد و به نظر من تولیدکنندگانی که کالاهای مبتذل برای حجاب تولید می‌کنند مسئولند و باید پاسخگو باشند. در حوزه نذر حجاب هم ما چون احساس کردیم به مسئله حجاب اهمیت داده نمی‌شود و در حالی که برای ده‌ها قلم کالایی که در داخل تولید می‌شود ارز دولتی داده می‌شود اما به کالای حجاب و چادر ارز دولتی داده نمی‌شود، گروهی از تولیدکنندگان حجاب سود بازگانی دو مدل از محصولاتمان را حذف کردیم. دو مدل چادری که به چادرهای معمولی شباهت زیادی دارد و این دو مدل چادر دانشجویی و قواره ندوخته را عرضه مستقیم داشتیم که این کار هنوز هم ادامه دارد. ما چند سال پیش برای تبلیغ این کار به صدا و سیما مراجعه کردیم اما از ما پول زیادی بابت تبلیغ کار خواستند. متأسفانه وقتی کار خوبی هم انجام می‌شود دستگاه‌های فرهنگی از این کار حمایت نمی‌کنند و ما هیچ حمایت رسانه‌ای، مالیاتی و بیمه‌ای

نداشته‌ایم. در چنین شرایطی بدهیی است انتظار رونق و ترقی حجاب به ثمر نمی‌رسد. همچنین در حوزه کار فرهنگی برای حجاب هم پای ما می‌لنگد. به طور مثال چادر سر کردن متهمان در دادگاه‌ها یا حضور زنانی با چادر در سر چهارراه‌ها برای تکدی‌گری جلوه بصری و پیام فرهنگی خوبی برای حجاب ندارد. در حالی که می‌شود این افراد را جمع کرد تا این رفتارها پیش چشم مردم حجاب را بخوار کنند. پس شما همچنان در حوزه نذر حجاب فعال هستید؟

نذر حجاب همچنان ادامه دارد و در نمایشگاه قرآن هم فعال خواهیم بود اما بضاعت ما هم کم است و نیاز داریم تا دولت و دستگاه‌های دغدغه‌مند پای کار بایانند. بحث گرانی چادر هم یکی از موضوعات قدیمی حوزه اقتصادی حجاب و عفاف است. در حالی که با قیمتی بسیار پایین می‌توان یک مانتوی کوتاه و جلوپاز تهیه کرد و حتی فروشندگان مترو و یا دستفروشان کنار خیابان هم به راحتی انواع و اقسام این مانتوها را می‌فروشند اما چادر خریدن هم خیلی در دسترس نیست و از سوی دیگر نمی‌توان با قیمت مناسب چادر خرید. از نگاه شما به عنوان یکی از افراد باسابقه این حوزه گره کار کجاست و باید چه کرد؟

در ایران به خاطر گرانی چادر و ملزومات حجاب کشف حجاب نرم در

حال اتفاق افتادن است. بر اثر بالا رفتن قیمت دلار، قیمت چادر هفت، هشت برابر شد و خیلی از خانواده‌ها بضاعت تهیه چادر را نداشتند و من این را به چشم دیدم و به همین راحتی ماریزش کردیم و خیلی از خانم‌ها و دختران ما به سمت مانتو رفتند. در همین راستا هم ما به عنوان یک انجمن مردم‌محط طرح نذر حجاب را راه انداختیم. ما انتظار داریم در مجموعه‌ای که با ۲۵۰ تولیدکننده ملزومات حجاب راه انداختیم حمایت شویم اما متأسفانه این گونه نبود. اگر مسئولی در ک کند که امروز حجاب لباس سرباز در هنگی ما در این شرایط است و ما بارها شنیده‌ایم که تا زمانی که این حجاب و چادرها هست ما نمی‌توانیم به ایران نفوذ کنیم. حجاب باید به کالای فرهنگی تبدیل شود. ما با ۶۰۰۰۰۰ میلیون دلار واردات چادر کل ایران را پوشش می‌دهیم در حالی که چند سال پیش ۳۰۰ میلیون دلار مورد نیاز کشور را تأمین کنیم. پول می‌توانستیم برای چهار سال چادر مورد نیاز کشور را تأمین کنیم. چادر نماد بانوی ایرانی است و باید به کالای فرهنگی تبدیل شود. اما وقتی من به کمیسیون فرهنگی مجلس می‌روم از من می‌خواهند طرح بنویسم. آیا من تولیدکننده می‌توانم طرح بنویسم؟ این کار کمیسیون فرهنگی مجلس یا دیگر دستگاه‌های فرهنگی است نه من تولیدکننده! درمان ماجرای گرانی چادر این است که چادر به کالای فرهنگی تبدیل شود و مالیات، بیمه و مسائلی که روی بحث چادر سرباز شده بر داشته شود و واردات آن را باز دولتی صورت گیرد.

