

دگردیسی عکاسی مد در جامعه ایرانی

جواد سلیمی^۱، زهرا رشید^{۲*}

چکیده

روند جهانی عکاسی مد برای تبلیغ مد اسلامی، جریان نوظهور عکاسی مد مادستی^۳ را برگزیده است؛ جریانی که زادگاهش در خارج از مرزهای کشورهای مسلمان بوده، اما برای آشتی میان مد و عکاسی با عقاید مذهبی در سرزمین‌های اسلامی اهمیت وافری یافته است.

در این پژوهش، به بررسی آثار خلق شده در حوزه عکاسی مد پوشاک اسلامی در نشریات (چاپی و آنلاین) ایرانی و مقایسه آن‌ها با آثار تولیدشده در جهان- در حوزه عکاسی مد مادستی- پرداخته شده است و سپس برای درک ویژگی‌ها و تمایزهای میان این دو، بر مبنای پیشینه فرهنگی و مذهبی و تاریخی، از منابع مکتوب استفاده شده است.

و در آخر، بررسی تصاویر مد اسلامی نشان می‌دهد که بر مبنای تقابل دائمی تابوهای فرهنگی- مذهبی و نیازهای روانی جامعه، نوع متفاوتی از عکاسی مد در ایران پدید آمده است. این دگردیسی عکاسی مد در ایران، حاصل محدودیت‌های تصویری زن از یک سو و ناشناخته ماندن عکاسی مد مادستی- به منزله گرایش متناسب با فرهنگ جامعه مسلمان- از سوی دیگر است.

کلیدواژگان

تابوهای فرهنگی و مذهبی، حجاب، عکاسی ایران، عکاسی مد، مد مادستی.

۱. دانشیار دانشگاه هنر تهران

۲. کارشناسی ارشد عکاسی دانشگاه هنر تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۸/۲۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۰/۲۴

3. modesty fashion photography

مقدمه

رهایی مد و عکاسی مد از قید پوشاک مارک‌دار و صنعت مد در دهه ۱۹۶۰ تحقق یافت. این آزادی به شکل‌گیری جریان «مد جهانی» منجر شد و به دنبال آن عکاسی مد در هر نقطه از جهان براساس مد جهانی به تصویرگری نوع دگرذیسی‌یافته مد متناسب با فرهنگ و مذهب و عرف پرداخت.

بیش از یک دهه است که مد مادستی از اهمیت و رشد بسزایی برخوردار شده است. مد مادستی خود نوع دگرذیسی‌یافته مد است که بر مبنای مد جهانی با فرهنگ مسلمانان هماهنگ شد. عکاسی مد مادستی نیز برای تبلیغ این نوع پوشاک با همه تابوها و موازین اسلامی هماهنگ شده است. بررسی تصاویر مد ایران (برای تبلیغ پوشاک اسلامی) نشان می‌دهد که عکاسی مد ایران نه بر مبنای عکاسی مد مادستی، که بر مبنای همه تابوهای مذهبی، فرهنگی، و ممنوعیت‌های نظارتی شکل گرفته است. تغییر و تطبیق اصول عکاسی مد ایران براساس عکاسی مد مادستی می‌تواند به بهبود آثار عکاسی مد ایران، هم از نظر زیبایی‌شناسانه و هم از نظر آزادی عمل و انتشار تصاویر مد در ایران اسلامی، منجر شود.

این پژوهش بر مبنای بررسی تصاویر مد ایران انتشاریافته در دو حوزه عکاسی مجلات و عکاسی جلد صورت گرفته است. برای مجلات مخصوص پوشاک به بررسی نمونه تصاویری از نشریات مسدودشده و نشریات در حال انتشار پس از انقلاب اسلامی پرداخته شده است.^۱ در حوزه عکاسی جلد نیز، به بررسی نمونه‌های دهه اخیر پرداخته شده است. به‌رغم اینکه در هر نشریه (به‌خصوص کوک) فقط تعداد معدودی از تصاویر را خود نشریه تهیه می‌کند و سایر صفحات با فیلترکردن بدن برهنه تصاویر مد خارجی پر شده‌اند، در همین تصاویر محدود به‌ندرت می‌توان تصاویر فاقد حس اروتیک یافت. بلکه در بیشتر این تصاویر از مدل لباس تا رُست مدل القاگر حس اروتیک است.

بیان مسئله

هرچند ایران، همچون سایر کشورهای در حال توسعه، فاقد «صنعت مد» است، به دلیل شرایط خاصش بسیار نیازمند عکاسی مد است. کشور ما به دلیل قالب پوششی^۲ اعمال‌شده بر پوشاک

۱. نشریاتی چون مجله پوشاک که به استناد مجلدات موجود در مرکز اسناد کتابخانه ملی تنها بین آذر ۱۳۸۴ تا اردیبهشت ۱۳۸۵ شانزده شماره از آن انتشار یافت و بعد جواز انتشار لغو شد (و همچنین نشریه/وتوس ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۳ که پس از پنج شماره یا فصلنامه طاووس که فقط پس از شش شماره بین ۱۳۷۸ تا ۱۳۷۹ انتشارشان متوقف شد). در این پژوهش، به بررسی تصاویر نشریه پوشاک از میان مسدودشده‌ها و دو نشریه کوک و موگه از نشریات در حال انتشار پرداخته شده است.

۲. نوع پوشش خاصی که برای زنان ایران تدبیر شده است؛ شامل مانتو، شلوار، و روسری.

بانوانش، هم‌پای کشورهای توسعه‌یافته، به استفاده صحیح از عکاسی مد به‌منزله ابزاری تبلیغاتی برای ترویج حجاب نیازمند است. اما عکاسی مد در ایران اسلامی دگردیسی متفاوتی یافته است که بررسی دلایل این دگردیسی و اصلاح آن می‌تواند به خلق تصاویر مد متناسب با فرهنگ و پوشش اسلامی منجر شود.

پیشینه

رساله اعظم کرد تنها پژوهشی است که به بررسی تحلیلی عکاسی مد ایران پرداخته است. پژوهش ایشان شامل مصاحبه‌هایی با عکاسان مد قبل و بعد از انقلاب اسلامی است. رویکرد این پژوهش کاملاً تاریخی است و در آن به نقد و بررسی تصاویر مد ایران پرداخته نشده است.

