

ران روی

مدایران، خانه ندارد

مهیاریور اسدالله
طراح تجربی لباس

• بیش از یک دهه از فعالیت رسمی و روزمینی فعالان حوزه مد و لباس در کشور می‌گذرد؛ اما با وجود تلاش‌ها و پیگیری‌ها، هنوز هیچ خانه یا تشکل صنفی امن و حرفه‌ای که بتواند تمام گردانندگان و علاقه‌مندان این بخش را گرد هم آورده و پیگیر مطالبات صنفی، حقوقی و حرفه‌ای آنان باشد، تشکیل نشده است.

در شرایط بد اقتصاد مد در ایران که با رکود جدی و جریان‌ناپذیر دست‌وپنجه نرم می‌کند و اخبار امیدوارکننده‌ای از زبان فعالان دلسوز این صنف شنیده نمی‌شود، بیش از هر زمان دیگری نیاز به تشکیل یک سقف صنفی که به‌نوعی بتواند از اعضای خود حمایت کند، احساس می‌شود. تجربه همکاری این‌جانب با کشور قدرتمندی مانند ایتالیا در عرصه مد و کشور نه‌چندان صاحب‌نامی مانند ترکیه جای خالی «خانه ملی مد ایران» و نقش بسزایی را که این تشکل و سندیکای صنفی بر کرده خواهد داشت، بیش‌ازپیش پررنگ‌تر می‌کند. آنچه مد ایران از آن رنج می‌برد، نه فقط رکود حاصل از مشکلات اقتصادی کلان است؛ بلکه بی‌توجهی به بهبود کیفیت و بالابردن سطح کیفی مجموعه واحدها در کنار تعیین تدابیری برای مقابله با تخلفات و همچنین انجام وظیفه اطلاع‌رسانی درباره اتفاقات حوزه‌های مرتبط با حرفه مدنظر است. یکی از ویژگی‌های اساسی مارکت‌های اعم از مارکت طلا یا مارکت مد در دنیا، تشکل بازاریان و فعالان همان حوزه در انجمن‌های صنفی، یعنی «انصاف» است. این انجمن‌ها اصولاً به صاحبان حرفه‌ها تشکل می‌بخشد و دارای وظایف اجتماعی و حرفه‌ای وسیعی نیز هستند.

خانه مدایتالیا

روش کار در خانه مد ایتالیا چگونه است و خانه مد ایتالیا چه می‌کند، خانه مد ایتالیا هر دو سال یک بار با چهار کشور دیگر برای انتخاب رنگ‌ها و مدل‌های سال گرد هم می‌آیند (Ready to Wear). در این روند، به خیاط نیاز نیست و خروجی این جلسه به شکلی است که شما هرچه نیاز داشته باشید، می‌توانید در مارکت آن پیدا کنید و ببویشد. منشأ اصلی و محصور اصلی مذاکرات پنج کشور هم درباره سه موضوع اقتصادی، سیاسی و جوی



است. پنج کشور از جنبه‌های اقتصادی، سیاسی و جوی مسائل مربوط به مد را با هم بررسی کرده و از نخبگان طراحی مد و لباس دعوت می‌کنند که نتایج و خروجی جلسه را به شکل طرح ارائه دهند و در خاتمه هر سال یک رنگ را به‌عنوان رنگ سال به ملت‌ها معرفی می‌کنند و در انتخاب رنگ سال سردمدار هستند. انتخاب رنگ سال با توجه به شرایط جامعه جهانی صورت می‌گیرد و طراحان بر مبنای این رنگ و براساس شرایطی که در یک پروتکل در اختیارشان قرار داده می‌شود، لباس طراحی می‌کنند. همه این اتفاقات زیرمجموعه‌خانه مد ایتالیااست و در آنجا هدایت می‌شود.

