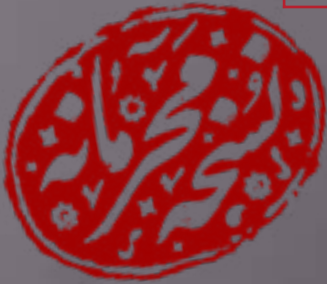


کج راه

پدیده حجاب استایل در ایران

گزارش رصد فرهنگی (۶۲)

اسفند ۱۴۰۲





بعضی می گویند حجاب مانع از رشد زن و ترقی زن است؛ نه بالعکس؛ حجاب مانع از آن خودنمایی‌های بی‌موردی است که مانع حرکت زن می‌شود. ما امروز هزاران بانوی بزرگ و برجسته در صحنه‌های گوناگون علمی و عملی و اجتماعی و سیاسی و فنی داریم که همه با حجاب کامل در حال زندگی هستند.

بیانات رهبر انقلاب در ارتباط تصویری با مداحان - ۱۳۹۹/۱۱/۱۵

کج راه

پدیده حجاب استایل در ایران

گزارش رصد فرهنگی (۶۲)

رصد مد و لباس (۲)



عنوان: کجراه (پدیده حجاب استایل در ایران)

ناشر: مرکز رصد فرهنگی کشور

به سفارش: کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور

مدیر طرح: محمدجواد قاسمیان نیک

مدیر اجرایی: جلال نقاشیان

جمع‌آوری و تدوین: نفیسه زارعی، نرگس رستمی سخی

گرافیک: مهدیه محمدی راد

نوبت چاپ: دوم، زمستان ۱۴۰۲

شمارگان: برای مخاطبان خاص

کجراه: نام نوعی پارچه در صنعت نساجی و خیاطی است، ظاهر این پارچه به گونه‌ای است که با مشاهده بافت آن خطوط کجی دیده می‌شود که منشأ نام‌گذاری این پارچه است.

کلیه حقوق این اثر برای مرکز رصد فرهنگی کشور محفوظ است. در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین تراز میدان ولی‌عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، طبقه سوم، مرکز رصد فرهنگی کشور
صندوق پستی: ۱۴۱۵۵۶۲۷۴
تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳
دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶



داشتن پوشش مناسب به‌خصوص در مجامع عمومی یکی از دغدغه‌های جوامع دینی و به‌ویژه جامعه اسلامی ایران است و عدم گرایش به حجاب مناسب و منطبق با هنجارهای اسلامی از مسائل امروزی جامعه محسوب می‌شود. در یک نگاه کلی باید گفت حجاب در معنای پوشش زنان، اصطلاحی نسبتاً جدید است که جانشین اصطلاح فقهی ستر شده، شواهد نشان‌دهنده آن است که در دنیای پیشامدرن مشکل و مسئله خاصی نسبت به حجاب وجود نداشته است؛ بدان معنی که حجاب به‌عنوان مسئله‌ای اجتماعی که محلی برای مباحثه و بحث و نظر باشد مطرح نبوده است. اما با ورود مدرنیته تغییرات سریع و بی‌سابقه‌ای جهان را فراگرفت به‌گونه‌ای که هیچ قلمرویی بدون تأثیر نماند. غرب آسیا و کشورهای مسلمان هم بی‌تردید با این تغییرات مواجه شدند. براین اساس با ورود غربی‌ها به کشورهای مسلمان چالش‌های فرهنگی نیز میان آنها آغاز شد. با فرایند جهانی شدن شبکه‌های ارتباطی و ماهواره‌ها با اینکه همه آنها فرایند یکسان‌سازی فرهنگ جهانی را دنبال می‌کردند؛ اما در عین حال موجب خلق تمایزات گوناگون میان مردم شدند. افراد با ایجاد تمایز، سعی در متفاوت نشان دادن خود از دیگری داشتند. این امر با مصرف کردن کالاهای مادی و معنوی نمود عینی‌تری به خود گرفت و ادبیات جدیدی با عنوان سبک زندگی وارد عرصه شد. سبک‌های زندگی جدید که مولود دوران مدرن هستند و به‌وسیله

رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی در سراسر جهان تبلیغ می‌شوند اغلب با سبک‌های سنتی زندگی دچار چالش می‌گردند. در جوامع مسلمان نیز این چالش‌ها با شدت بیشتری دنبال می‌شود، زیرا از یک سو دارای فرهنگی اسلامی هستند که آداب و ویژه‌های را خواستار است و از سوی دیگر، فرهنگ ملی و سنتی آنها نیز اغلب با سبک‌های جدید زندگی که از طریق ماهواره‌ها و رسانه‌های جمعی و... تبلیغ می‌شود مغایر است. در این میان زنان به‌عنوان گروه اصلی مصرف‌کننده سبک‌های جدید به شمار می‌روند. زنان مسلمان نیز در این مورد مستثنا نیستند و به همین دلیل است که برخی از زنان کشورهای مسلمان به علت پیروی از سبک‌های جدید زندگی اغلب به سبک‌های سنتی و دینی کشورشان

گرایش ندارند. یکی از اصلی‌ترین نمادهای سبک زندگی دینی نیز داشتن پوشش و حجاب اسلامی است که با پیروی از سبک‌های جدید زندگی در میان برخی از زنان کشورهای مسلمان رعایت نمی‌شود. سبک پوشش در سال‌های اخیر تحت‌الشعاع مؤلفه رسانه ایران قرار گرفت و طی سال‌های گذشته با گسترش شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه اینستاگرام منجر به تغییر در پوشش زنان ایرانی و ایجاد سبک تازه‌ای در لباس آرایش و زندگی آنها شد که به آن حجاب استایل می‌گویند. بولتن پیشرو براین‌دی از وضعیت یک ناهنجاری اجتماعی به نام حجاب استایل است که در بستر شبکه‌های اجتماعی تصویر محور رشد کرده است.



مقدمه	۵
ضرورت تحلیل حجاب استایل	۶
رسانه ملی پیشگام ارائه حجاب استایل در ایران	۷
حجاب استایل غربی	۸
مادست فشن یا مُد متواضع	۱۰
روش شناسی حجاب استایل‌ها	۱۲
بررسی چرایی گسترش پدیده حجاب استایل در شبکه اجتماعی	۱۴
اربعین فرصتی برای حجاب استایل‌ها و تهدیدی برای حجاب	۱۷
بررسی دو حجاب استایل مطرح در اینستاگرام	۲۰
حجاب استایل‌ها در ایران	۲۲
آینده‌نگری یک ناهنجاری	۲۶

ضرورت تحلیل حجاب استایل به مثابه سبک زندگی

حجاب یکی از عناصر مهم در پوشش زن ایرانی است. این پوشش از سال‌های گذشته تاکنون یعنی از زمان استعمار کهن و باز شدن پای انگلستان به ایران تحت تأثیر الگوهای غربی قرار گرفته. به عبارت دیگر رد پای نخستین تغییر در پوشش زن محجبه ایرانی را باید در دوره ناصرالدین شاه قاجار و پس از آن جستجو کرد.

سفر شاهان ایران به اروپا و آشنایی با مظاهر تمدن غرب نخستین سبک‌های پوشش زنانه را وارد ایران کرد و به مرور دیگر چیزی به عنوان چادر در میان درباری‌ها و به تبع آن در سطح جامعه مشاهده نشد. پس از انقلاب اسلامی نیز چادر به عنوان پوشش برتر دچار تغییرات جدی شد به گونه‌ای که در دهه هشتاد و نود تکثر الگوهای چادر با هدف جلب مخاطب غیر چادری به بازار ارائه شد و در واکنشی معکوس طیف چادری به سمت تکثر گرایش یافتند و تقریباً چادر ایرانی که تا حدودی میراث فرهنگی کهن ما به حساب می‌آمد کارکرد خود را از دست داد و تبدیل به عاملی برای تیرج گردید به گونه‌ای که اکنون حجاب به عنوان یک استایل یا سبک پوشش توسط عده‌ای به صورت هنجارشکنانه در شبکه مجازی و حتی رسانه ملی ترویج می‌شود و پیشینه تمدنی و فرهنگی غنی پوششی به نام چادر کاملاً به نادیده‌انگاری مبتلا می‌گردد؛ بررسی پدیده حجاب استایل‌ها و تأثیر آنها بر جامعه ایرانی سوژه اصلی این شماره از بولتن کج‌راه است. گستره زمانی رصد در دهه اخیر و مبتنی بر رسانه‌های دیداری نوین اعم از سیمای جمهوری اسلامی و شبکه‌های اجتماعی است. مهم‌ترین مفاهیم موجود در رصد فوق عبارتند از:

حجاب و حجاب استایل: حجاب یکی از مسائل مهم در فرهنگ و سنت ایرانی است که به‌عنوان نشانه تعلق به دین اسلام و احترام به ارزش‌های مذهبی و فرهنگی، توسط زنان ایرانی رعایت می‌شود. مطابق بررسی صورت‌گرفته حجاب استایل معنی در فرهنگ لغت نداشته و اصطلاحی کلی برای تبلیغ و ترویج سبک خاصی از پوشش است.

