

رکف جامعه، یاد هنر و اصالت ایرانی - اسلامی بیندازد تا درازی و پرحرفی کرده ایم. این شماره هم مصادف شده با دک و نوجوان است ولی ما قرار است فقط از مد حرف بزنیم. شده است.

هستم ولی خستم

در روزهایی از تاریخ زندگی می‌کنیم که آستانه تحمل همه آمپر چسبانده است و عالم و آدم از عالم و آدم شاکی. در این وانفسا، مشکلات روی هم تلمبار شده اما عده‌ای نان بالا رفتن لایک و فالوئر پیچ شان را از جملات: «من یه افسرده درونگرم که الکی می‌خنده» یا «انقدر حالم خوب نیست که قید کسی رو نزنم» و... درمی‌آورند. اصلا حال بدی هم شده است مد. انگار همه رقابت می‌کنیم که بگوییم من از تو بدبخت‌ترم. سن و سال هم بر نمی‌دارد اما در این چند وقت اخیر که بیش از پیش سرو کارمان با بچه‌ها بود و از ایام ناپسمان کرونا و بحران تنهایی‌اش تازه عبور کرده ایم، یک سؤال عجیب، مثل خوره افتاده به جانم که چرا بچه‌ها انقدر در این که بگویند اوضاع شان وخیم است و افسرده شده‌اند باهم مسابقه می‌دهند. مصرف داروی ضد افسردگی و رفتن به جلسات تراپی اگر تا همین چند سال پیش نشانه‌ای از مشکل دار بودن یک آدم بود حالا انگار شده یک مد برای ابراز درصد خستگی و بی‌حوصلگی.

خلاصه این تزریق حال بد در جامعه و فکت‌های فضای مجازی و گعده‌های رفاقتی هم مد رایج این روزهاست.

تورو سننه قربونت برم؟

شما یادتان نمی‌آید ما یکی از دغدغه‌های مان این بود یک روزی بالاخره نوچوفسکو بخوریم و حرفش پیش بیاید که مثل مهران مدیری در شب‌های برره بگوییم:

ها، ای که گفتی یعنی چه!

ولی همگی هنوز حسرت به دل آن استیک راسته گوساله تام و جری هستیم و با این عدد و رقم‌های نجومی گوشت، بعید نیست که حسرت به دل هم بمانیم.

دل مان هم غنج می‌رود برای کاراکتر بچه و شخصیت ضدونقیضش که بی‌شابهت به الان مان نیست. رسانه در ترویج مد چه گفتاری، چه دیداری، چه خوردنی و خریدنی و چه پوشیدنی و حتی مد در سبک زندگی روزمره همیشه در صف اول تاثیرگذارترین ارکان این ماجرا بوده است.

آنقدر که چشم باز می‌کنیم و می‌بینیم بعضی رفتار و طرز تفکرات رانمی‌دانیم چرا داریم اما حاصل یک عمر دیدن و شنیدن از قاب همین تلویزیون و بعدها گوشی‌های تلفن خودمان بوده است.

اینجاست که باید برای محتوای همجنس‌گرایی و هزار ترفند سیاست زده و تاثیرگذار فیلم و سریال‌ها و انیمیشن‌هایی که این روزها بچه‌ها بیشتر مخاطب پروپاقرصش هستند، ابراز نگرانی داشت و فکری به حال تولیدات داخلی کرد.

نتیجه‌گیری

ما انسان‌های عصر دیجیتال و انتخاب‌های نامتناهی هستیم. از آنهایی که با چند کلیک، سر تاته لیست از چی بخورم و بپوشم تا برنامه سبک زندگی و موسیقی و فیلم مان دست مان می‌آید و تا ریزترین خوراک‌های فکری را در گوشی توی مشت مان داریم. حالا که این همه علم پیشرفت کرده و این همه آگاهی برای انتخاب‌های مان داریم اقلای باید تصمیمات مان هم به این حجم از دانایی مان بیاید. آدم‌های منحصر به فردی که برای مد شدن و دمه شدن انتخاب‌شان فکر و استدلال پشتش دارند. خلاصه کلام این است که مدام باید به خودمان یادآوری کنیم: ما انتخاب‌های مان هستیم!



زینب شفیعی نادری
یزد

دستبند صورتی قشنگ می‌شوی یا با انگشتر فیروزه. انگار بفهمی سفر همدان می‌چسبد یا سواحل قناری. کتونی برایت مد است نه کفش‌های پوست سوسماری. مثل این که بگویی گل کوچک کوچه صفا دارد نه ساعت‌ها گیم‌نت. هیچ‌کس نیست بگوید مد واقعی یعنی چطور ردیف می‌شوی. یعنی چطور خودت، خودت را آدم حسابی می‌دانی و از این گونه زیستن لذت می‌بری. هیچ‌کس نیست حرفی بزند تا یاد بگیری مد واقعی معنای خزو و لوس شدن ندارد و پیروی از مد نامتعاریفی که همانند قاطی کردن قورمه سبزی و پیتزاست اشتباه محض است. تا آگاهت کنند که مدگرایی تو را از هویت دور می‌کند و وقتی به خودت می‌آیی که مثل بچه‌ریزه‌ای وسط خیابان زندگی گم شده‌ای. چشم می‌چرخانم توی اینترنت و تحلیلگر مغزم از عکس‌ها و هشتک‌های فشن استایل اخطار می‌دهد. سرم را بالا می‌آورم. نگاهم سمت انگشتر فیروزه می‌افتد. هیچ‌کس نیست که چیزی بگوید ولی من امیدوارم. امیدوارتر از قبل...

مُدمازل

این که چه مد محسوب می‌شود برایم مهم نیست. حتی آنچه که مد بوده و مد خواهد بود. مد همان نوبرانه‌ای است که به بازار می‌آید و قصدش دل‌آزار کردن کهنه‌هاست. مدی که مثل باد هوهوکنان سر می‌رسد و آخرش اتاقی به هم ریخته برایت می‌گذارد که بگویی: کدومش مده پس؟ اما هیچ‌کس نیست بگوید مد مثقالی چند؟ تو مهم هستی. تو می‌دانی که با

