



روایتی درباره حال و روز ناخوش بازار پوشاک مشهد
و سبک‌های نامتعارفی که همچنان مخاطب را نشانه می‌رود

ویترین‌های خالی از هویت

۱۰۱

شهربانو

۸ صفحه ویژه بانوان مشهد | شماره ۳۶۵۹ روزنامه شهرآرا

۲شنبه ۲۶ ۰۲ ۱۴۰۱

لباس، فراتر از «رسانه»

هم‌سنگ «پیام»

گفت‌وگو با تولیدکنندگانی که به طراحی و تولید لباس‌های دارای هویت بومی افتخار می‌کنند

ایرانی و اسلامی در «باور» ما
ریشه دارد



مجله جزایی

دکترای علوم سیاسی

(پرو)

لباس؛ فراتر از «رسانه» همسنگ «پیام»

لباس و لزوم اهمیت به پوشاک در صحنه اجتماعی، دغدغه‌ای طولانی مدت و بسیار اساسی بوده است و هست به ویژه در جوامعی که از پیشینه طولانی در تاریخ و سنت برخوردار هستند و آداب و رسوم فرهنگی و مذهبی برای ساکنان آن‌ها اهمیتی دوچندان دارد. از همان گذشته‌های دور، به دلیل نقش و جایگاه زنان و برای در نظر گرفتن شئون خانوادگی و اجتماعی برای زنان، مقوله پوشش چه برای خود بانوان در قالب مصرف کنندگان پوشیدنی‌ها چه برای اداره کنندگان جامعه به عنوان تصمیم گیرندگانی که باید حافظ نظم و امنیت عمومی جامعه باشند، از اهمیتی دوچندان برخوردار بوده است اما با جرئت می توان گفت در هیچ دوره‌ای به اندازه امروز، لباس زنان عرصه مطالعه و بررسی و از آن مهم تر از اثرگذاری برخوردار نبوده است. همین مسئله لزوم سیاست گذاری در این حوزه را آشکار می کند.

امروز لباس تنها یک ابزار ساده برای پوشیدن و پوشاندن نیست بلکه می تواند نماد و نشانه‌ای مهم برای بیان حقایق و ناگفته‌های فراوانی باشد. می تواند نشانه‌ای از یک طرز فکر خاص یا الگویی برای سبک زندگی جدید یا حتی شعار و اعتراضی علیه جریان‌های سیاسی اجتماعی خاصی باشد. این مسئله با محبوبیت رسانه‌های جمعی حال در معرض دید بیشتری قرار گرفته است. مثلاً لباس یک ورزشکار، پوشش یک خبرنگار و هزاران هزار موارد دیگر را می توان نام برد که از طریق رسانه‌هایک تن پوش زنانه به عنوان مبنایی برای قضاوت و داوری پذیرفته شده است.

به رغم چنین اهمیتی، کافی است که در سطح شهر سری به بوتیک‌ها، پاساژها و خرده‌فروشی‌های محلی بزنید تا متوجه شوید چه دایره وسیعی از انواع و اقسام لباس‌ها و سبک‌های پوششی برای زنان در سطح شهر مشهد برای فروش وجود دارد، لباس‌هایی که بسیاری از آن‌ها نه از نظر کاربری و نه حتی از نقطه نظر فرهنگی و اجتماعی سنخیتی با جامعه ایران ندارد. پر واضح است که تصمیم گیری برای ایجاد محدودیت دسترسی به این البسه و ممنوع اعلام کردن آن‌ها ساده‌ترین راهی است که بارها آزموده شده است. اما همیشه ساده‌ترین راه بهترین راه نیست بلکه قبل از ایجاد سبک‌های پوششی بی مبنا و عرضه لباس‌هایی که فاقد تناسب و سنخیت با مبنای ایرانی و اسلامی جامعه است، باید درباره عرصه، خرید و پوشش لباس‌هایی در قالب‌های نامتعارف و غیرمرسوم اندیشید.

واقعیت این است که در سطح جامعه و میان دختران جوان و زنان، تمایلی برای پوشیدن لباس‌های زیبا و در عین حال راحت و کاربردی وجود دارد. اما ساختارهای سیاسی و فرهنگی موجود اهما می به تعریف امر زیبا و لباس مناسب و متناسب نداشته‌اند. در واقع، عرصه لباس در ایران دست کم در مقام تصمیم گیری، به یک حوزه واکنشی تبدیل شده است، دقیقاً به این معنا که صبر کنیم تا الگوی خاصی از لباس ارائه شود و سپس برای برخورد مناسب با آن واکنشی نشان دهیم. چنین نگاه انفعالی در عرصه پوشیدنی‌ها، فضای مناسبی را برای عرضه هر نوع لباس و پوشش نامناسب فراهم می کند. برخلاف آنچه به نظر می رسد، لباس زیبایی از آنکه مقوله‌ای شخصی و مبتنی بر سلیقه باشد، امری اجتماعی است. به علاوه، لباس نه تنها امری برای زیباتر شدن بلکه مسئله‌ای است که می تواند هویت ما را راحت تر تعریف کند. حضور فعال تر دستگاه‌های سیاست گذاری در عرصه لباس زنان امری بسیار مهم است. این حضور فقط برای ایجاد برخی از محدودیت‌ها نیست، بلکه باید نگاه ایجادچی، باید به طرح و تولید لباس‌هایی متناسب با ارزش‌های اسلامی و فرهنگ بومی ایرانی بپردازد. تازمانی که چنین فضای فراخی از سوی فعالان فرهنگی و اجتماعی به عنوان مجریان سیاست گذاران مورد بی مهری واقع شود، وضعیت پوشش زنان روز به روز از آرمان‌های سیاسی و مذهبی دورتر خواهد شد. اگرچه تاکنون نهادها و تصمیم گیری‌های خاص و ویژه‌ای برای توجه به لباس زنان صورت گرفته است، به نظر می رسد برای سامان دهی این حوزه به چیزی بیش از ایجاد کارگروه‌های متفرقه و پراکنده نیاز است تا بتواند از یک سو بر اهمیت لباس به عنوان یک نشانه هویتی تأکید کند و از طرف دیگر، نیاز جامعه زنان برای تأمین البسه متناسب را برطرف سازد.



عکس تزئینی است



شهربانو

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱
۱۶ شوال ۱۴۴۳ شماره ۳۶۵۹

(۲)

سهام مشهدالرضا (ع)

از بازار ۳۱۳ میلیارد دلاری پوشاک اسلامی چقدر است؟

که شهرت جهانی داشته و امپراتور چین و پاپ، یعنی رهبر مسیحیان جهان، مشتری محصولات او بوده‌اند. شاید اگر غیاث‌الدین نقشبند یزدی اهل استانبول بود، اکنون فرزندان او، برندی با همین نام و با شهرتی جهانی به نام او ایجاد کرده بودند. چه بسا اگر تاریخ‌پژوهان خراسانی دست به قلم شوند، مشخص شود در زمینه تولید پارچه و لباس، هنرمندان نامی بسیاری از خراسان در قرون گذشته شهرت جهانی داشته‌اند.

از تجربه‌های موفق درس بگیریم

تنها یک سایت فروشگاهی پوشاک حجاب (مودانیا یا modanisa) که سازندگان و گردانندگان آن از کشور ترکیه هستند، در سال ۲۰۲۰ از طریق فروش آنلاین پوشاک اسلامی بانوان رقمی بالغ بر ۲۸ میلیون دلار درآمد کسب کرده است. این رقم از درآمد صادراتی بسیاری از شرکت‌های پتروشیمی ایران بیشتر است. در این سایت ۷۰ هزار محصول از ۶۵۰ برند عرضه می شود و مشتریانی از ۱۴۰ کشور جهان خریداران آن‌ها هستند.