حجاب استایل ایرانی: ترویج سبک خاصی از پوشش است که بیشتر در قالب مانتو، روسری و چادرهای پوشیده توسط بانوان انجام می‌شود. در این سبک مانتو، لباس اصلی روی بدن است که اندازه آن معمولاً تا روی پا می‌رسد. مانتوها با توجه به فصل، می‌توانند در طرح‌ها و کیفیت متفاوتی باشند؛ برای مثال، مانتوهای تابستانی اغلب از پارچه‌های سبک و رنگ‌های روشن تهیه و مانتوهای زمستانی از پارچه‌های گرم و رنگ‌های تیره‌تر تولید می‌شوند. روسری نیز در این استایل مهم و با رنگ مانتو هماهنگ است، اگرچه این سبک حجاب در ایران رایج است، اما باید به یاد داشت که نوع پوشش حجاب بسیار متنوع است و به سلیقه شخصی، فرهنگ منطقه‌ای و بستگی دارد. در سال‌های اخیر، استایل‌های جدید و متنوعی از حجاب در ایران ظهور کرده‌اند. برخی زنان به سمت حجابی مدرن پیش می‌روند که ممکن است شامل استفاده از شال به جای روسری، یا پوشیدن مانتوهای با طراحی مدرن‌تر باشد. به‌طور کلی حجاب استایل ایرانی ترکیبی اغراق‌آمیز یا اگر جره از رعایت پوشش دینی و عرفی در کنار استفاده از آرایش و تکثر رنگ است که با اصل حجاب در تناقض جدی قرار دارد. حجاب استایل در حقیقت یک سبک زندگی است که بعضاً بارزها و سبک زندگی ایرانی - اسلامی در تناقض است.

ملحقات حجاب استایل: برای داشتن



استایل باحجاب اما اغراق‌آمیز در ایران معمولاً از اکسسوری‌های متنوعی استفاده می‌شود، گوشواره، کلاه، عینک‌آفتابی، دستبند، دستکش، کیف، شال و سایر ملحقات برای یک حجاب استایل اهمیت فوق‌العاده دارد.

بستر ترویج حجاب استایل: اگر حجاب استایل را یک جریان غالب در فضای کنونی جامعه ایرانی بدانیم که مورد توجه نوجوانان و جوانان اواخر دهه هفتاد و دهه هشتادی قرار می‌گیرد دو عامل تعیین‌کننده در ایجاد آن نقش داشته‌اند. در وهله نخست رسانه ملی که به‌صورت تفصیلی به آن خواهیم پرداخت و سپس شبکه‌های اجتماعی تصویر محور که ذائقه مخاطب ایرانی را رقم می‌زند. هرچند حجاب استایل‌ها را نمی‌توان پدیده ضدفرهنگی دانست؛ اما زمانی که این پدیده در تغییر سبک پوشش نقش‌آفرین شوند و پوشش زنان را تحت‌الشعاع خود قرار دهند به‌عنوان یک ناهنجاری فرهنگی و اجتماعی به حساب می‌آیند و نیازمند رصد و تحلیل به‌عنوان سبک زندگی است.



رسانه ملی پیش‌گام ارائه حجاب استایل در ایران

کارشناسان و متولیان بحث حجاب و عفاف در کشور در این نکته اتفاق نظر دارند که مهم‌ترین عامل اثرگذار می‌تواند به رفع چالش‌ها و مشکلات مد بینجامد مسئله فرهنگ عمومی است و مشکل بی‌حجابی یا شل حجابی باید با روش فرهنگی چاره‌جویی شود. یکی از مهم‌ترین نهادهای فرهنگی کشور صلوسیما است که طیف وسیعی از مخاطبان را در سراسر کشور همراه دارد و می‌تواند در حوزه فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی نقش بی‌بدیلی ایفا کند. هرچند با توسعه شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های تعاملی این جایگاه با چالش مواجه شده است؛ ولی هنوز رسانه ملی از برد وسیعی در عرصه پیام‌رسانی برخوردار است. نکته قابل‌تأمل در رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران در حوزه حجاب و عفاف ترویج نوع خاصی از پوشش است؛ پوششی که عمدتاً با هویت اصلی فرد در اجتماع در تناقض است و هنگامی که افراد به شکل ماهوی از پوشش سازمانی سر‌بازمی‌زنند مورد توجه مردم و به‌ویژه کاربران فضای مجازی قرار می‌گیرند. برخی از شخصیت‌های تلویزیونی که در حوزه اجرا فعال هستند از طریق پیوست رسانه‌ای با شبکه‌های اجتماعی خود نوعی حجاب استایل را ترویج می‌دهند، شاید بتوان ورود اولین حجاب استایل‌ها به سبک سیما راه از اجراهای مرحوم آزاده نامداری دانست. او اولین زن مجری است که با استایل محجبه اما متفاوت از آنچه در اواخر دهه هشتاد و نود مرسوم بود پایش به تلویزیون باز شد. جایگزینی چادرهای رنگی به جای مشکی، ترویج چادرهای ملی که از حد عادی و معلوم تنگ‌تر و نافرمان‌تر بودند و همچنین پوشش‌های رنگی، روسری گره‌ای و استفاده از دستبند بدون ساق دست که در عرف

سیما تازگی داشت او را در زمره پرحاشیه‌ترین و درعین حال تأثیرگذارها قرار داد. هرچند آن روزها چیزی با عنوان حجاب استایل وجود نداشت و بعدتر نیز برخی معتقد بودند حجاب خود نوعی پوشش است که نمی‌توان آن را با عنوان استایل مجزا کرد؛ اما نامداری یکی از تأثیرگذاران در حوزه پوشش دختران و زنان محجبه بود که بعد از افشای تصاویر هنجارشکنش در سوئیس شائبه زیست دوگانه او در زندگی اجتماعی و مقابل دوربین شدت گرفت. نامداری همواره پرحاشیه بود و این پرحاشیگی موضوعی بود که خلأ نبود شبکه اجتماعی در معنای گسترده را برای دیده‌شدن وی و تأثیرگذاری بر جامعه هدف بیشتر می‌کرد. آشکارترین وجه اثرگذار وی در حوزه چادر است. پس از نامداری و با گسترده‌تر شدن کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام؛ هرچند سیما کارکرد همیشگی خود را از دست داد؛ اما همچنان مجری‌های زن نقش ارائه استایل یا سبک پوشش خاص را به قشر محجبه بر عهده داشتند و البته در این مسیر شبکه اجتماعی و صفحات شخصی افراد نیز به دیده‌شدن و تأثیرگذاری آنها دامن زد. افرادی نظیر مژده لواسانی، مژده خنجری، ستاره قطبی از این دست هستند آنها در صفحات اجتماعی شان پوشش متفاوتی را به مخاطبان ارائه می‌دهند پوششی که با مؤلفه‌های حجاب استایل‌ها همخوانی دارد.

به هر ترتیب عدم نظارت مؤثر رسانه ملی و همچنین عدم وجود الگوی صحیح، زیست دوگانه برخی از افراد در تلویزیون و شبکه اجتماعی بخشی از معضلی است که نیازمند تدابیر لازم است. شاید از این طریق بتوان اصلاح سبک زندگی و سبک پوشش صحیح را در دستور کار قرار داد و آن را از یک چالش به فرصت تبدیل نمود.



