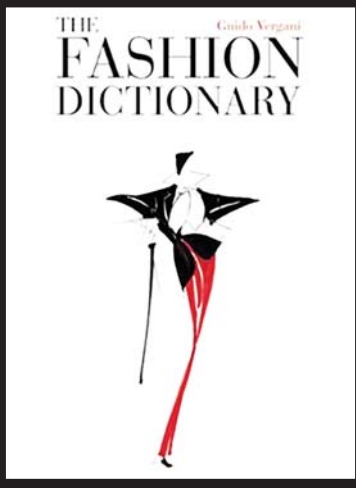


فشن دیکشنری

واژه‌نامه مُد (Fashion Dictionary)



● **سبک‌ساز (Stylist):** استایلیست‌ها یا سبک‌سازان یا طراحان سبک که به‌عنوان استایلیست فعالیت می‌کنند، کسانی هستند که به معرفی سبک‌های پوشش براساس فیزیک و آناتومی افراد اقدام می‌کنند. یک استایلیست حرفه‌ای ابتدا به مخاطب خود خوب نگاه می‌کند سپس بر مبنای فیزیک، آناتومی و چهره او، لباس یا سبک خاص او را پیشنهاد می‌دهد. استایلیک یکی از مشاغل جذاب صنعت مد در دنیاست و در تهران هم در یک دهه اخیر طرفداران زیادی پیدا کرده است. استایلیست‌ها با فروشندگان لباس فرق دارند و وظایف متفاوتی را عهده‌دار هستند. هرچند باب شده است که اخیراً همه فروشندگان در اینستاگرام و فضای مجازی خود را استایلیست معرفی می‌کنند، چون تب این شغل در ایران امروز فراگیر شده است.

● **معنی کلمه استایلیش (Stylish) و کاربرد آن در فشن:** استایلیش به معنای شیک و مدرن و زیبا به کار می‌رود. همچنین به افراد خوش‌سلیقه و مطابق به روز، استایلیش گفته می‌شود. این کلمه درباره یک شخص خوش‌تیپ یا یک لباس خوش‌فرم یا حتی یک دیزاین حساب‌شده و طراحی‌شده بر مبنای اصول صحیح و زیبا اطلاق می‌شود و مختص موجودات یا انسان‌ها نیست، بلکه فراگیر است و عمومیت دارد.



● **خارج از مد (Out of Fashion):** این کلمه به معنای ازمدافتاده است که معادل آن در ایران «مده» است. مده یا ازمدافتاده رایج‌ترین اصطلاح برای سبک یا محصولی است که دیگر مورد اقبال جامعه مخاطبان خود نیست؛ اما در اصطلاح تخصصی آن، آت‌آو فشن کاربرد علمی‌تری دارد و به یک سبک، لباس یا استایل که ازمدافتاده و دیگر رایج نیست اطلاق می‌شود. ● **سیلونت (Silhouette):** یک واژه فرانسوی به معنای ضد نور، تصویر سایه‌وار و هاله است. این کلمه در عکاسی و فشن کاربردی ویژه و متفاوت دارد. این کلمه در فشن به معنای شکل یکپارچه و کلی بدن یا لباس است که فقط خطوط محیطی و شکل کلی را نشان می‌دهند. سیلونت‌ها در فشن بسیار متنوع و گوناگون هستند و شناخت آنها، به طراحی لباس، خط و نگاه فکری تخصصی می‌دهد.

زبان رنگ‌ها



● یک طراح مد باید بداند که رنگ، یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌ها و عناصر دنیای مد است و نقشی تعیین‌کننده در انتقال مفاهیمی دارد که او می‌کوشد در قالب مجموع (Collection) به جامعه هدف عرضه کند. هر رنگ کاراکتر و پرسوناژ خاص خود را دارد و دارای مفهوم منحصربه‌فرد خود است. رنگ قرمز، نشان‌دهنده قدرت و شجاعت؛ آبی، سرد و بیشتر آرامش‌بخش و خردمندانه و رنگ زرد، رنگی عاطفی و نشان‌دهنده اعتمادبه‌نفس و خوش‌بینی است. سبزر، رنگ تعادل و هارمونی به شمار می‌رود، زیرا رنگ سبز در مرکز طیف رنگ‌ها قرار دارد؛ بنفش، رنگی معنوی و روحانی است و فرد را به خوداندیشی و درون‌نگری وامی‌دارد. سیاه، رنگی رازآلود، پیچیده و بیم‌آفرین است و سفید نماد پاکی و سلامتی است.



