



## تحلیل مد اسلامی معاصر بر اساس شاخص‌های اسلامی

فائزه خوش‌صنعتی<sup>۱</sup>

### چکیده

برای درک و تحلیل مد اسلامی معاصر، توجه به این نکته ضروری است که کشورهای اسلامی امروزی در بستر چند پارادایم اساسی شامل اسلام‌گرایی، جهانی‌شدن و باستان‌گرایی قرار دارند. این پارادایم‌ها تأثیر قابل توجهی بر هویت و سبک زندگی جوانان مسلمان داشته، باعث ایجاد برداشت‌های جدیدی از پوشش اسلامی در جوامع مختلف شده است. در این پژوهش، هدف اصلی بررسی میزان انطباق سبک‌های رایج مد اسلامی با معیارهای قرآن کریم در خصوص پوشش است. بر همین اساس، داده‌ها از طریق تحلیل محتوای نمونه‌های متعدد مد اسلامی (مصرف‌کنندگان مد اسلامی، طراحان و برندهای مد اسلامی، متخصصان و پژوهشگران حوزه مد اسلامی، سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی اسلامی) گردآوری شد و سپس به روش تحلیل محتوای کیفی، معیارهای عفاف، حجاب، و مد اسلامی، استخراج شده از آیات قرآن با آنچه امروز به عنوان مد اسلامی در جهان جریان دارد تطبیق داده شد.

نتایج کمی نشان می‌دهد که اختلاف معناداری بین پوشش اسلامی منطبق با آیات قرآن و مدهای اسلامی موجود در کشورهای مختلف، به‌ویژه در جوامع غربی و نیز کشورهای اسلامی، وجود دارد. این نتایج حاکی از فاصله بین ارزش‌های قرآنی همچون مفهوم عفاف و حجاب، مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی، هویت و فرهنگ پوشش و گرایش‌های معاصر در این حوزه است و

می‌تواند به عنوان پایه‌ای برای اصلاح و هدایت مد اسلامی مورد توجه طراحان و فعالان حوزه مد اسلامی معاصر قرار گیرد.

**واژگان کلیدی:** مد اسلامی، سبک پوشش، پوشش اسلامی، پوشش در قرآن.

## کلیات

در طول تاریخ، پوشش اسلامی همواره نمادی از هویت دینی و فرهنگی مسلمانان بوده است. از اولین روزهای ظهور اسلام تا به امروز، لباس‌های اسلامی نه تنها به عنوان ابزاری برای پوشش و محافظت از بدن، بلکه به عنوان بیانگر عمیق‌ترین ارزش‌های معنوی و اخلاقی به کار گرفته شده است. با این حال، همان‌گونه که جوامع اسلامی در طول قرن‌ها تغییر کرده‌اند، مفهوم و سبک پوشش اسلامی نیز دچار تحولاتی شده است.

پوشش اسلامی که ریشه در آموزه‌های قرآنی و سنت پیامبر (ص) دارد، همواره بر اصولی همچون عفاف، حجاب، تواضع و احترام به خود و دیگران تأکید داشته است. با این وجود، در دنیای معاصر، شاهد ترکیب این اصول با روندهای مدرن و جهانی هستیم که باعث شده پوشش اسلامی از قالب‌های سنتی خود خارج شده و به گونه‌ای جدید و متناسب با نیازهای امروزی و گاهی هماهنگ با جهانی شدن و تحت تأثیر قدرت‌های رسانه‌ای تغییر یابد.

## پیشینه تحقیق

سمرین اشرف (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان "هویت زنان مسلمان و مصرف پوشاک عیفاانه در بریتانیا"<sup>۱</sup> در نشریه اقتصاد اسلامی<sup>۲</sup> به بررسی ارتباطات میان هویت زنان مسلمان و انتخاب‌های پوشاک آنها در بریتانیا می‌پردازد. نویسندگان در این مقاله به این نتیجه می‌رسند که انتخاب‌های پوشاک زنان مسلمان در بریتانیا نه تنها به دلیل اصول مذهبی و فرهنگی، بلکه به دلیل تعامل با جامعه مدرن و رسانه‌ها نیز پیچیده است. درک و پذیرش این تنوع در پوشاک و هویت می‌تواند به شکل‌گیری جامعه‌ای چندفرهنگی و متنوع کمک کند. همچنین در پژوهش دیگر با عنوان "تحولات مد اسلامی"<sup>۳</sup> که در آگوست ۲۰۲۴ که در سایت <https://www.newvalleynews.co.uk> / نمایه شده است به مساله تغییرات در مد اسلامی و روندهای

1. Female Muslim Identity and Modest Clothing Consumption in the UK
2. Journal of Islamic Marketing
3. The Evolution of Islamic Fashion: From Traditional to Modern Trends

مدرن آن، به ویژه تغییرات در طراحی و تولید پرداخته و در نهایت به این نتیجه رسیده که تحول لباس سنتی اسلامی نشان‌دهنده تعامل پویا بین حفظ فرهنگ سنتی و روندهای مدرن است. در حالی که لباس اسلامی به‌طور مداوم به زمینه‌های معاصر تطابق می‌یابد، مهم است که احترام به ارزش‌های سنتی را با نوآوری و شمولیت ترکیب کرد. درک این روندها بینشی ارزشمند درباره نحوه بیان هویت‌های دینی و فرهنگی از طریق لباس در یک دنیای جهانی‌شده ارائه می‌دهد.

"تریمینگهام"<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) در مقاله‌ی "مرور تاریخی در مورد مد اسلامی یا نقش لباس در فرهنگ اسلامی"<sup>۲</sup> در جلد ۲ شماره ۲ نشریه "پوشش اسلامی"<sup>۳</sup> به بررسی تاریخی لباس اسلامی از زمان پیامبر اکرم (ص) تا به امروز پرداخته و در این پژوهش نشان داده که چگونه لباس‌های اسلامی در طول قرون متمادی تحت تأثیر فرهنگ‌های مختلف قرار گرفته و تغییر کرده است. رینا لوئیس (۲۰۱۵)، در کتاب "Muslim Fashion: Contemporary Style Cultures" به بررسی مد اسلامی معاصر و فرهنگ‌های سبک مرتبط با آن می‌پردازد. "لوئیس" در این کتاب تحلیل می‌کند که چگونه مد اسلامی معاصر به عنوان یک پدیده جهانی ظهور کرده و نقش مهمی در شکل‌گیری هویت‌های جدید برای زنان مسلمان ایفا می‌کند.