حجاب استایل غربی

مد اسلامی از دهه ۱۹۸۰ به عنوان یک پدیده خاص ظهور کرد، رشد جهانی بخش مصرف کننده اسلامی که صریحاً پیوندهایی بین دینداری و مد ایجاد می کند و مسلمانان را تشویق می کند که پوشیده، شیک، متواضع و زیبا باشند، منجر به توجه صنعت مد و لباس جهان به این پدیده شد. تحولات جدید سیاسی، مذهبی و فرهنگی گفتمان عمومی متنوعی را با نام سیاست و فرهنگ مد اسلامی ایجاد کرد. بازار مد اسلامی به سرعت در حال گسترش است؛ اما خلاً آن هنوز در مقیاس جهانی حس می شود. جمعیت متنوع و متکثر مسلمان نیاز به مد اسلامی را در خود می بیند. ویژگیهای بزرگ در تلاش اند تا مجموعه های خود را در رابطه با مراسم مذهبی مسلمانان ارائه دهند؛ البته طراحان بزرگ غربی در این زمینه ورود پیدا نکردند و عمدتاً طراحان جوان نوظهور از کشورهای مسلمان وارد این فضا شده اند. امارات متحده عربی به ویژه دبی، به طور پیوسته زمینه را برای تبدیل شدن به مرکز مد اسلامی در منطقه خلیج فارس و به تبع آن در جهان اسلام ایجاد کرده است.



صنعت مد به طور فزاینده ای به ترویج سبک های اسلامی علاقه مند شده است. در دهه گذشته، شرکت مد اسپانیایی MANGO هر سال مجموعه ای را با مضمون ماه رمضان ارائه کرده و ویژگی هایی مانند H&M، Uniqlo، و Dolce & Gabbana نیز از این الگو پیروی کرده اند. با این حال باید گفت رویداد گذرای حجاب در هفته مد نیویورک در ۲۰۱۷ چندین تأثیر گذار نبود و چیزی با عنوان استایل بیست های اسلامی ایجاد نکرد.

صنعتی متواضع یا جسم انگاری زن؟!

فروش مد اسلامی از طریق شیوه های آنلاین یا بر خط یکی از اصلی ترین موضوعات در سامانه عرضه این محصولات در شبکه جهانی اینترنت است. تولید مد اسلامی که می توان حجاب استایل را یک بخش از آن دانست برخی را به این گمانه رساند که مد اسلامی یک صنعت متواضع و متین است و عده ای نیز آن را الهامه اصالت دهی این صنعت به جسم انگاری زنان دانستند. با این حال برخی از ویژگی های غربی از این مهم به عنوان یک فرصت سودجویانه استفاده کردند چنانچه در سپتامبر ۲۰۱۵، ویژند سوئدی H&M اولین خرده فروشی بین المللی مد بود که یک مدل مسلمان با حجاب را در ویدئویی که برای تشویق مصرف کنندگان به بازیافت لباس هایشان طراحی شده بود، نشان داد. بستر عمده مد اسلامی و حجاب استایل در شبکه های اجتماعی است و پیوند اقتصادی آنها با مشتری از این طریق صورت می گیرد.

حجاب استایل های معروف جهانی

حجاب استایل تنها منحصر به ایران نیست؛ بلکه در سطح جهان نیز افرادی هستند که مروج سبک زندگی دوگانه هستند افرادی نظیر لینا اسد معروف به دختری صورتی از تگزاس، سوفیا گودسون معروف به مغز متفکری با آستین های پفکی که بین دبی و آمریکا تردد است حبیبیا سیلوا، حنان تهیلی، هبا جلول، دینا ترکیه، ملانی التکره، مروه عقیق، ایمان آل اسری، نورا افیاء، آسیا الفرج و ماریا ادریسی افرادی هستند که عمدتاً نو

تابعیتی بوده و علاوه بر ملیت مادری خود تابعیت کشوری نظیر آمریکا و یا کانادا را دارند. برخی از این اشخاص مانند ماریا ادریسی تنها به خاطر این که بیشتر دیده شوند به حجاب روی آورده اند. آن ها نه تنها مسلمان نیستند که رغبتی هم برای مسلمان شدن هم ندارند هدف آن ها فقط درآمد بیشتر و شهرت است. این مستندات متکی بر مصاحبه ادریسی با یکی از مجلات انگلیسی که در وبسایت دبی میل منتشر شده است. هر کدام از زنانی که به عنوان بلاگر حجاب شناخته می شوند نمی توانند نماینده زنان مسلمان باشند؛ اما چون سبک زندگی و خانواده یک زن مسلمان برای مردم دنیا موضوعی جالب توجه است؛ به همین دلیل مورد توجه قرار می گیرند. آنها عمدتاً تا پیش از گرایش به حجاب بی حجاب بوده اند و با گذاشتن حجاب به درآمد بیشتر رسیده و حتی نقش مدل ویژند معروف محجبه در H&M را بر عهده گرفته اند. این بلاگرها و ستاره های مجازی عمدتاً از هدف اصلی محجبه بودن فاصله گرفته و به خودنمایی رو آورده اند. در ایران البته سیر حجاب استایل ها و بلاگرهای حجاب بلعکس است؛ یعنی عمدتاً پس از مرحله پوشیدگی به سطحی از بی حجابی نزدیک می شوند تا مخاطب خود را از دست ندهند و این امر دقیقاً مؤید نگاه جنس انگاری شده به زنان مدل در این صنعت است.



معروفی مانند DKNY و هیلفیگر به سود فصلی در مناسبت های مذهبی مسلمانان مانند ماه رمضان فکر کرده اند؛ با این حال توجه به مد اسلامی در کشورهای غربی کاملاً نادیده انگاشته شده است. در این خلاً ایجاد شده امارات با مرکزیت دبی تلاش کرده تا تبدیل به پایتخت مد اسلامی و مرکز جهانی اقتصاد اسلامی شود و گوی سبقت را از ترکیه به عنوان یکی از قطب های صنعت پوشاک ربوده است و تأسیس مدرسه طراحی خلاقانه بیروت نیز مؤید آینده ای تازه در نگاه به مد اسلامی به عنوان یک صنعت است.

کت وات با حجاب در هفته مد نیویورک

نخستین بار در هفته مد نیویورک ۲۰۱۷، نمایشی با ۴۸ مدل با حجاب برگزار شد. آنیسا حسیبون طراح اندونزیایی و مالک ویژند Haute Hijab، صاحب و طراح این مجموعه لباس بود. لباس های او ترکیبی فرهنگی از الگوها و سبک هایی که در خیابان های نیویورک جاکارتا، لندن یا دبی است.

اقتصاد مد اسلامی

بازار مد اسلامی هنوز در مراحل اولیه توسعه خود است. با این حال با توجه به اعداد ارائه شده توسط شاخص جهانی اقتصاد اسلامی نشان می دهد که این حوزه با پویایی هر چه تمام و به سرعت تغییر خواهد کرد. مصرف کنندگان مسلمان حدود ۲۶۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ برای پوشاک هزینه کردند، رقمی که پیش بینی می شود تا سال ۲۰۱۹ به ۴۸۴ میلیارد دلار افزایش یابد. این واقعیت ارقام خرید لباس هایی را نشان می دهد که نمی توانند مستقیماً به مد اسلامی تبدیل شوند. این روند به وضوح نشان می دهد که صنعت مد اسلامی آهسته و آرام پیشرفت می کند طبق پیش بینی های صورت گرفته تا سال ۲۰۵۰ جمعیت مسلمانان جهان با مسیحیان برابری خواهد کرد. بر همین اساس قدرت خرید نیز در بین مسلمانان افزایش پیدا می کند و از همین رو است که شرکت های





یک مسئله پیرامون حجاب استایل

مادست فشن یا مد متواضع

اصطلاح modest (متواضع) ممکن است در سراسر مرزهای جهان دارای تعابیر متفاوت و دارای یک سلسله از مشترکات باشد درعین حال هیچ تغییر روشنی از این سبک پوشش وجود ندارد؛ زیرا مادست تحت تأثیر ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی هر کشور است، پس نمی‌توانیم بگوییم که این سبک پوشش ویژه زنان مسلمان بوده و حتی نمی‌شود گفت که تمامی سبک‌های مادست مورد تأیید اسلام است. در ۲۸ ژوئیه ۲۰۱۵، یک میزگرد جهانی در تورین باهدف تعیین دستورالعمل‌هایی برای مد ساده برگزار شد. این پدیده روبه‌شد توسط محققانی مانند پروفیسور بریتانیا بیرینا لوتیس از کالج مد لندن مورد مطالعه قرار گرفته است و در اواخر سال ۲۰۱۸ برای صنعت مد ساده بودجه ۲۵۰ میلیارد دلاری در نظر گرفته شد. با ظهور پدیده مد اسلامی و حجاب فشن در دنیای امروز بسیاری از جوامع مسلمان خصوصاً زنان به این پدیده نوظهور گرایش پیدا کرده‌اند. مجله ووگ نیز مادست فشن را این‌طور تعبیر می‌کند: مد متواضع به روشی برای پوشیدن لباس‌هایی اشاره دارد که قسمت‌های بدن به‌صورت آشکار