خانه مد ترکیه

کار متفاوتی که خانه مد ترکیه برای حمایت و حفظ بازار خود انجام داده است، تدوین یک نظام‌نامه قوی و غنی برای حمایت و پشتیبانی از طراحان است. طبق این نظام‌نامه، حق کپی و مالکیت فکری و معنوی هر طراح که طرح او پذیرفته می‌شود و برای تولید انبوه یا ارائه مد انتخاب می‌شود، از یک حق کپی‌رایت برخوردار است و همچنین به موازات این سیستم حمایتی، تولیدکنندگان در ازای خرید طرح، رقم چشمگیری به طراح پرداخت می‌کنند و به‌اصطلاح طرح او را می‌خرند. در این فرایند نه طراح منتضر می‌شود و نه تولیدکننده قادر است دست به اقدامات سودجویانه و سرقت طرح یا کپی طرح بزند. ضمن اینکه یک نظام حقوقی و تشکیلاتی قوی متشکل از خبرگان دنیای مد در ترکیه، از جامعه طراحان حمایت قانونی می‌کند و در صورت هرگونه شکایت از سوی طراح، طرف حقوقی مدافع حقوق طراح خواهد بود و به‌این‌ترتیب یک حلقه حمایتی قوی، سبب ایجاد یک بازار رقابتی و درعین‌حال نسبتاً سالم در ترکیه شده و در فضای امن شغلی طراح مد و تولیدکننده با هم دست به تولید و ارائه مد سالانه می‌زنند.

نقش چین در مد جهانی

ناگفته نماند دنیای بزرگ مد در چین هم با گردش مالی بسیار هنگفت آن، بی‌کار نشسته و حتی کوشیده از بازار ترکیه گوی‌ رقابت را برپاید و در این سال‌ها شاهد بودیم که بسیاری از برندهای اروپایی و ترک به سمت چین رغبت و تمایل نشان داده و به دلایل اقتصادی و هزینه‌های بالای تولید، تمام کارخانجات خود را به چین منتقل کرده‌اند.

مهاجرت دامان مد را هم گرفت



ستاره جاوید

قصه، قصه تلخ یک پدیده انسانی درون صنفی در جامعه مد ایران است که در نگاه اول، فقط یک پدیده صنفی به نظر می‌رسد و مثل خیلی از مهاجرت‌های دیگر، در فرداهای ایران فراموش می‌شود اما تبعات سراسری آن برای فردای جامعه هنر، صنعت و اقتصاد ایران، هشداردهنده است و خیلی خوش‌بین نخواهد بود. آمار شفاهی و مستندی که در اختیار ما قرار گرفته است، می‌گوید در دو سال اخیر، قریب به ۷۰ درصد از طراحان صاحب‌ذوق و صاحب‌سبک ایرانی که کالکشن‌های موفق به دنیا مه ارائه کرده‌اند، بسیاری از مهاجران ترکیه، گرجستان و اروپای مرکزی مهاجرت کرده‌اند. بسیاری از مهاجران ایرانی، استانبول را سکوی پرتابی برای حضور در اروپا می‌دانند. بسیاری دیگر، از آینده کاری مبهمی که اینجا داشتند به ستوه آمده و با روحی آزرد و زخمی، کشور را ترک کرده‌اند. بسیاری توان ارائه کار فاخر خود را با این هزینه‌های بالا و مدام متغیر بازار ایران از دست داده و دیگران نیز چشم‌انداز رو به‌روی خود را در دام میهن تیره و تار می‌بینند. بسیاری از مهاجران، از نبود قانونی که بتواند حق فکری آنان را به عنوان یک طراح در نبرد با تولیدکننده به رسمیت بشناسد و از آنان در مقابل خیل تولیدکنندگان حمایت کند، گلّه‌مندند. اما چشم اسفندیار جامعه طراحان مد ایران در چند سال اخیر، احتضار نساجی ایران و مشکلات اقتصادی و هزینه‌های بالای تولید و نوسانات غیرمنطقی و غیرقابل دفاع بازار ارز برای آن دسته از طراحانی است که متزیل اولیه خود را به ناچار از کشورهای روسیه، ترکیه، هند، یا ایتالیا وارد می‌کنند و توان پرداخت هزینه کالیت‌ها و متزیل‌هایی را که هر روز با قیمت جدیدی خرید و فروش می‌شوند، از کف داده‌اند. چند نفر از طراحانی که در ترکیه ساکن شده و بیه تمام سختی‌های مالیای موجود در مارکت ترک را به تن مالیده‌اند، گفته‌اند: «ما از لغو مداوم مجوزهای نمایش زنده لباس و نداشتن امکان نمایش کالکشن‌ها به شکل نرمال و حرفه‌ای که در کل دنیا انجام می‌شود و از خط‌ونشان‌های مربوط به ممیزی‌ها خسته شدیم؛ یا باید در چارچوبی که آنها می‌خواهند فکر کنیم و طرح بزنیم یا اینکه منزوی شویم و اصلاً کار نکنیم. پس از ۱۰ سال کارکردن، دیگر آمیدی به بازار ایران نداشتیم». اما سؤال اساسی اینجااست که اگر همه بروند، پس چه کسی بماند! اگر همه بروند پس جامعه مد ایران، با مغز و اندیشه کدام طراحان سرپا خواهد ماند و بقای خود را ضمانت خواهد کرد؟ طرح‌های دانشجویی و اسکچ‌های خام که در جشنواره‌های روزانه مجال نمایش می‌یابند؟ یا با طرح‌های کپی‌شده از سوی طراحان جویای نام که سازویرگ‌های لای‌کردن و قواعد بازی را بلدند و به جای عافیت مُد ایران، فقط به سود با زیان خویش می‌اندیشند؟ سوالات را با چند نفر از فعالان بنام این حوزه که هنوز در ایران هستند در میان گذاشیم.