اهداف کلی و تفصیلی

هدف این پژوهش ارائه راهکارهایی مناسب برای بهبود و هماهنگی عکاسی مد ایران با روند جهانی است؛ با دو رویکرد هم‌زمان: ۱. استفاده از جریان عکاسی مد مسلمانان برای شناساندن نحوه عملکرد این شاخه از عکاسی در جهان و استفاده از آن در تحلیل عکاسی مد امروز ایران و ۲. بررسی علل این ناهماهنگی و دگردیسی ناخودآگاه عکاسی مد در ایران.

روش تحقیق

روش این پژوهش کتابخانه‌ای (توصیفی-تحلیلی) است. به این صورت که ابتدا به بررسی دگردیسی عکاسی مد در جامعه ایران می‌پردازد، سپس براساس آن ریشه‌های فرهنگی و مذهبی این نوع را در گذشته بررسی می‌کند (با وجود روش کمی پژوهش، از داده‌های کیفی، همچون تصاویر، به صورت گسترده استفاده شده است).

درآمدی بر مد

مد و عکاسی مد سال‌هاست که به یکدیگر پیوند خورده‌اند و سرشت بی‌ثبات مد بر عکاسی مد نیز تأثیر گذاشته است. به‌رغم اندیشه‌های جزمی درباره سبک‌سر بودن آن، مد پدیده خاصی است که حاوی دلالت‌های سیاسی، فرهنگی، هنری، روان‌شناسی، اجتماعی، و... زیادی است و همان‌طور که والتر بنیامین^۱ بیان کرده بود، نمی‌توان جنبه زیبایی‌شناسانه موجود در مد را نیز انکار کرد [۱۶، ص ۶۲].

۱. فیلسوف، مترجم، نویسنده، و زیبایی‌شناس آلمانی که یکی از منتقدان فرهنگی، دانشمندان ادبی، و ژورنالیست‌های اجتماعی نیمه اول قرن بیستم آلمان بود.

سهل‌انگارانه خواهد بود اگر با شنیدن واژه «مد» فقط به صنعت مد یا سلیقه مردم در زمینه پوشاک بیندیشیم. مد در همه زندگی بشر امروز جاری است؛ نوع پوشش، اتومبیل، رنگ، لوازم منزل، دکوراسیون، معماری، تلفن همراه، و حتی نحوه «روابط اجتماعی»، گفتار، معاشرت‌ها، و... همه و همه در محدوده مد قرار می‌گیرند.

«مد تا حد زیادی از تمایل طبقات ممتاز به مشخص کردن خود ناشی شده است؛ می‌خواهند به هر قیمتی خود را از توده‌هایی که به دنبالشان می‌روند متمایز سازند» [ص ۳۱۳] و هدف همه مردم تبعیت از این مد و حفظ شباهت با طبقات (جوامع) ممتاز است. تعریف لغت‌نامه‌ای در باب مد نمی‌تواند به‌درستی مفهوم مد را انتقال دهد: لغتی فرانسوی به معنی «روش و طریقه»ی موقت که طبق ذوق و سلیقه اهل زمان، طرز زندگی، لباس پوشیدن، و... را تنظیم می‌کند [ج ۴، ص ۱۳] که این تعریف از مد، به‌خصوص درباره کشورهای جهان سومی چون ایران، چندان صحیح نیست. درحقیقت، این حد از استفاده به‌روز تولیدات صنعت مد در کشورهای در حال توسعه، بیش از آنکه بر پایه علاقه ذاتی هر انسانی به تنوع باشد، به مسائل فرهنگی و روان‌شناسی اجتماعی وابسته می‌شود.

«مد» را می‌توان در دو ساحت متفاوت بررسی کرد: ۱. «مد» به‌مثابه «سلیقه مردمی» و ۲. «مد» به‌مثابه «صنعتی تحمیلگر و سلطه‌جو»؛ عکاسی مد با هر دو ساحت مرتبط است.^۱ صنعت مد درباره سلیقه مردم پرسشی نمی‌کند و این اصلی‌ترین تفاوت صنعت مد با مد است؛ چنان‌که در قرن نوزدهم میلادی چارلز فردریک ورث^۲ با دوختن برچسب نام خود به لباس‌هایی که طراحی می‌کرد زمینه‌ساز شروع طراحی مد شد و برای اولین بار توانست به مشتریانش «دیکته کند» که چه بپوشند [ص ۲۴، ص ۴۰].

مهم این‌که صنعت مد و صنعت پوشاک تفاوت بسیار دارد و لزوماً کشوری که صنعت پوشاک در آن وجود داشته و دارد نیز نمی‌تواند خود را دارای «صنعت مد» بنامد. شاید «مرزهای صنعت پوشاک و صنعت مد در دهه ۱۹۷۰ کمرنگ شده» باشد [ص ۲۵، ص ۴]، این اتفاق در کشورهای صاحب صنعت مد رخ داد. «صنعت پوشاک در این کشورها کنترل‌کننده سلیقه مردم است» [ص ۱۶، ص ۵۹].

مد پس از ۱۹۶۰ تحولی اساسی را در پیش گرفت و آن بیرون‌آمدن از سلطه برند (مارک)‌هاست. در این دوران، مد تمایل شدیدی به اثبات جدایی خود از لباس‌های مارک‌دار

۱. مهم این‌که بدون توجه به زیرساخت سیاسی مد، که آن نیز در هر دو-سلیقه و صنعت- قابل بررسی است، فقط از منظر اجتماعی موضوع مد بررسی شده است.

۲. Charles Frederick Worth ۱۳ اکتبر ۱۸۲۵ - ۱۰ مارس ۱۸۹۵ طراح لباس سرشناس انگلیسی بود که در نیمه دوم قرن نوزدهم صنعت مد پاریس را در دست داشت. به همین دلیل، به او لقب احترام‌آمیز «پدر طراحی سطح عالی لباس زنانه» را داده‌اند.