تفاوت مد اسلامی و مادست فشن

بیشتر افراد فکر می‌کنند مد اسلامی با مادست فشن یکسان است؛ در صورتی که این گونه نیست. مادست فشن (modest fashion) یک سبک پوشش است که در آن لباس‌ها بدن را بیشتر می‌پوشانند، برش‌های بلند و گشاد از عناصر اصلی این سبک محسوب می‌شود و داشتن حجاب سر کاملاً اختیاری است. مادست فشن

سبک مناسب برای افرادی است که به دلایل مذهبی و یا شخصی میل به پوشیدگی دارند و مادست فشن بستگی به مصرف‌کننده خود دارد. ممکن است فردی نیاز به پوشاندن یا پوشش آستین بلند را حس کند و مخاطب دیگر پوشش را به نوع دیگری در نظر داشته باشد؛ بنابراین مادست فشن بستگی به تفسیر مخاطب از کلمه مادست یا همان معتدل، با عفت و یا حیا است.

مادست فشن الزاماتی بر منهد نیست گرچه که اکثر مصرف‌کنندگان این صنعت زنان مسلمان هستند زیرا اسلام بر محور عفت و حیا و تواضع زن تأکید دارد اما مد اسلامی یک امر مذهبی است اسلام قوانین و چارچوب‌های مخصوص خود را در مورد پوشش دارد؛ بنا بر این تفاوت ظریفی بین مد اسلامی و مادست فشن وجود دارد.

مادست فشن در هفته مد دنیا (زمستان)

۲۰۲۲-۲۰۲۳

کپنهایک

مادست فشن یک پدیده زنانه مهم در دنیای مد است به‌گونه‌ای در پاییز و زمستان امسال بخش ویژه‌ای برای این مقوله در نظر گرفته شده است.

کپنهایک پایتخت دانمارک میزبان مدهای زمستانه بود، مدهای متواضعانه یا همان مادست فشن در این دوره در قالب پوشش‌هایی مثل شنل بلند و دامن چرمی با پیراهن بلند در معرض دید واقع شدند، برخی از این مدل‌ها معرف نوعی از حجاب هستند و در زمینه ارائه روسری هماهنگ با لباس به‌نوعی نقش تعیین‌کننده‌ای را ایفا می‌کنند.

نیویورک

در هفته مد نیویورک مادست فشن‌هایی با لباس‌های بافتنی و قلابافی به همراه لباس آستین بلند ترکیب دامن بر روی شلوار ارائه شدند در حقیقت این رویداد که امسال برگزار شد تعیین‌کننده و الهام‌بخش آینده مد برای کسانی است که به دنبال مدهای پوشیده هستند.

لندن

در هفته مد لندن بر خلاف آنکه تصور می‌شد ستاره‌های عرصه مدلینگ به عرضه مادست فشن اقدام کنند؛ اما نمایش پنج مجموعه منجر به ایجاد تمایز با سایر هفته‌های مد شد.

میلان

در هفته مد میلان حضور ویژندهای کوچکی و آدیداس در مادست فشن و ارائه مجموعه پوشش یا لوک کامل در این حوزه قابل تأمل است. لباس‌های آستین‌دار، کلاه به‌عنوان حجاب، تزیینات و جواهرات ویژند پراا و ستر کیبی از

مادست فشن برای مخاطبانی است که به دنبال پوشیدگی هستند.

پاریس

هفته مد پاریس در بخش مادست فشن به همان قوت بخش‌های دیگر و با حضور مدل‌های مطرح مثل جی جی حدید برگزار شد، مجله ووگ معتقد است در این هفته و در مادست فشن فراتر از سیاست نژاد و مذهب فکر شده است؛ اما باین‌حال در هفته مد مادست را نوعی جسارت بر شمرده است و تعداد کمی از مدل‌ها حجاب دارند.

حجاب استایل یا مادست فشن؟

حجاب استایل در ایران به دلیل پیوند عمیق با مذهب و استفاده ابزاری مدل‌ها در این الگو از مناسبت‌های مذهبی به‌ویژه مراسم آیینی اربعین حسینی تفاوت جدی با مادست فشن دارد؛ اما مهم‌ترین نکته همسانی این دو پدیده با یکدیگر اصالت بدن و زن است. هرچند در ظاهر مدل‌ها پوشیده هستند؛ اما باز مدل بوده و از ابزارهای بدن زنانه در آن استفاده می‌شود، اصولاً حجاب استایل‌ها در ایران به‌مرور تبدیل به بلاگرهایی می‌شوند که حجاب را فراموش کرده و تنها به فکر کسب درآمد هستند؛ از این رو حجاب در حجاب استایل اصالت ندارد؛ بلکه همان‌طور که ذکر شد بدن اصالت پیدا می‌کند.



کووید ۱۹؛ مادست فشن و حجاب استایل

در دوران همه‌گیری کرونا مادست فشن‌ها متوقف نشدند؛ بلکه به دلیل تمایل ویژندهای بزرگ فست فشن نظیر منگو، نایک و یونیکلو به ارائه مدهای ساده در این دوره، مادست فشن‌ها نیز در شرق آسیا از طریق گروهی موسوم به دختران نسل M اقدام به ارائه الگوهای مناسب برای زنان مسلمان کردند این نوع از مادست فشن نزدیک‌ترین گونه به حجاب استایل ایرانی است با این نقطه اشتراک که آنها نیز لباس‌هایی را طراحی می‌کنند که زنان مسلمان برای انجام مناسک دینی مانند نماز و وضو در آن راحت باشند این نکته در حجاب استایل‌های ایرانی تنها در مورد مراسم اربعین به شکل جدی ملاحظه می‌شود، در کشور ما در دوران همه‌گیری شاهد افزایش نسبی و رشد قارچ‌گونه پدیده حجاب استایل به دلیل فراغت بیشتر زنان بودیم، پدیده‌ای که در دوران پساکرونا و همچنین بازگشایی مرزهای سفر معنوی اربعین به نقطه اوج خود رسید.



روش‌شناسی حجاب استایل‌ها

مدل‌های حجاب در اینستاگرام روش خاصی برای جذب مخاطب دارند؛ طبق رصد و بررسی‌های صورت گرفته از صفحات مجازی اشخاصی نظیر آن‌اشید حسینی و شقایق نوئی و روش‌شناسی آنها در کسب درآمد از طریق حجاب و استایل‌هایی که ارائه می‌دهند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

با افتخار به حجابش توانست دنبال‌کننده‌های زیاد جذب کند و کم‌کم همان حجاب نمادینی را که داشت کنار گذاشت. این افراد با بهره‌جویی از دنبال‌کنندگانشان تجارت بدون زبانی را به نام تبلیغ ملزومات حجاب به راه انداخته‌اند البته بسیاری از افراد محجبه و غیرمحجبه به فعالیت این افراد اعتراض دارند چرا که رفتارشان با فلسفه حجاب تناقض زیادی دارد.