مد با اینکه سیاسی شده اما اولویت دهم هم نیست



مehلا زمانی، طراح لباس ایرانی، در پاسخ به این پرسش که «شرایط حرفه‌ای ایران را برای طراحان لباس چگونه می‌بینید؟» معتقد است: نمی‌توانیم شرایط حرفه‌ای را به دو، سه سال اخیر تعمیم بدهیم. چون در سال‌های اخیر دچار رکود اقتصادی بودیم؛ اگر سری به یک مال تجاری ایران بزنید و از صبح تا شب بایستید و آمار بگیرید چند نفر با شاپینگ‌بک خارج می‌شوند؟ به جز کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌ها، باورتان می‌شود که هیچ با خیلی کم؛ بنابراین من معتقدم که وضعمان خوب نیست. مضافاً اینکه با اتفاقات اخیر بچ‌رام، همه پارچه‌فروش‌ها تعطیل کردند؛ بازار تعطیل شده است. به‌شخصه یک هفته پیش از خیابان زرتشت پارچه خریدم متری ۸۰ هزار تومان؛ امروز کسی را فرستادم ۵۰ سانت از همان پارچه را برای افزودن به یک قسمت دیگر لباس خریداری کند، همان پارچه یک هفته قبل را متری ۱۲۰ هزار تومان فروختند. این شرایط آیا می‌توان انتظار داشت که بتوان مانته ۲۰ هزار تومانی یا ۳۰ هزار تومانی یا ۱۰۰ هزار تومانی به مردم عرضه کرد؟ وقتی قیمت این چنین بالا برود یقیناً تقاضا کاهش می‌یابد به همین دلیل است که من پیش‌بینی خوبی ندارم.

او در پاسخ به اینکه «آیا این شرایط ممکن است شمارا وادار کند که مارکت دیگری را در کشور دیگری برگزینید؟» می‌گوید: اگر امکان این را داشتیم که این کار را می‌کردم. وقتی برای طراحان جوانی که ایده، ذوق و هنر دارند و مستعند و می‌خواهند لباس طراحی کنند، اما پول ندارند، این‌قدر ارزش قائل نیستم که پارچه مرغوب و خوب تهیه کنند و به خیاط بدهند تا طراح بتواند در یک مسابقه‌ای شرکت کند، چه کار باید کرد؟ می‌پرسم «علت این اتفاق را در چه می‌بینید؟ چرا یک فضای حرفه‌ای ثبات‌مند نداریم که از طراحان جوان حمایت کند؟» تاکید می‌کند: علت گرفتاری بیش‌ازحد مسئولان مملکت است. این‌قدر مشکلات عدیده داریم که به این چیزها نوبت نمی‌رسد.

