



ستاره جاوید

بعد از یک دوره فعالیت زیرزمینی، تصمیم بر آن شد نوعی وجهات قانونی به حوزه مدلینگ و فعالیت علاقه‌مندان این حوزه داده شود. درها گشوده شد و اختیارات عمل به چند مجری جوابی نام و نوکار، اما مصمم، سپرده شد. متأسفانه حواشی پرنرگ‌تر از متن متولیان پیمانکار در صنعت مدلینگ و جریانات شتابنده فضای مجازی، سبب شد مجدد وجهات قانونی از شیوه فعالیت این صنف زدوده شده و مدلینگ بار دیگر در محاق ممنوعیت قرار بگیرد. درهای گشوده با عصبانیت بیش‌ازپیش بسته شد و نه‌فقط فعالیت در حوزه مدلینگ ممنوع شد؛ بلکه واژه مدلینگ، از یک کلمه صرفا صنعتی، به واژه ممنوعه بدل شد. اکنون بعد از یک دهه حضور مجدد مد در اجتماع ایران و امکان فعالیت علاقه‌مندان این حوزه در صنعت مد، کماکان یکی از عناصر اصلی این صنعت، به حاشیه ممنوعه رانده شده و امکان فعالیت حرفه‌ای فراهم نیست؛ اما این اصل و واقعیت ماجرا نمی‌تواند باشد. علاوه بر فضای مجازی که از یک شبکه به شبکه‌های جدید کوچ می‌کند، در دنیای واقعی هم عملکردها و فعالیت‌ها رنگ و بوی دیگری گرفته است. بنیاد ملی مد همواره با حسن نیت به متولیان امر اعتماد و فضای حرفه‌ای برای فعالیت آنها فراهم کرده است؛ اما عملکرد ضعیف متولیان و حواشی حاصل، نتایج تلخی به دنبال داشته است. ممنوعیت فعالیت قانونی و سلب وجهات قانونی از این صنف، نه‌فقط راهگشا و درمان دراز نبوده؛ بلکه این حوزه را به سمت‌وسوی دیگری سوق داده است. با ممنوعیت حوزه مدلینگ، علاوه بر صنف طراحان لباس، فعالیت دو صنف دیگر شامل صنف عکاسان و صنف مدل‌ها هم دچار کش‌وقوس‌های پیش‌بینی‌ناپذیر شده است. باید دید نظر فعالان این حوزه چیست و چه ساز و برگی را برای برون‌رفت از این چالش پیشنهاد می‌کند.

کسانی که فقط در فیس‌بوک مدل بودند

تا پیش از قانونی‌شدن فعالیت مدلینگ در اوایل دهه نود، یعنی در دهه ۸۰ ما شاهد خیل قابل‌ذکری از جوانان جوابی شهرت و خوش‌تیپی بودیم که همگی در شبکه اجتماعی مد آن روزگار نام داشتند. فیس‌بوک مدل بودند. کافی بود گشتی در فیس‌بوک بزیند، موج مد بر تمام پروفایل‌ها نشسته بود. شما در دنیای فیس‌بوک با جامعه بزرگی از مدل‌های ایرانی – چه دختر، چه پسر – مواجه بودید. بعد از کش‌وقوس‌های بسیار، فضا قانونی شد. دیگر از آن خیل عظیم دنیای مجازی که استانداردهای مدلینگ را دارا بودند و در صفحات خود از فیزیک بی‌تظیر و کامل خود شرح داده بودند، خبری نبود. شما با خیل عظیمی از جوانان علاقه‌مند مواجه بودید که نه‌فقط استانداردهای دنیای حرفه‌ای را نداشتند؛ بلکه از سازوبرگ‌های صنفی موجود در دنیای حرفه‌ای آن سوسی آبا‌ها هم بی‌خبر بودند. باین‌حال درها گشوده شد و مجریان مورد وثوق بدنه سیاست‌گذار، وارد عرصه فعالیت شدند؛ اما خروجی کار، چیزی نبود که هر دو قشر انتظار داشتند؛ چراکه متولیان هم از سازوبرگ‌های دنیای حرفه‌ای بی‌خبر بودند و سلیقه‌ای عمل کردند و نتیجه این شد که حواشی بر متن غلبه کرد. مجریان و متولیان ضعیف عمل کردند و به‌اصطلاح این‌کار نبودند. هرکسی از ظن خود، یار این حوزه شد و سرانجام پس از کش‌وقوس‌های فراوان، وجهات قانونی عارتی سلب شد و دوباره قدرت به دنیای مجازی جدیدی به نام اینستاگرام و تلگرام سپرده شد.