از ذائقه‌سازی تا مدل‌سازی برای حجاب

حجاب استایل‌ها، حجابی که برای بعضی افراد دافعه دارد را با مدل‌ها و ابزارهای متفاوت، جذاب و به اصطلاح امروزی می‌کنند به طوری که حتی افرادی که به اصل حجاب اعتقادی ندارند برای بیشتر دیده‌شدن از این پوشش استفاده ابزاری می‌کنند. این افراد اصطلاح مد اسلامی را برای حجاب ایجاد کردند و حجاب را به شکل یک صنعت و ویژند درآوردند. آن‌ها از مخاطب مهره‌هایی می‌سازند که با هر عقیده‌ای می‌تواند در این زمین بازی کند و برای جذب مخاطب از هر روشی اما با پوشش دین و حجاب استفاده نمایند. مخاطب برای عقب نماندن از این صنعت و دیده‌شدن به دنبال پیروی از این مد می‌رود و تلاش می‌کند به شکل این مدل‌ها دربیاید. آن‌ها به مخاطب محجبه خود القا می‌کنند که دختر باحجاب دیده نمی‌شود، لایک



تجارتی به اسم حجاب؛ رقص حجاب استایل‌ها برای جذب دنبال‌کننده

توأم می‌کند. در مرحله بعد استفاده ابزاری از حجاب برای کسب درآمد منجر به تبلیغ شال و روسری، لوازم آرایش، آرایشگاه زنانه، مانتو و لباس‌های عجیب ولی پوشیده می‌شود و این تجارتی است که حجاب استایل‌ها به نام طرفداری از حجاب راه انداخته‌اند و تعداد این افراد که برای جذب فالوور حتی حاضرند با لباس‌های پوشیده و پر زرق و برقشان برقصد در فضای اینستاگرام کم نیست.

حجاب یک وسیله است

حجاب استایل‌ها، اغلب با شعار حجاب افتخار من است کار خودشان را شروع می‌کنند. آن‌اشید حسینی جزو همان دسته‌ای است که

حجاب استایل‌های برای اولین بار سعی می‌کنند مقابل دوربین چند مدل بستن شال و روسری را به مخاطبان خود آموزش دهند. این آموزش مبتنی بر حفظ کامل حجاب و زیبایی است به‌مرور آرایش غلیظ، لاک‌های چیخ و ساق دست‌های رنگی به استایل اضافه می‌شود.

عباهایی با رنگ روشن مانند صورتی و روسری‌های گل‌دار با آرایش‌های غلیظ و صورت‌های جراحی شده حجاب را با تبرج



نمی‌گیرد یا از خودنمایی بی‌بهره است، پس در نتیجه در جامعه هم دیده نمی‌شود.

بلاگری ابزاری برای دیده‌شدن

اصل کار بلاگرها بر دیده‌شدن به شیوه‌های جذاب است، هرچقدر بیشتر دیده بشوند موفق‌تر خواهند بود و اساس حجاب بر پوشش زیبایی‌ها و جذابیت‌ها است. بلاگر حجاب یک تناقض است که تنها با تغییر مفهوم بنیادین حجاب دست‌یافتنی است؛ در واقع بلاگرهای حجاب، فرار از قانون، شرع و عرف، افراط و تفریط را که خلاف مباحث اسلامی است رواج می‌دهند و باعث دورشدن حجاب از مفهوم اصلی و اساسی خود که برای جلوگیری از خودنمایی است می‌شوند. آنان حجاب را به یک لباس و مد تقلیل می‌دهند و بی‌مفهوم می‌کنند. به طوری که حتی برای زیارت اماکن مقدسه مدل لباس، مدل آرایش و مدل عکاسی تعیین می‌کند. ترویج دیدگاه‌های سکولار در حوزه مد و لباس این صنعت تا جایی پیش می‌رود که به مخاطب خود یاد می‌دهد چطور محجبه جذابی باشی و دیده بشوی. به تدریج علاوه بر تغییر مفهوم حجاب باعث دین‌زدایی می‌شود و دین را به یک مسئله بی‌هویت و بی‌مصرف تبدیل می‌کند. تفکر را به سمت مهم نیست که این حجاب و این فعل را دین می‌پسندد یا نمی‌پسندد، دین مخالف این امر هست یا نه می‌برد که برخی باحجاب تبلیغ هم‌جنس‌بازی، زنا، سگ‌بازی و... را با شعار دین من مال خودم است می‌کنند.

اقتصاد درآمدزا و سودآور با عدم نظارت لازم و نپرداختن مالیات سبب دگرگونی عمیق فرهنگی می‌شود؛ دگرگونی که با اصلاح روش‌شناسی حجاب استایل‌ها می‌تواند از یک تهدید چالش‌زا به فرصت تبدیل شود.





که روزنامه جوان آن را در آبان ماه امسال بازتاب داد شاهد آن هستیم که این گروه در کار خود موفق عمل کرده و موجب شده‌اند تا بخشی از بانوان محجبه و چادری به سمت مانتوهای پوشیده و عیابی گرایش پیدا کنند این پژوهش می‌گوید تمایل برخی از بانوان برای استفاده از مانتوی پوشیده و بلند به‌جای چادر افزایش یافته و جامعه چادری نیز اندکی کاهش یافته است. در همین راستا برخی بلاگرها و اینفلوئنسرهای مذهبی که عمدتاً دختران جوان هستند نیز در صفحات خود در حال عادی‌سازی استفاده از مانتوی بلند و عبا به‌جای چادر هستند اما ماجرا به همین جا ختم نخواهد شد و مأموریت و بلاگرهای حجاب در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی فقط همین تغییر ناآهسته خانم‌های چادری به سمت پوشش‌هایی همچون عبا یا مانتوهای پوشیده نیست. بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، حجاب استایل‌ها فقط نوع پوشش روسری و استند مانتوهای هوایی و تورهای پر زرق و برق و مدل‌دار را تبلیغ نمی‌کنند این افراد مانند سایر بلاگرها با به‌اشتراک‌گذاری بخشی از زندگی روزمره خود با مخاطبان به‌نوعی سبک زندگی آنها را مورد هدف قرار داده‌اند سبکی از زندگی که با عنایت به ویژگی‌های فضای مجازی و ارتباط‌گیری این افراد با مخاطبان‌شان می‌تواند به شکلی نرم و خزنده تغییر کند و به اهدافی که برایشان در نظر گرفته‌اند نزدیک‌تر شود.



بررسی چرایی گسترش پدیده حجاب استایل در شبکه اجتماعی

آفت حجاب استایل‌ها

در شرایط کنونی جامعه، مسئله حجاب استایل‌ها به یکی از موارد مورد توجه فعالان فرهنگی تبدیل شده که حائز اهمیت است. حجاب استایل‌ها به پوشش دارند؛ ولی اعتقادی به آن ندارند، مرزهای پوشش را هر روز طبق میل شخصی خودشان جابه‌جا می‌کنند و تهرجی را که هیچ‌گونه باحجاب جمع نمی‌شود با پوشش خود ترکیب می‌کنند آن‌ها برای دیده‌شدن زیبایی‌های ظاهری تلاش می‌کنند در صورتی که مقصود از حجاب، حریم‌داری است؛ این حریم به منزله جلوگیری از اشاعه فحشا و برقراری امنیت است. بر خلاف تمام تلاش‌های رسانه‌های معاند برای به‌تصویر کشیدن زنان ایرانی که خواهان بی‌حجابی هستند، می‌بینیم که حجاب استایل‌ها، برای کسب منفعت، فعالیتشان را در سایه حجاب ادامه می‌دهند تا مخاطب را همراه خود کنند مطابق رصد و پایش صورت گرفته در شبکه‌های اجتماعی و با تمرکز ویژه بر سکوی اینستاگرام می‌توان حجاب به ریشه‌شناسی حجاب استایل در ایران پرداخت و نتیجه را این‌گونه منعکس کرد:

ریشه‌های شکل‌گیری حجاب استایل‌ها و بلاگرهای حجاب ایرانی

شکل‌گیری جریان حجاب استایل از یک خلأ و نیاز آغاز شد اقشار محجبه و مذهبی جامعه درآشفته بازار البسه‌ای که هیچ یک از مولفه‌های ایرانی و اسلامی را ندارد برای پیداکردن لباس‌های موردنظرشان با چالش مواجه بودند و همین خلأ هم دست‌اندرکاران مد را به این فکر انداخت که می‌توانند بر روی مسئله مد در حوزه لباس پوشیده و حجاب سرمایه‌گذاری کنند. همچنان که در سایر کشورهای دنیا هم با پدیده مدگرایی مواجهیم و ویژگی‌های مشهوری همچون دولچه‌گابانا سراغ تولید لباس‌های پوشیده رفته‌اند تا بخشی از بازار بزرگ زنان مسلمان البته از قشر مرفه را در دست بگیرند و از این رهگذر اصل و فلسفه حجاب را دچار استحاله کرده و تولیدکنندگان خرد و محلی در حوزه حجاب را کنار بزنند در ایران هم مشابه این پدیده شکل گرفت. حجاب استایل‌ها برای تبلیغ کالاهای شان سراغ ظرفیت فضای مجازی و بلاگرها رفتند همان بلاگرهایی که بخشی از زندگی روزمره خود را در ویتترین شبکه‌های اجتماعی پیش چشم دنبال‌کنندگان به تصویر

می‌کشند این بار با پوشش و چهره‌های متفاوتی جلوی دوربین ظاهر شدند. رفته‌رفته این شیوه از پوشش و استایل در میان قشر محجبه و چادری محبوبیت پیدا کرد و امروز شاهد رشد قارچ‌گونه حجاب استایل‌هایی هستیم که با کمک از مانکن‌ها و بلاگرها، هر روز محصولات تازه‌ای را به مخاطبان خود معرفی می‌کنند مانکن‌هایی که یک روز با پوشش کامل و با چادرهای عیابی جواهردوزی در قاب شبکه‌های اجتماعی ظاهر می‌شوند و فردایش با یک شومیز یا لباسی که هیچ‌یک از مولفه‌های پوشش را ندارد تا ثابت کند دین و حجاب برای حجاب استایل‌ها و شبکه تبلیغاتی شان فقط ابزاری برای کسب درآمد بیشتر است.