روزانه ۲۰ میلیون بازدید از صفحات این سایت فروشگاهی انجام می شود. با مرور این آمار، باید از خود پرسیم سهم ما از این بازار چقدر است. پاسخ: هیچ! گردش مالی پنجاه هزار میلیارد تومانی بازار مد و لباس ایران نیز در اختیارمان نیست، چه رسد به بازارهای جهانی.

اگر تعارف را کنار بگذاریم، باید قبول کنیم عباراتی چون «فشن شو» یا «فشن شوی حجاب» یا «بلاگری حجاب» در ذهن برخی از مسئولان مترادف با ابتذال است. واقعیت این است که بومی اندیشیدن و جهانی عمل کردن در زمینه فرهنگ و همین طور صادر کردن مد و لباس ایرانی و اسلامی نیازمند اصلاح همین رویکردها و البته بسترسازی‌های اقتصادی است.

برندسازی شهری در کنار بسترسازی برای رشد استارت‌آپ‌های فعال در این زمینه می تواند در سالیان آینده سهم ایران را از اقتصاد پوشاک حجاب در کشورهای اسلامی بیشتر و حتی مشهد را به شهری برند در این زمینه تبدیل کند.

سال ۲۰۱۸ میلادی مشهد مقدس میزبان اجلاس آیسکو بود و عنوان پایتخت جهان اسلام را یدک می کشید. در این رویداد، بازدید کنندگانی از ۵۴ کشور جهان اسلام حضور یافتند و در برنامه‌های پرتعداد و متنوعی شرکت کردند. اما یک پرسش: آیا از ظرفیت این اجلاس در زمینه برندسازی مد و لباس ایرانی، اسلامی نیز استفاده درستی شد؟

پاسخ به این سؤال را باید در وضعیت کنونی بازار مد و لباس ایران پیدا کنیم. دریایی موج که گاهی شمعی در آن توسط بخش خصوصی روشن می شود و البته اگر خاموش نشود، باید با خون دل از گزند طوفان‌های اقتصادی و رقابت‌های ناسالم در امان بماند. شکی نیست که برند شهری در مشهد مقدس، امام رضا (ع) است. تمام دنیا شهر ما را به این امام رئوف می شناسند. اما آیا در کنار این برند اصلی، نباید سراغ دیگر حوزه‌ها برویم؟ سالانه ۳۰ میلیون زائر به مشهد سفر می کنند که بیش از یک میلیون نفر از آن‌ها از سایر کشورهای جهان اسلام به این شهر مشرف می شوند.

مشتریانی از جنس امپراتور چین و پاپ!

بر اساس آمارهای رسمی و گزارش وضعیت اقتصاد جهان اسلامی در سال ۲۰۲۲، گردش مالی بازار مد و لباس حجاب در دنیا ۳۱۳ میلیارد دلار است و پیش بینی می شود این رقم تا سال ۲۰۲۵ به ۳۷۵ میلیارد دلار برسد. برای اینکه متوجه شوید این رقم چقدر بزرگ است، کافی است بدانید بر اساس پیش بینی دولت در قانون بودجه، همه فروش نفت ایران در سال جاری ۲۶ میلیارد دلار خواهد بود.

بسیاری از شهرها در جهان اسلام تاکنون میزبان رویدادها در زمینه پوشاک اسلامی بوده‌اند، رویدادهایی که حتی در دوره فراگیری ویروس کرونا به صورت آنلاین برگزار شد اما نه تنها مشهد بلکه ایران در این رویدادها سهمی نداشت. این در حالی است که پوشاک ایرانی اسلامی قدمتی باورنکردنی دارد. شاید تعجب کنید اگر بدانید حدود ۴۰۰ سال پیش، هنرمندی به نام غیاث‌الدین نقشبند یزدی لباس‌هایی تولید می کرده



آداب لباس در سفرنامه‌ها

مطالعه پوشش و پوشاک اقوام ایرانی نشان می‌دهد جغرافیا و مکان نقش مهمی در انتخاب نوع لباس و رنگ آن دارد. در واقع، هم‌زیستی و مجاورت با دیگر فرهنگ‌ها موجب سنخیت فرهنگی در نوع پوشاک است. پوشاک به عنوان یکی از دغدغه‌های بشری از دیربگی و سابقه تاریخی برخوردار است. بخش عمده‌ای از فرهنگ ملل و تمدن‌ها در پوشاک و نوع پوشش آن‌ها تجلی می‌یابد و همواره ساختارهای فرهنگی موجب شده‌اند پوشاک از تنوع گوناگونی برخوردار باشد.

تا پا می‌پوشانند. اولثاریوس نیز ضمن تأیید نظر شاردن از پوشش چادر سفید در بیرون از خانه یاد کرده است. هم‌چنین آدام اولثاریوس که در زمان شاه‌صفی به ایران سفر کرده، لباس زنان را نازک‌تر از مردان و مانند آن‌ها گشاد توصیف کرده است. می‌گوید جوراب‌هایشان از پارچه نازک قرمز یا سبزرنگ است و روی سر کلاه یا وسیله زینتی خاصی نمی‌گذارند، موهایشان را می‌بافند و از جلو یا عقب سر به طرف پایین آویزان می‌کنند. این در حالی است که سانسون که در زمان شاه سلیمان صفوی در ایران حضور داشته است، از پیشانی‌بندی بر پیشانی زن‌ها صحبت می‌کند. زنان پیشانی خود را با پیشانی‌بندی به پهنای سه انگشت که با طلا مینا کاری شده و با یاقوت و الماس و مروارید مرصع بوده است می‌پوشانده‌اند. به گفته دلاواله، لباس زنان،

مطالعه و بررسی سفرنامه‌ها نشان می‌دهد پوشش و حجاب زنان از دید سیاحان دور نبوده است و جهان‌گردانی چون دلاواله، شاردن، سانسون، تارونیه و اولثاریوس در نوشته‌های خود به طور پراکنده به پوشاک زنان ایرانی پرداخته‌اند. هانری رنه دالمانی، سیاح و جهانگرد فرانسوی که در روزگار قاجار به خراسان سفر کرده است، در توصیف پوشاک زنان کرد قوچان در نوشته‌ای کوتاه آن‌ها را «سرخ‌پوش و روباز» خوانده است. پیتر دلاواله، نویسنده، شرق‌شناس و جهانگرد ایتالیایی، در سفرنامه‌اش لباس زنان دوره صفوی را بسیار ساده می‌داند، لباسی تنگ‌تر از لباس ترک‌ها یا دامنی کوتاه که چندان جلوه‌ای ندارد. ژان شاردن، سیاح فرانسوی که مقارن صفویه به ایران مسافرت کرده، راجع به پوشش زنان بیرون از خانه مطالبی را نوشته است: زنان با چادر سفید سراسر اندام خود را از سر