بایدها و نبایدهای مدلینگ



فیس‌بوک پاساژ گلد مدلز

امسال نظاره‌گر دهمین سال حضور رسمی مد

در اجتماع ایران هستیم؛ اما کودک مد ایران، بلوغ ۱۰سالگی را به تماشای ننشسته است. ضعف‌ها و قوت‌هایی در هر دو طرف ماجرا، چه بدنه سیاست‌گذار و چه فعالان این صنف مشاهده می‌شود؛ اما سؤال اصلی این است که خط قرمز مدلینگ در عصر کنونی که دوباره همه جوانان علاقه‌مند به این مدیوم، در شبکه‌های اجتماعی را درگیر کرده است، کجاست؟ ما کجای جغرافیای این صنف ایستاده‌ایم و چقدر می‌توانیم به این حوزه ورود کنیم و اصلا چرا حوزه ساده و بی‌حاشیه مدلینگ، با حاشیه‌های بی‌پایان در ایران گره خورده است؟



مدلینگ به خوندنمایی متمم شده است

مهدی محمودی، رئیس انجمن مؤسسات مد و لباس کشور، معتقد است به دلیل اینکه مدلینگ متمم به عنصر خوندنمایی شده، چوب این‌ موضوع را می‌خورد و تا‌وان عملکرد آن دسته از متولیان و مجریانی را پس می‌دهد که عملکرد حرفه‌ای نداشتند و به علاقه خود به فعالیت در این حوزه اکتفا کردند و با روابط قوی در ساختارهای سیاست‌گذار پیش رفتند نه با ضوابط و حاصل چیزی است که می‌بینید؛ یعنی بازگشت مجدد ممنوعیت به این حوزه.

محمودی در پاسخ به این سؤال که «کسانی که این‌کار نبودند، با به‌دست‌گرفتن اداره حوزه مدلینگ به این بخش آسیب زده‌اند. چرا به جای اینکه افراد غیرمرتبط و غیرکارشناس اوت نشوند، حوزه کاری را ممنوع می‌کنند؟ طراحان حرفه‌ای دوست دارند آثار خود را به صورت زنده در یک چارچوب و هنجار ایرانی- اسلامی نمایش دهند»، می‌گوید: من نظر شخصی‌ام را می‌گویم. حس من این است که به علت ارتباط تنگاتنگ حوزه مدلینگ با برخی موضوعات مثل تَبَرَج (خودنمایی) خودبه‌خود حواشی‌ای پیش می‌آید. مدلینگ با کت‌واک گره خورده که کت‌واک خود حاشیه‌هایی دارد که با برخی قوانین ما سنخیت

۲ مانکن عاشق به روایت عبدالرضا منجری

می‌ترکد. مصرف روز است. عمر ندارد. من دنبال یک چیز دیگر بودم. دنبال جوهره این اشیا، ذاتشان، ولو سیاه و سفید.

۱۱ **چطور شد ژانر فیلم کوتاه را انتخاب کردید؟**

زمان فیلم مهم نیست. زبان و ساختار مهم‌تر است. همه مخاطبان از سالن راضی و اما بهت‌زده بیرون رفتند. تهیه‌کننده جرئت سرمایه‌گذاری روی این فرمالیست را ندارد. از ما جوک می‌خواهند. قصدم این بود فیلمی بسازم که تمام عناصر زیبا را هم در دلش داشته باشد. دیالوگ، قصه خیال‌انگیز، رنگ، رُویا، موسیقی، حرکت، امید. یک فیلم نقلی کوچک و جمع‌وجور جدا از جریان غالب و سلطه. زردها و سبزه‌ها دمار از روزگار سینما درمی‌آورند.