لیندسی بنستید (۲۰۱۷) در کتاب اسلام دیجیتال: زنان مسلمان، فناوری، و سیاست مشارکت<sup>۴</sup> بررسی می‌کند که چگونه زنان مسلمان از تکنولوژی‌های دیجیتال برای مشارکت در فضای عمومی استفاده می‌کنند. "بنستید" نشان می‌دهد که چگونه اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به زنان مسلمان امکان می‌دهد تا نقش فعال‌تری در جوامع خود ایفا کنند و به بازتعریف هویت اسلامی خود بپردازند. کتاب توسط انتشارات روتلد به چاپ رسیده است.

- 
1. Trimmingham
  2. A Historical Overview of Islamic Dress
  3. Journal of Islamic Studies Dress
  4. Digital Islam: Muslim Women, Technology, and the Politics of Participation

## مبانی نظری

**مد:** واژه‌ی "مد" با تغییرات همراه است. موضوع «تغییر و پایداری» یکی از موضوعات مهمی است که از دیرباز جرعه‌های مناقشات گسترده‌ای را برانگیخته است، ملت‌ها نمی‌توانند واقعیت خود را تغییر دهند، مگر اینکه از خود و مطابق با قانون فطری الهی تغییر کنند و تغییر در نتیجه‌ی بعد جنبشی و زمانی رخ می‌دهد، زیرا همه چیز در اطراف ما به سمت دگرگونی حرکت می‌کند، از یک موقعیت به موقعیت دیگر.

رابطه نزدیکی بین تغییر و خلاقیت وجود دارد، زیرا خلاقیت عبارت است از "توانایی ذهن انسان برای ایجاد روابط جدید به منظور تغییر واقعیت - بدون وجود انگیزه برای تغییر در صورت وجود میل به خلاقیت هر فرد خلاق، انگیزه‌های خاص خود را دارد که میل او به خلاقیت را تحریک می‌کند.

**مد اسلامی:** اسلام دینی جامع است و قرآن، کتابی جاودانی برای همه زمان‌ها و مکان‌هاست. (علیانسب، جاودانگی قرآن) که زندگی مردم را از ساده‌ترین جزئیات تا پیچیده‌ترین مسائل، از جمله نوع پوشش، مدیریت می‌کند. پوشاک اسلامی تاریخ طولانی دارد که به زمان حضرت محمد (ص) برمی‌گردد. در طول سال‌ها، طراحی‌ها و سبک‌های سنتی به نیازهای فرهنگ‌ها، مناطق و آب و هوای مختلف پاسخ داده‌اند. در باز تعریف معاصر مد اسلامی، لازم است این مقوله به عنوان سبکی از مد که مطابق با اصول اسلامی است، تفسیر شود. آلیا خان، بنیان‌گذار شورای طراحی مد اسلامی، که سازمانی برای توسعه صنعت مد اسلامی در دبی است، مد اسلامی را به عنوان لباسی تعریف می‌کند که "عمدتاً توسط مسلمانانی پوشیده می‌شود که به اصول اسلامی پوشش پایبند هستند" (Ehtesham Khaishqi, ۲۰۱۴).

**جهانی شدن مد اسلامی:** جهانی شدن تأثیر قابل توجهی بر تمامی بخش‌های صنعتی، از جمله دنیای مد، دارد. در این میان، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و افزایش تعداد شرکت‌های بین‌المللی به حذف مرزها کمک می‌کند. در گذشته، صنعت مد تحت کنترل قدرت‌های خاصی بود. اما امروزه، مکان‌ها و افراد مجازی تأثیر بیشتری نسبت به مکان‌های فیزیکی دارند. صنعت مد دیگر به نخبگان اجتماعی و اقتصادی محدود نمی‌شود، بلکه به افراد عادی، صرف نظر از وضعیت یا شهرتشان، توجه می‌کند.

طراحان مد قبلاً از نام‌های برجسته در دنیای هنر و مد در طراحی‌ها و نمایش‌های خود الهام می‌گرفتند. اکنون، کاربران شبکه‌های اجتماعی از سنین مختلف، با پیشینه‌های اجتماعی و اقتصادی و سطوح تحصیلی متفاوت جایگزین این نام‌های بزرگ شده‌اند. به عنوان مثال، طراح آمریکایی مارک جیکوبز ترجیح می‌دهد "بلاگرها" را در ردیف‌های جلوی نمایش‌های مد خود ببیند تا سلبریتی‌ها. او حتی از بلاگرهای خلاق به جای ستاره‌های مشهور الهام می‌گیرد.

### رویکرد پژوهش

امروزه در مورد پدیده مد اسلامی، با نوعی کرولیزاسیون<sup>۱</sup>، یعنی ترکیب عناصر محلی و خارجی، روبرو هستیم. یک زن مسلمان مد روز به دو منبع وابسته است - محلی<sup>۲</sup> و جهانی<sup>۳</sup>. این موضوع دو کد متضاد را معرفی می‌کند که به نظر می‌رسد قابل آشتی نیستند. از یک سو، مدرنیته و جذابیت‌های جنسی، و از سوی دیگر - تقوا و عفت. (Sosnowska, ۲۰۱۱). یعنی در یک سو، مدرنیته و جذابیت‌های جنسی فریاد می‌زند و در سوی دیگر تقوا و عفت قرآنی و فطری، قرار دارد و مانع بسیاری از اغواگری‌ها می‌شود. این به معنای نیاز به نوعی مصالحه و جستجوی راه جدیدی است که زنان مسلمان را سر دوراهی حفظ شعائر دینی در پوشش و به روز بودن قرار ندهد، در عین حال، به دلیل روابط فرهنگی و تعامل و انتقال عناصر فرهنگی از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر، پدیده‌ای به وجود آمده است که ادوارد برنت تایلور آن را گسترش فرهنگی نامید - که منجر به افزایش شباهت‌ها بین فرهنگ‌ها می‌شود. آنچه لازم است در رویکرد اسلامی به لباس و مد در سرزمین‌های اسلامی به آن مورد غفلت قرار نگیرد، فرهنگ‌سازی به جای فرهنگ‌پذیری است. فرهنگی که برخاسته از تعالیم قرآن باشد.

---

1. creolization

2. local

3. global

## مد اسلامی معاصر

### ۱. مد اسلامی محصول نئولیبرالیسم

آنچه امروز به عنوان مد اسلامی در جهان شناخته می‌شود، محصول اندیشه اومانیسم، لیبرالیسم و نئولیبرالیسم است. قرار گرفتن جوامع انسانی در پارادایم‌های جهانی مثل پست مدرنیسم، فضایی را ایجاد کرده است که از دل آن مقولات ترکیبی مثل مد اسلامی به فراخور نیاز مسلمانان معاصر ایجاد شود. به عبارت درست‌تر باید گفت مد اسلامی و استریت‌ویر اسلامی نتیجه تعاملات روندهای نئولیبرالی و پست‌مدرن جهانی با جوامع اسلامی است (Ajala, 2017, 2). مد اسلامی به عنوان یک پدیده خاص در دهه ۱۹۸۰ آغاز شد. گرچه نمی‌توان به درستی مکان خاصی برای آن قائل شد، اما ظرفیت‌های زیادی برای بازار پوشاک محبوب در آمریکا و دیگر کشورهای مهاجرپذیر وجود دارد. هم‌اکنون امارات متحده عربی (خصوصاً دبی) به مراکز طراحی مد اسلامی تبدیل شده است، گرچه صنعت مد اسلامی ترکیه رقیب جدی آنها محسوب می‌شود.