«یعنی مد را در اولویت نمی‌بینند؟» حتماً خبر. در اولویت که هیچ؛ اگر به تعداد انگشت‌های دو دست اولویت تعریف کنیم، موضوع مد در اولویت دهم هم نیست.

«با وجود اینکه پوشاک در ایران سیاسی شده، هنوز در اولویت قرار نگرفته است؟» چون همه اینها شعار است، تولید ملی محلی از اعراب ندارد. همین امروز ۱۰ نفر برش‌کار به مزون ما برای کار مراجعه کردند. از کار خبری نیست. اینکه همه مزون‌ها فعال هستند، بلوف است. باور کنید.

بازی رهایی یایم. باید مصمم باشند که مشکلات را حل کنند. باید از داستان مد و مسئله طراحان حمایت کنند. باید به این موضوع بپردازند. این موضوع از نفت برای ما مهم‌تر است. اگر بدانند چقدر آدم خلاق داریم، من دارم از خلاصیت حرف می‌زنم نه از جمعه‌بازار. اگر شرایطی فراهم کنیم که کارهای این افراد خلاق را به دنیا معرفی کنیم، همه از ما خرید خواهند کرد. ولی حوزه مد مثل خانواده‌ای شده که متأسفانه پدر

و مادر فوت کردند و خانواده بی‌سرپرست رها شده است. ما در حوزه مد کسی را نداریم که امور فعالان این حوزه را دنبال کند. در سطح شهر از صبح تا شب، شعارهای بسیاری را ملاحظه می‌کنید. من لافال ۲۰ سال از عمرم را برای معرفی لباس ایرانی به دنیا صرف کردم، اما اصلی‌ترین موضوع مردم که خورد و خوراک است هنوز حل نشده است. من وقتی فقر مردم را می‌بینم، می‌خواهم خودم را در خودم حبس کنم. بنابراین چگونه می‌توانم فکر کنم.

در ایران هر کاری کنید عده‌ای مخالف هستند



سراغ مهدی خمودی، رئیس انجمن مؤسسات مد و لباس کشور و تقسیم و علت‌های مهاجرت طراحان را از ایشان جویا شدیم. بنیاد ملی مد و لباس و زیرمجموعه‌های تابعه آن در هفت سال اخیر، متولیان اصلی مسئله مد و ساماندهی آن در سطح اجتماع ایران بوده‌اند. بنیادی که تلاش کرده در کسوت حمایت از طراحان و مد ایرانی ظاهر شود اما در عمل بیلان کاری و ارائه کمیت بر کیفیت کار غلبه کرده و نتیجه حاصله اینکه بیشتر طراحان حرفه‌ای صاحب‌نام و صاحب‌سبک لباس به عملکرد بنیاد و زیرمجموعه‌های تابعه نقدهایی دارند و از پروتکل بنیاد فاصله گرفته‌اند. اتفاقاتی که در دو سه سال اخیر در حوزه مد افتاده طراحان حرفه‌ای لباس را مایوس کرده است. معیارهایی که برای طراحان تعریف شده و حتی نمایشگاه‌های فجر که مهم‌ترین و بزرگ‌ترین طراحان کشور است، در دو سال اخیر خیلی ضعیف و در حد دانشجویی ظاهر شده است. طراحان حرفه‌ای لباس در تلاش‌اند در کشور دیگری برای خود پایگاهی ردیف کنند.