۱۲ **اصلی‌ترین دغدغه شما در پرداختن به این قصه در فضای مد چه بوده است؟**

مهم‌ترین دغدغه هنرمندجماعت، زیبایی، شکوه و شاعرانگی است. اساس دلبستگی‌ام به سینمای کلاسیک هم از همین‌ها می‌آید. سینما بدون اینها چنگی به دل نمی‌زند. این روزها سینما خلع سلاح شده. دارند تمام شاخ‌وبرگ و زیبایی آن را می‌گیرند یا به‌شدت خشن و صنعتی و تکنیکال است یا به‌شدت خنثی و سرد. کم بیش می‌آید از تمام ظرفیت‌های سینما استفاده شود. انکار «خداحافظ کاری کویر» دارد محقق می‌شود. گویی باید با دوران باشکوه خداحافظی کرد. با تمام مظاهر دنیایی که بنیادش بر زیبایی بود، وداع با وسوسه‌های زیبا و دل‌فریب. با زیبایی‌ها، وقار و آداب، باید با نجابت و شکوه کاری کویر وداع کرد و به جیم کری، آدام سندلر، لیدی گاگا، ترامپ و برلوسکونی سلام داد. دنیا قبضه اینهاست. مگر می‌شود سینما را بدون موسیقی، بدون میزاسن و رنگ و حرکت، بدون نورپردازی و قصه و ادبیات تصور کرد؟! شکل استفاده از همه این عناصر دوره به دوره تغییر کرده است. چون آمریکا تقسیم ارث کرده، جاذبیت دراماتیک و بصری و کیشه را به نفع خود و سرمایه مصادره کرده و در عوض تندیس و نقد و جنشواره را به اروپا داده است.

۱۳ **بر همین اساس است که بار شاعرانگی در ویرترین سنگین‌تر است؟**



ویژه مُد ایرانی و اسلامی

به بیننده منتقل می‌شود، یک بحث کاربردی در عرصه معرفی کلاست اما این بحث واقعا در این حرفه مطرح نیست. الان در کل دنیا بحث مدلینگ فراتر از یک قشر جوان رفته و ما با مدل‌های ۴۰ساله و حتی ۵۰ساله در گروه بزرگ‌سالان مواجه هستیم اما در ایران به دلیل ممنوعیت‌ها و حواشی، همه تمرکز بر مدل‌های جوان و استایل آنان است و به‌جای پرداختن به موارد حرفه‌ای معرفی کالا، بحث به مسیر خاکی رفته است. یعنی خوش‌فرمی بدن در مدلینگ دنیا، اصلا بحث اصلی نیست، بلکه فیزیک هر مدل در هر سنی، برای کاربرد معرفی کالا، مورد توجه است و این‌قدر ساده رفتار می‌کنند که شما اصلا حین نمایش لباس متوجه فرم فیزیک مدل نمی‌شوید، بلکه همه تمرکزتان روی کالایی است که پوشیده و معرفی می‌کند. کمپانی‌های فعال در این حوزه هم اصلا به فکر انتخاب کامل‌ترین افراد برای کامل‌ترین شسو نیستند. بلکه دیده شده براساس استایل یک مدل، اقدام با معرفی یک کالا می‌کنند. خوش‌لباسی و خوش‌بوبودن در شریعت ما توصیه شده و این اصلا به معنای انتخاب لباس‌های گران نیست. در دنیای حرفه‌ای، مدل‌ها به سرانجامی می‌رسند، بخشی جذب آژانس‌های مدلینگ می‌شوند. درصد کمی جذب بازیگری و درصد دیگری جذب دنیای تبلیغات می‌شوند. اما شکل فعالیت در ایران به‌گونه دیگری است.