داشت تا بتواند ارزش‌های دموکراتیک لباس‌های حاضری را به نمایش بگذارد و به دنبال این تغییر ماهیت، مد به همراه رسانه‌های جمعی^۱ به عکاسی مد نیز انتقال یافت و در دهه ۱۹۷۰ به گسست عکاسی مد از سنت‌هایی منجر شد که آن را به‌منزله بخش خاصی از تجارت تبلیغات باز می‌شناخت [۱۴، ص ۱۳-۱۴]. «همچنان که در ابتدای پست‌مدرنیسم بحث‌هایی بر سر تمایز بین هنر و روزمرگی شکل گرفت و از دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ به بعد به مرور اهمیت خود را از دست داد» [۱۱، ص ۱]، در دنیای مد هم حرکت به سوی سلیقه مردمی، جدایی عکاسی مد از صنعت مد را در پیش گرفت.

کشوری همچون ایران فاقد صنعت مد است؛ هرچند که بتواند در آینده صنعت پوشاکش را رشد دهد.^۲ می‌توان آنچه را که در ایران «مد» شناخته شده است از دو منظر بررسی کرد: ۱. با توجه به علاقه مردم به تجدد و تحت فرمان صنعت مد جهانی و ۲. براساس «قالب پوشاک»^۳ خاص حاکم بر این مرز بوم. مورد اخیر بر مبنای «مد جهانی»^۴ توجیه‌پذیر است. بدین معنا که مد پس از انتشار از مراکز تولید مد در سایر نقاط جهان کپی‌برداری می‌شود و این تقلید بر مبنای قیمت ارزان‌تر، سلیقه قومی، و مسائل مذهبی (همچون کشورهای اسلامی یا اقلیت مسلمان کشورهای غیراسلامی) در مراکز تولید داخلی این سرزمین‌ها به صورت خرده‌صنایع تحت سیطره سلیقه ترویج می‌یابد و از سوی مراکز اصلی صنعت مد به حیات خود ادامه می‌دهد [۲۵، ص ۲۰۱۰] و این همان رویکرد مد در ایران است.

در ایران، علاقه مردم به تجدد^۵ نخستین دلیل استفاده از مد در دسترس قرار گرفته از طریق کشورهای دارای صنعت مد است. مد در زمان قاجار وارد ایران شد و مردم در آن دوره نه تنها به کپی‌برداری از لباس، که به تقلید از کل شکل ظاهری و رفتار و سلوک غربی‌هایی که به ایران می‌آمدند می‌پرداختند [۵، ص ۳۸]. شاید اولین کسی که با نوع پوشش و ظاهر «مد روز»^۶ اش عزم

۱. تصاویر مدل‌های معروف در کنار تصاویر خوانندگان موسیقی پاپ روی جلد مجلات که می‌توانست به همذات‌پنداری جمعی برسد.

۲. آن هم به دلیل فقدان ویژگی‌های که هر صنعتی برای حیاتش به آن نیازمند است؛ یعنی درآمدزایی کلان، تولید انبوه، صادرات، و وجود و رشد صنایع وابسته.

۳. منظور نوع پوششی است که براساس عرف مذهبی حاکم بر جامعه از طرف مسئولان و نهادهای مربوطه برای زنان نظارت و تدوین می‌شود؛ مثلاً، «مانتو» نوع خاصی از پوشش است که به‌منزله «قابلی برای پوشاک بانوان» ایرانی در داخل کشور تولید و عرضه می‌شود و نیاز تبلیغاتی آن از طریق ماهواره و سایت‌های کشورهای صنعتی مد برآورده نمی‌شود.

4. world fashion

۵. modernity: معمولاً در زبان انگلیسی، از واژه مدرنیته برای بیان یک دوره خاص زمانی استفاده می‌کنند. مدرنیته عصری است که در غرب از انقلاب صنعتی شروع می‌شود و در آخر سده بیستم به پایان می‌رسد. درواقع، مدرنیته صورت نوعی جامعه متجدد است که مبتنی بر عقلانیت معطوف به هدف، مصلحت‌اندیشی، و فایده‌گرایی باشد.

جزم متجدد شدن داشت دختر ناصرالدین شاه قاجار^۱ بود. او راهی را رفت که سال‌ها بعد رضاخان به قصد گام‌نهادن در مسیر مدرنیته سعی در پیمودنش داشت [۱۷، ص ۱۰۰-۱۰۳] و امروز هم بسیاری از مردم ایران، با تکیه بر همه آنچه می‌توان در محدوده مد قلمداد کرد و لباس فقط یکی از نمودهای آن است. بر آن همت گمارده‌اند.

عکاسی مد، گرایشی مهجور از عکاسی در ایران است که رنج سی سال فراموشی را به دوش می‌کشد؛ فراموشی‌ای که نه برخاسته از ماهیت عکاسانه آن و نه بازتابی از واکنش‌های دولت اسلامی به واژه مد موجود در نام آن است، بلکه فقط ناشی از نگاه تک‌بعدی عکاسان ایران به عکاسی مد است.

بهترین شیوه برای ثبت، تعریف، و ارائه مد به فرهنگ جهانی مد، عکاسی بود و این‌چنین بود که مد به مثابه عکاسی پدید آمد [۲۳، ص ۱]. اما عکاسی مد سالیان مدیدی است که خود را از اسارت «عکاسی در خدمت صنعت مد» رهانیده و به حوزه هنر نزدیک شده [۱۹، ص ۳۱] و به این صورت به ژانر مستقلی از عکاسی مبدل شد.^۲ بنابراین، با وجود آنکه به غلط تصور می‌شود رشد نکردن عکاسی مد در ایران به دلیل فقدان صنعت مد پیشرفته است، تنها دلیل بازماندن از دنیای عکاسی مد ناآشنایی و پویایی کافی در این ژانر است. به طوری که آگاهی عکاسان از نحوه عملکرد و گرایش‌های متفاوت عکاسی مد، قبل از ممنوعیت نمایش آزاد زن (در دهه ۱۳۵۰ ایران) نیز چندان صحیح نبوده است و اکنون نیز عکاسی مد را رها کرده‌اند، زیرا پس از انقلاب اسلامی ممنوعیت‌هایی در نمایش زن اعمال شد که این تاریخ را به مثابه پایان عکاسی مد تبلیغاتی قلمداد کرده‌اند [۱۷، ص ۴۷].