برای مدتی طولانی، مد اسلامی به شدت مورد بحث و ترویج در رسانه‌های اجتماعی و مجلات سبک زندگی زنان در کشورهای مسلمان بود، اما به شکل بسیار عجیبی اخبار صنعت مد در غرب توجه چندانی به آن نمی‌کرد. سپس به طور ناگهانی، در ژانویه ۲۰۱۶، فعالیت‌های طراحی ایتالیایی دولچه و گابانا برای انتشار اولین مجموعه لباس‌های پوشیده شبیه به پوشش منطقه خلیج فارس، منجر به سر و صدای رسانه‌ای شد. رسانه‌های مهمی مانند گاردین، روزنامه پست، نیویورک پست و فوربس با شور و جدیت آن را پوشش دادند. علیرغم اینکه خبرنگاران اذعان کردند که این اولین بار نیست که یک سالن مد به لباس‌های پوشیده توجه کرده، میزان و ماهیت پوشش رسانه‌ای این مجموعه به نظر می‌رسید نقطه عطفی برای فرهنگ جهانی مد اسلامی شد (Bukar, 2017, p31). بعد از آن، مجموعه خلاقانه یونیگلا د<sup>۱</sup> از حانا تاجیما تبدیل به اولین خرده‌فروشی لباس‌های مد عقیف شد و به دنبال آن، اولین هفته مد استانبول و مجموعه طراح جاکارتایی آنیسا حسابان در هفته مد نیویورک برگزار شد؛ لباس‌های

آستین دار یقه بلند با تزیینات گلدوزی و کریستال و سنگ‌های تزیینی همراه با روسری. چندماه بعد و با انتشار نسخه عربی زبان مجله ووگ، نام مد اسلامی را فراتر از خلیج فارس کشاند. (Bukar, ۲۰۱۷: ۱۹۱)

قطعه دیگر این پازل، سخنگوی محجبه نورا عفیفا نام داشت که سابقاً یک فشن بلاگر آمریکایی بود. همکاری او با کاور گرل<sup>۱</sup> در واقع تبلیغ نوع فراگیری از زیبایی، و صد البته، توجه فرهنگ غربی به تحسین و تمایل به استفاده از مد پوشیده بود. واکنش تویتری مسلمانان محافظه‌کار در برابر هفته مد استامبول و تویتهایی از جمله "حجاب، مد نیست، امر خداست" و "مد پوشیده، ابزار سرمایه‌داری است" نگرانی‌ها را راجع به پذیرش این مد جدید، بیشتر کرد. به بیان دقیق‌تر، آنها معتقد بودند که مد، ارزش‌های اسلامی را آلوده می‌کند و این بازار و طراحان هستند که زیبایی شناختی لباس مسلمانان را دیکته می‌کنند. در این حین، دغدغه متقابل دهه قبل‌تر که توسط جاناتان نیوهاوس مطرح شده بود، آزادی مورد نیاز مد به نوعی با ارزش‌های مسلمان ناسازگار است زنده شد. در میان این نوع واکنش‌های مسلمانان، برخی منتقدان با نگاه مادی‌گرایانه به زن و بدن زن به نقد مد اسلامی پرداختند، در مارس ۲۰۱۶، پیور برگ، طراح برند ایوسن لوران، آشکارا طراحان مد محبوب را متهم کرد که بردگی زنان را تشویق می‌کنند: "طراحان وجود دارند تا زنان را زیباتر کنند تا آزادی آنها را به آنها بدهد. نه اینکه با این دیکتاتوری همکاری کنند تا یک زندگی پنهانی را به آنها تحمیل کند". ماه بعد، لورنس ریسیجنول، وزیر امور خانواده، کودکان و حقوق زنان فرانسه در مصاحبه‌ای در واکنش به راه‌اندازی یک لباس شنای کامل با برند بریتانیایی Marks & Spencer به مد اسلامی حمله کرد و گفت: «بدن زنان، در معرض خطر کنترل اجتماعی است. هنگامی که برندها در بازار پوشاک اسلامی سرمایه‌گذاری می‌کنند، از مسئولیت خود فرار و بدن‌های زنان را محبوس می‌کنند». درگیری در حال افزایش مسلمانان در ایجاد، بازاریابی و نمایندگی مد و زیبایی همزمان با واکنش علیه مسلمانان، نه فقط در فرانسه که در سراسر غرب رخ می‌داد. (Bukar, ۲۰۱۷: ۱۹۳-۱۹۷) که البته ظاهراً این نوع نقدها هماهنگ شده و بر اساس نوعی تفکر عوام‌فریبی استوار است.

## 1. Cover Girl

به هر حال مد اسلامی محصول جدید تفکرات نئولیبرالیستی به سرعت رشد کرد و فراگیر شد. همزمان با رشد شبکه و رسانه‌های اجتماعی؛ ارتباطات دیجیتال و آنلاین در مد اسلامی (خصوصاً از طریق فیسبوک و بعدتر توسط اینستاگرام و پینترست) این امکان، به بازیگران جدید داده شد تا به سرعت به شهرت و ارتقای هویت انحصارطلبانه دست یابند، که سابقاً غیر ممکن بود. بلاگرها و اینستاگرام‌هایی همچون مریم اسدالله، سبیا مسود و بسیاری دیگر از شخصیت‌های رسانه‌های اجتماعی توانسته‌اند با اشتراک‌گذاری طراحی‌های خود و کلیپ‌های آموزشی؛ ترندی را ایجاد کرده و تاثیر زیادی در صنعت مد بگذارند. کم‌کم دیگر جوانان با الهام از این جریان به خلق سبک‌های شخصی خود دست زدند و زمینه‌های تبدیل مد اسلامی به یک مفهوم فراگیر فراهم شد (لوئیس رینا، ۲۰۱۴: ۹۵).