برخی مدل‌ها هم مقصر هستند

رزم‌را می‌گویند: من فکر می‌کنم علت این تبعیض میان بازیگران و مدل‌ها در ایران به این‌برمی‌گردد که سیاست‌گذاران در ایران معتقدند می‌توانند روی بازیگران کنترل داشته باشند اما مدل‌ها را نمی‌توانند کنترل کنند و متأسفانه برخی مدل‌ها هم به‌ویژه در دنیای مجازی، هر اقدامی را آزادانه انجام می‌دهند و از هنجارها عبور می‌کنند و دست به انتشار فایل‌های خصوصی می‌زنند درحالی‌که بازیگران یک حدی از حریم خصوصی را رعایت می‌کنند و به هنجارها و خطوط قرمزی که تعیین شده، مقیدتر هستند. به نظر من، اول برخی از مدل‌ها باعث ایجاد این ممنوعیت شدند، چراکه خودشان زمینه فعالیت حرفه‌ای را به حاشیه بردند. برخی دیگر به دلیل برخورداری از فیزیک خوب در چهره، وارد مسال‌های حاشیه‌ای شدند، برخی دیگر هم مؤلفه‌های یک مدل حرفه‌ای را ندارند و سبب سلب اعتماد سایر افراد نسبت به این صنف شدند.

ترو خشک با هم سوخت

به اعتقاد رزم‌را، چون از ابتدا برخورد درستی با این حوزه صورت نگرفته، تر و خشک با هم سوخت و زشت و زیبا و خوب و بد همه با هم مخلوط شده و مدیریت ماجرا را سخت‌تر کرد. بحث اینجاست که وقتی از سال ۹۰ باب شد که حضور مدل در بیلبورد ممنوع است، نتیجه این شد که اکنون فعالیت در حوزه مدلینگ جرم محسوب می‌شود و این اصلا نتیجه خوشایندی برای یک صنف که اتفاقا این همه متقاضی دارد، نیست. حضور در کت‌واک، از یک تا ۱۰ سال زندان دارد. الان جامعه ما در شرایطی است که واقعا احساس نیاز می‌شود که این حوزه ساماندهی و سازوکاری برای فعالیت سلامت و حرفه‌ای علاقه‌مندان فراهم شود. وقتی هیچ سازوکاری تعریف نشده و هر سطح از فعالیت، جرم محسوب می‌شود، نتیجه عکس حاصل می‌شود چون معمولاً افراد کنججوی‌های بیشتری به تابوها و انجام آنها نشان می‌دهند. درحالی‌که اگر برخورد عادی و درستی با این حوزه انجام می‌شد، ما با چنین معضلی مواجه نبودیم. مدلینگ با علم به این موضوع، آسیب‌شناسی‌های انجام‌شده و تجربه ۱۰ساله اخیر در اجتماع ایران، نیازمند سیاست و استراتژی دیگری است.