عکاسی مد عفاف

ما در ایران، همچون مردم بسیاری از دیگر کشورهای اسلامی، با اقتضائات مذهبی و فرهنگی اسلام سازگار شده‌ایم و در رفتار و گفتار و نحوه پوششمان تابوهای حاکم بر زندگی اجتماعی آن را پذیرفته‌ایم. اما همان بایدها و نبایدهای تصویرکردن زن مسلمان، که عکاسان ایرانی را در ایران محدود و مأیوس کرده است، در برخی دیگر از کشورها چون ترکیه، استرالیا، بریتانیا، و ایالات متحده شاخه‌ای از عکاسی مد را پدید آورده است. تصویرکردن زنان مسلمان به صورت پوشیده و فاقد حسی خاص در قالب «عکاسی مد عفاف»^۳، به منظور تبلیغ پوشش مخصوص

۱. تاج السلطنه

۲. این جریان همگام با استقلال مد از سلطه برندها شکل گرفت.

۳. modesty fashion photography یا عکاسی «مد عفاف»؛ در بسیاری از کشورهای غربی، طرح‌ها و مدل‌های مخصوص زنان مسلمان را در مجلات مخصوص به چاپ می‌رسانند؛ همچون مجله ALA ترکیه که از June 2011 از سوی ووگ به انتشار می‌رسد. برخلاف عکاسی مد ایران، که در بیشتر تصاویر حس اروتیک تزریق شده است، در بیشتر تصاویر مادستی فشن در جهان هیچ‌گونه حس اروتیکی اضافه نمی‌شود.

بانوان مسلمان در کشورهای غیرمسلمان استفاده می‌شود و به‌تازگی در سرزمین‌های اسلامی هم رواج یافته است. این تصاویر منطبق بر همهٔ تابوهای حاکم بر زندگی جامعهٔ مسلمانانی است که مخاطب عکس‌های مد مادستی هستند.

مجلهٔ معروفی چون *ووگ*، شروع به انتشار مجلهٔ مخصوص عکاسی مد عفاف در ترکیه کرده است (شکل ۱). عکاسان مد برای این‌گونه مجلات عکس‌هایی از پوشش اسلامی و با حفظ «عفاف»^۱ مدل تهیه کرده‌اند. عکس‌های این مجلات نیز، همچون سایر مجلات مد، زیبایی دارند و با همان ذوق و سلیقه تهیه می‌شوند و تنها تفاوت آن‌ها حفظ حجاب و عفاف (حذف ویژگی اروتیک) است.

حذف یا فقدان عکاسی مد مادستی در تصاویر تبلیغاتی ایران

از آنجا که عکاسی مد تبلیغاتی در ایران باید از هرگونه نمایش اروتیکی^۲ خالی باشد، این تصور اشتباه را ایجاد کرده است که این نوع عکاسی امکان رشد ندارد و به‌طورکلی نمی‌تواند وجود داشته باشد. حال آنکه جریان «عکاسی مد عفاف» در عکاسی مد کشورهای اسلامی و غیراسلامی با زیبایی‌شناسی خاص خود رشد کرده است و برای تبلیغ پوشاک مسلمانان استفاده می‌شود.

اشتباه دوم اینکه برخی از عکاسانی که در ایران به عکاسی مد می‌پردازند گمان می‌برند باید برای جذاب کردن تصاویر مد خود به هر طریقی، ولو مخفیانه، حس اروتیک را به مدل‌های پوشیده‌شده در لباس اسلامی تحمیل کنند. این تصاویر اغلب جلوه‌ای متصنع و بی‌روح از مدل‌ها را ارائه می‌دهند که نه در نمایش حس اروتیک موفق‌اند و نه در نمایش لباس اسلامی بر تن مدل. این شیوه نوعی دگردیسی در عکاس مد ایران است؛ رویکردی که خود در منع مکرر انتشار تصاویر مد سهم بسزایی داشته است.

اگر به مجلات-مستقیم در کار- تبلیغ پوشاک سراسر جهان نظری اجمالی بیندازیم، تفاوت «عکاسی از مد» را با سایر انواع «عکاسی مد» درک خواهیم کرد. این نوع عکاسی تبلیغاتی برای مجلات در همه جای جهان بسیار متعادل‌تر از سایر انواع عکاسی مد عمل می‌کند. از بسیاری جهات، تصویرآفرینی^۳ برای مجلات دامنهٔ محدودتری دارد و نسبتاً در مقایسه با عکاسی مد در مجلات مد مستقل و تصاویر مد، استایل^۴ ساده‌تری دارند. حتی بیشتر تصاویر مد منتشرشده در

۱. «عفاف» در اینجا به معنی استفاده نکردن ابروی زن و حالت‌های اروتیک در مدل است.

۲. Erotic واژه‌ای برگرفته از نام اروس الههٔ عشق یونان باستان. نمایش حالات جنسی و شهوانی را اروتیک گویند و eroticism تحریک احساسات جنسی به وسیلهٔ تخیل یا با وسایل هنری؛ تحریکات جنسی، تمایلات جنسی.

3. iconography

4. style fashion shots

نشریه ووگ هم به تصاویر استودیویی سرراست و دقیقی تمایل دارند که مدها را در یک اسلوب غیرقابل انعطاف و صریح بازنمایی می‌کنند [۲۲، ص ۲۴].

منظور از این صراحت، درواقع تمرکز بیشترین توجه به نمایش پوشاک است نه به مدل؛ پس چنان‌که در شکل ۲ مشاهده می‌کنید، فقط لباس این مانکن‌ها با پوشش اسلامی مغایرت دارد و در صورت پوشیده‌شدن، دیگر این تصاویر برای مجلات اسلامی مشکلی نخواهند داشت و حتی در مقایسه با تصاویر مجلات مد ایران از حرکات محدودتر و ساده‌تری استفاده کرده‌اند؛^۱ به این دلیل که در عکاسی از مد لباس، مدل‌ها فاقد خودنمایی یا حس اروتیک‌اند و حرکت و چرخش آن‌ها فقط برای نمایش بهتر لباس است نه برای نمایش اندامشان؛ پس این تصاویر در صورت حفظ حجاب- مشکلی ندارند.