ظهور مد محبوب در غرب همچنین با ظهور سلبریتی‌های این نوع مد همراه بوده است. این اُترگذاران به افزایش آگاهی و قدردانی از مد اسلامی کمک کرده و به الگوهای مدل‌های مسلمان در سراسر جهان تبدیل شده‌اند. آن‌ها همچنین به ایجاد صنعت مد همه‌پسندتر کمک کرده‌اند، جایی که پوشاک محبوب دیگر به عنوان چیزی برای پنهان کردن نیست، بل نگاهی به آینده نشان می‌دهد که پتانسیل رشد بیشتر در صنعت مد محبوب واضح است. با طراحی‌های مد محبوب بیشتر و گسترش پیام این مد توسط سلبریتی‌ها، مد اسلامی به احتمال زیاد به یکی از بازیگران اصلی صنعت مد جهانی تبدیل خواهد شد. علاوه بر این، با افزایش خرید آنلاین و تجارت الکترونیک، در دسترس‌تر از همیشه خواهد بود. با فاصله گرفتن از فرض رایج که مد فقط یک پدیده غربی یا سکولار است، به تالاقی پیچیده دغدغه‌های اخلاقی و زیبایی‌شناختی که از طریق اشکال جدید مد اسلامی بیان می‌شوند باید توجه جدی داشت. سبک‌های خاص لباس و دینامیک‌های مد اسلامی و به رابطه میان دین و حضور مادی آن در زندگی روزمره نشان می‌دهد که برخی از زنان مسلمان از مد اسلامی به عنوان یک شیوه برای نشان دادن هویت و عضویت خود در جامعه استفاده می‌کنند، در حالی که برخی دیگر ممکن است آن را به عنوان انحراف از مسائل تئولوژیک ببینند.

## ۲. عوامل توسعه مد اسلامی نئولیبرالیستی

ظهور بازاریابی سایبری اسلامی از طریق فروش محصولات حجاب در سایت HijabShop.

com شروع می شود، برندی که با شور و شوق توسط جوانانی در بریتانیا و سراسر جهان به ویژه در سال‌های پس از ۱۱ سپتامبر و تهاجمات به افغانستان و عراق ظهور یافت. شرکتی که صاحب مسلمان بریتانیایی آن، با طراح هلندی، سرپوش‌های آن، بازمودهای عمومی سایتش، تمایلات شخصی، شرایط جهانی، انگیزه‌های مذهبی و سکولار همگی توانستند در قالبی واحد بهم پیوندند (Tarlo, 2010, 83).

وبسایت‌های مداسلامی ترکیبی مذهبی-تجاری دارند، که با ایجاد دعوت نامه‌هایی با اصطلاحات عربی، وبسایت‌های تعاملی، تنوع محصول و شخصی‌سازی لباس‌ها، امکان تغییر رنگ روی مانکن‌های سایت، مشاوره و ارسال رایگان؛ همه در تلاشند تا شبیه سایر سایت‌های فروش آنلاین باشند، اما برای اثبات تقید به ارزش‌های دینی، قید شده که ۱۰ درصد از سود به کارهای خیریه اختصاص خواهد یافت و گاهی برخی لینک‌ها و ویدئوهایی از نمایش اعتراضات مسلمانان به مصوبات ضدحجاب فرانسه در آنها منتشر شده است. لینک‌های خارجی این وبسایت نیز در راستای سبک زندگی اسلامی همچون فروش کتب، اسباب‌بازی، لباس بچگانه و غذای حلال است، اما می‌توان گفت که بیشتر سعی در تبلیغ حجاب از طریق فشن دارند. در این سایت به حجاب نه به عنوان نشانگر عفاف و هویت و ایمان، بلکه به عنوان یک آیتم فشن نگاه می‌شود. اینجا نقش اینترنت نه در ارتقای هویت انحصاری مسلمانان، بلکه بیشتر معطوف به همگرا کردن افراد با زمینه‌های مختلف می‌شود. (Tarlo, 2010, 85).

امروزه مد به‌طور فزاینده‌ای به عنوان یک صنعت پررونق در منظره مد جهانی شناخته می‌شود و ظاهراً سعی بر این است که با این مقوله‌ی جدید به زنان مسلمان کمک شود تا هویت بصری خود را در سطح بین‌المللی تقویت کنند. این در حالی است که همین حجاب از سوی مردم جوامع غربی گاه با شدیدترین برخوردها همراه است. اجاله در مقاله خود تأکید می‌کند که «پوشش اسلامی، مانند حجاب، در غرب به‌ویژه در اروپا اغلب دچار سوء تفاهم و تفسیر نادرست می‌شود و به‌عنوان نمادی از سرکوب، افراط‌گرایی یا رد ارزش‌های غربی دیده می‌شود. وی در این مقاله استدلال می‌کند که این دیدگاه، ریشه در گفتمان‌های شرق‌شناسانه و نئواستعماری دارد که به زنان و جوانان مسلمان اختیار و تنوع لازم را نمی‌دهند. به‌جای اینکه مد اسلامی را به‌عنوان یک عمل ایستا یا صرفاً مذهبی ببینیم، اجاله پیشنهاد می‌کند که این مد پویا است و تحت تأثیر روندهای گسترده‌تر اجتماعی مانند مصرف‌گرایی و فردگرایی قرار دارد

و این یکی از اهداف مهم گسترش مد اسلامی در جهان معاصر است. (Ajala, ۲۰۱۸, pp: ۵۷-۷۱) برخی، حجاب را به همان اندازه‌ای که به مذهب مربوط می‌شود، به هویت فرهنگی نیز مربوط می‌دانند. انسان‌شناس صبا محمود. (Mahmood, ۲۰۰۳, ۸۳۸) در تحلیل خود از جنبش اسلامی در مصر معاصر، می‌نویسد که اشکال اسلامی رفتارهای جسمانی - از جمله پوشیدن حجاب - به طور فزاینده‌ای به وضعیت یک رسم که عمدتاً برای نمایش هویت دینی - فرهنگی به کار می‌رود، دست یافته است. به نظر می‌رسد این رویکرد، شعائر مذهبی را به سنت‌های فرهنگی تقلیل می‌دهد. این نگرانی‌ها به ویژه در مورد جنسیت بارز است؛ زیرا زنان معمولاً به عنوان نگه‌دارندگان سنت و فرهنگ به تصویر کشیده می‌شوند و بدن‌های آن‌ها به نمادهای قدرتمند هویت جمعی تبدیل می‌شود (Mahmood, ۲۰۰۳, ۸۳۷).

عامل مهم دیگر در توسعه مد اسلامی مساله اقتصاد است. گسترش مد اسلامی تأثیر عمیقی بر صنعت مد جهانی داشته است. با ظهور تأثیرگذاران و سلبریتی‌های مد عقیف، مد اسلامی به طور فزاینده‌ای محبوب و در دسترس جهان غرب قرار گرفته است. این موضوع بازار جدیدی برای مد ایجاد کرده است و بسیاری از سالن‌های مد لوکس اکنون خطوط پوشاک عقیف و محبوب را ارائه می‌دهند. صنعت مد محبوب اکنون به ارزش تقریبی ۳۲۲ میلیارد دلار رسیده و به رشد پیوسته‌ای ادامه می‌دهد.