ستاره جاوید

برای فراکسیون زنان مجلس، پایان تیرماه، روز متفاوتی بوده است؛ روزی که این فراکسیون به دعوت وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، جلسه‌ای را به مسئله مد و لباس کشور اختصاص داد. هرچند درباره فقره مد و لباس و آسیب‌های آن، به تبادل نظر و ذکر صحبت‌هایی که همواره در این حوزه مطرح می‌شود، بسنده کرده‌اند. نکته اساسی که از سخنان بانوان محترم حاضر در جلسه وزیر فرهنگ، استنباط می‌شود، عدم توجه آنان به اتفاقات روز این حوزه است. در برخی از اظهارنظرهای غیردقیقی که از سوی برخی نمایندگان صورت گرفته، این شائبه استنباط می‌شود که بانوان محترم مجلس شورای اسلامی هیچ تلقی و تصور واقعی‌ای از امر مد در بدنه اجتماعی کشور و رغبت بانوان ایرانی به نوع پوشش امروزی ندارند و هنوز تصور می‌کنند که مزون‌های زیرزمینی جریان‌ساز مد کشور هستند و هنوز بر این باور اشتباه پای می‌فشارند که تولیدکنندگان مالیات و بیمه پرداخت نمی‌کنند. تمای حرفه‌ای این است؛ اکنون که علاقه و اراده در بدنه فراکسیون محترم زنان مجلس شورای اسلامی بر توجه به فقره مد و لباس به‌وجود آمده و این فراکسیون به نمایندگی از نیمی از جمعیت کشور در تلاش است که جلسات ویژه‌ای را به مسئله مد اختصاص دهد و حساسیت حرفه‌ای نسبت به این موضوع را تقویت کند، بهتر است پیش از حضور در جلسه و پیش از اقدام برای هر جریان قانونی و جریان آیین‌نامه‌ای، به این نکته اساسی و مهم در یک دهه اخیر که جریان مد و لباس کشور به صورت قانونی و دولتی با به عرصه وجود گذاشته و معیارهای ایرانی و اسلامی بسیار مورد توجه و تأکید طراحان و مصرف‌کنندگان قرار گرفته، اهمیت حیاتی دارد و داشتن اطلاعات دقیق از پیشینه این حوزه، به اخذ تصمیمات صحیح‌تر و بالندگی این مولود نوجوان، کمک خواهد کرد. برهیز از ارائه نظریه کلیشه‌ای به‌جد دنبال می‌شود؛ ارائه آمارهای دست‌چندم و صرفاً شواهد در جلسات نه تنها حمایتگر نخواهد بود بلکه موضوع را لوث خواهد کرد. به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، جلسه فراکسیون زنان مجلس با وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونان، روز ۳۰ تیر با محوریت پوشاک، مد و لباس، برگزار شده و دیروز روی خروجی این وزارتخانه منتشر شده است. جلسه‌ای که در آن سیدعباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفته باید نگاه حمایتی و تشویقی و توجه به گسترش تشکلهای صنفی وجود داشته باشد و جریان خصوصی حوزه مد و لباس تقویت شود. حال باید دید نظر بانوان حاضر در جلسه وزیر که روی کرسی فراکسیون زنان مجلس شورای اسلامی می‌نشینند چقدر نقشه راه جریان مد و لباس کشور را به سوی تعالی پیش می‌برد و چه نور آمیدی را برای پوشش بانوان ایرانی که تمایل بالایی به تنوع و هنجارهای ایرانی و اسلامی دارند، می‌تاباند؟ مشروح این جلسه را می‌خوانید.