پای پول در میان است

گروه مخاطب و قشر هدف حجاب استایل‌ها و بلاگرهای حجاب، اقشار مذهبی و محجبه جامعه هستند و در پاسخ به نیازهای این گروه پدیده بلاگری حجاب و حجاب استایل‌ها را شکل دادند تا از این مسیر ناآهسته اقشار محجبه و مذهبی جامعه را هم تغییر دهند و حجاب را از فلسفه اصلی خود دور کنند بر این اساس، طبق یک پژوهش اجتماعی



اربعین فرصتی برای حجاب استایل‌ها و تهدیدی برای حجاب

موجی از پوشش عبا به همراه چفیه در میان دختران محجبه (متولدین اواخر دهه هفتاد و دهه هشتاد) به راه افتاد و البته پیشتر و پس از به راه افتادن ناچینش اجتماعی زن، زندگی، آزادی نیز عده ای از افراد چادری به دلیل سلب امنیت اجتماعی به دنبال پوشش جایگزین بودند و عبا که توسط بلاگرهای حجاب تبلیغ می شد مورد استفاده آنها قرار گرفت و پس از اربعین ۱۴۰۲ به همراه چفیه به یک استایل یا سبک پوشش تبدیل شد.

زنگ هشدار برای یک بحران امنیتی
در شرایطی که دوگانه حجاب اجباری و حجاب قانونی مطرح می شود، گزارشی از بی بی سی فارسی در ۲۵ شهریور ۱۴۰۲ با عنوان حجاب استایل‌ها و پیاده روی اربعین؛ تبلیغ عباهای چین و واچین در وبگاه این غول خبری منتشر شد، بی‌بی‌سی در این گزارش به چالش حجاب استایل‌ها اشاره می‌کند و می‌نویسد: «فعالیت حجاب‌استایل‌ها در فضای مجازی آنقدر پر سر و صدا شده که از نظر رسانه‌های حکومتی ایران تبدیل به یک خطر شده‌اند و دستگاه‌های امنیتی باید به فعالیت آنها ورود کنند. از نظر روزنامه جوان با خطر تغییر ذائقه قشر مذهبی مواجهیم... و نیروهای امنیتی در پاسخ به نگرانی‌ها می‌گویند موارد مهم‌تر برای پیگیری هست یا خلاً قانونی (برای برخورد با آنها) وجود دارد.

روزنامه نزدیک به سپاه پاسداران در چهاردهم شهریورماه از قول یک کارشناس تاکید کرده بود که خطر فرهنگی حجاب استایل‌ها کمتر از تروریسم و جاسوسی نیست و استحاله

شاید بتوان نخستین تلاش‌های تغییر در حجاب توسط رسانه را از مستندی به نام از لاک جیغ تا خدا دانست، هرچند این مستند تلویزیونی برای ترویج حجاب بود؛ اما در عمل سوژه‌های مقابل دوربین در فضای مجازی تبدیل به پر بازدیدها شدند و پس از آن توجه بسیاری از افراد به حجاب به‌عنوان ابزاری برای جلب مخاطب جذب شد.

حجاب که نماد مذهب اسلام است و اسلام در کشورهای سکولار و غیردینی با این اصل شناخته می‌شود مورد توجه تولیدکنندگان مد قرار گرفته است. برخی از مناسک اجتماعی تشیع نظیر اربعین که پیوندهای عمیقی با اسلام سیاسی دارند به همان میزان که می‌تواند حول محور جاذبه مغناطیس حسینی منجر به وحدت و یگانگی شود تهدیدی در زمینه ایجاد تحریف در برخی از آیین‌ها و باورها و حتی پوشش بانوان ایجاد کند.

اربعین فرصتی برای حجاب استایل‌ها
حجاب استایل‌ها در سال‌های پس از همه‌گیری کرونا و حضور گسترده مردم در مراسم آیینی اربعین وارد کارزار جذب فالوور و تبلیغ پوشش‌های خاص در این فرصت شدند. آنها در اربعین ۱۴۰۲، جایگزینی عبا به جای چادر به همراه چفیه عربی به جای روسری و آرایش‌های تند با کاشت ناخن در جمع راهپیمایان را تجویز کردند. این در حالی است که مطابق رصد میدانی و همچنین پرسش‌گری از کشور میزبان پوشش چفیه برای زنان و همچنین پوشیدن عبا که با عباچه عراقی تفاوت چشمگیری دارد نه تنها مرسوم نیست بلکه یک صادرات به حساب می‌آید، پس از آن

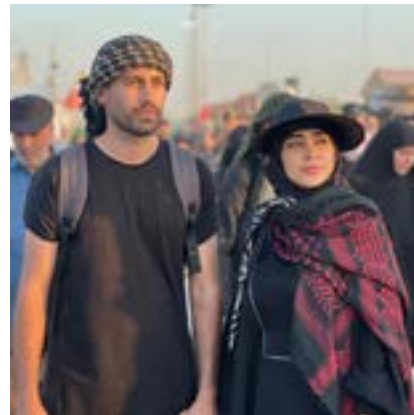
خانواده‌های مذهبی را رقم می‌زند. حجاب لاکچری، مدلینگ حجاب، حجاب‌استایل، مدلینگ اسلامی و کلمات و عباراتی از این دست در شبکه‌های اجتماعی زیاد دیده و شنیده می‌شود. نگرانی رسانه‌های حکومتی وقتی از حجاب استایل‌ها بالا گرفت که در پیاده‌روی اربعین تبلیغات عبا‌های چین و واچین به شکل گسترده‌ای در شبکه‌های اجتماعی مطرح شد و بعضی از دختران محجبه در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام تبلیغ می‌کردند برای پیاده‌روی اربعین و اینکه راحت باشید به جای چادر از عبا استفاده کنید. اصطلاح حجاب استایل‌ها برای بخشی از زنان و دختران محجبه به کار می‌رود که برای بهتر دیده شدن یا شیک‌پوشی، از چادر و پوشش اسلامی به شکل متنوعی استفاده می‌کنند و از نظر بعضی از مذهبی‌ها و حکومتی‌ها این قشر دچار افراط و زیاده‌روی در استفاده از نوع پوشش و لوازم آرایشی شده‌اند. بی‌بی‌سی فارسی در گزارش خود در کنار امنیتی دانستن سوژه حجاب استایل‌ها و ایجاد نوعی خوشحالی برای بهره‌گیری از این فرصت در شرایط دوقطبی که با عنوان حجاب اجباری مطرح می‌شد، حجاب استایل‌ها را فرصتی برای محجبه‌ها برمی‌شمرد که در اماکن مذهبی مثل مشهد و کربلا حضور دارند و ظرفیت ایجاد تمایز در پوشش ایرانی را می‌توانند برای آن دسته از مذهبی‌ها که با چادر چالش دارند ایجاد نمایند. در این اثنا اصطلاح مذهبی صورتی از سوی برخی از رسانه‌های داخلی مطرح شد و درست در فضایی که دوگانگی منجر به ایجاد نفاق و دودستگی می‌شد برخی از رفتارهای رسانه‌های نادرست و عدم تبیین منطقی و صحیح موضوع حجاب استایل‌ها سبب شد تا طیفی که خود را مبلغان انقلاب مهسا می‌نامیدند با بهره‌گیری از