شبیه لباس اعراب و کلدانی‌ها بوده است اما وجه تمایز و مایه زیبایی پوشش آن‌ها چادرهای سبز و زرد آن‌هاست. هرچند برای مطالعه تاریخ و نوع پوشاک منابع مختلفی وجود دارد، علاوه بر منابع مکتوب، بخشی از خرده‌فرهنگ‌ها نیز به پوشاک اختصاص دارند. بررسی باورها و آیین‌ها نشان می‌دهد از قدیم اعتقادات مردم در دوخت و دوز و خیاطی وجود داشته است و در بیشتر نقاط ایران باورهایی در این زمینه رواج دارد. برای نمونه، مرحوم ابراهیم شکورزاده در کتاب «عقاید و رسوم مردم خراسان» می‌نویسد زنان خراسانی یک قیچی از بند قنداق نوزاد دختر می‌اویزند تا در بزرگسالی در هنر خیاطی و دوخت‌دوز مهارت یابد. یا در خراسان، سیرجان و بسیاری از نقاط دیگر، مردم عقیده دارند هر کس در روز عید غدیر خیاطی کند، انگشتش عقربک می‌زند. هم‌چنین در برخی مناطق دوخت‌دوز در روز عاشورا را نامیمن می‌دانند و در بیرجند و کرمان مردم معتقدند اگر در روز عید قربان رختی بدوزند، خار به پای حاجیان خواهد رفت. بررسی این گونه خرده‌فرهنگ‌ها حکایت از آن دارد که در طول تاریخ، پوشاک نزد مردم اهمیت داشته است، به شکلی، باورهایی در زندگی روزمره مردم درباره آن جریان دارد و همواره بخش مهمی از فرهنگ شفاهی مناطق ایران در پوشاک و نحوه دوخت‌دوز و... بازتاب یافته است.

(براندخت)



غلامرضا آذری، محقق در زمینه کارشناس پژوهشگر تاریخ

(۳)

آشنیه
۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱
شماره ۱۴۴۴ ۳۶۵۱

شهربانو

از فرهنگ پوشش دیروز تا سبک پوشش امروز

روزی روزگاری به وسعت پهنه جغرافیای ایران، از شمال تا جنوب و غرب تا شرق را اقوامی زندگی می‌کردند که هر کدام ملبس به پوششی خاص زیست بومشان بودند، اما امروز از آن تنوع فرم پوشش خبری نیست و تنها برخی از اقوام به پوشاک سنتی‌شان وفادار مانده‌اند و باقی پوشاک محلی یا به داخل ویرین موزه‌ها رفته‌اند یا برای برخی مراسم و جشن‌ها استفاده می‌شوند. چه بر سر پوشش ایرانیان آمده است؟ پوشاک به عنوان نیاز ابتدایی بشر بود که همگام با رشد اجتماعی از سطح یک نیاز به بخشی از فرهنگ جوامع تبدیل شد و با هنر عجین گشت. چنین شد که پوشاک بخشی از شناسنامه ملی مردمان شد. تاریخ گواه آن است که ایران و ایرانی عمری به قدمت اولین تمدن‌ها دارند و آنجا که داریوش هخامنشی برای مردمانش لباسی فاخر برگزید، زیبایی و پوشاندگی مشخصه جامعه‌ای برای ایرانیان شد. در این میان، زن ایران باستان برای کمال خویش و ارج نهادن به مقام زن، چادری مستطیلی بر سر نهاد و این رسم ادامه پیدا کرد.

سال‌های اخیر در جامعه شکل گرفته که در نهایت بی‌هویتی است. نه رنگ و بویی از پوشش زن ایرانی دارد، نه شبیه آن چیزی است که یک زن با شخصیت اروپایی بر تن می‌کند. بانوان زیادی در جامعه ما لباسی بر تن می‌کنند که تمام شخصیت یک زن ایرانی را زیر سؤال می‌برد. روزگاری لباس منزلت فرد و مرتبه افراد را نمایان می‌ساخت اما امروز همه به دنبال تقلید از سبکی بی‌ریشه در پوشاک هستند و غافل از آنکه تیشه به ریشه هویت ایرانی می‌زنند. زنانی که مادران فرزندان هستند که آینده کشور در دستشان است اما افسوس گویی در یک ناآگاهی عمیق فرو رفته‌اند. جوانان و نوجوانان نیز به دنبال الگوبرداری و آرمان‌گرایی، از الگوهای نامناسب تقلید می‌کنند. بخشی از این غفلت

سبک تولیدکنندگان است و بخشی دیگر در باورهای مردم نهفته است. تاریخ پوشاک در جنگ فرهنگ‌زدایی گم شده است و مسئله اصلی شاید چیز دیگری است. همان‌طور که ذکر شد، پوشاک بخشی از فرهنگ است و فرهنگ نیز همواره متأثر از مسائل دیگر اجتماع همچون اقتصاد و... در واقع، فرهنگ روبنایی و بازتابی از مسائلی دیگر است. فرهنگ پوشش نیز بی‌شک بی‌تأثیر از شرایط حاکم بر جامعه نیست. نوعی واکنش به همه فشارهایی که از سمت اجتماع بر فرد تحمیل می‌شود.

(نگار)



زهره زمانی
کارشناس ارشد هنر





شهربانو +

آشنایی
۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱
شماره ۱۴۴۳ شماره ۳۶۵۹

(۴)



ویترین‌های خالی از هویت

روایتی درباره حال و روز ناخوش
بازار پوشاک مشهد و سبک‌های نامتعارفی
که همچنان مخاطب را نشانه می‌رود

سعیده آل ابراهیم- همیشه انسان‌ها شاید همواره بر این باور بوده‌اند که نوع پوشش آن‌ها می‌تواند در نگاه اول، طرز تفکر و شخصیتشان را مانند تابلویی برای دیگران نمایان کند و این همان چیزی است که حتی کلمات و نوع برخورد مخاطب را با آن فرد مشخص می‌کند. به همین دلیل است که به برخی افراد در اصطلاح «سخت‌پسند» می‌گوییم زیرا در انتخاب لباس هایشان دقت و وسواس بسیار به خرج می‌دهند و شاید می‌شود گفت که این نکته سنجی برخلاف سایر وسواس‌ها کار خوبی است. حتم دارم به تازگی گذرتان به بازار پوشاک مشهد افتاده و شاید شما هم با برخی بانوان دیگر هم‌نظر باشید که در این بازارها مدل مانتوهای مناسب و پوشیده کمیاب شده است و برای پیدا کردن یک مدل استاندارد که به پوشش اسلامی نزدیک باشد، ناچار می‌شوید تمام بازار را زیر و رو کنید. ممکن است در انتها قید خرید را بزنید یا مدلی را تهیه کنید که مغایر میل باطنی تان است. مدل بیشتر مانتوها در بازار با قد یا آستین کوتاه یا جلوباز است. اگر مانتوی بلند و پوشیده‌ای پیدا شود، اغلب درون ویترین جایی ندارد.

