



حسین شکیب‌راد

سر دبیر

نوجوانه

بچه‌تر که بودم خیلی همه چیز را می‌شمردم. قدم‌های مادر بزرگم را تا از آشپزخانه بیاید و برود بنشیند سرچایش؛ دانه‌های تسبیح پدرم را که داشت زیر لب لاله‌لا... می‌گفت؛ تعداد کاشی‌های روی دیوار حمام؛ درخت‌های سرکوجه تا دم در خانه؛ پله‌های هرجایی که برای اولین بار به آن وارد می‌شدم و خلاصه هیچ چیز قابل‌شمردنی از چشمم جا نمی‌ماند. شب‌ها هم اگر روی پشت بام بودیم ستاره‌ها و اگر در خانه بودیم گوسفندها را می‌شمردم تا خوابم ببرد.

اعداد گاهی اعصابم را به هم می‌ریختند. مثلاً وقتی توی صف نانواایی می‌ایستادم و مجبور بودم دانه دانه نان‌هایی که از تنور در می‌آیند را بشمرم تا ببینم نفر جلوی من که ۱۰۰ تا نان سفارش داده، کی کارش تمام می‌شود و نوبت من می‌رسد. یا وقتی در صف اتوبوس با خودم قرار می‌گذاشتم چشمم را ببندم و تا فلان عدد بشمرم تا اتوبوس برسد. اما گاهی هم اعداد روی خوش‌شان را به من نشان می‌دادند. مثلاً وقتی دابی عیدی‌هایش را به شکل ۱۰۰ تومانی می‌داد و من عزیزکرده‌تر از بقیه بودم و هی با شمردن تعداد ۱۰۰ تومانی‌هایی که از لای قرآن برای من در می‌آورد، بیشتر بال و پر در می‌آوردم. یا وقتی ته پول تو جیبی‌هایم را به عباس آقا، بقالی محل می‌دادم تا آدامس و شکلات بگیرم و هرچه بیشتر می‌شمردم ته دلم غنچ می‌رفت. هفته پیش داشتم یک چیز مهم را شمارش می‌کردم. میزان مشارکت مردم را در انتخابات مجلس. تا قبل از پایان روز آن قدر سم‌های مجازی دیده بودم که اعداد برایم ترس‌آور باشند. اما شب که رسید و بیشتر از آن فردایش، وقتی معلوم شد ۲۵ میلیون نفر پای صندوق‌های رای آمده‌اند ماجرا برای فرق کرد. می‌دانستم ۲۰ میلیون نفر داریم که حق رای ندارند. پس اگر تعدادی که برای مریضی و شرایط نامناسب یا حتی بودن در سفر، نتوانسته‌اند رای بدهند را هم در نظر بگیریم؛ دل خوش شدم به این جمع نزدیک ۵۰ میلیون نفری همدل. به کوری چشم کسانی که نمی‌خواهند هیچ جا و در هیچ زمینه‌ای عده‌های بالا را برای ایرانی‌ها جمعیت بشمارند.

یک فرهنگ‌سازی نو



سارا یزدانی

خمینی‌شهر

سؤال «لباس‌های عیدتان چه زمانی می‌رسد؟» همواره احساس نو و تازگی دارد، چرا که منتظر از راه رسیدن پوشاکی خاص و متفاوت هستیم؛ اما اگر مدل لباسی که در سال گذشته به اصطلاح مد بوده را با لباس‌های عید امسال مقایسه کنیم، شاید تفاوت آنچنانی احساس نشود. البته روی صحبت من، با صنعت مد و لباس نوجوان است. مثلاً دختر نوجوانی که هرگاه سراغ لباس مناسبش را می‌گیرد، با دسته‌ای از لباس‌های زنانه و از نظر طرح و رنگ، سنگین‌تر از سنش مواجه می‌شود یا لباس‌هایی با طرح

بچگانه و مناسب سنین کمتر. پس تکلیف نوجوان بالای ۱۲ سال چه می‌شود که نه لباس‌های بزرگسال برایش درخور است و نه لباس‌های کودکانه؟! طبیعی است که خود نوجوان نیز وقتی متوجه می‌شود که باید از بین پوشاک موجود انتخاب کند، لباس بزرگسال با طرح و رنگ سنگین را انتخاب کند، چرا که حداقل می‌داند لباس بچگانه‌ای انتخاب



نکرده. آیا این یک مشکل اساسی در صنعت مد و لباس کشورمان نیست که یک نوجوان پوشاک مناسب سن خود را در بازار نمی‌بیند؟

عده‌ای نیز بر این باورند که نیازی به صنعت مد مختص نوجوان نیست و تنوع به حدی است که نوجوان بتواند پوشاک شایسته خود را پیدا کند؛ اما باید بگوییم نوجوان نیازمند صنعت مد خودش است. من نوجوانی که نه سلیق یک بزرگسال و نه روحیه یک کودک را دارم، نیازمند پوشاک و طراحی لباسی مناسب هستم که دربرگیرنده من و هم‌سن‌وسال‌هایم باشد. در کنار این مسأله، پوشاک تک جنسیت نیز برای نوجوانان

مشکل «عدم وجود صنعت مد و پوشاک نوجوان» را برجسته‌تر می‌کند. نوجوانانی که به سمت پوشاکی دور از رده سنی خود سوق داده می‌شوند و صرفاً چیزی تحت عنوان «مد روز بودن»، آن دسته از پوشاک را برای‌شان خوشایند می‌کند.