بازار لباس‌های اسلامی ۹.۱۱ درصد از هزینه‌های جهانی را تشکیل می‌دهد و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۱۹ به ۴۸۸ میلیارد دلار برسد (Reuters, ۲۰۱۵). تجارت الکترونیک متمرکز بر مصرف‌کنندگان مسلمان در سال ۲۰۱۳ حدود ۷.۴ میلیارد دلار برآورد شده است و اگرچه تنها درصد کوچکی از پوشاک جهانی را تشکیل می‌دهد، اما سریع‌ترین بخش در حال رشد است (Reuters, ۲۰۱۵).

بازارهای بزرگ مد اسلامی محدود به جهان اسلام نیستند، بلکه مسلمانان در اروپای غربی (آلمان، فرانسه، بریتانیا) و همچنین آمریکای شمالی (ایالات متحده و کانادا) در سال ۲۰۱۲ به طور جمعی حدود ۲۲ میلیارد دلار برای پوشاک و کفش هزینه کرده‌اند. این موضوع بازار لباس مسلمانان در غرب را پس از ترکیه به عنوان دومین بازار بزرگ قرار می‌دهد. مسلمانان در ایالات متحده، با حدود ۷.۶ میلیارد دلار هزینه برای پوشاک و کفش، در صدر این گروه قرار دارند

(Reuter, ۲۰۱۵, ۱۶۳). چهار مورد از ده بازار برتر تجارت الکترونیک مسلمانان در جهان، بازارهای غربی با مصرف‌کنندگان مسلمان هستند:

ایالات متحده (دوم پس از ترکیه)، آلمان (پنجم)، بریتانیا (ششم) و فرانسه (هفتم) (۲۰۱۵, ۱۷۰). بنابراین، مسلمانان غربی به عنوان یکی از اهداف اصلی این بخش محسوب می‌شوند (Reuters, ۲۰۱۵, ۱۶۹). رویدادهایی مانند "اکسپوی سبک زندگی مسلمانان" در انگلستان به عنوان سکویی برای مصرف‌گرایی حلال محور عمل می‌کنند.

هسیم (۲۰۱۷) در بررسی تضادهای اخلاقی و فرهنگی مرتبط با تجاری‌سازی حجاب و تأثیر آن بر هویت زنان مسلمان مالزیایی اذعان می‌کند: «تجاری‌سازی حجاب به عنوان نمادی از ثروت و مقام اکنون معضل اخلاقی است که چگونه زنان مسلمان ثروت و خواسته‌های مادی را با مساله تسلیم به خداوند ادغام می‌کنند. اگرچه پوشش در حال حاضر در میان زنان مسلمان رایج است، اعلام حجاب به عنوان نمادی از آزادی برای هر فرد نیاز به خودآگاهی دارد و همچنین به سطح مشارکت مخاطبان محجبه در رسانه‌ها توجه می‌کند. تقویت هویت حجاب از طریق توصیه‌های رسانه‌ای و تبادل پیام‌ها با سایر اعضای جامعه از طریق رسانه‌ها تعیین می‌کند که آیا صدای شنیده شده در فضای عمومی به نفع حرکت عفت به عنوان یک ابتکار معنوی است یا صرفاً برای منافع شخصی برای تقویت خود و رفاه عاطفی. کولنویچ (۲۰۰۶) معتقد است که این شکلی از "هویت پروژه‌ای" است، جایی که نهادهای اجتماعی از مواد فرهنگی، جایگاه فرد را در جامعه بازتعریف کرده و ساختار اجتماعی کلی را تغییر می‌دهند (Hassim, ۲۰۱۷, ۴).

## خصوصیات پوشش از نظر اسلام

پوشش در قرآن به عنوان یک مسئله مهم اخلاقی و اجتماعی مطرح شده است. اصول و ویژگی‌های پوشش اسلامی بر اساس آیات قرآن شامل حفظ عفت و پاکدامنی، پوشش مناسب و غیرنمایان، حجاب کامل و محافظت‌کننده، پرهیز از خودنمایی، و همچنین به‌عنوان نشانه‌ای

از تقوا و اطاعت است. این اصول نه تنها به زنان، بلکه به مردان نیز اشاره دارد و نشان‌دهنده اهمیت حجاب و پوشش در حفظ ارزش‌های اسلامی و اجتماعی است. در زیر به نمونه‌هایی از آیات قرآن کریم توجه می‌شود که به این موارد پرداخته است:

### حفظ عفت و پاکدامنی

یکی از مهم‌ترین اهداف پوشش در اسلام، حفظ عفت و پاکدامنی است. اسلام به عنوان یک دین زندگی، عفت را به عنوان یکی از مهم‌ترین کارکردهای لباس معرفی می‌کند. مفهوم عفت در آموزه‌های اسلامی از زوایای مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. از نظر فیزیکی، عفت با پوشاندن بخش‌هایی از بدن اشاره دارد که باید در حضور دیگران، چه مردان و چه زنان، پوشانده شود. علمای شیعه و سنی بر این موضوع اتفاق نظر دارند. امام خمینی (ره) با اشاره به فطری بودن عفت می‌فرماید: عفت از فطریات بشر است و فحشا و بی‌حیایی بر خلاف فطرت انسان است. (خمینی، بی‌تا، ۲۷۱). عفت، نگاه داشتن نفس از چیزهایی است که حرام بوده یا انجام آن شایسته نیست و به تعبیر دیگر، عفت عبارت است از بازداشتن نفس و نگاه داشتن قوای شهوانی از محرّمات و نوامیس مردم (مجمع البحرین، ج ۵، ص ۱۰۲؛ لسان العرب، ج ۹، ص ۲۵۳). «حجاب و عفاف اگر چه در کنار هم قرار می‌گیرند و در معنای بازداشتن و ایجاد مانع، مفهومی یکسان دارند، اما عفاف ناظر به صفت درونی و بازداشتن غرایز و تمایلات سرکش نفس حیوانی و شهوانی است. حال آن که حجاب به مفهوم ایجاد پوشش در برابر نامحرمان است. حجاب، پوشش ظاهری است و عفت، یک خصلت و بینش و منش است.