اگر در یک بازار قدم بزنید و تنها به ویترین فروشگاه‌ها نگاهی بیندازید، می‌بینید بیشتر مدل‌های مانتو از یک الگو پیروی می‌کنند. قدیمی‌ها می‌گویند انگار هرچه زمان بیشتر می‌گذرد وجب به وجب لباس‌ها آب می‌شوند و حیا از بین می‌رود. این موضوع به معنی این است که سبک مانتوها و حتی شلوارها در گذر زمان به سمت بدجایی پیش می‌رود. این روزها شلوارهای قد ۹۰ و مدل‌هایی که قسمتی از پاچه شلوار شکاف خورده، باب شده است. مانتوهای نازک با آستین‌های سه ربع نیز گوشه‌ای از بازار پوشاک را به دست گرفته‌اند. این در حالی است که لباس‌های سنتی ما بسیار زیبا هستند و حتی امروزه، بعضی از تولیدات پوشاک با تلفیقی از سنت و مدرنیته، ترکیبی زیبا و البته پوشیده را تحویل مخاطب می‌دهند. کشورهای دیگر برای هویت و پیشینه فرهنگ خود ارزش قائل می‌شوند، اما ما این هویت را درون یک صندوقچه گذاشته‌ایم و گهگاه با مشاهده یک مستند یا فیلم از روزگار قدیم، یادی از لباس‌های سنتی اقوام کشورمان می‌کنیم و می‌گذاریم مابقی سال درون همان صندوقچه خاک بخورند. اما آیا مدل‌های نامتعارف موجود در بازار مورد پسند بانوان جامعه است؟ جدا از آن، چنین طرح‌ها و سبک پوششی برای شهر زیارتی مشهد مناسب است؟ ضمن اینکه این موضوع یک جنبه باطنی و درازمدت هم در پی خواهد داشت و ممکن است این سبک پوشش به برخی ناهنجاری‌های اجتماعی نیز دامن بزند.

+ پاساژگردی بی نتیجه با کفش آهنی

در طبقه سوم یک پاساژ دست به سینه نشسته و پاهایش را روی هم قلاب کرده است. گاهی به ویتترین مغازه‌ها و گاهی به پلاستیک‌های خرید مردم نگاه می‌کند. خسته به نظر می‌رسد، اما رمقی برایش نمانده است. چند ساعت است خیابان اطراف پاساژ و مغازه‌های داخل مجتمع را به دنبال یک مانتوی ساده که باب میلش باشد جست‌وجو می‌کند اما تنها چیزی که این پاساژگردی برایش داشته است کلافگی است. سپیده‌نوعروس است و تازگی‌ها به خانه خودش رفته است. می‌گوید مدت‌هاست که یک مانتوی مشکی ساده می‌خواهد، اما آن قدر بازارها را زیر و رو کرده و چیزی پیدا نکرده که می‌خواسته است یک مانتوی اداری مشکی بخرد که دست کم پوشیده و ساده باشد.

مرتبه اولی هم نیست که دچار این مشکل می‌شود. به گفته خودش، تنها زمان‌هایی که خیلی با حوصله باشد برای خرید می‌آید زیرا می‌داند باید به بازارهای زیادی سر بزند. «این طور نیست که آدم سخت‌پسندی باشم، خیلی از طرح‌های مانتو را می‌پسندم، اما هر کدام ایرادی دارد. یک مانتو جلو باز است و به هیچ وجه نمی‌شود به آن دکمه زد زیرا مدل مانتو به هم می‌ریزد. مانتوی دیگر طرح خوبی دارد اما جلو یا پشت آن کوتاه است. یک مانتوی دیگر هم آن قدر زنجیر، زیپ یا چیزهای تزئینی به آن آویزان است که از خرید پشیمان می‌شوم. مشکل دیگر این است که بعضی از مدل‌ها تنها برای یکی دو سایز موجود است و همه نمی‌توانند از آن استفاده کنند. ضمن اینکه گاهی رنگ‌های به اصطلاح جیغ برای مانتوها استفاده می‌شود که اگر از مدل آن خوشم بیاید، به دلیل رنگش آن را نمی‌خرم.»

+ شلوارها هم دیگر استاندارد نیستند

زهرایکی دیگر از مشتریان این بازار است که به خریدار تبدیل نمی‌شود. چند قدم جلوتر از من راه می‌رود و با مشاهده ویتترین مغازه‌ها از جلو آن‌ها عبور می‌کند. انگار که مانتوهای داخل ویتترین دل او را می‌زنند و حتی رغبت نمی‌کند به درون فروشگاه پا بگذارد. او متولد دهه هفتاد و چادری است. «یک سالی می‌شود از یک مدل مانتوی پاییزه خوشم آمده است و دوست دارم آن را بخرم، اما هر بار به دلیل کوتاه بودن قد مانتو و آستین آن یا بی کیفیتی پارچه، از خیر تهیه آن می‌گذرم. ضمن اینکه این مشکلات تنها در خرید مانتو نیست. حتی برای خرید شلوار نیز دچار مشکل می‌شوم. چند ماه پیش برای خرید شلوار به فروشگاه‌ی رفتم که بخش بزرگی از آن مربوط به فروش شلوار بود، اما هر مدلی که پسند می‌کردم قد ۹۰ آن را داشتند و تنها تعداد محدودی مدل با قد استاندارد موجود بود. با اینکه باب میل نبود، از میان آن‌ها انتخاب کردم. در پی این بازارگردی‌ها، تنها چند مغازه پیدا کرده‌ام که مدل‌های پوشیده و متعارفی دارند و سعی می‌کنم برای خرید، بیشتر به آن‌ها سر بزنم.»

+ هیچ وقت پیرو مد نبوده‌ام

فرزانه مرز سی‌سالگی را رد کرده و هیچ وقت تابع مد نبوده است. همیشه مانتوهایی را می‌خرد که به دل خودش بنشینند. شاغل است و به همین دلیل، وقت زیادی برای دوخت و دوز لباس ندارد. بنابراین مشتری خرید لباس‌های آماده می‌شود، اما حالا چند وقتی است که دوباره به همان سبک قدیم برگشته و از خیاط می‌خواهد برایش مانتو بدوزد. «زمانی که پارچه‌ای را برای دوخت لباس به خیاط می‌سپردم، باید چند مرتبه برای پرو لباس می‌رفتم و مدتی نیز صبر می‌کردم تا آن لباس به دستم برسد. به همین دلیل، مانتوی بازاری را ترجیح می‌دادم زیرا در وقتم صرفه‌جویی می‌شد. البته هزینه کمتری نیز برایم داشت. من مانتویی هستم، اما مانتوهایی می‌پوشم که کمی آزاد باشد و قد آن نیز کوتاه نباشد. اما بعد از اینکه بارها برای خرید مانتو پاساژهای مختلف را زیر پا گذاشتم و نتوانستم این سبک مانتو را پیدا کنم، تصمیم گرفتم کار را به خیاط بسپارم و خیالم راحت باشد که همان مدلی که در ذهن دارم روی پارچه پیاده می‌شود. بیشتر بازارها مانتوهای اندامی یا آزاد اما جلو باز ارائه می‌دهند. حتی ویتترین مغازه‌های فروش لباس مردانه نیز از تیشرت و شلوارهای کوتاه پر شده است در صورتی که این سلیقه عموم جامعه نیست.»



+ شهربانو

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱
 ۱۴۴۴ شماره ۲۵۹۱

(۵)

+ خودم آستین دوختم!

ملیحه، منشی صحنه است و فیلم‌های زیادی در کنار بزرگان سینما کار کرده است. او نیز از شرایط مانتوها در بازار راضی نیست و می‌گوید: من تنوع در لباس و رنگ را دوست دارم اما آستین‌ها همه کوتاه شده‌اند. برای همین، به تازگی ناچار شده‌ام برای همه مانتوهایم آستین بدوزم. او این مشکل را در دیگر اعضای خانواده‌اش نیز دیده است و آن‌ها این روزها برای اینکه لباس مورد نظر خود را داشته باشند بیشتر از خیاط‌های خانگی کمک می‌گیرند: به دلیل گرانی پارچه اصولاً خرید مانتو به صرفه‌تر است اما وقتی آن چیزی که مد نظر داریم پیدا نمی‌کنیم، ناچاریم پارچه بخریم و همان را بدوزیم. وضعیت مد و لباس در مشهد نیازمند بازبینی و هم‌فکری جمعی است، اینکه هم بازار و هم مخاطب راضی باشند و از طرفی به هویت ملی و اسلامی و ارزش‌هایمان احترام گذاشته شود.

