

میزگرد سبک زندگی خانواده ایرانی و الگوی آرایش مردانه

۳۶ مدل مو حاضر و دولت و رسانه‌ها غایب!



عکس: نسیم اعتمادی / شهروند

شهروند | زندگی متعارف، لباس متعارف می‌خواهد و لاید که مدل موی متعارف نمی‌شود که در یکی از قسمت‌های زندگی متعارف بود و در قسمت دیگر غیر متعارف. در این که آرایشگران، هنرمند هستند هیچ شکی نیست اجرای هنر نمایی روی یک موجود زنده، دامنه ریسک بالاست! اما چه شد که این هنرمندان، هنرشان را قدر ندانسته می‌دانند؟ دلایل، هجوم مدل‌های نامتعارف به بازار است! مدل‌هایی که برای ما آشنا نیستند. نامتعارف‌ها، کپی برداری شده از آن سوی دنیا هستند! اما هواداران و ژورنال‌ها، قصه آن‌ها را جالب می‌شود که نیمی از آرایشگران تهرانی غیر مجاز فعالیت می‌کنند و همیشه این غیر مجازها هستند که کار دستمان می‌دهند...

شهرمان قدم می‌زنیم، جوانان مختلف را با لباس و مدل موهای مختلف می‌بینیم. این نسل بسیار تنوع طلب بوده و همواره در پی این است تا خودی نشان بدهد. با یک نگاه در مراکز خرید یا مترو... شاهدیم که جوانان خودشان را با طررها و مدل‌های مختلف مو و لباس آراسته می‌کنند. البته آراستگی امری است که از نهاد هر انسان پاکسی تراوش می‌کند اما در کنار همین آراستگی، جوانانی هم هستند که به واسطه عدم آشنایی به فرهنگ اصیل ایرانی - اسلامی و با تاسی به فرهنگ مبتذل غربی به دنبال مدل‌های جدید و عجیب و غریب هستند. مدل‌های خاص از طریق فرهنگ بیگانه به ما تحمیل شده است کم کم دین این تپ‌ها و مدل‌ها در جامعه عادی شده است. به اعتقاد روانشناسان، خلأ جایگزینی مناسب با دوره نسلی و احساس ناامنی ناشی از آن باعث می‌شود که نوجوان و جوان در مسیر خود به راه‌حل‌هایی متوسل شود که این راه‌حل‌ها از طریق همانندسازی با شخصیت‌هایی است که الگوی آنها قرار می‌گیرند. به غیر از بحث تهاجم فرهنگی بیگانه، این گرایش‌ها می‌تواند ناشی از عدم وجود الگوهای ملی و مذهبی و متناسب با فرهنگ اصیل مردم کشورمان باشد. سوال این است که چرا این الگوها نیست؟

خبرنگار: شاید بشود این سوال را به گونه مشخص تری بیان ساخت تا یکی از اعضای

محیطی و اجتماعی و دایما در حال تغییر بوده و مدل و آرایش خاصی مدنظر نبوده است بلکه معیار همان نکاتی بوده که گفتیم و اصل ابتدایی آن هم آراستگی و بهداشت و نظافت فردی مومن بوده است.

خبرنگار: خوب پس سوال اساسی این است که چرا حالا که محدودیت خاصی در آرایه الگوی ایرانی وجود ندارد، این الگو در نزد جامعه ما مثل یک حلقه مفقوده است؟ الگوی خود را در کجایی توانیم ببینیم، ملاقات کنیم و حتی کپی برداری؟

پهمن شریفی فقیه: اگر به نقش دولت نگاه می‌کنیم، نداشتن ما، معلوم است که هنرمندان و ورزشکاران می‌توانند نقش اساسی داشته باشند. اما محل تلاقی مردم با هنرمندان کجاست؟ ورزشکار را در کجایی ببیند؟ اینجا است که پای رسانه باز می‌شود. رسانه در دنیای جدید نقش عمده‌ای دارد. درست است که رسانه‌های مجازی دسترسی آزاد به اطلاعات را به وجود آورده‌اند اما نمی‌شود نقش تلویزیون و مطبوعات را همچنان انکار کرد. اما این که چرا در این خصوص هزینه نمی‌کنند جای تأمل دارد در تمام دنیا از نقش آموزشی رسانه‌ها کمال استفاده را می‌برند. رسانه ابزار برای توسعه روابط اجتماعی و فرهنگ است. اصلا کار رسانه این است که در خدمت فرهنگ‌سازی باشد. اما در این‌جا هر گونه تلاش فرهنگی و فرهنگ‌سازی باید

مناسب نداشته باشد، افراد جذب شبکه‌های متعدد ماهوارهای با خوراکی‌های متفاوت می‌شوند. آن وقت من هنرمند یا ورزشکار در کجا باید دیده شوم تا به انتقال الگو بپردازم. ما به اندازه وسع خودمان در زندگی شخصی و در خانواده، محله و دانشگاه می‌پردازیم اما آن بستری که جریان‌ساز است، رسانه است!