**راهکار شما برای سر و سامان دادن به این حوزه چیست؟** ما اگر از هجمه غرب در حوزه پوشاک نگرانیم باید ایجاد مزیت کنیم. نباید تولیدکنندگان حوزه کالای حجاب را کاسب بدانند و باید به آنها کمک کنند. وقتی برای تولید کالای حجاب مزیت ایجاد شود بتوانیم خروجی مناسب داشته باشیم. من یک تولیدکننده محصولات حجاب هستم و ما حلقه آخر زنجیره حجاب هستیم و جایی که یک بانوی محجبه می‌خواهد حجاب را انتخاب کند ما وظیفه داریم و این وظیفه را مطالبه می‌کنیم و معتقدیم یک بانوی محجبه و بانویی که حجاب را به عنوان یک قانون و یک عرف رعایت می‌کند با خانمی که این قانون را رعایت نمی‌کند و برای خودش، خانواده‌اش و جامعه هزینه ایجاد می‌کند برابر نیست. اما ما به عنوان تولیدکنندگان و مسئولان حجاب باید در دسترسی بانوان محجبه به فروشگاه‌های در شأن و در منزلت این بانوان تسهیل‌گری کنیم. در حالی که برای اغلب کالاهای مرکز خرید مشخص وجود دارد اما در کشور ما مرکزی برای تهیه صفر تا صد ملزومات حجاب وجود ندارد. یا در کشور ما ده‌ها اتحادیه پوشاک وجود دارد اما اتحادیه ملزومات حجاب نداریم و اینها مسائل زیرساختی است و حتی اگر مسئولان فرهنگی ما کارشان را به درستی انجام می‌داند و به حلقه آخر یعنی تولیدکننده می‌رسد باز هم ما در این حوزه لنگ می‌زاییم. یا در کشور اسلامی ما برای حجاب مواد اولیه باکیفیت که دارای باتری نباشد، الکتروسیسته تولید نکنند، سنگین نباشد در عین حال زیبایی داشته باشد به دلیل گرانی به کشور وارد نمی‌شود چون بارانه‌ای به آن تعلق نمی‌گیرد. برای واردات کالاهای استراتژیک ارز تعلق می‌گیرد اما نظر مسئولان ما کالای حجاب و چادر کالای استراتژیک نیست زیرا به این درک نرسیده‌اند که وقتی ما یک حلقه‌ای را از کودکی تا دانشگاه ساماندهی و فرهنگ‌سازی می‌کنیم و ۲۶ نهاد و سازمان برای ترویج فرهنگ حجاب بودجه می‌گیرند وقتی به اینجا می‌رسد فراموش می‌کنند که باید بودجه باشد، مواد اولیه ارزان و قیمت مناسب باشد.

چادرهای پرزرق و برقی که بیشتر از مانتوهای کوتاه جلب توجه می‌کنند. ساق دست‌های

کارشده، روسری‌های خاص و رنگارنگ و نکات ریزی همچون گیره روسری یا کش چادر! تا این جای کار هم اگر چه با فلسفه حجاب در پوشش و دوری از تبرج همخوانی ندارد اما قابل پذیرش تر است. جالب‌تر از همه زمانی است که حجاب استایل‌ها حتی برای پوشش زیر چادر هم برنامه دارند. شومیز و دامن و شلوارهای رنگارنگ و زنان جوان مدلی که یک‌بار با چادرهای کاملاً پوشیده جلوی دوربین می‌روند به یک‌باره با شومیز و شلوار در برابر دوربین



گفت‌وگوی «جوان» با مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب و عفاف

# ضربه حجاب استایل‌ها به حجاب، بیشتر از مخالفان است

رژه می‌روند! پوششی که حتی خانم‌های کم حجاب هم با آن در جامعه ظاهر نمی‌شوند اما در شبکه‌های اجتماعی که محل حضور همگان است مدل حجاب استایلی که مدعی کار در حوزه ترویج عفاف و حجاب است با چنین پوششی ظاهر می‌شود تا به هر گونه تردیدی درباره نگاه تجاری به حجاب و زن پایان دهد و زن را ابزاری برای دستیابی به اهداف تجاری و اقتصادی خود نماید. به سراغ اسدالله سلیمانی مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب و عفاف رفته‌ایم و با وی درباره فعالیت حجاب استایل‌ها به گفت‌وگو نشستیم. ایم.

## یادداشت



## هجمه حجاب لاکچری به نماد جهان‌بینی زن مسلمان

■ کبری فرشچی

نگاه ابزاری و سوءاستفاده از زن حتی می‌تواند در قالب تبلیغ و ترویج مدل‌های خاصی از کالای حجاب اتفاق بیفتد. انگار این بار به سراغ زنان محجبه رفته‌اند و به دنبال آن هستند تا این گروه از بانوان را هم آلوده مد و فشن کنند و آنچنان سرگرم ست‌های حجاب شوند که انگیزه اصلی از حجاب و عفاف را فراموش نمایند.