+ مانتوهای بی کیفیت، قیمت‌های گزاف

محبوبه معتقد است دیگر آن قدر مانتوهای کوتاه و جلو باز در بازار می‌بینیم که برایمان طبیعی شده است، اما زمانی که مانتوی پوشیده‌ای پیدا می‌کنی که نزدیک به سبک پوشش خودت است، با پارچه‌های بی کیفیت روبه‌رو هستی. «در همین تابستانی که گذشت، مانتوهایی در بازار عرضه شده بود که به قدری نازک بود که انگار پارچه حریر است. بعضی اوقات پیش آمده است که از مدل یک مانتوی جلو باز خوشم آمده است و آن را خریده‌ام تا خودم دکمه بدوزم، اما قابلیت دوخت دکمه را نداشته و از روی پارچه لیز می‌خورده است. ضمن اینکه مانتوهای موجود در بازار، علی‌رغم اینکه کیفیت خاصی ندارند، گران هستند.» او بر این باور است که انگار اغلب طراح‌های مانتو در بازار علی‌رغم اینکه این مدل‌ها را از حالت استاندارد خود خارج می‌کنند، از الگوی خاصی نیز پیروی نمی‌کنند. «به نظرم بانوان هنرمند در حوزه خیاطی و طراحی لباس در مشهد کم نداریم. باید برای حل این مشکل به سراغ آن‌ها برویم و بخواهیم که الگوهای دوخت و دوز لباس بانوان را متناسب با زمان حال طراحی کنند و تنوع آن به گونه‌ای باشد که همه سلايق را در بر بگیرد.»

گفت‌وگو با تولیدکنندگانی که به طراحی و تولید لباس‌های دارای هویت بومی افتخار می‌کنند

ایرانی و اسلامی در «باور» ما ریشه دارد



شهربانو

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱
شماره ۱۴۴۳

(۶)

+ استاندارد طراحی لباس در ایران

ناهدید دلشاد راد نیز طراح، پژوهشگر و مدرس دوخت‌های سنتی و نواده سید ابوتراب غزنوی، طراح لباس در دوره قاجار، است. او با هنرهای اصیل ایرانی آشناست و معتقد است که در حال حاضر استاندارد طراحی لباس در ایران پایین است، در حالی که ما بهترین ترکیب رنگ‌ها و بالاترین تأثیر روانی را در پوشش خود داریم. آرزوی این است که لباس ایرانی بر تن مردم این مرز و بوم کند. «سبک‌های لباسی که به‌تازگی وارد بازار می‌شود، تناسبی با فرهنگ ما ندارد. متأسفانه طراح‌های لباس نیز شناخت کافی از پوشش ندارند، یک سمبل را می‌بینند و به‌اصطلاح خودشان خلاقیت به خرج می‌دهند. در صورتی که این خلاقیت اصول علمی ندارد و ما باید برای لباس پوشیدن اصول داشته باشیم.»

او بر این باور است که ایرانی‌ها از زمان گذشته، آن قدر خوش‌پوش بوده‌اند که لباس ایرانی خلعت بوده است و به پادشاهان دیگر هدیه می‌داده‌اند. «متأسفانه با این سبک پوششی که در بازار رایج شده است، ما مانند کشورهای می‌شویم که هیچ هویتی در پوشش خود ندارند. لباس‌های جدید به این دلیل که اصول در آن رعایت نشده است، بعد از مدتی تکراری می‌شود و دلمان را می‌زند. متأسفانه وضع اقتصادی نیز به این قضیه کمک کرده است که مردم چنین لباس‌هایی بخرند زیرا برایشان ارزان‌تر در می‌آید.»

+ طراح‌های لباس تاریخ و فرهنگ ایران را می‌خوانند؟

از نظر او طراح متخصص و جود دارد، اما از آن‌ها استفاده نمی‌شود و کسانی که سبک‌های موجود در بازار را طراحی می‌کنند در مورد تاریخ لباس و فرهنگ ایران اطلاعاتی ندارند. «یک طراح لباس چه به‌عمد چه غیرعمد مدلی را طراحی کند، مد می‌شود. یک مرتبه در یکی از نمایشگاه‌هایم تنها برای اینکه به چادر مشک‌ی یک جلوه نمایشگاهی بدهم با پارچه‌های ساتن، مدل چادرها را دوختم و بعد از آن این مدل مد شد، در صورتی که قصد چنین چیزی را نداشتم.»

+ نمایشگاه‌های فصلی

به گفته دلشاد راد، حتی زیورآلات سنتی وجود داشته که در حال حاضر می‌توانیم از آن‌ها استفاده کنیم به عنوان مثال گردن‌بند سوزن‌دوزی را که به‌راحتی با لباس‌ها هماهنگ می‌شود می‌توان به جای زیورآلات عجیب روی لباس‌ها استفاده کرد. «برای حل این مشکل، باید کپی‌برداری از الگوهای خارجی را متوقف کنیم و به دنبال شایسته‌سالاری باشیم. باید نمایشگاه‌های فصلی داشته باشیم. برای طراحی‌ها باید از کسانی نظر بخواهیم که عمرشان را در این کار گذشته‌اند و اطلاعات کافی دارند.» آن‌طور که به نظر می‌رسد، برای طراحی لباس‌های موجود در بازار سلیقه همه اقشار جامعه در نظر گرفته نشده و این موضوع سبب نارضایتی بعضی از بانوان شده است. البته که سامان‌دهی هر کاری، در ابتدای آن بهتر است، اما اکنون نیز تا دیر نشده است باید فکری به حال این آشفته‌بازار لباس‌های بدون هویت کرد.

+ مدل‌های مانتو بانوان

اعظم پارسا کسی است که سال‌هاست تلاش می‌کند پوشش ایرانی اسلامی را ترویج کند و در این حوزه دغدغه‌مند است. به همین دلیل، اندوخته‌های خود را به دیگران آموزش می‌دهد تا آن‌ها نیز در ترویج پوششی با هویت نقش داشته باشند. ضمن اینکه او مدام آموزش‌های جدید و به‌روز را نیز دنبال و خلاقیت را چاشنی کار می‌کند. او معتقد است که وضعیت فعلی مدل‌های بازار برای بعضی از دختران جذاب است، اما برای بیشتر جمعیت بانوان مقید به حجاب، این وضعیت مطلوب نیست. «بانوان بسیاری از ما می‌خواهند برایشان طراحی دوخت را انجام بدهیم زیرا مدل مورد پسندشان را در بازار پیدا نمی‌کنند. از طرف دیگر، بانوانی نیز هستند که چاره‌ای جز انتخاب این طرح‌ها ندارند زیرا هزینه خرید پارچه و دوخت آن برای آن‌ها سنگین است.»

+ طراح‌های لباس و منافع شخصی

پارسا بر این باور است که طراح‌هایی که این مدل لباس‌ها را باب می‌کنند تنها به منفعت خود فکر می‌کنند و هویت یک بانوی ایرانی را در نظر نمی‌گیرند. «این افراد تبلیغات وسیعی برای ترویج کارهایشان انجام می‌دهند و مدل لباس‌هایشان را بر تن افراد مشهور و بازیگران می‌کنند که برای بعضی از افراد جامعه الگو محسوب می‌شوند و حتی از سبک پوشش بازیگران تبعیت می‌کنند. کار آن‌ها ضربه جبران‌ناپذیری به هویت بانوانی می‌زند که به اصول عفاف و حجاب پایبند هستند.»