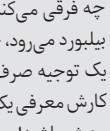
علی عکاس

مدل‌های فیس‌بوک پاساژ گلد مدلز

شفاف‌سازی کنیم و آدم‌های حرفه‌ای را از غیرحرفه‌ای غربال کنیم. من معتقدم این راه مقابله با حواشی نیست بلکه خود، تبدیل به راهی برای حاشیه‌سازی شده است. باید درها را گشود و حد و حدود فعالیت را برای علاقه‌مندان به صورت شفاف ارائه کرد. **ممنوعیت، برای مدل‌ها ناامنی ایجاد می‌کند** رها مدل حرفه‌ای پوشاک بانوان است که در دوره فعالیت قانونی مدلینگ، فعالیت‌های کوتاهی در ترکیه و مالزی داشته و معتقد است ممنوعیت چاره کار نیست و اتفاقا فضای کار را ناامن‌تر می‌کند. مدلینگ در سایر کشورهای اسلامی که به برخی هنجارها متعهد هستند، نه تنها ممنوع نیست بلکه در یک اشل کاملا مشخص با چارچوب مشخص دنبال می‌شود. به نظر من در ایران هم، نیاز است این چارچوب تعریف روشنی داشته باشد و به جای اینکه صورت‌مسئله را پاک کنیم و دست همه را ببندیم، فقط افرادی را محدود کنیم که قانون‌شکنی می‌کنند و از هنجارهای ارائه‌شده توسط نهاد‌های تعیین‌کننده، عبور می‌کنند. برای بسیاری از علاقه‌مندان این حوزه مثل من که دوست ندارند کشورشان را ترک کنند و مدلینگ را به‌عنوان یک حرفه هنری و سالم نگاه می‌کنند، استفاده از سیاست ممنوعیت مدلینگ، نوعی دل‌سردی و یأس را در بدن جامعه صنعتی ایجاد می‌کند. خیلی‌ها هم، رفتن را بر ماندن ترجیح می‌دهند که به نظر من جنبه تلخ و تبعات منفی‌تر ممنوعیت مدلینگ در همین نتیجه است که جوانان را ناچار می‌کند به کشورهای درجه دو مثل ترکیه یا مالزی بروند تا بتوانند فعالیت مدلینگ حرفه‌ای داشته باشند. جنبه دیگر هم برای کسانی است که در کشور می‌مانند و منزوی می‌شوند. در هر صورت نتیجه آن خوشایند نیست. به نظر من بهتر است به جای ممنوعیت، در پی راهکارهای بهتر با حاشیه امن بیشتر باشیم.

مدل‌ها حق حضور روی بیلبورد ندارند

ابوالفضل رزم‌را، مربی مدلینگ می‌گوید: اگر صاحبان آگهی‌ها و برندها بخواهند بیلبوردهای تبلیغاتی را در سطح شهر کار کنند، با مدل‌ها اجازه کار ندارند اما با بازیگران می‌توانند. واقعا سؤال اساسی این است که

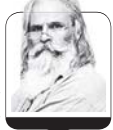


چه فرقی می‌کند معرف محصول با کالایی که روی بیلبورد می‌رود، چه صنفی باشد! به نظر من این انتخاب، یک توجیه صرف است وگرنه کسی که مدل است و کارش معرفی یک کالاست، بریک بازیگر ارجح است اما بحث حاشیه‌ای موجود این است که فرد مدل، به‌جای معرفی کالا، به معرفی فیزیک و ظاهر خود مشغول است، چون استایل او به‌گونه‌ای است که حسی که

نگاه

نقش صنعت سینما در توسعه هنر-صنعت مد

مد زیر سایه سینما نیست

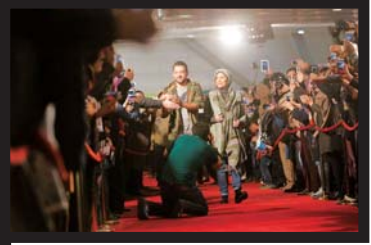


سهراب هادی منتقد

● سینما به عنوان مدیومی برنده و تأثیرگذار، در طول دهه‌ها با تکیه بر عنصر دیدن، جریانات بدیعی را خلق و جماعتی را با خود همراه کرده است. سینما به‌منزله جنبشی هنری و اجتماعی در بطن خود، امکانات و قابلیت‌هایی را حمل می‌کند که بر هر پیکره‌ای سوار شود می‌تواند بر سکون آن پیکره غلبه کرده و حرکتی نوین و خاونشی متفاوت را از آن پیکره در اذهان پدید آورد.

اینجاست که نقش معرفی و خلق ایده و خلق جریان‌های فکری و هنری که از طریق مدیوم سینما روایت می‌شود، به غایت تعیین‌کننده و مهم جلوه می‌کند. سینما در ذات خود، عاری از عنصر تبلیغات است اما به‌دلیل همان ذات غنی و تأثیرگذار خود بر ذهن مخاطب، نقش به‌شدت مهمی را در صنعت تبلیغات ایفا می‌کند و چه بسا دستمایه جریان‌های فکری و سیاسی خاصی در طول سالیان شده و به‌عنوان بستری تبلیغاتی برای نفوذ یک جریان در اذهان استفاده شده است.