سهیلا جلودارزاده با تأکید بر اینکه پوشاک مد و لباس باید به‌عنوان یک صنعت مورد نظر باشد، گفته لازم است با ملاحظات ایرانی، اخلاقی و اسلامی، پوشاک مناسب تولید و به کشورهای هدف صادر شود. او از عدم رشد و توسعه شهر پوشاک در نزدیکی فرودگاه انتقاد کرده که طراحان ما در یک فضای بسته و تحت فشار ممیزی قرار دارند، در حالی که ما

به‌عنوان یک کشور اسلامی باید سردمدار حوزه پوشاک اسلامی باشیم. زهرا ساعی نیز در این جلسه بر لزوم ساماندهی حوزه پوشاک تأکید داشته و گفته چرا نباید بتوانیم لباس مناسب زنان کشور را تهیه کنیم و چرا تولیدکنندگان ترغیب نمی‌شوند برای پوشاک متناسب در حوزه‌های مختلف تولید داشته باشند؟

معصومه آقاپورعلیشاهی نیز در این جلسه گفت: هنوز یک شالوده برای این امر که لباس ایرانی دقیقاً چیست، تعریف نشده و مشخص نیست ما برای لباس یک زن چه پروتکلی داریم. نماینده مردم شبستر در مجلس با بیان اینکه مدل لباس ایرانی باید برند شود، از نبود یک شبکه مخصوص برای معرفی لباس ایرانی، وجود بازار لباس‌های دست‌دوم و استوک در کشور انتقاد کرد.

۲۰۷ میلیارد دلار قاچاق در حوزه پوشاک

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس افزود: بهترین سلاح در شرایط جنگ اقتصادی و جنگ رسانه‌ای، نوع پوشش است و در این رابطه همه باید دست‌به‌دست هم دهند زیرا پس از خوراک، دومین نیاز مردم پوشاک است؛ در حالی که در حوزه لباس رقم ۲۰۷ میلیارددلاری قاچاق وجود دارد. سکینه الماسی خواستار هم‌افزایی، انسجام و گسترش میان دستگاه‌ها برای برگزاری نمایشگاه‌ها و آکادمی‌های مد و لباس شده است. طیبه سیاوشی‌شاه‌عنایتی نیز مهم‌ترین دغدغه در این حوزه را چنین عنوان کرد که جشنواره‌های مد و لباس هر سال برگزار می‌شود؛ اما تأثیر محسوسی روی بازار نگذاشته است. فریده اولادقباد، رئیس فراکسیون زنان مجلس، در این جلسه از تبدیل صنعت پوشاک به کارخانه تکثیر آثار خارجی، کم‌بود ارتباط بین تولیدکنندگان و طراحان و قیمت بالای پوشاک ایرانی-اسلامی انتقاد کرده و گفت در نمایشگاه مد و لباس نتوانستم یک ماتوری مناسب از نظر قیمت، مدل و سائز انتخاب کنم. او تأکید کرد نباید یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کشور، تأمین پوشاک مناسب با فرهنگ و باه جامعه باشد. پروانه مافی هم گفت: باید از نگاه‌های ایدایی و قهری در حوزه پوشاک دور شویم و نگاه‌های مثبت و ایجاد رقابت سالم را توسعه ببخشیم. او با بیان اینکه همه فرهنگ در حوزه لباس بسیار بالاست، خواستار استفاده از افراد صاحب حسن‌نظر، خلاق و کاربلد در این حوزه شده و به افرادی اشاره کرده که کارهای خوب، باکیفیت و متناسب با فرهنگ و سن مخاطب تولید می‌کنند؛ اما مورد حمایت قرار نمی‌گیرند. زهرا سعیدی‌مبارکه نیز با اشاره به اینکه به دغدغه‌ها در حوزه حجاب و عفاف رسیدگی نمی‌شود، از افزایش ۴۰۰ درصدی قیمت چادر انتقاد کرد و هاجر چنارانی با تأکید بر لزوم رصد مشکلات در حوزه پوشاک، از تلاش فراکسیون زنان برای رسیدگی به دغدغه‌های این حوزه خبر داده و اعلام کرده می‌توان با تفاهم‌نامه و نشست، بخشی از آن را مرتفع کرد. سیده‌فاطمه حسینی نیز گفت: در چنین حوزه‌هایی باید زمینه رشد خلاقیت فراهم شود؛ به‌همین دلیل باید به دنبال انحصارزدایی و کاهش محدودیت‌ها در محورهای مختلف بود. او از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خواست از استارت‌آپ‌هایی که می‌توانند زمینه طراحی و عرضه را فراهم کنند، حمایت شود.