هدف نهایی اما یک چیز است؛ گردش چرخ‌های اقتصاد و تجارت! حالا بخشی از این تجارت و نگاه مادی‌گرایانه از طریق بازار مصرف زنانی تأمین می‌شود که به دنبال مدهای فشن هستند و بخش دیگری از این بازار با استفاده از ظرفیت زنان محجبه.

بر این اساس است که وقتی وارد صفحات و سایت‌های کمپانی‌های عرضه کالای حجاب می‌شوید با انواع و اقسامی از چادرها و عباها مواجه می‌شوید که گاه لباس‌های شب عرضه شده در برترین گالری‌ها نمی‌توانند در برابرشان عرض اندام نکنند. چادرهای کارشده‌ای که چشم‌بربینده‌ای را به خود خیره نگه می‌دارد و از فلسفه اصلی حجاب و عفاف که عدم تبرج و جلوه‌گری است فاصله زیادی دارد. نکته قابل توجه اینجاست که در ابتدای عرضه چنین چادرهایی تحت عنوان چادر مجلسی به بازار آمدند اما کم‌کم به یکی از مدهای رایج تبدیل شدند به گونه‌ای که حالا چادرهای نگین‌دار به بخشی از استایل برخی خانم‌های محجبه تبدیل شده و در امور روزمره هم از آنها استفاده می‌کنند. اما ما چرا به همین جا ختم نمی‌شود. هدشال‌ها در انواع و اقسام طرح و رنگ‌های کوناگون، ساق‌های دست رنگارنگ و پر زرق و برق، بقیه‌های کارشده تحت عنوان یقه حجاب و حتی ماسک و کش چادر هم تکمیل‌کننده استایل حرفه‌ای است که حجاب استایل‌ها به دنبال ترویج آن هستند. بدهیی است در مسیر ترویج این سبک پوشش باید فکر و نگاه بانوان محجبه به حجاب تغییر کند. این قبیل پوشش‌ها هر قدر زیبا و پر زرق و برق هم که باشند نمی‌توانند افرادی که اعتقادی به پوشش ندارند را جذب خود کنند. پس هدف اصلی این کمپانی‌ها چیزی نیست جز قشر محجبه و به ویژه زنان و دختران جوان این قشر که با تغییر نگاهشان به حجاب بازار این قبیل لوازم و کالاهای تضمین می‌شود.

نگاه تجاری و کالایی کمپانی‌های عرضه کالای لاکچری حجاب زمانی واضح‌تر می‌شود که شاهد استفاده ابزاری آنها از مدل‌های جوان و زیبایی هستند که کالای حجاب را تبلیغ می‌کنند. جالب اینجاست که این مدل‌ها یا چهره‌های آرایش کرده و لیخنه و تلاش در جذب مخاطب شما را یاد فشن شوهای متداول می‌اندازند و هر از گاه به سراغ مدل‌های زیباتر و جوان‌تر می‌روند. از همه تاز اینکه تمام این رفتارها، پویسترها و تیزرهای تبلیغاتی به نام اسلام، پوشش و حجاب عرضه می‌شود و ظاهر کار یک کار فرهنگی است نه کار صرفاً اقتصادی. در حالی که در باطن کار تنها انگیزه‌های اقتصادی و نگاه تجاری و مادی نه فقط به حوزه حجاب و عفاف بلکه به شخصیت زنان است.

عرضه کنندگان کالای حجاب لاکچری می‌خواهند استایل شما را حرفه‌ای بسازند، توصیه می‌کنند با چادرهای کارشده ساق دست ساده دست کنید و با چادرهای ساده ساق دست کارشده؛ برای پوشش زیر چادر هم برنامه دارند و مدل‌هایی که قرار است این نیاز را در مخاطبان خود به‌وجود بیاورند به گونه‌ای جلوی دوربین راه می‌روند که پوشش زیر چادرشان هم کاملاً مشخص باشد. گاهی حتی توصیه می‌کنند برای تنظیم نوع چادر تان لازم است آن را تا چند ساعت از روی میج بالا بدهید و ماسک ست با روسری و ساق دست و گل‌های روبان دوزی شده چادر و حتی یقه حجاب هم لازم‌ه شکل‌گیری یک استایل حرفه‌ای است!

اگر سری به قیمت‌های این اقلام هم بزنید برای ساخت یک استایل حرفه‌ای مورد تأیید این حجاب استایل‌ها حداقل ۲ میلیون تومان باید هزینه کنید. حالا اینها را کنار بگذارید و برویم به سراغ فلسفه حجاب در اسلام و پوششی که باید به دور از تبرج و جلب توجه مایه آراش زنان در جامعه باشد. پوششی که زیبایی‌اش در سادگی آن است و تنها یک لباس نیست بلکه نمادی از یک جهان‌بینی و تفکر است، تفکری که حالا با این روش مورد هجمه قرار گرفته است.