+ مخالف لباس زیبا و شاد... نه! هرگز

به گفته این تولیدکننده، افرادی مانند او که سال‌ها در این حوزه کار کرده‌اند و به‌اصطلاح بلد کار هستند، در عمل حمایت نمی‌شوند، اما استقبال مردم از طرح‌های آن‌ها خوب است. او راهکار رفع این مشکل را حمایت همه‌جانبه فرهنگی، تبلیغ و شناساندن مدل‌های لباس با هویت و به‌روز، طراح‌های توانمند می‌داند، ضمن اینکه باید از تولید مانتوهای نامناسب و خارج از عرف که در شان یک بانوی ایرانی نیست، جلوگیری شود. «هیچ کس مخالف لباس زیبا و رنگ‌های شاد نیست، اما این موضوع با ولنگاری متفاوت است و در صورتی که باز هم شاهد این مدل‌ها در ویتترین فروشگاه‌ها باشیم، ممکن است در آینده، حجاب در جامعه به یک ضدارزش تبدیل شود و در نهایت ارکان خانواده‌ها متزلزل می‌شود.»



آل ابراهیم و جان قربان - بخشی از مشکل لباس‌هایی که نمی‌توانیم آن‌ها را به عنوان روپوش استفاده کنیم به تولیدکنندگان آن برمی‌گردد. تولیدکنندگانی که بازار برای آن‌ها از همه چیز مهم‌تر است و نگاه اقتصادی به این موضوع دارند. در این میان، برخی تولیدکنندگان هم نه اینکه بخواهند به فکر جیب و کسب درآمد نباشند اما به مخاطب قرار دادن جامعه‌ای خاص از بانوان برای تأمین نیازهای آنان فکر می‌کنند و در این راستا تلاش می‌کنند.

بگیرد. به همه تولیدکنندگان احترام می‌گذارم ولی هدف ما این است که تنوعی در پوشش لباس‌های بانوان محجبه ایجاد کنیم که مجبور به پوشیدن لباس‌های تکراری و تیره نباشند.»

+ بفرمایید داخل! خانه خودتان است

او از اینکه وارد عرصه تولید برای بانوان محجبه شده است به هیچ وجه پشیمان نیست زیرا معتقد است مشتریان وفاداری که به تولیداتش اعتماد می‌کنند بهترین سرمایه‌اش هستند. «هیچ وقت از این که به سمت تولید لباس‌های ایرانی و اسلامی حرکت کرده‌ام پشیمان نیستم و زیان نکرده‌ام زیرا مشتریان وفاداری دارم که همیشه به من اعتماد می‌کنند. مسئولان نیز از این گونه تولید حمایت می‌کنند. پیشنهاد می‌کنم دیگر تولیدکنندگان هم به این سمت بیایند زیرا تولیدات ایرانی و اسلامی تنوعی از فرهنگ و هنر و خلاقیت است. با رنگ‌ها، پارچه‌ها و مدل‌های مختلف می‌توان بهترین لباس‌های محجبه را تولید کرد تا بانوان هیچ خلأ و محدودیتی در انتخاب نداشته باشند. علاوه بر این، حرکت به این سمت کم کم ذائقه مخاطب را هم تحت تأثیر قرار می‌دهد زیرا الگوها و فرهنگ‌هایی که به ما تحمیل می‌شود از ما نیست و باید در این زمینه مراقبت کنیم.»

+ چشم امید به «تغییر و تحول»

شاید بعد از یک روز بازارگردی برای خرید یک روپوش مناسب شما هم به این نتیجه برسید که تولیدکنندگان با ذائقه شما همراهی نکرده‌اند. تا حدودی ویتترین‌ها این حرف را تصدیق می‌کنند اما در این میان، مانند تولیدکنندگان و طراح‌هایی که نظرات آن‌ها مطرح شد وجود دارند که شاید با حمایت‌های بیشتر و کمی تغییر در نگرش عمومی جامعه، دیدار طرح‌های آن‌ها بیش از گذشته مقدور شود.



+ به کاری که شروع کرده‌ام افتخار می‌کنم

علی واعظ از دیگر تولیدکنندگانی است که با اعتقادات خاص مذهبی پا به عرصه تولید لباس‌های ایرانی و اسلامی گذاشته است. او اکنون ۲۳ سال است که در صنعت پوشاک بانوان سابقه کاری دارد. برنشدش چهار سال برنشد برتر شناخته شده و در نمایشگاه بین‌المللی نیز واحد تولیدی او برای دو سال به عنوان برنشد برتر معرفی شده است. واعظ با به کارگیری بیش از ۱۲۰ نیروی کار در سال‌های ۹۶، ۹۷، ۹۸ و ۱۴۰۰ کارآفرین برتر شناخته و تقدیر شده است. این تولیدکننده برتر با اعتقاد و با درک خلأ جامعه به سمت تولیدات ایرانی و اسلامی می‌رود. «ایرانی و اسلامی بودن فرهنگ و اعتقاد ماست. از طرفی، پوشاک بانوان نیز از ملزومات جامعه‌ای با این خصوصیت است. من به این دلیل به سمت چنین تولیداتی آمدم که احساس کردم خلأ در این زمینه وجود دارد. مشهد شهری مذهبی است که طیف خانم‌های محجبه در آن کم نیست و ما باید خواسته‌های آن‌ها را پوشش دهیم. ما تولیدکنندگان موظف به این هستیم که خواسته‌های بانوان جامعه را فراهم کنیم و دینی داریم به بانوان محجبه این کشور زیرا آن‌ها حق انتخاب لباس‌های زیبا در عین حال محجبه را دارند.»

علی واعظ از اینکه توانسته است پوشاکی برای بانوان محجبه تولید کند بسیار راضی است. علاوه بر این، ایجاد اشتغال برای نان‌آوران خانه را یکی از افتخاراتش به حساب می‌آورد. «مستریانی دارم که سال‌هاست به دلیل اینگونه تولیدات ما را همراهی کرده‌اند. از اینکه یک تولیدکننده در حوزه لباس‌های محجبه برای بانوان هستم قلباً راضی‌ام. علاوه بر این، از اینکه توانسته‌ام کارآفرینی کنم و حدود ۱۲۰ نفر را سرکار بیاورم که بتوانند امرار معاش کنند، خوشحالم. به کاری که شروع کرده‌ام افتخار می‌کنم و تا حد توان در همین مسیر ادامه خواهیم داد. البته این را هم بگویم که تولید سخت است و اگر به این موضوعات ایمان نداشته باشی و عاشق کارت نباشی واقعاً کار کردن در این عرصه سخت و ناممکن است.»

+ تولیدات برآمده از نیازهای بانوان

او برای درک نیازهای بانوان ارتباط مستقیم با آن‌ها را در برنامه کاری گذاشته و با عرضه تولیدات خود توانسته است درک درستی از این نیازها و نظرات داشته باشد. «به عنوان عرضه کننده لباس در این ۲۳ سال نیازهای بانوان را با همراهی همکاران تولیدی و فروشگاه‌ها درک کرده‌ایم و بازخوردهایی که دریافت می‌کنیم باعث این شده است که هدفی خاص را در تولید در نظر بگیریم. این ارتباط مستقیم باعث شده است که نیاز مخاطب خود را به خوبی درک کنیم. آنچه تولید می‌کنیم برآمده از نیازهای بانوانی است که سال‌هاست تولیدات ما را تهیه و استفاده می‌کنند. علاوه بر این، در فضای تولیدی این شرایط را فراهم کرده‌ایم که چنانچه بانویی مدلی خاص مدنظر داشته باشد، به صورت سفارشی آن نمونه را تولید کنیم تا از آنچه می‌پوشد رضایت کامل داشته باشد.»