حجاب، پوشش بیرونی است و عفت پوشش درونی. حجاب می‌تواند ریایی، تحمیلی، ظاهری و یا غیر اختیاری باشد، ولی عفت، یک خصلت و ارزش اختیاری است. حوزه عفاف گسترده‌تر از حجاب است و شامل عفت در نگاه، عفت در سخن، عفت در شهوت» (اکبری، بی‌تا، ص: ۱۵)، با این حال، بیشتر علمای اسلامی توافق دارند که در خصوص زنان، تمام بدن به جز صورت، دست‌ها و پاها باید پوشانده شود.

پوشاندن بدن و حجاب، تنها به زنان محدود نمی‌شود بلکه شامل مردان نیز می‌شود برای مردان، عفت با حیا همراه است و شامل پایین آوردن نگاه و پرهیز از گفتار و رفتار جلب توجه، اجتناب از تماس فیزیکی نزدیک با اعضای نامحرم از جنس مخالف، رعایت پوشاک محجوب

یا اسلامی طبق قرآن و سنت، و جلوگیری از جلب توجه غیرضروری به خود است. زنان نیز به همین ترتیب موظف به رعایت این ویژگی‌ها و رفتارها هستند و علاوه بر آن، انتظار می‌رود که "از استفاده از عطر یا لوازم آرایشی در مقابل مردان غیرمحرم (و مردان خویشاوندی که برای زن قابل ازدواج هستند)" و "از جلب توجه به جواهرات و زینت‌های پنهان" پرهیز کنند

(Laming, ۲۰۱۵, p. ۲۵۶). قرآن در این خصوص تأکید دارد که پوشش باید به گونه‌ای باشد که از فساد و فحشا جلوگیری کند.

آیه ۳۰ و ۳۱ سوره نور:

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ (نور، ۳۰)

و به زنان مؤمنه بگو که چشمان خود را [از نگاه نامحرمان] فرو گیرند و دامن‌های خود را [از بی‌عفتی] حفظ کنند و لا یُبدین زینتھنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا (نور، ۳۱) و زینت‌های خود را آشکار نکنند مگر آنچه از آن به طور طبیعی پیدا است.

پوشش مناسب و غیرنمایان یا به عبارت دیگر حجاب محافظت‌کننده: پوشش زنان باید به گونه‌ای باشد که آن‌ها را از انواع آسیب‌ها از جمله: نگاه‌های بیمارگونه، محافظت کند و در اجتماع با وقار و احترام ظاهر شوند. پوشش از نظر قرآن باید به گونه‌ای باشد که اندام‌ها را بپوشاند و از نمایان شدن زینت‌ها و جاذبه‌های بدنی جلوگیری کند.

وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبدین زینتھنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ (نور، ۳۱)

و باید [زنان] روسری‌های بزرگ خود را بر سینه‌هایشان بکشند و زینت‌های خود را آشکار نمایند، مگر برای شوهرانشان یا پدرانشان.

آیه ۵۹ سوره احزاب:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِرِجَالِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَالَا يُؤْذَيْنَ

ای پیامبر! به همسران و دخترانت و زنان مؤمنان بگو که پوشش‌های خود را به خود نزدیک کنند. این کار برای آنکه شناخته شوند و مورد آزار قرار نگیرند، بهتر است.

پرهیز از تبرّج جاهلی: تبرّج به معنای خودنمایی و نمایش زینت‌ها به صورت نامناسب است که قرآن از آن نهی کرده و خواسته است زنان از این رفتار پرهیز کنند.

آیه ۳۳ سوره احزاب:

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى (احزاب، ۳۳) و در خانه‌های خود بمانید و مانند دوران جاهلیت نخستین خودنمایی نکنید. تعبیر به جهل در آموزه‌های قرآنی، مفهومی در مقابل عقل است و جاهلیت نخستین، اشاره به رفتار نابخردانه و شرک آمیز پیش از اسلام دارد. از این روی، خودنمایی زنان به هر شکلی که باشد، مورد نهی جدی قرآن کریم بوده و به عنوان یک عمل جاهلی و نابخردانه، معرفی شده است.

حجاب به عنوان نشانه تقوا و اطاعت: پوشش مناسب در قرآن به عنوان نشانه‌ای از تقوا و اطاعت از دستورات الهی مطرح شده است.

آیه ۲۶ سوره اعراف:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيثًا وَلِبَاسِ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ (اعراف، ۲۶)

ای فرزندان آدم! ما لباسی برای شما فرستادیم که اندام شما را می‌پوشاند و زینتی برای شماست. اما لباس تقوا بهتر است.

از این آیه، نکات زیبایی استفاده می‌شود از جمله اینکه، لباس، به عنوان محافظ انسان است و هر فرد را از آسیب‌های جسمی، روانی، اجتماعی و... حفظ می‌کند. چنانکه لباس تقوا به منزله دژ محافظ انسان در برابر هجوم‌های شیطانی است.

ممنوعیت پوشیدن طلایا ابریشم برای مردان؛ عدم پوشیدن لباس‌های نازک و بدن نما که انحناهای بدن را نشان دهد؛ عدم شباهت لباس‌های زنان به لباس‌های مردان و بالعکس؛ عدم شباهت به لباس‌های بت‌پرستان؛ عدم جلب توجه، مهمترین خصوصیات است که لباس اسلامی باید داشته باشد.

از این روی، لباس مورد نظر قرآن کریم و روایات معصومان (علیهم السلام) شرایطی دارد که باید آن را اصل قرار دهیم و هر نوع مد جدید را برآن اصول عرضه کنیم که اگر مدهای جدید، اصول و شرایط پوشش اسلامی را دارا نباشند، نه تنها به عنوان پوشش اسلامی تلقی نمی‌شوند

بلکه آترناتیو هدفدار و بدل‌سازی بی‌معنا برای دستورات معنادار و تعالی‌بخش اسلامی بوده و زمینه عرفی‌سازی مفاهیم متعالی قرآنی و تحریف دین اسلام و آلوده‌سازی مسلمانان است. از آیات قرآن می‌توان برخی از مهمترین خصوصیات ظاهری لباس را استخراج کرد. در جدول شماره ۱ چند مورد از مهمترین آنها آماده است.