خبرنگار: خوب چرا رسانه‌ها غیر فعال هستند؟ من تا پیش از این فکر می‌کردم که الگوی مناسب وجود ندارد و اصلا باید برویم دنبال الگو و مدل و مد بگردیم و بسازیم و بعد معرفی کنیم. هر چند به موضوع الگوهای موجود باید آقای گواهی بپردازند که داریم یا خیر؟ اما پیش از آن می‌خواهم بدانم که مشکل رسانه در کجاست؟

امیر پورکیان: شما در دنیا هیچ جریان‌سازی را بدون حضور رسانه‌های آزاد و مستقل نمی‌توانید پیگیری باشید. مشکل ما حضور رسانه‌های مصلحت‌اندیش و سانسورپذیر است. دردهای جامعه انعکاس پیدا نمی‌کند و الگوهای تأثیرگذار فرهنگی در گیرودار مناسبات داخلی و زویندهای موجود فدایی شوند.

شما قرار می‌گذارید که فلان هنرمندی که شاخص‌های ارزشی دارد و می‌تواند تأثیرگذار باشد در برنامۀ ما یا فیلم نقش ایفا کند اما در دقیقه ۹۰

نمی‌شود که موضوعاتی از این دست را در گوشه یک صفحه داخلی چاپ کند. مگر موضوعی از این دست چه تفاوتی با اخبار هر روزه یک روزنامه دارد که در صفحه اول تیترو می‌شوند و به چشم می‌آیند؟ الگوسازی مو چه کمتر از خیر اقتصادی یا ورزشی دارد که در یک روز واحد در تمام رسانه‌ها در صفحه اول چاپ می‌شوند؟ اگر شما به عنوان رسانه بخواهید کمک کنید، فقط پرداختن مهم نیست، بلکه در دست برداختن و مناسب پرداختن و آرایش و پیرایش مناسب داشتن هم مهم است.

خبرنگار: آقای گواهی! من چه تیترو بزنم؟ بگویم شما چه در چنته دارید؟ رسانه در خدمت شماسست تا بگوید الگوی مناسب برای خانواده ایرانی و برای جوان ایرانی چیست؟

مصطفی گواهی: آرایشگری یک هنر توأم با عشق است. شما به خلق یک اثر هنری می‌پردازید می‌کنید که آمیخته‌ای از ترکیب خلاقیت، روانشناسی، جامعه‌شناسی و هنر است. آرایشگر بر اساس فرم صورت و اجزای آن و همچنین وضع روحی و فعالیت اجتماعی شما، به شما مدل و آرایش مناسب را تجویز می‌کند. ما برای هر فصل، برای هر مناسبت و برای هر جسته‌شدن در هر نگاه انسانی، می‌توانیم الگو و مدلی ارائه دهیم. به همین سبب است که هنر دهم نام گرفت. ما قلم‌شمار را بکنید

خبرنگار: خوب چرا رسانه‌ها غیر فعال هستند؟ من تا پیش از این فکر می‌کردم که الگوی مناسب وجود ندارد و اصلا باید برویم دنبال الگو و مدل و مد بگردیم و بسازیم و بعد معرفی کنیم. هر چند به موضوع الگوهای موجود باید آقای گواهی بپردازند که داریم یا خیر؟ اما پیش از آن می‌خواهم بدانم که مشکل رسانه در کجاست؟

امیر پورکیان: شما در دنیا هیچ جریان‌سازی را بدون حضور رسانه‌های آزاد و مستقل نمی‌توانید پیگیری باشید. مشکل ما حضور رسانه‌های مصلحت‌اندیش و سانسورپذیر است. دردهای جامعه انعکاس پیدا نمی‌کند و الگوهای تأثیرگذار فرهنگی در گیرودار مناسبات داخلی و زویندهای موجود فدایی شوند.