لزوم توجه به نوظوهای جامعه در حوزه مد و لباس

سیدعباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، خواستار تداوم چنین جلساتی شد و گفت بحث حوزه پوشاک مد و لباس از چند منظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی اهمیت دارد. او در تشریح وجه اقتصادی بر اموری مانند اشتغال، تولید، واردات خارجی، قاچاق و صادرات و در وجه فرهنگی به موضوعات لباس ایرانی- اسلامی، توجه به خطر قمرهای درست و غلط،



عکس: ایران

ورود فراکسیون زنان مجلس به فقره مد و لباس کشور با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی

نقشه راه صحیح، داشتن اطلاعات دقیق از پیشینه مُد است

اعتمادسازی، فرهنگ‌سازی، بحث‌های رسانه‌ای و در بُعد اجتماعی به لزوم توجه به رفع نیاز جامعه اشاره کرده و توضیح داد جامعه انتظار دارد نیازهای خود را به‌راحتی برآورده کند؛ ولی در شرایط فعلی با کم برآورده می‌شود یا ارزان برآورده نمی‌شود یا هر دو یا هم... حوزه مد و لباس یک مسئله درهم‌تنیده و چندبعدی است که به اعتبار وجه فرهنگی، دبیرخانه آن در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و البته در آن کارگروه، مجموعه‌ای از دستگاه‌ها حضور دارند.

صالحی در سخنان خود به لزوم توجه به نوظوهای جامعه و حرکت به سمت نوآوری در حوزه مد و لباس و رقابت با پوشاک خارجی تأکید کرد و افزود: باید ظرفیت خود را در حوزه طراحی بالا ببریم و به این سمت برویم که طراحان را جدی بگیریم؛ زیرا آنها اکنون مرکزی این حرکت هستند.

یک ظرفیت به نام لباس اقوام ایرانی

او با اشاره به اینکه باید خط ارتباطی بین طراحان و تولیدکنندگان ایجاد شود، گفت: تلاش شده تا در این زمینه فعال‌ت عمل کنیم و باید همفکری شود تا این کار شتاب بیشتری گیرد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از لباس اقوام ایرانی به‌عنوان یک ظرفیت مناسب در حوزه پوشاک نام برد و بر لزوم وسیع‌تر شدن و گسترش آن تأکید کرده و با بیان اینکه دولت در این حوزه صرفاً تسهیل‌کننده است، ادامه داد باید نگاه حمایتی و تشویقی و توجه به گسترش تشکلهای صنفی وجود داشته باشند و جریان خصوصی حوزه مد و لباس نیز تقویت شود. حوزه مد و لباس در سه شاخصه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی گسترده است و وزارت فرهنگ صرفاً در حوزه اختیارات خود می‌تواند ورود کند و تصدی بخش محدودی را برعهده دارد.

فروش ۱۵۹ طرح برای تولید عمده در سال ۹۸

به گزارش «شرق»؛ سیدمجتبی حسینی، معاون امور هنری وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، با بیان اینکه ۳۱ هزار طرح در سال گذشته شماره شیمیا گرفته و بیش از چهار هزار طرح در حوزه لباس فعال بوده‌اند، گزارش داده بخش طراحی لباس با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و بر ساماندهی فعالیت هنرمندانی که در حوزه طراحی مشغول به کار هستند، تمرکز کرده است. در نمایشگاه مد و لباس، برای اولین‌بار حراج طرح‌ها و ایده‌ها صورت گرفت که ۱۵۹ طرح برای تولید عمده در سال ۹۸ به فروش رفت و در بخش بین‌الملل نیز دو طرح برای تولید در اروپا موردپسند قرار گرفت. حمید قبادی، دبیر کارگروه مد و لباس، یکی از مسائل جامعه را ناآگاهی از ظرفیت‌های موجود در حوزه پوشاک دانسته و گفت تبلیغات شهری برای طراحان و فعالان ایرانی گران است و اگر بخواهند یک لباس ایرانی-اسلامی را تبلیغ کنند، باید بالغ بر یک میلیارد تومان هزینه بپردازند. با توجه به حمایت دولت در این سال‌ها و وضعیت نرخ ارز در شرایط کنونی، نگاه‌ها به حوزه داخل معطوف شده است. به گفته دبیر کارگروه مد و لباس، سالانه ۴۰ میلیون قطعه مانتو، ۱۵۰ میلیون قطعه روسری و پوشش سر، ۲۵۰ میلیون قطعه انواع لباس ورزشی، ۱۷ میلیون قطعه کت و شلوار و صد میلیون مترمربع پارچه چادر مشکی مورد نیاز جامعه ایران است. افتخاری، فعال عرصه مد و لباس، نیز در این جلسه با اشاره به اینکه بودجه فقط یک برنامه مد در دنیا چندین برابر کل بودجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، افزود: ۳۸ هفته مد در دنیا در کشورهای مختلف برگزار می‌شود که برای یک سال آینده دنیا طراحی می‌کند؛ درحالی‌که منابع اصلی تولید مد در کشور، چند مزون شاخص زیرزمینی هستند که برای مردم تقاضا ایجاد و جریان مد را تولید می‌کنند؛ درحالی‌که نه مالیات می‌دهند و نه حق بیمه.