می‌پرسم: «به نظر شما طراحان به آن سمت سوق داده شدند؟»، می‌گوید: این مدل را کمی سیاه‌نمایی می‌دانم. پیش‌فرض‌هایی را باید عرض کنم. اولاً حوزه مد یک حوزه کاملاً سلیقه‌ای است. این درست که مد یکسری استانداردهای جهانی درباره مرز زیبایی و خلایقت دارد اما در اتفاقات دنیای مد و رونمایی از کالکشن طراحان بزرگ در دنیا ممکن است چیزی به چشم بخورد که در نظر عامه مردم اصلاً چیز به درد بخوری نباشد ولی برسد آن را با منطق خاصی برای جغرافیای خاصی طراحی کرده باشد؛ پس ما نمی‌توانیم بگوییم خوب است یا بد. بلکه باید به نگرش برند، جغرافیا و منطق تیس نگاه کنیم. یکی دیگر اینکه نمی‌توانیم آمار کلی در این زمینه ارائه دهیم. شما می‌گویید بیشتر طراحان برتر از فجر خوش‌شان نیامده؛ درحالی‌که ما در فجر ۹۶ حضور ده بلاگر را داشتیم که جشنواره را به‌طور زنده پوشش دادند. قطعاً می‌پذیریم نواقصی وجود داشته است. مهم این است که وقتی کاری را انجام می‌دهید، نقص بیرون می‌زند اما تا وقتی کاری انجام ن داده‌اید، نقصی وجود ندارد. فکر یک گفتمان و رویداد ملی است. موضوع این است که هر اتفاقی را باید با بودجه‌ای که برای آن تعیین شده است، سنجید. اگر مثل جشنواره فیلم فجر ۲۰۰ میلیارد بودجه داشته باشیم اما جشنواره‌ای برگزار کنیم که یک میلیارد ارزش داشته باشد، ضعیف عمل کرده‌ایم اما اگر صد میلیون داشته باشیم و خروجی میلیاردر بگیریم، موفق عمل کرده‌ایم. اگر از ما انتظار می‌رود که با فجر، بازار پوشش را متحول کنیم، قطعاً انتظار زیادی است. ما با فجر می‌توانیم برخی مرزها را جابه‌جا کنیم. بازار را مردم تکان می‌دهند. زمانی حتی صحبت‌کردن درباره مد و لباس ممنوع بود ولی اکنون ما می‌توانیم جشنواره فجر برای مد برگزار کنیم و این یعنی اینکه ادبیات مد و لباس وارد گفتمان فرهنگی شده و موضوع مد در سیاست‌گذاری‌ها دیده شده است. زمانی داشتیم که حتی مجوز به فعالان مد داده نمی‌شد و فعالیت در مد، خط قرمز بود. ما از آن کضا به فضای کنونی رسیدیم؛ آن هم با این بودجه اندک، مرزهای باز به روی قاقاق و امکاناتی که خودتان بهتر می‌دانید و... در ایران هر کاری کنید عده‌ای مخالف هستند.

می‌گویم: «گفتمانی که به جامعه طراحان دیکته کرده‌اید گفتمانی نیست که طراحان حرفه‌ای را راضی کند و بیشترشان دچار یاس فلسفی شده و مهاجرت را آغاز کرده‌اند». می‌گوید: ببینید علت این اتفاق ما نیستیم. ما نمی‌توانیم برای رضایت یک عده، نه شرعاً، نه عرفاً و نه قانوناً، قانون را جابه‌جا کنیم. قانون مسائل فرعی و حرمت دارد. ما در محدوده قانون کار می‌کنیم. در محدوده قانون، بله باید بگوییم که به صد تریسیده‌ایم و خیلی فاصله داریم، ولی کارهای بزرگی هم انجام شده است. بیش از ۵۰۰ تشکل حقوقی در حوزه مد مجوز گرفته‌اند. «که چه کنند؟» که کار کنند در پنج سرفصل: طراحی، کاتالوگ و وب‌سایت، ایونت، مشاوره و همایش... خبر. من الان از همین‌جا عرض می‌کنم که شما می‌توانید هر خلاقیتی در حوزه مد داشته باشید، فقط به قوانین رسمی کشور احترام بگذارید.

