

# فرستی که هنوز قدرش را ندانستیم

## گزارشی از نمایشگاه عفاف و حجاب

● **تینا فیوضی /** مناسبت‌های تقویمی همیشه فرصتی مناسب برای بیان بسیاری از مسائل و نکاتی هستند که در طول سال شاید مجال دیگری برای پرداختن به آن‌ها نباشد. هفته عفاف و حجاب هم یکی از این‌هاست که از ۱۹ تا ۲۵ تیر به موضوعات مختلف این حوزه پرداخته می‌شود و درست در ۲۱ تیر ماه که مصادف با سالروز حمله رضاخان به مسجد گوهر شاد و کشتار صدها تن از مردم بی‌گناه است به اوج خود می‌رسد. برای این روز «روز عفاف و حجاب» نام‌گذاری شده است. بسیاری از سازمان‌ها، نهادهای دولتی و غیردولتی با محوریت حجاب برنامه‌های مختلفی برگزار می‌کنند که یکی از آن‌ها نمایشگاهی با همین موضوع است. نمایشگاهی که برای شرکت‌کنندگان و مراجعه‌کنندگان جای حرف زیاد دارد. در کنار فرصت‌ها و امتیازاتی که نمایشگاه عفاف و حجاب نمایشگاه بین‌المللی مشهد برای شرکت‌کنندگان و مراجعان دارد، باید به برخی نکات آن نیز توجه شود.



و ایده‌های خاص و نو باشند. کار فرهنگی‌ای متناسب با حجاب انجام نشده است و اینکه در کنار نمایشگاه، دوخت چادر رایگان باشد، به تنهایی جذاب نیست زیرا این کار را بسیاری از فروشگاه‌ها هم انجام می‌دهند. خلاقیت نکته‌گمشده بسیاری از نمایشگاه‌های ماست. نمایشگاه منهای خلاقیت همیشه برگزار می‌شود و بیشتر جنبه فروشگاه‌های دارد.

### ● مخاطب خاص

فرزانه امجدی درس خوانده دانشگاه فردوسی مشهد است. او با برنند ماه دخت به نمایشگاه آمده است و دغدغه کار آفرینی و کار فرهنگی در کنار اقتصاد را دارد. «این چهارمین نمایشگاهی است که شرکت می‌کنم. مخاطبان این نمایشگاه‌ها انگار لباس‌های خاص و ایده‌های نو نمی‌خواهند. به چشم یک فروشگاه به آن نگاه می‌کنند. جای مخاطب خاص خالی است. به نظر می‌رسد در پذیرش هم باید گزینش دقیق‌تری انجام شود. اگر قرار بر فروش است، تولیدکنندگان را بیآورند و اگر قرار بر ارائه طرح‌های نو است، مزون‌ها را دعوت کنند یا دست کم در چیدمان، این نکته را در نظر بگیرند. البته که خوبی نمایشگاه در آزمون و خطا و معرفی و دیده شدن برندها را نادیده نمی‌گیرم.»

اثرگذار و آینده‌ساز دیده نشود. جای آموزش‌های انگیزشی در حوزه حجاب در این نمایشگاه‌ها خالی است.

### ● نگاهی مردمی

مسئولیت «حجاب طباطبایی» را هم الهه حسین‌زاده بر دوش دارد. او ده سالی است که تولیدکننده انواع چادر، عبا، روسری، ساق دست و دیگر ملزومات حجاب است. «نمایشگاه‌ها برای انتقال تجربه خیلی خوب‌اند. نیاز بازار دستمان می‌آید ولی لازم است جدابیت‌های نمایشگاه برای مخاطب بیشتر شود و تبلیغات گسترده‌تری صورت بگیرد. این‌که به یک خیابان غذا و چند غرفه صنایع دستی محدود شود. مسئولان باید نگاهی مردمی برای ایجاد جذابیت داشته باشند، نه اینکه با برنامه‌هایی، فقط در پی خبرسازی و دعوت از مسئولان باشند.»

### ● منهای خلاقیت

زهره اژدری هم مزونی بانام خانوادگی خود دارد. او ملزومات حجاب را در همه‌گروه‌های سنی تولید می‌کند. «فضاسازی و طراحی نمایشگاه هیچ ارتباطی با موضوع عفاف و حجاب ندارد. دقیقا مانند نمایشگاه بهارانه است که مردم دنبال اجناس تخفیف‌دار هستند تا اینکه دنبال طرح‌ها

### ● عدم جداسازی و فضاسازی

صبا بذرفروش اولین بار است که در نمایشگاه شرکت می‌کند. او همراه خواهرش با پشتوانه علمی مادرشان که طراحی دوخت خوانده است مزون وینکورا راه انداخته‌اند. «ما از عید وارد حوزه پوشاک بانوان شدیم. مادرم طراحی دوخت خوانده است و به ما کمک زیادی می‌کند. برای اولین بار است که نمایشگاه شرکت کرده‌ایم ولی کارهای ما مخاطبی ندارند. البته بهتر است بگویم خریدار ندارند. کارها مزونی و تک اندواز نظر قیمت قابل مقایسه با تولیدی‌ها نیستند. همین باعث می‌شود در مقایسه، شرکت‌کنندگان از ما خرید نکنند. شاید بهتر بود برگزارکنندگان به این نکته توجه می‌کردند و دست کم فضاها را جدا می‌کردند.»

### ● جای خالی آموزش

فاطمه علی میرزایی با پانزده سال سابقه کار حرفه‌ای در حوزه پوشاک، دوسالی می‌شود که وارد کار تولید انواع ملزومات حجاب به نام ایران دخت شده است. این نمایشگاه تجربه دوم او از حضور در نمایشگاه بین‌المللی است. «به نظر می‌رسد نمایشگاه‌های مادر حوزه عفاف و حجاب باید حرفی برای بچه‌ها و نوجوان‌ها داشته باشند نه اینکه همه چیز ویژه بانوان و مادران باشد و قشر

فضاسازی و طراحی نمایشگاه هیچ ارتباطی با موضوع عفاف و حجاب ندارد. دقیقا مانند نمایشگاه بهارانه است