جدول شماره ۱: پوشش اسلامی از منظر قرآن (منبع: نگارندگان)

| ردیف | معیار                                                                      |
|------|----------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | پوشاک باید تمام بدن را بپوشاند.                                            |
| ۲    | پارچه‌های پوشاک باید پوست را بپوشانند (پارچه‌ها نباید پوست را نمایان کنند) |
| ۳    | منسوج باید از محصولات حلال باشد                                            |
| ۴    | پوشاک نباید به نحوی باشد که بدن را نمایش دهد و نباید تنگ باشد              |
| ۵    | انتخاب محدود جواهرات برای تزئین پوشاک                                      |

## بررسی خصوصیات پوشش در مد اسلامی معاصر

### حجاب و پوشش کامل

فاطمیا محسینا و امینول اسلام (۲۰۱۴) در مورد بازار پوشش‌های اسلامی بنگلادش معتقدند بین قواعد اسلامی و علاقه به مد روز، منازعه‌ای وجود دارد؛ «مد اسلامی» بیشتر برای پاسخگویی به علاقه به مد است تا عفت‌ورزی و پوشیدگی، و براساس استانداردهای مد بین‌المللی طراحی شده است، (محسینا و اسلام، ۲۰۱۴: ۷۳) نه آموزه‌های قرآن به عنوان کتاب آسمانی مسلمانان. به علاوه تحقیقات نشان می‌دهد. زمانی که سخن از مد اسلامی به میان است انتظار می‌رود، پوشش با مولفه‌های دینی و اسلامی آذین و ترکیب شود. تقلیل دین به حد عرف و فرهنگ موجب شده است تا در تعاریف عفت فرهنگی با عفت قرآنی جایگزین شود. بوکار در مقاله‌ی خود دچار اشتباهی شده و می‌نویسد: گرچه می‌توان عفاف (مجموعه‌ای از ارزش‌های مربوط به حفاظت، زنانگی، جنسیت و نظم اجتماعی از جمله نجابت) را ارزش

اصلی مد اسلامی قرارداد؛ با این حال، معنای عفت در شهرهای مختلف همچون تهران، یوگیاکارتا و استانبول کاملاً متفاوت است. شیوه‌های پوشیدگی همیشه تحت تأثیر فرهنگ قرار می‌گیرند که خود نیز به‌طور دایم در حال تغییر هستند. به همین دلیل است که مد اسلامی به‌طور مداوم تغییر می‌کند، همانگونه که در سالهای ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۱ در تهران شاهد ظهور چند سبک جدید بودیم (Bukar, ۲۰۰۳, ۲۰۱۷).

در پاسخ بوکار باید گفت: معنای عفت در شهرهای مختلف اسلامی، متفاوت نیست، عفت همان عفت قرآنی است اما هر کسی می‌تواند آن را در فرهنگ خود، در ترکیب با پوشش سنتی و بومی خود متجلی سازد؛ چون اصول و شرایط لباس اسلامی، می‌تواند در فرهنگ‌های مختلف، نمایان شود همانگونه که مسلمانان حوزه عربی، زنان مومن جنوب شرق آسیا مانند پاکستان، هندوستان تا مالزی و اندونزی، اصول و شرایط حجاب اسلامی را در پوشش بومی خود جلوه‌گر ساخته و سبک پوشش آن‌ها بر اساس آیات قرآنی است.

### دوری از جلب توجه

همان‌طور که در قرآن آمده است لباس باید به نحوی باشد که جلب توجه نکند و از تیرج جاهلی و جلوه‌گری نابخردانه و احساسی نیز به دور باشد، اما امروزه در دنیای مد اسلامی، مدل‌ها تمام تلاش خود را برای جلب توجه همگان نموده و از هیچ کوششی در این راه دریغ نمی‌کنند. بر این اساس، جلوه‌گری از شاخص‌های مدگرایی است در حالی که عفت و پوشش اسلامی، تمامی انسان‌ها به ویژه مسلمانان را از خودنمایی، پرهیز می‌دارد.

امروزه افراد به راحتی می‌توانند شخصیت‌های همگانی از خود در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام یا توییتر بسازند. این شخصیت به مرور زمان تکامل می‌یابد؛ زیرا دیده شدن یک «سلبریتی مجازی» از طریق فرآیند مذاکره با «دنبال‌کنندگان» آنلاین او افزایش می‌یابد. به گفته سحر ف. عزیز (۲۰۱۴)، «هویت اجتماعی ثابت نیست، بلکه در یک فرآیند مداوم از مذاکره و بازنگری وجود دارد به طوری که شناسایی اجتماعی یک فرآیند پویا است» (ص. ۱۵). از طریق این فرآیند است که یک شخصیت آنلاین مرزهایی را در مورد حریم خصوصی و افشای عمومی تعیین می‌کند. آلیس ای. مارویک (۲۰۱۵)، نویسنده کتاب «اینستا فیم: سلفی‌های لوکس در اقتصاد توجه»، این نوع شهرت را که ممکن است تنها در

محیط‌های رسانه اجتماعی وجود داشته باشد، «میکروسلبرتی» می‌نامد. میکروسلبرتی‌ها معمولاً از مجموعه‌ای استاندارد از شیوه‌های خودنمایی پیروی می‌کنند - شامل تهیه پروفایل، برقراری ارتباط با دنبال‌کنندگان بالقوه، و به اشتراک گذاشتن اطلاعات شخصی - تا توجه بیشتری به پست‌های خود و وضعیت آنلاینشان جلب کنند (ص. ۱۳۸)

این شیوه‌ها با در نظر گرفتن آنچه که به «اقتصاد توجه» معروف است، که یک دیدگاه بازاریابی است که به ظرفیت چیزی برای جذب «چشم‌ها» در دنیای پر از رسانه و اطلاعات ارزش می‌دهد، دنبال می‌شود. تکنیک‌های جلب توجه که توسط برنده‌های مصرفی استفاده می‌شود، به کاربران فردی سرایت کرده و آنها به طور فزاینده‌ای، و گاهی غیرمنتظره، از آنها برای افزایش محبوبیت آنلاین خود استفاده کرده‌اند.

امروزه وبلاگ‌نویس‌های حجاب‌دار دنبال‌کنندگان اصلی خود را در جامعه مسلمانان به دست آورده‌اند، آن‌ها همچنین بخشی از این اکوسیستم رسانه‌ای بزرگ‌تر هستند. با داشتن صدها هزار - و در یک مورد، بیش از یک میلیون - پیرو آنلاین، این حجاب‌داران شیک تأثیر زیادی در این بازار رسانه‌ای دارند. امروزه، وبلاگ‌نویس‌های مد مشهور به راحتی می‌توانند با تطابق خود با برنده‌های برتر اروپایی و آمریکایی هزاران دلار درآمد کسب کنند (Griffith, ۲۰۱۱, ۵۸-۵۹). وبلاگ‌نویس‌های مد مشهور شروع به استفاده از این قدرت کرده‌اند و وارد توافقات بازاریابی با برنده‌ها می‌شوند تا به عنوان مدل‌های مهمان، طراحان و حامیان برنده‌ها فعالیت کنند.