واکنش کمیته ملی المپیک به گزارش صفحه مد روزنامه «شرق»

کمیته ملی المپیک چارچوب الزام‌آوری برای لباس مسافران توکیو ندارد

دوره پیشین بازی‌های المپیک و برای تهیه پوشش ورزشکاران با آن مواجه شد، کمبود وقت بود و دردسترس نبودن برخی ورزشکاران برای اندازه‌گیری! کمیته ملی المپیک مالک لباس است و نظارت با کارگروه ساماندهی مد و لباس پوشش ورزشکاران ایران در توکیو بعد از نهایی‌شدن وارد مرحله تولید می‌شود. قبادی‌دانا درباره این مرحله از کار و اینکه «امتیاز تولید لباس با کارگروه ساماندهی مد و لباس است یا کمیته ملی المپیک مالکیت لباس‌ها را دارد؟» گفت: تولید لباس‌ها با نظارت کارگروه ساماندهی مد و لباس انجام می‌شود و از همکاری با تولیدکنندگان پوشاک ورزشی برای تولید لباس‌ها بهره می‌گیریم.

صد تا کار با طراحان باشد و کارگروه ساماندهی مد و لباس که مسئولیت مستقیم در ارائه لباس کاروان المپیک ایران بر عهده دارد. حمید قبادی‌دانا، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، دراین‌باره گفته درست است که ما مسئولیت اجرایی کار را در رابطه با لباس ورزشکاران المپیک بر عهده گرفته‌ایم، اما کمیته ملی المپیک هم نظارت لازم را دارد. البته این کمیته هیچ تأکید و الزامی درباره استفاده از یک طرح یا رنگ قید نکرده و به‌همین دلیل دست طراحان برای خلاقیت و نوآوری در طراحی باز است.

رونمایی از لباس المپین‌ها حداکثر تا ۵ ماه دیگر

یکی از اعضااتی که کمیته ملی المپیک در

در یادداشتی که روی خروجی کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور قرار گرفته است، تأکید کرده معمولاً در طراحی لباس ورزشکاران کشورهای مختلف و به‌ویژه برای رویدادهایی مانند المپیک از رنگ پرچم کشور آنها در کنار طرح‌های المپیکال و باهویت استفاده می‌شود تا این‌گونه حس وطن‌پرستانه بیشتری در پوشش ورزشکاران ایجاد شود. همان‌گونه که سال‌ها پیش هم نمادهایی مانند گنبد مسجد و رنگ آبی آن برای لباس کاروان ایران پیشنهاد داده شد. باین‌حال کمیته ملی المپیک هیچ چارچوب الزام‌آوری را به‌لحاظ به‌کارگیری نماد یا رنگی خاص در لباس پیشنهادی مشخص نکرده تا این‌گونه صفر