ظرفیت حجاب استایل‌ها به کارزاری با عنوان من محجبه‌ام، اما با گشت ارشاد مخالفم یا من محجبه‌ام و با حضور افراد بی‌حجاب در جامعه مشکلی ندارم که توسط افرادی نظیر فائزه هاشمی و خط بیرونی مسیح علینژاد دنبال شد همراه شوند و اینطور نشان دهند که در جامعه دینی، هر فردی با هر پوششی خواست می‌تواند زندگی کند و قانون پوشش و حجاب قانونی را از این راه زیر سؤال بردند، در این شرایط روزنامه جوان در مردادماه امسال و در بجنوبه تنوع عبا در میان حجاب استایل‌هایی که در مناسک دینی حاضر بودند نوشت: حجاب‌استایل‌ها تغییرات عمیقی در حوزه حجاب و کالای حجاب ایجاد کرده‌اند... و برنامه بعدی حجاب استایل‌ها، برداشتن چادر از سر بانوان چادری و اقبال محجبه و جایگزینی آن با حجاب‌های دیگری همچون عباست. این بخش از مطلب جوان به صورت تقطیع شده در گزارش رسانه لندن نشین استفاده شد و این روزنامه و خبرگزاری فارس که بعضاً با کارشناسان نازبده در این حوزه مصاحبه گرفته و یا گزارش و یادداشت‌هایی نوشته بودند به تئوری نادرست توهم توطئه و دست داشتن صهیونیست در ماجرای حجاب استایل‌ها متهم شدند و دوگانه عنوان شده را با گردش اطلاعات نادرست به نوعی دغدغه توسط افراد مذهبی برای خارج شدن این قشر از دایره کنترل حکومت برشمرد. این درحالی است که مطابق رصد صورت گرفته از اربعین تاکنون عملیات روانی و رسانه‌ای مناسبی در حوزه معرفی حجاب استایل‌ها از سوی نهادهای مرتبط و متولیان امر برای شناخت این جریان و فرهنگی یا ضدفرهنگی بودن آن انجام پذیرفته و از همین رو حجاب استایل‌ها پا را فراتر گذاشته و به گشت و گذار در کربلا می‌پردازند.

پاساژگردی کربلا در دوران پس از اربعین

بهمن‌ماه ۱۴۰۲ خبرگزاری فارس و به تبع آن همشهری آنلاین و پایگاه‌های خبرخوان مطلبی با عنوان ماجرای جدید پاساژگردی حجاب استایل‌ها در کربلا، از ترویج پوشیدن عبا در اربعین تا خودنمایی با آرایش غلیظ در بین الحرمین منتشر شد. در این مطلب با اشاره به واکنش‌های کاربران فضای مجازی به حضور حجاب استایل‌ها در کربلا با عنوان اینکه کربلا بازپچه بلاگرها شده! برای جذب فالور حتی حرمت حرم را هم نگه نمی‌دارند، اعتراض عمومی به بی‌حرمتی بلاگرهای حجاب یا همان حجاب استایل‌ها ایجاد شد، این اقدام آن قدر ساختارشکنانه بود که برخی از مداحان نیز به این موضوع واکنش نشان دادند و حسین طاهری در یکی از جلسات هیئت، درباره رفتار این افراد گفت که کربلا جای خوش‌گذرانی و خودنمایی نیست کربلا خاکش با همه جا فرق دارد کربلا مقتل است.

حضور هنجارشکنانه حجاب استایل‌ها تنها منحصر به پاساژگردی کربلا که در سال اخیر به دلیل ترویج سبک زندگی غربی در این شهر مذهبی صدای استاندار آن را هم درآورد، نیست؛ بلکه حضور با عبا و آرایش غلیظ و ناخن‌های کاشت در بین الحرمین نیز چالشی دیگری است که در خلأ عدم توجه به فضای مجازی شکل گرفته است و در صورت ادامه‌یافتن این بی‌توجهی هنجارشکنی با عادی‌انگاری توأم می‌شود و در نهایت چیزی به‌عنوان پوشش زن محجبه ایرانی در اماکن مذهبی غیر وطنی که باید نمایانگر هویت ملی و دینی ما باشد، باقی نمی‌ماند.



بررسی دو حجاب استایل مطرح در اینستاگرام



استایل‌های مطرح مانند شقایق نوئی و آنشید حسینی مؤید این تقلیل است، سیر هنجارشکنی و ارزش‌زدایی آنها به گونه‌ای است که به مرور چادر را از سر برداشته و اندک اندک حجاب حداقلی رأس را رعایت می‌کنند و لباس‌های آنها عمدتاً بعد از مدتی تنگ و کوتاه می‌شود به دیگر عبارات آنها به مخاطب خود اینطور القا می‌کنند که تنها حجاب حداقلی رأس برای محجبه بودن کافی است و پوشاندن سر می‌تواند مؤید رعایت شرعیات باشد.

حجاب استایل‌ها در یک نگاه سیاسی و اجتماعی به مرور تبدیل به ایجاد حفره عمیق امنیتی از طریق دامن‌زدن به دوگانه حجاب شرعی و حجاب اجباری می‌شوند، این امر پس از حوادث ۱۴۰۱ و با حرکت قشر مذهبی در قالب فقدان امنیت برای چادری‌ها به سمت عبا در سطح عامه خود را نشان داد، پس از آن نیز دسته‌ای از محجبه‌ها از طریق تبعیت از حجاب استایل‌ها عبا را که پوششی دست‌وپاگیر به نظر می‌رسید تبدیل به پوشش حداقلی‌تری کردند در عین حال نسل دهه هشتادی محجبه که مؤلفه‌های زیبایی را از طریق شبکه‌های اجتماعی دریافت کرده است نیز به سمت این پوشش گرایش یافته و برای حل چیزی که آن را معضل چادر اجباری در خانواده می‌نامند به سمت عبا و سپس ماتو دامن و پوشش‌های ترویج شده در اینستاگرام سوق می‌یابند، این موضوع البته با ظاهر شدن زنان و دختران جوان با تابعیت از حجاب استایل‌های عباپوش در مناسک آیینی، دال گفتمانی حجاب و تناقض میان حجاب شرعی و اجباری پررنگ‌تر می‌شود.



زهرا داداش‌پور که همه او را به نام کوثر می‌شناسند بلاگر حجاب استایلی است که پس از متأهلی شروع به تولید محتوا می‌کرد. در ابتدا روزمرگی‌های خود و زندگی بر اساس رصد صورت گرفته از منابع آشکار نظیر شبکه اجتماعی اینستاگرام و همچنین پایش صورت گرفته در بین جوانان و نوجوانان دهه هشتادی که رفتارهای فردی و اجتماعی آنها تابعی از دنیای مجازی است و تا حدودی به اصل مذهب معتقد هستند می‌توان گفت حجاب استایل‌ها در آینده نزدیک به یک چالش تبدیل خواهند شد، چالشی که اعتقادی به نام حجاب را برای این نسل دچار بازتعریف تازه‌ای می‌کند. در این بازتعریف حجاب با تَبْرُج همراه است، آرایش‌های غلیظ، لاک‌های جیغ و در نهایت صورت‌های جراحی شده به همراه پوشش‌هایی که به مرور به حجاب رأس خلاصه می‌شوند چالشی است که اسلام سکولار یا اسلام لیبرالیزه شده را یادآوری می‌کند.