شکل ۱. مجله آلا



شکل ۲. مجلات تبلیغ پوشاک



شکل ۳.
نشریه پوشاک
ایران
(مسدودشده)



شکل ۴. عکاسی مد عفاف (منبع:
fashion4arab.com)

۱. همان‌طور که متن مقاله اشاره شد، نشریاتی که مستقیم در کار پوشاک‌اند همواره تصاویر رام‌تر و بسته‌تری ارائه می‌دهند؛ حتی اگر چاشنی گلامور را در آن چکانده باشند.

شاید بتوان از مقایسه این تصاویر با تصاویر عکاسی مد ایران^۱ به نتیجه جالبی دست یافت، مبنی بر اینکه در ایران، ضعف عکاسی مد با محدودیت توجه می‌شود.^۲ چنانچه تصاویر مد ایران (شکل ۳) را با عکس‌های مد عفاف در مجلات امریکایی و اروپایی و حتی عربی مقایسه کنیم، مشکل عکاسی مد در ایران را بیشتر و عمیق‌تر درک خواهیم کرد. همان‌طور که در شکل ۴ عکسی از یک مجله آنلاین عربی را می‌بینیم که لباسی به‌مراتب پوشیده‌تر از مدل‌های ایرانی به تن دارد؛ باین‌حال، از نظر زیبایی درعین‌حال ساده «فیگور» و نمایش زن، قرینی برای نحوه نمایش مدل زن در شکل ۲ است و حجاب مانعی بر آن نبوده است. حتی می‌توان گفت مدل‌های زن در نمونه‌های ایرانی، از نظر نمایش کمی آزادتر از مدل‌های خارجی هستند؛ باین‌حال، عکس‌های عکاسان ایرانی از نظر آرایش فیگور و در قیاس با سبک (غیرمدون) عکاسی مد تبلیغاتی بین‌المللی بسیار ضعیف‌تر به نظر می‌رسد.

یکی از دلایل ضعف تصاویر مد ایران این است که چون مانند سایر کشورهای جهان، عکاسی مد در همه ابعاد وجودی‌اش میسر نیست، عکاس مد ایرانی دست به ابتکار عمل می‌زند و اروتیک را نهفته در لایه‌لایه‌های حجاب نمایش می‌دهد. از طرفی، این رویکرد پنهان اروتیکی خود به بی‌ثباتی بیشتر شرایط عکاسی مد ایران منجر شده است؛ به این صورت که این تصاویر هر از چند گاهی با مخالفت سازمان‌های ناظر مواجه می‌شود و دید این نهادها را به عکاسی مد منفی‌تر از پیش می‌کند. گرچه این روند خود به نگرش بد مسئولان به عکاسی مد منجر شده است، در هر صورت این روند پنهان کارانه اروتیکی بازتابی از جریان اجتماعی معاصر عکاسان است.

چرا اروتیک؟

اگر اروتیسم بر مبنای همه ریشه‌های روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه‌اش جزء جدایی‌ناپذیر هر جامعه‌ای به حساب آورده شود، می‌توان گفت در هر نقطه از جهان، نمایش اروتیکی حد و مرزهای از پیش تعیین شده‌ای دارد و البته در هر جامعه‌ای متفاوت است. این حد و مرزها را نمی‌توان به‌سادگی مشخص کرد. آن‌ها گاهی چنان به حوزه تابوها پیوند می‌خورند که به قول فروید «این تابوها تنها برای مردم خود این سرزمین‌ها کاملاً قابل درک است» [۱۰، ص ۴۵] و برای دیگران درک‌ناپذیر و دور از تصور است. با وجود این تفاوت‌ها، بی‌گمان نمی‌توان اروتیسم را در هیچ جامعه‌ای نابود کرد یا گفت «مردی که از یک کاتالوگ لباس زیر لذت می‌برد انسان

۱. تارنمای انجمن عکاسان صنعتی و تبلیغاتی ایران

۲. این عکس‌ها به‌منزله آرشیو عکس لباس‌های ایرانی-اسلامی تهیه شده‌اند و بر سایت بدون فیلتر انجمن عکاسان صنعتی می‌توان آن‌ها را رؤیت کرد. بنابراین، این نوع عکاسی که برای ترویج پوشاک تأییدشده مسئولان دولتی است می‌تواند مورد استفاده عکاسان قرار گیرد.

منحرفی است» [۷، ص ۲۱]. به همان میزان که نمی‌توان اروتیک در کل روابط دو جنس را انکار نمود، اما حد و حدود ابراز آن در هر جامعه‌ای تحت تأثیر تابوهای متعدد متفاوت است.

تناقضات نمایش زن

زن «ایرانی» تحت شرایط حاکم بر زندگی‌اش تناقض‌های رفتاری زیادی را بروز می‌دهد یا به زور متحمل می‌شود. این تناقض‌ها بر کل هنر و به‌خصوص عکاسی مد در ارتباط با وی مشاهده می‌شود. «سبک بسیار خاص عکاسی مد» در ایران نیز ناشی از همین رشد زیرزمینی اروتیسم و رفتارهای اروتیکی است. چنان‌که بر پایه جریان انکارناپذیر اروتیسم در هر جامعه‌ای، زنان خود را نیازمند ارتباطی هرچند محدود و منفصل با جنس مخالف خود می‌بینند و متناسب با همین ارتباطات خود را ناچار به عرضه با شیوه‌ای اروتیکی می‌دانند.