می‌پرسم: «چرا نمایش زنده لباس لغو مجوز شده است؟ چرا مادلینگ تبدیل به تابو شده است؟ متأسفانه عملکرد مجریان مدعی، درست نبوده و به‌جای اینکه مجری را عوض کنند، مجوز یک فرایند در حوزه مد را لغو می‌کنند». او تصریح می‌کند: این خبر اشتباه از بنیاد مد است که به غیرمدعیان اعتماد کرده. ما یک عده معتمد را می‌شناسیم. اگر به این افراد اجازه دهیم و به بقیه اجازه کار ندهیم، می‌شود رانت. با اینکه

معتقدم در باید به روی همه باز باشد، اما تاکید بر حضور افراد معتمد است که ضعیف عمل کرده‌اند.

«الان کسانی که این‌کاره نبوندند به این حوزه آسیب زده‌اند. چرا به‌جای اینکه افراد غیرمرتبط و غیرکارشناس خارج شوند، حوزه کاری را محدود می‌کنند؟ طراحان حرفه‌ای دوست دارند آثار خود را به صورت زنده در یک چارچوب و هنجار ایرانی، اسلامی نمایش دهند و الان در ترکیه مشغول هستند...» من نظر شخصی‌ام را می‌گویم، چون پاسخ این سؤال شما را دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس باید بدهد. حس من این است که به علت ارتباط تنگاتنگ حوزه مادلینگ با برخی حوزه‌های رویکردی، خودبه‌خود حواشی‌ای پیش می‌آید. مادلینگ با کت‌واک کره خورده که کت‌واک خود حاشیه‌هایی دارد که با برخی قوانین ما سنخیت ندارد.

می‌پرسم: «چه پاسخی برای تبعیض در این حوزه دارید؟ حاصل تبعیض این شده که طراحان حرفه‌ای لباس دارند به کشور ترکیه می‌روند. همان کاری را که در ایران انجام می‌دهند در ترکیه هم انجام می‌دهند و نمایش زنده لباس هم به چارت حرفه‌ای‌شان اضافه شده است. چرا نباید در کشور خودمان این فضا فراهم شود؟ آدم‌های غیرحرفه‌ای غریبالرغبال شده و حرفه‌ای‌ها بمانند؟! چرا به‌جای غریبال غیرحرفه‌ای‌ها، همه را غریبال می‌کنند؟» می‌گوید: با بخشی از حرف‌های شما موافق هستم، اما مرجع تصمیم‌گیرنده نیستم. معتقدم در برخی دیگر از حوزه‌ها فعالانی که به اسم مادلینگ کار می‌کنند بیشتر از خود بخش مادلینگ شدند. بازگراتی که کار مادلینگ می‌کنند، اگر قرار است جلوی این کار گرفته شود باید با آنها هم مقابله شود. باید با هوشمندی بیشتر و با افراد تعهدپذیرتری همکاری کرد. به دلیل اینکه ذات این حرفه دارای حاشیه است، برخی افرادی که مجوز فعالیت گرفتند، ولی توان اجرا نداشتند، گرفتار حواشی و از اصل کار دور شدند. این حوزه نیاز به ساماندهی دارد، چون بخواهیم یا نخواهیم این حوزه بعد از مدتی فراگیر شده است. پس بهتر است که مسیرهای درست را بازگشایی کنیم، اما متأسفانه چون حاشیه‌ها بیشتر از متن بوده، متوقف مانده است. چون درست اجراکنندگان اصلی نبوده است. مدیریت حواشی می‌تواند به بهبود فضای این حوزه کمک کند.

ما باید بمانیم



امیر مبین، عکاس بین‌المللی مد، تجربه کار در مارکت اروپا و آمریکا را دارد و بعد از یک مهاجرت طولانی به مبین بازگشته و معتقد است: ما هیچ منعی برای رفتن از این مملکت نداریم، اما تمام فعالانی که در حوزه فشن کار می‌کنند عاشق ایران هستند. کسانی هم که تصمیم به مهاجرت گرفته‌اند حتم دارم برمی‌گردند. عاشق واقعی کسی است که در مملکت خود می‌ماند. من شرایط این را دارم که بهترین اقیس را در استانبول داشته باشم، اما نمی‌روم. ما در مملکت خودمان می‌مانیم. ما در این مملکت شهید باکری‌ها داشتمیم، من عاشق ایرانم و تا آخر اینجا می‌مانم. مطمئن باشید اگر جنگی درگیر، جزو اولین کسانی خواهم بود که برای جنگ می‌روم. مملکت و ناموس، دارایی ماست.