اگر بپذیریم که حجاب استایل یک سبک پوشش در میان محجبه‌های نوگراست و این سبک برخاسته از شبکه‌های نوظهور اجتماعی که بدون قید و شرط در ایران فعالیت کرده و می‌کنند باید آن را نوعی مواجهه ضدفرهنگی با مقوله فرهنگی حجاب و بالاخص چادر به عنوان نوعی از میراث ناملموس فرهنگی برشمرد بر همین اساس و طبق بررسی رفتارشناسی از سیر تغییر حجاب استایل‌ها و تبدیل آنها به بلاگرهایی با درآمد اقتصادی بالا که محل معاش آنها از اقتصاد بدون متولی حجاب است باید تقلیل پوشش در بین مذهبی‌های محجبه را در آینده نه چندان نزدیک و به صورت نرم شاهد باشیم. رفتارشناسی برخی از حجاب

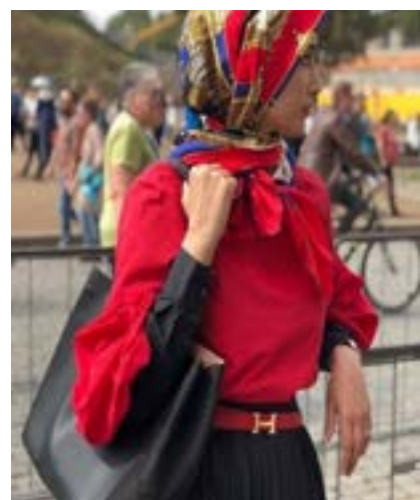


سروپوش	ساختار	ترتیبات	رنگ	موارد غیراسلامی	موارد اسلامی
سروپوش	شال	طرح‌باز یا رنگ جیغ	سرخالی	نمایش‌شدن بخشی از موی جلوی سر	پوشش گرم و گوش
زیرپوش	کت	ساده دو دکمه در قسمت بالاتنه	کرمی	کوتاه‌ی و تنگ بودن در قسمت بالاتنه	دکمه داشتن
ماتو	چلوپاز - پدانه‌نگی چلوپاز	ساده بلند تا روی پا	کرمی	چلوپاز و نمایش بدن	بلنده
شلوار	راسته	پارچه ساده	کرمی	جذاب و بدن‌نما	-
کفش	قسمت رویی باز	پاشنه‌بلند همراه با سنگ‌های براق	نسکافای	باز بودن روی پا	-
کیف	مستطیل	ساده و هیرنگ شال	سرخالی	-	-
جوراب	ندارد	-	-	نداشتن جوراب	-



حجاب استایل ها در ایران





آینده‌نگری یک ناهنجاری

بر اساس رصد صورت گرفته از منابع آشکار نظیر شبکه اجتماعی اینستاگرام و همچنین پایش صورت گرفته در بین جوانان و نوجوانان دهه هشتادی که رفتارهای فردی و اجتماعی آنها تابعی از دنیای مجازی است و تا حدودی به اصل مذهب معتقد هستند می توان گفت حجاب استایل‌ها در آینده نزدیک به یک چالش تبدیل خواهند شد، چالشی که اعتقادی به نام حجاب را برای این نسل دچار بازتعریف تازه‌ای می کند. در این بازتعریف حجاب با تَبَرُّج همراه است، آرایش‌های غلیظ، لاک‌های جیغ و در نهایت صورت‌های جراحی شده به همراه پوشش‌هایی که به مرور به حجاب رأس خلاصه می‌شوند چالشی است که اسلام سکولار یا اسلام لیبرالیزه شده را یادآوری می‌کند.

مدتی تنگ و کوتاه می‌شود به دیگر عبارت آنها به مخاطب خود اینطور القا می‌کنند که تنها حجاب حداقلی رأس برای محجبه بودن کافی است و پوشاندن سر می‌توان مؤید رعایت شریعت باشد. حجاب استایل‌ها در یک نگاه سیاسی و اجتماعی به مرور تبدیل به ایجاد حفره عمیق امنیتی از طریق دامن‌زدن به دوگانه حجاب شرعی و حجاب اجباری می‌شوند، این امر پس از حوادث ۱۴۰۱ و با حرکت قشر مذهبی در قالب فقدان امنیت برای چادری‌ها به سمت عبا در سطح عامه خود را نشان داد، پس از آن نیز دسته‌ای از محجبه‌ها از طریق تبعیت از حجاب استایل‌ها عبا را که پوششی دست‌وپاگیر به نظر می‌رسید تبدیل به پوشش حداقلی‌تری کردند در عین حال نسل دهه هشتادی محجبه که مؤلفه‌های زیبایی را از طریق شبکه‌های اجتماعی دریافت کرده است نیز به سمت این پوشش گرایش یافته و برای حل چیزی که آن را معضل چادر اجباری در خانواده می‌نامند به سمت عبا و سپس مانتو

اگر بپذیریم که حجاب استایل یک سبک پوشش در میان محجبه‌های نوگراست و این سبک برخاسته از شبکه‌های نوظهور اجتماعی که بدون قید و شرط در ایران فعالیت کرده و می‌کنند باید آن را نوعی مواجهه ضدفرهنگی با مقوله فرهنگی حجاب و بالاخص چادر به عنوان نوعی از میراث ناملموس فرهنگی برشمرد بر همین اساس و طبق بررسی رفتارشناسی از سیر تغییر حجاب استایل‌ها و تبدیل آنها به بلاگرهایی با درآمد اقتصادی بالا که محل معاش آنها از اقتصاد بدون متولی حجاب است باید تقلیل پوشش در بین مذهبی‌های محجبه را در آینده نه چندان نزدیک و به صورت نرم شاهد باشیم. رفتارشناسی برخی از حجاب استایل‌های مطرح مانند شقایق نوئی و آناشید حسینی مؤید این تقلیل است، سیر هنجارشکنی و ارزش‌زدایی آنها به گونه‌ای است که به مرور چادر را از سر برداشته و اندک اندک حجاب حداقلی رأس را رعایت می‌کنند و لباس‌های آنها عمدتاً بعد از

دامن و پوشش‌های ترویج شده در اینستاگرام سوق می‌یابند، این موضوع البته با ظاهر شدن زنان و دختران جوان با تابعیت از حجاب استایل‌های عباپوش در مناسک آیینی، دال گفتمانی حجاب و تناقض میان حجاب شرعی و اجباری پررنگ‌تر می‌شود.

چه باید کرد؟

تا زمانی که اینستاگرام به عنوان ابزار تزییق سبک زندگی در خلأ رسانه داخلی و نبود رسانه جایگزین مؤثر تعیین‌کننده معادلات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشور ماست شاید نتوان درمان قطعی برای مقابله با حجاب استایل‌ها به عنوان یک ناهنجاری عمیق یافت، البته این بدان معنا نیست که از طریق فیلترینگ فضای مجازی به دنبال راه حل بود؛ زیرا مخاطب با این شیوه وادار به بهره‌گیری از ابزارهایی مانند فیلترشکن می‌شود تا عطش نیاز به این فضا را رفع کند. بهترین شیوه ایجاد و توسعه فضای جایگزین است، فضایی که بیش از آنکه در ظاهر وابسته به حاکمیت باشد تا الگوهای پیشران ذهنی دهه هشتادی‌ها نسبت به آن واکنش نشان دهد به نوعی برخاسته از سازمان‌های مردم‌نهاد باشد؛ بنابراین مقابله با حجاب استایل‌ها به معنی استفاده از ابزارهای تقابلی مقطعی یا همان مسکن‌های مقطعی است. ایجاد سکوهایی فروش محصولات حجاب در شهرهای بزرگ و ارائه الگوی مناسب پوششی و رفتاری در کنار این مسئله، محدودسازی بلاگرها از طریق دریافت مالیات، نظارت مستقیم و تابعیت از قوانین جمهوری اسلامی ایران، استفاده مثبت تبلیغاتی از فضای اینستاگرام و سرمایه‌گذاری برای ویژندسازی استایلیست‌ها یا مدل‌های حجاب مبتنی بر چارچوب‌های شرعی و عرفی در فضای مجازی و به تبع آن در دنیای حقیقی، اتخاذ تدابیر مناسب برای کاهش هزینه‌های خرید چادر و شناخت این محصول به عنوان یک محصول فرهنگی در سبب خرید خانوار... می‌تواند به مرور زمان سیاستگذاران فرهنگی را در حوزه‌های حجاب و ارائه مد مناسب با جامعه ایرانی رهنمون کند.



در شرایط کنونی جامعه، مسئله حجاب استایل‌ها به یکی از موارد مورد توجه فعالان فرهنگی تبدیل شده که حائز اهمیت است، حجاب استایل‌ها، پوشش دارند؛ ولی اعتقادی به آن ندارند، مرزهای پوشش را هر روز طبق میل شخصی خودشان جابه‌جا می‌کنند و تفرجی را که هیچ‌گونه باحجاب جمع نمی‌شود با پوشش خود ترکیب می‌کنند. آن‌ها برای دیده‌شدن زیبایی‌های ظاهری تلاش می‌کنند، در صورتی که مقصود از حجاب، حریم‌داری است؛ این حریم به منزله جلوگیری از اشاعه فحشا و برقراری امنیت است.



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
کارگروه سازندگی مد و لباس کشور



مرکز سند فرهنگی کشور