اما همین «زن ایرانی» در برابر دوربین و ثبت‌شدن در عکس، عملکرد محدود و تحت نیروهای وارده را خودخواسته متحمل می‌شود که بخشی مرتبط به تابوهای حاکم بر زندگی جامعه زنان ایران است و از آنجایی که تابوها معمولاً تبعیت بی‌چون و چرایی را به دنبال دارند، اغلب دلیل این مخالفت با سوژه واقع‌شدن خود را نمی‌دانند. شاید نگرانی ایشان بر مبنای این مسئله است که «عکس‌ها فی‌نفسه گفته‌هایی ناقص و گسسته‌اند. صفحه‌آرایی، شرح عکس، متن، مکان، و شیوه عرضه به معنا جهت می‌دهد» [۸، ص ۱۵] و شاید بر مبنای تابوی تصویر زن در ایران، که قدمتی بیش از تندیس الهه آناهیتا دارد، وی اگر از سوژه واقع‌شدن خود آگاه شود، با دل‌نگرانی به عکاس نگاه به همین صورت (نه‌چندان هنجار) چهره این زنان در خیابان‌ها رؤیت می‌شود (شکل ۵). اما تصاویر ایشان به‌منزله تصاویر مد معنای متفاوتی می‌یابد و حتی می‌تواند خطرناک محسوب شود؛ شاید به این دلیل که در آخر این سؤال مهم به ذهن می‌رسد که چگونه این عکس‌ها- الگوهای وانموده- بر واقعیت اجتماعی، که دربرگیرنده خودانگاره‌هایی از زنان، مردان، و نوجوانان (آدم‌های واقعی) است، تأثیر می‌گذارند [۱۳، ص ۲۳] و بر این اساس است که عکس‌های مد دائماً از طرف مسئولان در حال بررسی هستند و نشریات متفاوت در اندک‌زمانی مسدود می‌شوند. روندی که قصد جلوگیری از پیشرفت این خودانگاره‌ها را در میان مردم دارد و از عمومیت‌یافتن و بی‌پروا شدن این نوع نگاه ممانعت می‌ورزد (اما مدیریت آن طبعاً در جامعه به‌سادگی ممانعت از توسعه آن در مجلات مد نیست).

در ایران، به‌عنوان کشوری شرقی با جامعه‌ای سنتی، تناقض‌های این‌چنین درباره عکاسی و نحوه برخورد با اروتیسم وجود دارد. به این ترتیب که اگر پیش از پرداختن به نحوه امروزی مواجهه با مسئله اروتیسم- که تحت سیطره عوامل سیاسی و فرهنگی زندگی ایرانی است- به پیشینه تاریخی نحوه برخورد با آن بپردازیم، نتایج متشابهی را حاصل می‌کند. شاید بیشترین

تنوع و تحول در شرایط زنان در تاریخ ایران رخ داده است^۱ [۷، ص ۲۹] و همین تزلزل‌ها به نامتعادل بودن در شرایط امروزی نگاه به زن و نمایش بدن وی در چگونگی عکاسی مد مؤثر است که در ادامه بررسی خواهد شد.



شکل ۵. عکاسی مد در خیابان (عکاس: نگارنده)



شکل ۶.
سوژه‌هایی که
متوجه حضور
عکاس شده‌اند و
به اشکال متفاوت
مخالفت خودشان
را ابراز کردند.
(عکاس: نگارنده)

نمایش زن بر مبنای موازین مذهبی هر گوشه از جهان شکل ویژه‌ای از محدودیت‌ها را به دنبال خواهد داشت. اما این اعتقادات در کنار عادات فرهنگی و عرف جامعه است که شکل تازه‌تری از نحوه پوشش را برای بانوان به ارمغان می‌آورد. مجموعه‌ای تفکیک‌ناپذیر از مذهب، فرهنگ رشد یافته یا نیافته، و تابوهایی که از زمان نامعلومی نشئت می‌گیرند. این مجموعه به هر شکلی که باشد فقط از نظر دیدگاه‌های جنسیتی توجیه‌پذیرند؛ مثلاً، زن در ایران باستان موجود گرانمایه‌ای بود که هرگز موضوعات اروتیک به وی نسبت داده نمی‌شد، چنان‌که حتی در

۱. وضعیت اجتماعی زنان در ایران در دوره‌های مختلف تاریخی و فرهنگی متفاوت بوده است؛ مثلاً حمله عرب‌ها به ایران موجب پذیرش ارزش‌های عربی-اسلامی در میان ایرانیان شد و سپس حمله مغول‌ها. این تغییرات بر وضعیت زنان ایرانی تأثیرگذار بود.

اسطوره‌ها نیز نسبت‌های نیک به وی داده می‌شد و هرگز مسائل شهوانی به زنان رواداشته نشده است [۱۱، ص ۲۲۷].

و باز هم ایران به‌عنوان کشوری شرقی همواره از تابوهای خاصی برای نمایش زنان پیروی می‌کند. نمایش بدن برهنه زن در ایران قدیم پیش از اسلام نیز مرسوم نبوده است. فقط در عصر اشکانیان و ساسانیان در تجسم الهه آناهیتا و سایر تندیس‌های آیینی^۱ این مسئله رخ داده است. درحالی‌که در نمایش انسان‌های واقعی (مثلاً دختر ارشک) به هیچ عنوان برهنگی یا حالت اروتیک انتقال نیافته است [۹، ص ۱۹۵] (شکل ۷).

شکل ۷. شاهزاده
اشکانی - نمایش
پوشیده زنان در عصر
باستان
(منبع: ضیاء پور
۱۳۴۴)



پس از ورود اسلام، نوع پوشش زنان تغییر کرد. هرچند زنان ایرانی پیش از اسلام نیز لباس‌های پوشیده استفاده می‌کردند، نوع پوشش آن‌ها در حکومت‌های متفاوت همواره متناسب با سلیقه حکام تغییر یافت (تقریباً میزان پوشش زنان در حکومت‌های مختلف از ابتدای اسلام تا دوران قاجار تشدید شد [۶، ص ۱۰۰-۱۷۵]). اما در این دوران، که حجاب برای زن در پوشیده‌ترین شکل ممکن اجبار شده و تا حدودی به اندیشه قالب اجتماع مبدل شده است، شاهد بیشتر و بیشتر شدن نمایش‌های اروتیکی بدن زن در آثار هنری (نقاشی، تندیس، نقش برجسته و تابلوفرش، و...) هستیم.

در کنار همه این تلاش‌ها برای مقابله با منع ایجاد تصویر اروتیک، از سوی دیگر در تارنماهای مخفیانه ایرانی‌ها، به‌ندرت تصاویری از زنان به شیوه بودوار^۲ می‌بینیم که این مسئله هیچ‌گونه ارتباطی با محدودیت‌های اعمال‌شده ندارد، بلکه هر آنچه هست مربوط به همان مسائل فرهنگ ایرانی و آنچه به‌منزله تابوی برهنگی در جامعه سنتی ایران وجود دارد است و

۱. چند تندیس برهنه که به حالت احترام در برابر نیرویی فراتر با دست یکی از سینه‌هایشان را پوشانده و سینه دیگر برهنه تجسم یافته است.