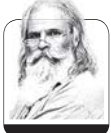
می‌گویم: «همین عشق به مبین شما را به ایران بازگرداند؟» تاکید می‌کند: معلوم است. رو به کارمندش می‌گوید کمی از آن خاک گلدان را برای من بیاور. مقداری خاک داخل دهانش می‌ریزد و با اشک می‌گوید این خاک مرا به اینجا کشانده است. به خاک اشاره می‌کند و می‌گوید: هیچ‌کس نمی‌تواند این را از من بگیرد. این خاک مال من است، چون به آن عشق دارم، به من عشق داده است. کسانی که نمی‌توانند عشق بگیرند، خودشان را نشاخته‌اند. کسانی که مهاجرت کرده‌اند، اگر خود را می‌شناختند مهاجرت نمی‌کردند.

می‌پرسم: «تعداد قابل‌توجهی از طراحان دارند مهاجرت می‌کنند. به نظر شما که تجربه زندگی و کار در خارج را داشتید اینها دنبال چه هستند؟» می‌گوید: اولاً این تعداد جزئی از یک کل هستند. ما ملتی با ۸۰ میلیون جمعیت هستیم. باید به مرام مملکت خود اعتقاد داشته باشیم؛ چه اشتباه، چه درست. باید به این مرام احترام بگذارند. من خیلی بهتر از شما به مشکلات مملکت واقف هستم، اما حرف رهبرمان را زمین نمی‌گذارم. مملکت ما مرامی دارد که باید آن مرام را محترم بداریم. خیلی هم در راه راه ادیت شدم. اما همیشه عاشق مملکتم هستم، همه جزئی از یکدیگر هستیم، رهبر جزئی از ماست آدم‌ها مهم هست.

در پاسخ به «خب چرا می‌روند؟ چه می‌خواهند اینجا نیست؟» می‌گوید: مهاجرت طراحان، مهاجرت یک جامعه کوچک خاص است. مگر در جنگ جهانی دوم، آلمانی‌ها از مملکت خود فرار کردند؟ یا زنان و مردان ژاپنی از مملکت خود رفتند و خیانت کردند؟ خیر آنها ماندند و «کامی‌کاری» (ایثار) کردند. من تصمیم به رفتن و مهاجرت را در چنین برهه‌ای خیانت به وطن می‌دانم. ما باید بمانیم.

نگاه

مد، ادراکی بزرگ از فهم حقیقت زیبایی

سهراب هادی
منتقد

کالکشن «هست و نیست» اثر «هنرستانی لطیف» بران شبلیک‌های «پروین نتاوری»، عکس‌ها: سجاد هادی

• خدا زیباست و زیبایی و زیبایی‌ها را دوست دارد. جهان که خلقت خداوند است بر زیبایی و ادراک از آن زیبایی‌ها خلق شده و بقای جهان نیز بر آفرینش و حفظ زیبایی‌هاست. زیرا ذات جهان بر نوشدن و نوبه‌نوشدن است این نوشدن جهان، حس بودن و تازگی را برای انسان به ارمغان می‌آورد، مانند بهار که مظهر رویدن، بودن و بوییدن است. بهار، مد اول فهم هستی را در خویش دارد. پس ما با رویدن که مد رشد و شکفتن است با جهان پیوند می‌خوریم. آن‌گاه نوتر می‌شویم. با درخشش آفتاب در تابستان و با رسیدن و به‌بارنشستن رشد می‌کنیم و مد دیگری در هستی ما نقش می‌بندد. آن‌گاه در پاییز به ترنم روح می‌رسیم و اکنون نیز نوتر شده‌ایم. چون رسیده‌ایم و طعم تازه‌تری از خویش داریم. این نگاه به خویش نیز جلوه‌ای نوتر از فهم حیات را در انسانی که به رویدن معتقد است، با همان رویدن آغاز می‌کند.