حال که صنعت مد در ایران نویاست و به تبلیغات صحیح و ابزار کارآمد برای معرفی و ارائه نیاز دارد و شناخت کافی و وافی درباره این صنعت ارائه نشده است، چه اشکالی دارد که صنعت سینما با آن قدمت و عظمت و گویزه جان‌مایه معرفی صنعتی لوکس و کاملا مرتبط با زندگی روزمره مردمی باشد که شناختی از این دنیای رازآلود و نوظهور ندارند و درعین‌حال با تمام جزئیات این صنعت در طول زندگی روزمره مرتبط و به ذات این صنعت آلوده‌اند. چه بخواهیم و چه نخواهیم، امسروز، به‌ویژه اکنون که انقلاب مصرف‌زدگی و لاکچری‌گرایی در قشر جوان فریاد می‌زند، مد جوانان علاقه‌مند به هنر و زینت را با خود همراه کرده است. مد در تاروپود زندگی ایرانیان حضور دارد. زمانی که سینما نبود، مد در جریان‌های اجتماعی مردم ایران حضور داشت و پارچه‌بافی‌ها و زری‌دوزی‌ها و سوزن‌دوزی‌های زنان سیستانی شهره آفاق بود. از سالیان خیلی دور، از مد اقوام ایرانی گرفته تا مدرنیته دهه اخیر همگی جانی از مد گرفته و از این هنر-صنعت اقتباس کرده است. سینما بعدها آمد اما با جادای خود، جامع را تسخیر کرد و با ابزار دوربین و بازی‌های فریبده بصری، هستی را به تسخیر خود درآورد. سینما نبود، اما مد در جریان بود. حال که به‌دلیل شرایط اجتماعی، سیاسی و دینی مد برای دهه‌ها از اولویت‌های اجتماعی خارج و به حاشیه رانده شد، سینما قد کشید و رشد کرد و بالنده شد. سینمای ایران جوانی برومند و تنومند و تأثیرگذار است و در تلاش برای تعالی، سعی و خطا



می‌کند و پیش می‌رود. مد به موازات سینما، رشد نکرد و قد نکشید. مد همواره محدود شده و امکان قدکشیدن و تومندشدن ریشه‌هایش سلب شده است.

هرچند اکنون مد برای بالندگی و شکوه به ابزاری تنومند برای عرضه و معرفی نیاز دارد، اما هنر-صنعت مد، مجهز به دو بال گسترده هنر و صنعت است و به اندازه کافی عناصر بصری و جزئیات باشکوه برای بال‌کشودن و به پرواز درآمدن و به تسخیر درآوردن سینما را دارد و می‌تواند با مؤلفه‌های به‌غایت جزئی و درعین‌حال کهن و باشکوه خود، صنعت سینما را در شمت بگیرد و خود، سینما باشد. آنجا که مد قداست هنر و عشق را روایت می‌کند، سینما فقط نظاره‌گر بوده است. من در سال‌های اخیر جوانان عاشقی را دیده‌ام که با زحمت و تلاشی فراوان و نستوه، برای سال‌ها و سال‌ها تکاپو کرده‌اند و حرفشان این است که می‌خواهند در عرصه مد فعالیت کنند و تن به کار دیگری جز همین حرفه نمی‌دهند. همه سختی‌ها و رنج‌ها را به جان خریداده‌اند اما عشقشان را ترک نکرده‌اند و وفادارانه در شغل خود مانده‌اند و سعی و خطا کرده و هزینه‌ها کرده‌اند. من از این جوانان می‌آموزم که مد خود یک مدیوم است و نیازمند مدیوم دیگری نظیر سینما نیست؛ بلکه معرفی سینما فقط می‌تواند بستری باشد برای معرفی صحیح و بجا از هنر-صنعتی‌دیرین و کهن که از سوزن‌دوزی‌های زنان این سرزمین روی زربافت‌های دست‌بافت ایرانی جان گرفته و در هزارتوی تاریخ، از هویت و هنر، یک کام دور شده و از اصالت رنگ نباخته است.