۲. تصاویر نیمه‌برهنه

هیچ چیز، نه دست و پاگیری ممنوعیت‌ها و نه آزادی دوران پهلوی، نتوانسته تغییر اساسی‌ای در آن پدید آورد. به‌طوری‌که روزنامه آیینۀ ایران، در اعتراض به نمایش فیلم‌های اروتیک اروپایی در سینماهای تهران (دوران پهلوی) می‌نویسد:

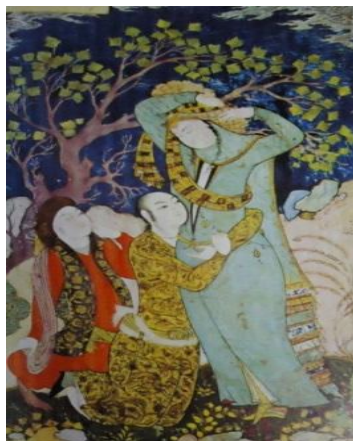
فیلم‌های سینمای ایران، که اکثراً فرانسوی است، طوری آکنده از شهوت و عشق‌بازی است که حتی پیرمردهای هشتادساله را هم تحریک می‌کند؛ تا چه رسد به جوان‌های غرب و دختران معصوم که برای تهذیب اخلاق به سینما آمده‌اند [۱۵، ص ۱۲۸].

گرچه این نوع مخالفت‌ها در ابتدای دوران پهلوی بسیار شدیدتر بود، هرگز خاتمه نیافت و همچنان ادامه دارد. این روند دوگانگی به طرز غریبی در دوران پس از ورود اسلام به صورت اروتیسم نهفته در پوشیدگی شروع به رشد کرد. چنان‌که در نگارگری ایرانی و به‌خصوص در دوران صفویه اروتیسم نسبتاً چشمگیری در پیکره‌هایی پوشیده در جامه تصویر شده است (شکل ۸). شاید این نقطه آغاز نوع خاصی از اروتیسم نهفته در جامعه است که تا به امروز در ایران تداوم یافته و در عکاسی مد ایران چهره نوینش را عرضه کرده است.

احتمالاً منشأ این اروتیسم نهفته در اندام پوشیده همان تابوی بدن برهنه در فرهنگ ایران باشد، اما همواره فشارهای دیگری نیز بر آن اضافه شده است؛ به‌طوری‌که نقاشی‌های بدن نیمه‌برهنه زنان کاخ چهلستون، که در دوران صفویه کشیده شده است، در دوران قاجاریه پوشانده شده‌اند. هرچند به قول ویلم فلور تصاویر بدن برهنه زنان در دوران‌های متفاوت تا پایان دوران قاجار به طرز زنده‌ای تصویر می‌شده است، این تصاویر هرگز در منظر عموم قرار نمی‌گرفته‌اند و در اتاق‌های خصوصی نقاشی می‌شدند و البته فروش تصاویری این‌چنین، در برخی شهرها (رشت) نیز با مخالفت مردم همراه بوده است [۲۰، ص ۸۸-۸۹]. اما درباره اروتیسم نهفته در زیر پوشش پیشینه‌ای قدیمی‌تر وجود دارد.

همه تابوها، ممنوعیت‌های بسیار قدیمی‌ای هستند و درواقع شامل فعالیت‌های مورد علاقه مردم می‌شود که در سایه سنت‌های پدرسالارانه حاکم بر جوامع حفظ شده و انتقال یافته‌اند [۱۰، ص ۶۳]؛ از نقاشی دیواری دیروز تا عکاسی امروز. میل غریزی همواره به شکل نوینی وارد عمل می‌شود تا جانشینی برای آنچه ممنوع شده است پیدا کند و ممنوعیت نیز گریزپایی دائمی میل غریزی را دنبال می‌کند و با تمام قدرت به محدودکردن جانشین‌های تازه‌ای که میل سرکوب‌شده آن را پیدا کرده است می‌پردازد [۱۰، ص ۶۲]. البته لازم است میان تابوهای فرهنگی و سنتی قابل خدشه و هنجارهای دینی قابل دفاع تفاوت قائل شد، گرچه گاه همان سنت‌های حاکم بر نظام فرهنگی، تشخیص میان این دو را مشکل می‌کند و مرزبندی دقیق را ناممکن می‌نماید؛ همچنان‌که ماهیت تابویی برهنگی پیش از اسلام با شئون اسلامی ترکیب شد و این فرهنگ رواج‌یافته در نگارگری ایرانی نیز ادامه یافت [۲۰، ص ۸۴-۸۵]. به‌طوری‌که مینیاتورهایی که حس اروتیک دارند همه با پوشش کامل تصویر شده‌اند. نقاشی‌های مشابه شکل ۸ به‌خوبی نشان‌دهنده این مطلب‌اند.

شکل ۸.
اروتیک در
اندام ملبس
(منبع: پاکباز
۱۳۷۹)



علاوه بر تابوهای مذهبی و تابوهای فرهنگی که گفته شد، نیروی سوومی نیز در سرتاسر جهان بر پوشش و نحوه نمایش بانوان حاکم است که همواره از طرف دولت‌ها اعمال می‌شود و برخلاف تابوها، بدون نیاز به شکستن و بر مبنای شرایط کشور می‌تواند تغییر کند. و این است حکایت تکرارپذیر انتشار تصاویر اروتیکی نشریات در قالب حجاب و مسدودشدن انتشارات این تصاویر همچون مجله پوشاک، طاووس، و سایر نشریات بسته‌شده در حوزه پوشاک بانوان ایران. وجه مشترک همه این سه نیرو این است که ظاهراً همه‌چیز از چشم ذکور رخ می‌دهد؛ چه تابوی مذهبی، چه تابوی فرهنگی، و چه قوانین دولتی همه براساس نگاه مردانه شکل گرفته است. اما صرف‌نظر از همه مباحث فمینیستی- دید پدرسالارانه حاکم بر نحوه نمایش زن و حتی حاکم بر نحوه شکل‌گیری پوشش زنان، از جمله کفش پاشنه‌دار به‌منزله یک فتیش یا بت‌واره^۱ [ص ۲۱، ۷]- می‌توان گفت که مذهب یکسان، لزوماً فهم و برداشت مشابه مذهبی و شکل‌گیری دیدگاه جنسی یکسانی را موجب نمی‌شود. درحقیقت، تابوهای مذهبی تحت‌تأثیر عرف و تابوهای فرهنگی قرار می‌گیرند. همچنان‌که ایران و سوریه هر دو کشورهای مسلمان‌اند، اما دیدگاه عمومی درباره نوع پوشش ایشان کاملاً متفاوت است. لباس زنان ایرانی از عصر باستان نیز همواره بر پایه پوششی مضاعف همچون چادر بنا نهاده شده بود (گرچه در برخی اعصار همچون عهد قاجار این پوشش مضاعف‌تر هم شده بود) [ص ۳۳-۵۵].