+ رابطه میان حجاب و تنوع و گوناگونی سلیقه‌ها

این تولیدکننده لباس‌های اسلامی هر چند می‌داند فروش لباس‌های برآمده از دیگر فرهنگ‌ها فروش بهتری دارد، با تولیدات خود به دنبال تأثیری مثبت در جامعه است. «فروش مانتوها و لباس‌هایی که به نظر من برآمده از فرهنگی غیر از فرهنگ ماست خیلی بیشتر است و بازار بهتری دارد اما هدف من ایجاد کاری اثرگذار است. تولید لباس‌هایی مانند مانتوهای جلو باز از نظر میزان مصرف مواد و هزینه تمام شده برای تولیدکننده به صرفه‌تر از تولید لباس‌های دکمه‌داری است که سباز در آن رعایت می‌شود ولی تولیدی ما به خودش اجازه این را نمی‌دهد که مانتویی تولید کند که در بی حجابی بانوان سهیم باشد. زیبایی در عین پوشش برای ما بسیار مهم است. مسئولیت‌هایی برعهده ماست که یکی از آن‌ها ایجاد رضامندی در مشتریان است و ما به آن‌ها احترام می‌گذاریم. به نظر من، حجاب با تنوع هیچ تضادی ندارد. یک بانوی مانتویی هم می‌تواند محجبه باشد به این شرط که تولیدات مناسب در اختیار او قرار

مشهد

قطب تولید پوشاک اما...

خبرها می‌گویند که سال‌هاست مشهد دومین شهر تولیدکننده پوشاک در کشور است اما با وجود این حجم از تولید، میزان رضایت مصرف‌کنندگان چندان چنگی به دل نمی‌زند و خیلی‌ها برای پیدا کردن یک پوشش مناسب دچار مشکل هستند.

گفته می‌شود که درصد زیادی از این ناراحتی به تولیداتی برمی‌گردد که به جای اینکه از تولیدی‌های مجوزدار باشد، از تولیدی‌های زیر پله‌ای و بدون متولی به بازار می‌آید. این تولیدی‌ها پنهانی کار می‌کنند و هیچ نظارتی بر عملکرد آن‌ها نیست، تولیدی‌هایی که در خلأ نظارت، هرآنچه بازار داشته باشد، روانه فروشگاه‌ها می‌کنند.

سید مهدی لسان طوسی، رئیس اتحادیه فروشندگان پوشاک مشهد، ضمن قبول نبود پوشش مناسب برای بانوان، از چند دستگی در حوزه پوشاک انتقاد می‌کند: مشکل اصلی در حوزه پوشاک، یک بام و دو هوا در این حوزه است. تنوع اتحادیه‌ها نظیر اتحادیه تولیدکنندگان، اتحادیه فروشندگان، اتحادیه بانوان خیاط و تولیدکنندگان تریکو و کشفاب نظارت بر عملکرد را کم کرده است. از طرفی، این تنوع در تعداد اتحادیه‌ها باعث ناهماهنگی در این حوزه شده است.

او فضای مجازی را بر این اتفاق بی‌اثر نمی‌داند: مشکل دیگر ما مسائل فضای مجازی و فرهنگ وارداتی است. به دلیل نبود فرهنگ‌سازی مناسب در ایران و تأثیر رسانه‌های مجازی، تولیداتی وارد چرخه مصرف می‌شود که هیچ سنخیتی با فرهنگ ما ندارد. این تولیدات از کارگاه‌های زیرپله‌ای خارج می‌شود. به دلیل پنهانی بودن این کارگاه‌ها، هیچ نظارتی بر نحوه عملکرد آن‌ها وجود ندارد و بدون توجه به استانداردهای تولید پوشاک، محصولات کم‌کیفیت به بازار عرضه می‌شود که باعث بدنامی محصولات داخلی و افزایش تمایل به مصرف کالای خارجی بین مصرف‌کنندگان می‌شود. مشکل پوشاک خود به خود و با نظارت صرف حل نمی‌شود بلکه به فرهنگ‌سازی، ترویج و گسترش کارگاه‌ها و تولیدی‌های اسلامی نیاز است که با امنیت خاطر از حمایت‌های دولتی، بتوانند اثر خود را در درازمدت نشان دهند.

۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۱
شماره ۱۴۴۳

(۷)

طراحی لباس سینمای ایران در ناکجاآباد!



محبوبه سلطانی
طراح لباس

جایگاه طراحی و تولید لباس در سینمای ایران کجاست؟

صنعت مد و لباس در سینمای ایران یا بهتر بگویم سقوط هنر مد و لباس به واسطه سینمای اقتصادی شده است. در این باب که سینما چگونه بر صنعت مد اثر می گذارد و برعکس، مقالات متعددی نوشته شده است. ارتباط مد و فیلم در نگاه اول هم زیستی به نظر می رسد و بر یکدیگر تأثیر می گذارند. شارلوت نیمن در کتاب «فیلم و فشن» با اتکا به دو فیلم موفق «هانگر گیمز» و «گتسبی بزرگ» تلاش می کند تا نقش فیلم در مد را بررسی کند. یافته های محققان نشان می دهند فیلم ها بیشترین تأثیر را بر توسعه مد فصلی می گذارند. با این حال، این ارتباط طبیعی نیست، بلکه به طور مصنوعی از سوی هر دو صنعت ایجاد شده است. از طریق همکاری سازمان یافته امروزی، مرزها بین طراحان لباس و طراحان مد محو شده است و امروزه مد به طور سنتی به مخاطبان منتقل

قبل از وسیله های ضرور، هنری قابل تأمل است، رویکردی که در ایران کاملاً معکوس است. در سینمای ایران لباس پا به حد هنر و صنعت مد نمی گذارد و ابزاری برای پوشاندن است. ارجحیت با لباسی است که خانم یا آقای بازیگر در خانه دارد و با خود به صحنه فیلم برداری می آورد. این ابزار هیچ فرصتی برای عرض اندام به عنوان هنری مستقل نیافته و قابلیت های خاص خود را هرگز کشف نکرده است. هر چند نگارنده معتقد است فرهنگ ایرانی و اسلامی قابلیت ها و جذابیت هایی در این عرصه دارد که توانایی رقابتی بسیط را به آن می دهد و این فرهنگ پوشیدگی است که می تواند به هنر تبدیل پوشش شود، فرهنگی که بیش از غرب و پیش از غرب مورد توجه شرقیان بوده است و هست. با این همه، سینما صرفاً از کنار تمام این قابلیت های فرهنگی و هنری عبور کرده و بیشتر مبلغ نگاهی است که جامعه سرمایه سالار به این کهنه هنر دارد، هنری که از پوشش و هنر پوشش به برهنگی و کالای برهنگی تبدیل شده است که این شاید از برهنگی تاریخی غرب و پوشیدگی سنتی شرق نشئت گرفته شده باشد. ولی همین فرهنگ، در مسیر مخالف هنر می رود و زائیده جامعه سرمایه داری و کالادگی می شود و تبدیل می شود به نگاهی صرفاً تولیدمحور، خالی از زادگاه فرهنگی و هنری خود، نگاهی که تعریف آدورنو و هورکهایمر در کتاب «صنعت فرهنگ سازی روشنگری به مثابه فریب توده ای» خلاصه ای کامل است از همه گفتمان هایی که می شود حول آن انجام داد. آدورنو و هورکهایمر می نویسند: قدرت تلاش می کند سلیقه مردم را شناسایی کند تا آن را به تولید انبوه برساند. این قدرت فرهنگ را به کالایی تبدیل می کند که به جای خلق شدن تولید می شود، در تیراژ انبوه با قیمت ارزان. این همه آن دلایلی است که باعث هنر طراحی لباس را در جامعه هنری ایران متولد نشده خفه شود و به یک صنعت بی رنگ و لعاب سطحی تبدیل شود.