حال کافی است لباسی درخوردن نوجوانی با طرح مناسب در بازار موجود شود، طبیعی است که آن طرح از پوشاک، توسط عموم نوجوانان ناخوشایند تلقی گردد. هنگامی که فرهنگ‌سازی پوشاک نوجوان صورت نگرفته، واکنش منفی خواهد بود اما این مسأله‌ای است که نیاز به چاره‌اندیشی دارد، سطحی و گذرا نیست و به راه حل و اقدام‌های صحیح نیازمند است.

سلام بر خرید عید



ریحانه محمودی

تهران

همین‌طور که دارم مغازه‌ها را نگاه می‌کنم، در سرم فکرها می‌چرخند و دهانم تلخ می‌شود. بیش از سه ساعت است که همه مغازه‌ها و پاساژها را متر کرده‌ام و هیچ چیز مرا به خود مجذوب نکرده است. امان از مانتوهای رنگارنگی که هیچ روان‌شناسی رنگی در خود ندارند و مثل دفتر نقاشی بچه‌های مهدکودک می‌مانند. آن‌هم با طرح‌هایی عجیب و رنگ‌هایی که هیچ آرامشی را نمی‌توانند القا کنند. از وجود دکمه و پوشیدگی هم کلاً باید صرف نظر کرد. چند سال است که شاید اتفاقی یک لباس، تورا جذب کند و حالا باید دنبال خیاط و دکمه دوختن بروی!

از طرح شلوارها هم که نگوییم؛ اصلاً این چیزها را نمی‌شود



پوشید. به خدا که انگار شرم و حیا را گرفته‌اند و به جایش شلوار دوخته‌اند!

بگذریم. این یکی را اصلاً نمی‌شود پیدا کرد. هرچه هم که آدم اعتراض کند که بابا چطور دلتان راضی می‌شود اینها را بفروشید به جوان‌های مردم؟ پاسخ می‌دهند که الان این چیزها مد است! یکی هم نیست بگوید اصلاً می‌دانید مد چیست و ریشه‌اش کجاست؟ نه جانم. انتهای مدی که در جامعه رواج دارد، می‌رسد به کلیپ‌های اینستاگرام و سایت‌های خارجی.

در نهایت، کار ما هم می‌کشد به پاساژگردی و آرزوی پیدا کردن یک لباس آبرومند! خواسته زیادی نیست که بتوانیم در کشور خودمان، در شهر خودمان، در محل خودمان، لباسی را پیدا کنیم که قیمتش جیب‌مان را ندرد و آبروی‌مان را به سر چوب نزند؛ لباسی که وقتی نگاهش می‌کنیم، اجباری در کار نباشد.

خواسته زیادی نیست آن‌گونه باشیم که شایسته است، همین.

آنچه از هنر نیاز داریم



فاطمه علیپور سالستانی

تهران

اگر بخواهید فرهنگ سرزمینی را به شکل خلاصه و در ظرفی کوچک جای دهید بازار مکان خوبی برای بیان آن چیزی است که مقصود بیننده خواهد بود.

از آنچه در خیال مرفهان یک جامعه می‌گذرد تا مشاغل که برای امرار معاش دیگر اقشار جامعه شکل گرفته است از سیاست‌های ناکارا یا امیدوارانه سیاستمداران خبر می‌دهد و میل جامعه را در آنچه از هنر طلب می‌کنند به نمایش می‌گذارد.

صحنه بازیگری اهداف، آزادی‌های موجود و یک چشم‌انداز چند ساله از آینده آن مملکت.

صنعت مد- به‌زعم من - بخش مهمی از صنعت سرگرمی و بیانگر خواسته اصلی حاکمیت است.

در کشورهای توسعه‌یافته مردم آن چیزی را به تن می‌کنند که بیانگر کلیاتی از تفکرات حاکم باشد.

در برخی از ممالک دور، لباس نه فقط یک زینت است بلکه رسانه هر فرد برای آن چیزی است که می‌اندیشد. آن چیزی که در مدارس خویش آموخته و به‌عنوان یک خط‌مشی کلی پذیرفته است.

اما سرزمین مادری من در این میان دست به عصا و رنجور ایستاده به تماشا. بازارهای وطن من حال خوشی ندارند. آنچه مردم بر تن می‌کنند، آن چیزی که خوراک ذهنی اجتماع را تامین می‌کند و حتی صدای زنگی که برای قیمت لباس‌ها شنیده می‌شود نه تنها کوک نیست بلکه نوای آشوبی را سرمی‌دهد که نشانی از نقطه پایانش دیده نمی‌شود. این‌که مردمان من در بازار چگونه علم فرهنگ خود را زمین می‌زنند بماند، مسئولانی که برای صیانت از این فرهنگ نیز انتخاب کرده‌ایم آنچنان بی‌توجه بودند که حالا قیمت‌ها سر به فلک کشیده، تولیدکننده بازار ندارد و طراحی که سال‌ها زحمت کشیده، باید خانه‌نشین شود چرا که ذهن مردم پر شده از رنگ‌ها و طرح‌های بی‌قواره‌ای که وصله تن هیچ‌کدام ما نیست.

رنگ و بوی بازار سرزمین من کمتر سنخیتی را با اهداف کلی حاکمیت به نمایش می‌گذارد.

در میان مغازه‌ها که قدم می‌زنی نه بویی از فرهنگ می‌شنوی و نه از اقتصاد آزاد رنگی می‌بینی.

صدای بازارهای سرزمین من آشوبی مداوم است از آنچه در دل اجتماع رخ می‌دهد که نیاز به تیماری سریع و زود هنگام دارد.