مد در ایران

همایش مد و لباس به اصفهان می‌رود



● به همت اتحادیه پوشاک اصفهان همایش مد و لباس در اصفهان برگزار می‌شود. به گزارش روابط عمومی کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، اتحادیه پوشاک اصفهان در راستای تحقق عملی شعار رونق تولید و در راستای بهره‌وری بیشتر از ظرفیت تولید لباس ایرانی قصد دارد همایشی را با این موضوع در مجموعه «سیتی‌سنتر» اصفهان برگزار کند. اتحادیه پوشاک اصفهان قصد دارد در جهت ایجاد بسترهای الگوساز برای ایجاد فرایند جذب حداکثری از لباس ایرانی، زمینه را برای هم‌فکری، همیاری و معرفی توانمندی تولیدکنندگان لباس ایرانی در سراسر ایران با حضور تولیدکنندگان و فروشندگان لباس در استان اصفهان برگزار کند. در این همایش که قرار است با حضور تولیدکنندگان سراسر کشور، رؤسای اتحادیه‌های تخصصی پوشاک و دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس برگزار شود، به بررسی مسائل مختلف این حوزه پرداخته خواهد شد. بر اساس اعلام این اتحادیه در برگزاری این همایش نهادها و ارگان‌هایی مانند فرمانداری، اتاق اصناف استان اصفهان، سازمان صنعت، معدن و تجارت اداره نظارت بر اماکن همکاری دارند و کارگروه ساماندهی مد و لباس نیز حمایت‌های معنوی لازم را از این همایش انجام می‌دهد.

نشست رویکردهای معاصر در جواهرسازی و ارتباطات مُد



● نشست رایگان رویکردهای معاصر در جواهرسازی و ارتباطات بین‌رشته‌ای در دنیای مد به همت انجمن طراحان لباس و پارچه ایران برگزار شد. به گزارش هنرآلاین، نقاشی، طراحی صنعتی، صنایع‌دستی، طراحی لباس و مد و ... با نگاهی میان‌رشته‌ای جایگاه ویژه‌ای را در هنر معاصر برای خود فراهم آورده است. رویکردهای معاصر در جواهرسازی نیز با نگاه و کاربست خلاقانه، ماده، فرم، رابطه اثر با بدن، مقیاس و حوزه معنی و... به‌عنوان یک رسانه معاصر، مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و... را به چالش می‌کشد. شناخت پتانسیل‌های موجود جواهرسازی هنری معاصر ایران و معرفی روندهای جاری، شناخت رفتارهای هنری معاصر در جواهرسازی، در حوزه ایده، فناوری و ساختارهای بصری، نگاه جدید با رویکرد خلاقانه در انتخاب مواد، ترکیب‌بندی و ساخت اثر، تلاش برای بالا بردن کیفیت بصری و هنری با توجه به مفاهیم زندگی معاصر، توجه به قابلیت‌های جواهرسازی معاصر، به‌عنوان یک رسانه هنری، توجه به قابلیت‌های غیرتزیینی جواهر به‌عنوان شیء هنری و معرفی و ایجاد زمینه برای حضور هنرمندان در عرصه‌های ملی و بین‌المللی ازجمله موارد مهم در بحث رویکردهای معاصر در جواهرسازی و ارتباطات بین‌رشته‌ای در دنیای مد است. در همین راستا نشست رایگان رویکردهای معاصر در جواهرسازی و ارتباطات بین‌رشته‌ای در دنیای مد، ۲۷ تیر برگزار شد.

مبانی تئوری؛ دامن‌گیر مد ایران



● به گزارش «شرق»؛ یکی از انتقادهایی که به حوزه مد و لباس داخلی وارد است، برجسته‌کردن مباحث تئوری و پرداختن بیش‌از‌حد به این مباحث غیرکاربردی است. یکی از وظایف خبرگزاری‌هایی که به‌صورت مجزا و مستقل کرسی مد و لباس دارند، این است که از انتشار این‌گونه مباحث تئوری بی‌اثر اجتناب ورزند. هرچند به نظر می‌رسد تلاش‌های این سایت‌ها و خروجی‌ها تأکید بر رونده علمی و نگاه دانشگاهی به مسئله مد و لباس است. فارغ از اینکه مد جریانی است که از دل اجتماع و خالقان آن می‌جوشد و خیلی در قیدوبند مباحث تئوری بی‌حاصل و بی‌نتیجه نیست. به‌ویژه اگر این مباحث مختص کتب دانشگاهی باشد و در دنیا واقعی طرفدار نداشته باشد.