شما قرار می‌گذارید که فلان هنرمندی که شاخص‌های ارزشی دارد و می‌تواند تأثیرگذار باشد در برنامۀ ما یا فیلم نقش ایفا کند اما در دقیقه ۹۰

رضا اصلاحی: اگر چه مدرگرایی و غرب‌گرایی دو مفهوم جدا از هم و دارای تعریف متمایز از یکدیگرند، اما مسیر تحولات تاریخی - اجتماعی در ایران به گونه‌ای سرنوشت این دو مفهوم را با هم گره زده است که هر گاه سخن از مدرگرایی به میان می‌آید، مفهوم غرب‌گرایی نیز به ذهن متبادر می‌شود. متأسفانه طی سال‌های اخیر نیز به دلیل نداشتن برنامه‌ای مدون در رأس شعارهای ملی و دینی، نوع تفکر، طرز زندگی و آداب لباس پوشیدن، دستخوش تغییر شد. مشکلات اقتصادی و تمایل به برون رفت از این مشکلات در بین نسل سومی‌ها و میل به اروپایی شدن و خروج از فقر مالی در جامعه ایرانی باعث شد که به جای بازسازی و نوسازی اجتماعی و فرهنگی، جامعه خود به نمایش، نمادها و ظواهر خارجی بیشتر توجه کند تا به فرهنگ اصیل اسلامی خود.

خوبی‌ها با تپ‌های مختلف بر این باور شدند که باید خود و فرهنگ‌شان را خارجی کنند، تا بدین ترتیب از ضعف و عقب‌ماندگی رایجی یافته و در ردیف کشورهای پیشرفته قرار گیرند. در این مقوله اگر از پوشش و لباس بگذریم، در ارتباط با مو و آرایش موی مردانه که امروزه به‌طور وسیعی از راه‌های مدرن می‌بینیم که مدل‌های موی بسیار متنوع و اکثر انشانه‌های فرهنگ‌های مختلف هستند. گویا موی سر نسل سومی‌ها دارد جامعه ما را به سمت خصوصیت فرهنگی دگر دینسی شده‌ای می‌برد که با فرهنگ جامعه ما تلاقی دارد.

زمانی که الگوهای بومی و اسلامی برای ما ناشناخته باشند، طبیعتاً است که با پیشرفت جامعه، این الگوهای اصیل نیز رشد نکرده و به فراموشی سپرده می‌شود. به‌رغم این که تاکنون الگوهای به آرایشگاه‌های مردانه تهران دیکته شده، اما هیچ‌کدام مرد استقلال واقع نشده است؟! به نظر من در مسیر دوران جوانی که توأم با تنوع طلبی، هیجان‌خواهی و فصل تازه‌ای در زندگی و سرآغاز ورود انسان به جهان پرشور و رنگارنگ است نباید بیابیم گارد بگیریم و مدعی شویم که مدل‌های موی خارجی را باید به‌طور کل از صحنه حذف کرد و به کشوری منزوی در صحنه مدل‌مو تبدیل شد بلکه باید جذابیت مدل‌های داخلی را بالا برد تا جوانان در کنار مدل‌های خارجی، مدل‌های داخلی را انتخاب کرده و کم‌کم فرهنگ غالب، فرهنگ اصیل ایرانی - اسلامی شود.



پیشتر از اینها مصطفی گواهی، رئیس اتحادیه صنف آرایشگران مردانه تهران به‌گونه‌ای حرف زده که تمام توجهات معطوف به این صنف شده بود. تاگر در نبود و غیاب رسانه‌های مسئول، شگرد تأثیر بر مخاطب در اظهارات جنجالی است. اما جدای از جنجال‌ها حرف‌های جدیدی از سمت او و صنفش شنیده می‌شود. اولین ژورنال ایرانی، جشنواره مد و مو، راه‌اندازی رشته دانشگاهی و به‌روز شدن آرایشگاه‌ها.

صفحه خانواده روزنامه شهروند همه اینها را بهانه‌ای گرفت برای توجه به رویکرد مد در خانواده. مدل موی مردان، موضوعی است که گاه در قیاس مدل‌های زنانه به چشم نمی‌آید اما واقعیت این است که نیمی از جامعه ما مردان تشکیل می‌دهند و آراستگی و زیبایی آنان چه در چشم خانواده‌ها و چه سایر اعضای اجتماع تأثیر مطلوب و خوب خواهد گذارد. از همین روی با پرگزاری میزگردی در خصوص الگوی مدل موی مردانه، به کتدو کاو در این خصوص پرداخت. مصطفی گواهی رئیس اتحادیه صنف آرایشگران مردانه تهران، حجت‌الاسلام رضایی نژاد کارشناس مذهبی، پهمن شریفی فقیه کارشناس رسانه، نیما نکیسا فعال ورزشی و هنری، امیر پورکیان تهیه‌کننده سینما، مهدی جمشیدی کارشناس اجتماعی، رضا اصلاحی مدیر روابط عمومی روزنامه شهروند و دست‌آخر خبرنگار روزنامه در این میزگرد حضور داشتند. در ساعت پایانی مدیر مسئول روزنامه هم به این جمع پیوست.