پس مد به مفهوم نوشدن و نوبه‌نوشدن یک گردیدنی در فرم حیات و ادراک و صورت زیبای انسانی است که مبنای مناسبات انسانی و اجتماعی جوامع را شکل می‌دهد و در زمستان که روح به سپیدی‌ها می‌پیوندد و به بی‌رنگی و پاکی می‌رسد، هستی آدمی مدی دیگرگونه را به نمایش می‌گذارد و تجلی این شکل‌های خلاقه، صورت‌های زیبای جمال حق هستند که در صورت و پوشش انسان‌ها آفریده می‌شوند تا یکدیگر را همیشه نو و نوتر و در حال شکوفایی و درخشش ذات متعالی انسانی ببینند و هریک از آحاد را زیباتر به تماشا بنشینند و این زمینه‌ای برای رویش همیشه‌تازه حیات در انسان است که آن را خوب است همیشه ارج نهیم!

ادراک‌داشتن از این هم‌گرایی‌ها و با این زیبایی‌ها زیستن، مدرکایی و نوبه‌نوشدن است و همچون خالق، زیابودن و زیبایی را دوست‌داشتن و این ادراک بزرگ، همان فهم زیبازیستن است. با مدبودن و با مد زیستن، بسی زیباست. به بیان دیگر برای ادراک فهمی از حقیقت زیبایی‌ها، باید با مد زیست.

مدسازان و خالقان مد بر مبنای همین درکی که از حقیقت زیبایی و هستی دارند، در تکاپوی نوبه‌نوشدن مداوم، دست به خلق آثار هنری می‌زنند که بیشترین محصول فکری آنان را می‌توان در لباس آدمی متجلی یافت. مد همواره در پیرامون ما در جریان است. مد همواره از شکلی به شکل دیگر خود را بازآفرینی می‌کند و در تمنا و نیاز مداوم خالقان مد به این‌درک لحظه‌ای از زیبایی‌شناسی و حقیقت زیبایی است که مد مجالی می‌یابد مستمر و مرتب از شکلی به شکل دیگر دیگرگون شود و خود را بازخلق کند.

مد هرگز از مد نمی‌افتد، بلکه از نوعی به نوعی دیگر می‌خراشد و در روند نوشدن درک تازه‌ای از حقیقت زیبایی را با خود به ارمغان می‌آورد. شاید به‌دلیل همین نیاز فطری و درونی انسان به درک حقیقت زیبایی است که مد توانسته در خانه‌های روستایی ما هم رسوخ کند و هستی، دست به در و دیوار چادرهای عشایر رنگین‌پوش ایران بپاویزد. مد به‌دلیل درک و گرایش عمیقی که به زیبایی و زیبایینی دارد، برگرفته از فطرت انسان و ره‌اشده در دنیای عظیم خلق‌های هنری است. در این باور، مدسازان و خالقان مد بر مبنای درک شخصی خود از حقیقت زیبایی و هستی، دست به خلق فکری می‌زنند و جماعت عظیمی را با خود همراه می‌کنند. مدسازان، زیاشناسان بالفطره‌ای هستند که آموخته‌اند چگونه حس زیبایی‌بینی و درک خود از تجلی هستی را در کالبد مد بدمند و در قالب لباس‌های بسیار فاخر و زیبا به ما تعارف کنند. مد در کالبد نمایاری هستی و درک حقیقت و قداست زیبایی است که خود را موجودی بی‌قرار و بی‌عنان می‌یابد که با تجلی‌یافتن و خلق مرتب خود و نوشدن مداوم، خوششتن را به آرام و قرار می‌رساند و سپس به نوشدنی دیگر می‌اندیشد. این حقیقت دارد که اگر درک قداست زیبایی با ادبیات نوشدن در مد همراه شود، حقیقت دیگری در رسالت و قداست هنر خلق می‌شود.