دینا تورکیا، طراح مد و بلاگر بریتانیایی با حجاب، یکی از شخصیت‌های برجسته دنیای آنلاین بریتانیاست که بیش از نیم میلیون دنبال‌کننده در شبکه‌های اجتماعی دارد. او توانسته است با استفاده از شهرت آنلاین خود، برند قابل توجهی بسازد و از آن بهره‌برداری مالی کند و به عنوان مشاور و بازاریاب برند فعالیت کند. حضور او در شبکه‌های اجتماعی شامل موارد زیر است:

یوتیوب: ۲۴۳,۲۹۰ مشترک، اینستاگرام: ۶۳۰,۰۰۰ دنبال‌کننده، توییتر: ۴۱,۲۰۰ دنبال‌کننده، فیس‌بوک: ۲۱۰,۹۹۹ دنبال‌کننده (Kavakci, Kraeplin, ۲۰۱۶, ۱۲)

جدول شماره ۲: مقایسه‌ی معیارهای پوشش اسلامی از منظر قرآن و جوامع معاصر (منبع:

نگارندگان)

| ردیف | معیار                                                                      | قرآن | جامعه معاصر |
|------|----------------------------------------------------------------------------|------|-------------|
| ۱    | پوشاک باید تمام بدن را بپوشاند.                                            | *    | -           |
| ۲    | پارچه‌های پوشاک باید پوست را بپوشانند (پارچه‌ها نباید پوست را نمایان کنند) | *    | -           |
| ۳    | ماده از محصولات حلال باشد                                                  | *    | *           |
| ۴    | پوشاک باید گشاد باشد و بدن نما نباشد                                       | *    | -           |
| ۵    | انتخاب محدود جواهرات برای تزئین پوشاک                                      | *    | -           |

## نتیجه‌گیری

گرچه پدیده «مد اسلامی» ممکن است به گرایش‌هایی به سمت جهان‌وطنی و باز شدن به روی روندهای جهانی اشاره داشته باشد، جهان اسلام هرگز مدرنیزاسیون کامل یا ادغام با دنیای غرب را به معنای غربی این کلمات نخواهد پذیرفت، زیرا این جهان تحت تأثیر مفهوم پیروی و بازآفرینی شرایط زندگی بر اساس اسلام قرار دارد.

با این حال، مد جهانی در تعارض با خصوصیات پوشش از منظر قرآن است. پیام قرآن - عفت و سادگی - دستوری کلی برای زنان و مردان است. حجاب، که به عنوان مجموعه‌ای از قوانین برای ظاهر یک زن مسلمان درک می‌شود، ضمن تأکید بر زیبایی زنان دستور موكد بر پنهان کردن آن از چشم نامحرمان دارد. با انتخاب سبک غربی، زنان مسلمان مد روز قوانین زیادی را که از قرآن ناشی می‌شود، نقض می‌کنند.

مد اسلامی امروز نوعی اطاعت سطحی از دستورات دین است. مثل پوشیدن روسری‌هایی که به جای مدل مو، به صورت پیچیده‌ای طراحی شده‌اند. باید پذیرفت که مد اسلامی به تدریج به یکی از شیوه‌های زندگی اسلامی تبدیل می‌شود، مشابه با جنبه‌های دیگر مانند زیبایی، جواهرات، خودروها، دکوراسیون، هنر و محصولات فرهنگی. آنچه اکنون لازم است به آن پرداخته شود فرهنگ‌سازی در زمینه‌ی مد است. فرهنگی که برگرفته از قرآن کریم باشد، نه فرهنگ‌پذیری از فرهنگ‌های بیگانه. شواهد نشان می‌دهد که نه تنها زنان مسلمان

مختلف دیدگاه‌های متفاوتی در زمینه مد اسلامی معاصر دارند، بلکه گاهی هر دو دیدگاه را بیان می‌کنند: پوشش هم به عنوان وسیله‌ای برای خلق یک خود معاصر و هم به عنوان نشانه‌ای از تقوا تلقی می‌شود. این یافته‌ها به رابطه چند وجهی و تعاملی افراد با حجاب و سایر اشکال پوشش اشاره دارد.

### کتاب‌نامه

#### - قرآن کریم

۱. اکبری، محمود. عفت و پاکدامنی در اسلام. چاپ سوم، تهران: انتشارات فیتیان، ۱۳۹۶ش.
۲. خمینی، سید روح‌الله. شرح جنود عقل و جهل. دسترسی در: <https://lib.eshia.ir/271/1/11161> (بی‌تا).
۳. مجمع البحرین. ج ۵، ص ۱۰۲، ماده «عفت».
۴. لسان العرب. ج ۹، ص ۲۵۳، ماده «عفت».
5. Ajala, Imé ne, (2018), "Muslim youth and consumerism : a study of Islamic street wear", Contemporary Islam 12 (1), 2018, pp. 57-71.
6. Amna Ehtesham Khaishgi, (2014) , "Time for Islamic Couture. " The National, November24.
7. Aziz SF (2014) Coercive assimilationism : the perils of Muslim women's identity performance in Collegium antropologicum, 30, 713-718.
8. Dialog, Warszawa , quote after : B. Pasamonik, Dlaczego muzu manskie chusty
9. Dialog, Warszawa, quote after : B. Pasamonik, Dlaczego muzu manskie chusty.

10. Elizabeth, Bucar , (2018), “How Muslim Women Use Fashion to Exert Political Influence”, The Atlantic, 1 February.
11. Griffith E (2011) Bloggers mean business. Ad Week 52 (31).
12. Hassim, Nurzihan (2017), Glocalizing' the Hijab : A Malaysian Perspective, SHS Web of Conferences 33.
13. [http : //www. flandersinvestme](http://www.flandersinvestme)
14. [https: //www. theatlantic. com/international/archive/2018/02/muslim-women-fashion-political-influence/550256](https://www.theatlantic.com/international/archive/2018/02/muslim-women-fashion-political-influence/550256)
15. K. Gorak-Sosnowska, (2011) Muzu manska kultura konsumpcyjna, Wyd. Akademickie
16. Kavakci ,Elif Camille R Kraeplin , (2016), Religious beings in fashionable bodies : the online identity construction of hijabi social
17. Kulenovic, T, (2006), A veil (hijab) as a public symbol of a Muslim woman modern identity,
18. Laming, S. H. (2015). Role of morality in Islamic mannerism. Alam Raya Enterprise.
19. Mahmood S (2003), Ethical formation and politics of individual autonomy in contemporary Egypt. media personalities, Southern Methodist University, USA.
20. Reuters, T. (2015). State of the global Islamic economy 2014-2015. Reuters. Social Research 70 (3) : 837-846.
21. Sosnowska (2011), K. Gorak-, Muzu manska kultura konsumpcyjna, Wyd. Akademickie

22. Tarlo E (2010) *Visibly Muslim : Fashion, Politics, Faith*. Oxford: Berg Publishers.
23. the workplace. *Michigan Journal of Race & Law* 20 (1): 1-64