اینکه بتوان از وجه مختلفی این موضوع را دید، سبب شده بود تا با تنوع قابل توجهی از افراد و سلیقه‌ها در این میزگرد مواجه باشیم. به‌ویژه آن که صنف آرایشگران عنوان هنر دهم را برای حرفه و شغل خود انتخاب کرده‌اند و همین نوع توجه است که نگاه کارشناسی تری را می‌طلبد. هر چند در آخر میزگرد، مسئول عدم الگوسازی و تبلیغ الگو معرفی شد و بسیاری از اعضای این جمع در خصوص متفق‌القول بودند، مهم‌مسئولان دولتی و فرهنگی و بالخصوص رسانه‌ها هستند. رسانه‌های دیداری و نوشتاری داخلی، اما «شهروند» حرفش چیز دیگری بود. لاقال علت این میزگرد نافی قسمتی از آن اتهام می‌توانست باشد. شرح مختصر میزگرد را که مقدمه‌ای بر کتدو کاوی جدی در آینده خواهد بود با هم می‌خوانیم:

رضا اصلاحی: سال‌ها از پیروزی انقلاب اسلامی می‌گذرد، طی این دوران با سه نسل و با خواسته‌های مختلف روبه‌رو بوده‌ایم. امروز که در خیابان‌های

بر اساس هزینه‌های فردی صورت بپذیرد. همه باید برای ارتقای جامعه خود الگوسازی هزینه‌پذیرانیم. **خبرنگار:** یعنی باید بپذیریم که هنرمند و ورزشکار ما الگویی دارد و می‌تواند الگو باشد اما رسانه به او مجال نمی‌دهد؟ یا اصلا برای معرفی او و ظاهر و رفتار و الگوی او وقتی نمی‌گذارد؟

نیما نکیسا: خاستگاه زندگی همه ما از خانواده است. خانواده ایرانی همواره سعی کرده آداب و رسوم و سنت‌های خودش را حفظ کند. در غیاب الگوسازی‌هاست که الگوهای بیگانه جای خودشان را در میزبان افراد و گروه‌ها بازمی‌کنند. هنرمندان و ورزشکاران به‌عنوان گروه‌هایی که مورد توجه جوانان هستند می‌توانند الگوهای مناسبی را ارائه دهند. اما کو گوش شنود؟ کو سیاست‌گذاری رسانه‌ای؟ مصالح عمومی بر اساس حب و بغض‌ها ندیده گرفته می‌شوند و آنهایی که متأثر از تهاجم فرهنگی اند جولان می‌دهند. الگوهای مدل موی عجیب و غریب و پوشش‌های ناهنجار که یک شبه تولید نشده‌اند، فضا را خالی دیده‌اند و آرام‌آرام بر جو فرهنگی مستولی شده‌اند.

من نمی‌خواهم نقش خانواده را در الگوسازی ندیده بگیرم. آنچنان که پدر و مادر برای تمام طول عمر تأثیرات بسزایی روی من گذاشته‌اند، اما آنچه که درون خانه‌هاست و شریک زندگی آدم‌ها شده تلویزیون است. وقتی تلویزیون خودمان خوراک

مناسبات پشت‌پرده همه چیز را عوض می‌کند و کسی می‌آید که بنا نبوده، مطبوعات هم دنبال جنجال و جلب مخاطب هستند. آنها کمتر خوراک مناسب در اختیار خواننده خود قرار می‌دهند. ما احتیاج به رسانه آزاد به این معنی داریم که رسانه به حوزه وظایف خود و تعهدش در قبال جامعه و قوف داشته باشد. نه این که منافع جامعه را قربانی مناسبات خود کند.

خبرنگار: خوب فکر کنید الان رسانه در خدمتتان است. اصلا تمام صفحات روزنامه شهروند در خدمت آرایه الگو. راه دور هم نرویم. همین الگوی اصلاح سحر و صورت مردانه. ما چه خوراکی باید به مخاطبان بدهیم که در راستای فرهنگ‌سازی قدم برداشته باشیم؟ این خوراک اصلا وجود دارد؟

مهدی جمشیدی: فعالیت‌های مناسبی داخل صنف صورت گرفته اما بازتاب‌های بیرونی مهم‌تر است. به‌رغم این که توسط برخی از مراکز مسئولان حمایت‌های لازم و جدی شکل گرفته اما در صنف آرایشگران مردانه اولین ژورنال تخصصی مدل موی مردانه ارائه شده است. ما جشنواره مدل مو مطابق با مد‌های استانی را در کل کشور خواهیم داشت. در جشنواره‌های بین‌المللی شرکت می‌کنیم. فصلنامه هنر دهم را برای آرایه الگوها و فرهنگ‌سازی در صنف خود منتشر کرده‌ایم. و...

اما اگر یک رسانه بخواهد کمک کند، این