نمی شود، بلکه با استفاده از فیلم و گستره وسیع آن تبلیغ و ترویج می شود. سینما همیشه به عنوان کارخانه بزرگ روایاها و آرزوها، تولیدکننده توقف ناپذیر تجربیات منحصر به فرد و واقعیت های بی نهایت و دست نیافتنی بوده است و هست. مد هم به نوبه خود از این قاعده و تعریف پیروی می کند. این دو دنیا از دیرباز پیوندی ناگسستنی با هم داشته اند: اگر اولی روح را می پوشاند، دومی به بدن و جنبه خارجی می پردازد. ما نمی توانیم بدون اشاره به طراحان بزرگ لباس که ساخته های ارزشمند خود را بر تن بازیگران کرده اند، درباره سینما صحبت کنیم. این رؤیای زیبا در ایران و سینمای ایران هم نمود خود را دارد ولی از آنجا که ساز و کار دنیای مد در ایران در یک چرخه مستقل و به صورت یک صنعت و نه هنر و در رقابتی در قشر اجتماعی خاصی بررسی می شود نمی تواند با صنعت جهانی مد مورد قیاس قرار بگیرد. دلیل حقیقی این امر را هم می توان در خاستگاه هنر مد جست و جو کرد. برای درک هنر مد در دنیای غرب، مرور فیلم های خوبی که در این باره ساخته شده اند کمک بسزایی به محقق و مخاطب می کند، فیلم هایی که این روزها کمیاب نیستند و به پشت پرده دنیای مد و زندگی طراحان لباس می پردازند، فیلم هایی چون «رشته خیال» اثر پل توماس اندرسون و خانه گوچی و ... این فیلم ها قبل از هر چیز به مخاطب علاقه مند به مد نشان می دهند طراحان بزرگ ترین برنده های دنیا در قدم اول هنرمند بوده و به دنبال کمال هنری بوده اند و لباس ابزاری بوده است مانند بوم نقاشی یا نگاتیو عکاسی، مد متولد عشق و هنر بوده است. هنر مد



۲۴ اردیبهشت ۱۴۰۱
۱۴ شوال ۱۴۴۳ شماره ۳۵۹

(۸)

شهرزاد

دکتر سمانه پور محمد
پژوهشگر ارتباطات و رسانه



آقامصطفی می گفت: به نظر من ما نباید به عنوان یک نیروی عادی آموزش ندیده بریم. نیرویی که فقط بتونه تفنگ دستش بگیره، رفتنش تأثیر چندانی نداره. ما باید اول دوره های آموزشی رو ببینیم، بعد از خود عراقی ها نیروی داوطلب جمع کنیم و بهشون آموزش بدیم. آقای کوهساری خندید: هنوز که هیچ ارگانی قصد بردن ما رو نداره. بسیج هم که با ما همکاری نکرد. آقای اسدی گفت: ارگان مرگان که نه، ولی شنیدم مامان جونت بلیت یک طرفه به سرزمین رؤیاها برات گرفته! آقای جاودانی گفت: مبارکه رفیق، از آقای اسدی جلوزدی! آقای اسدی گفت: فقط جهت اطلاع دوستان، خانواده برای آقازاده شون کت و شلوار خریدن. قراره به زودی ایشون متحول (!) ... ببخشین، متأهل بشن! آقامصطفی گفت: من موندم این بشر به اضافه اون دو تا بشر دیگه ای که اینجا نشستن چرا تن به ازدواج نمی دن، به خصوص جناب کوهساری عزیز که اخیراً پدر محترمشون یک ماشین صفر براش خریده و یک طبقه از خونه رو هم به نامش زده. برادر عزیز، شما از بیست و چهار سالگی می تونستی زن بگیر و نگرفتی. تا الان چهار پنج سال تأخیر داری! بجنب دیر می شه! آنچه خواندید بخشی از کتاب «رؤیای بیداری» به قلم نسرین پرک بود. او نویسنده کتاب هایی از جمله «مروارید شکسته»، «در انتظار سپیده دم»، «زیرنخل های حاشیه ارون»، «پیاده تا افق»، «اگر بخوای فرشته می شوی»، مجموعه داستان «نوسان انتظار» و فرازهایی از زندگی شهدا را در کارنامه حرفه ای خود به ثبت رسانده است و اکنون دو کتاب در زمینه دفاع مقدس به نام های «شبی در قرارگاه» و «سلام راضیه» (خاطرات همسر شهید مهدی فرودی) را در دست چاپ دارد. «رؤیای بیداری» تاریخ شفاهی زنان قهرمان را روایت می کند. شهید مصطفی عارفی سال ۱۳۹۵ در جریان دفاع از حرم حضرت زینب (س) در منطقه تدمر سوریه به مقام رفیع شهادت نایل آمد. این کتاب از سوی انتشارات ستاره ها منتشر شده است.

ارزیابی شتاب زده درباره کتاب «روای بیداری»
که نامزد بخش مدافعان حرم کتاب سال دفاع مقدس شد

روایت عاشقانه از زندگی دو گل سرخ

کتاب «رؤیای بیداری» روایتی عاشقانه و خواندنی از زندگی شهید مدافع حرم مصطفی عارفی به روایت همسر شهید است. هم چنین الگویی از سبک زندگی اسلامی ایرانی برای جوانان به شمار می رود. داستان کتاب از یک سال پس از آشنایی تا شهادت همسرش ادامه دارد.

«یک روز آقامصطفی با سه تن از دوستان بسیجی اش به نام های جواد کوهساری، محمد اسدی و محمد جاودانی آمدند خانه. درباره درگیری های عراق و سوریه صحبت می کردند. از رفتن می گفتند. قبلاً من و آقامصطفی مفصل درباره این موضوع صحبت کرده بودیم. آقا مصطفی مصمم بود به رفتن، اما من هنوز تردید داشتم. آقامصطفی و دوستانش روی مبل های داخل هال نشسته بودند و من توی آشپزخانه بودم. سماور را روشن کردم و تا جوش آمدن آب داخل سماور، لیوان ها و قندان ها را توی سینی چیدم. سینی چای را گذاشتم روی این و خودم رفتم داخل اتاق. در را کمی باز گذاشتم تا صدای آن ها را بشنوم.



روای بیداری

نویسنده: نسرین پرک

ضمیمه روزنامه شهرآرا
صاحب امتیاز:
شهرداری مشهد
مدیرعامل:
سید میثم موسوی مهر
سرپرست:
ارژنگ حاتمی
مسئول ضمیمه:
حمیده وحیدی
صفحه آرایی و گرافیک:
جلال حاجی زاده