۱. «fetish»، که به «بت‌واره» ترجمه شده است، به گفته فروید بت‌واره جانشینی است که ذهن کودک پسر برای مقابله با ترس فقدان فالوس مادر در ذهن خود می‌سازد. کودک این جانشین را به صورت کاملاً ناخودآگاه می‌سازد و در بزرگسالی نیز به این روند ادامه می‌دهد و اشیا یا بخش‌های از بدن را به‌منزله جانشین انتخاب می‌کند.

حذف اروتیک در مادستی فشن

عفاف همان حذف اروتیک و حرکات خودنمایی زن برای تحریک مرد است و ثابت‌ترین بنیان جهانی اروتیک در عکاسی مد حول موضوع بت‌وارگی شکل گرفته است. در عکس‌های مادستی، برای رعایت بایددها و نبایدهای اسلامی پیکره‌ها ساده و آرام ایستاده‌اند، اما عکاس مد، با احتیاط فراوان، چرخش و نرمش خاصی را برای اندام مانکن طراحی می‌کند که از مترسکی شدن فیگورها جلوگیری کند. از طرفی، عکاس مد این حرکات را از نظر ایجادنشدن حس اروتیک به‌خوبی کنترل می‌کند. یک راه‌حل مناسب برای تعدیل کم حرکت بودن مدل‌های مادستی، استفاده از خنده‌ای زیبا اما تاحدودی کودکانه بر لبان مدل است. به‌هرحال، قسمتی از حالت‌های اروتیک مدل‌های غیرمسلمان در چهره و حالت سر و لب‌های مدل رخ می‌دهد و به همین دلیل است که عکاس مادستی از لبخندی ساده و بی‌تکلف برای طراحی حالت مانکن استفاده می‌کند.

اروتیک خاموش در عکاسی مد ایران

اما در ایران، انواع متعدد ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های موجود، به رشد اروتیسم زیرزمینی خاصی در عکاسی مد انجامیده که خود به دگردیسی عکاسی مد ایران منجر شده است و این نوع دگردیسی به نوبه خود می‌تواند نوع خلاقانه‌ای از نمایش اروتیکی به‌شمار آید. در ایران، به دلیل ممنوعیت تصویرکردن بدن زن جز گردی صورت و دست‌ها از مچ دست تا نوک انگشتان^۱ و مبحث «حفظ عفاف»^۲ و نیز به دلیل تفکیک‌ناپذیر بودن اروتیسم از اندیشه یک جامعه، عکاسان مد به اقدام متفاوتی در زمینه اروتیسم مخفیانه دست زده‌اند.

به قول رولان بارت، عکس‌های پورنوگرافی^۳ خالی (و فقط دارای استودیوم) هستند و عکس‌های اروتیک دارای پانکتوم^۴ است و تأثیر قوی‌تری بر ذهن بیننده می‌گذارند. نوع پوشیدگی زن در عکاسی مد ایران با نوع خاصی از حرکات توأم شده است که بیش از عکاسی

۱. نور/ ۲، ۳۰، ۳۱، ۳۳، ۶۰؛ احزاب/ ۳۵، ۵۳، ۵۵، ۵۹.

۲. عفاف با حجاب متفاوت است. گرچه عفاف و حجاب از موازین اسلامی توأمان‌اند، عفاف در تلقی عرفی مردم می‌تواند در جوامع متفاوت با میزان حجاب متفاوت وجود داشته باشد (اولین طرح‌های لباس (مد) مادستی برای زنان مسیحی معتقد طراحی شده‌اند). آنچه در مبحث عکاسی و مد قابل بیان است، حفظ عفاف از منظر حذف رفتارهای اروتیکی است که موجب تحریک مردان می‌شود و این نوع رفتار اروتیکی هم در اندام برهنه و هم در حجاب می‌تواند وجود داشته باشد و این عفاف همان چیزی است که در عکاسی مد مادستی اغلب کشورها، برخلاف ایران، رعایت می‌شود.

۳. pornography: تجسمی بی‌پرده از مسائل جنسی است که صرفاً به منظور ایجاد تحریک جنسی در مخاطب صورت می‌گیرد.

۴. punctum: ضربه، خال، نیش. بارت می‌گوید: «پانکتوم یک عکس حادثه‌ای است که مرا سوراخ می‌کند.»

پورنوگرافی تأثیرگذار است. این حرکات در قالب لباس قوت خویش را از جایی یافته‌اند که «مپیل تورپ»^۱ با عکاسی از بافت لباس زیر در فاصله نزدیک از اندام‌ها گرفته است و آثارش را از مرتبه پورنوگرافی به مرتبه عکس اروتیک جابه‌جا می‌نماید» [۲، ص ۶۹]. تقویت حس اروتیک با پنهان کردن در زیر لباس، بر مبنای عکاسی مد گلامور^۲ صورت می‌گیرد.

تأثیر مضاعف این جریان زمانی رخ می‌دهد که عکاسان مد ایرانی برای پنهان کردن قسمت‌های برهنه از بدن زن (سر یا دست یا گردنش) بدن او را تکه‌تکه می‌کنند و بر قسمت‌های خاصی از بدن تأکید می‌ورزند. این جریان همچنان که لورا مالوی^۳ معتقد است بیشترین تأثیر «بت‌وارگی» را در ذهن مردان باقی می‌گذارد [۱۲، ص ۲۲۲]. با حذف قسمت‌های خاصی از بدن زن، ذهن آغاز به ساخت‌وساز می‌کند و فرم‌های خاصی که تماشاگر (مرد) را به دیدن آنچه در پس توده حجیم لباس است دعوت می‌کند، درحقیقت به نوعی از منظر بت‌وارگی بر اروتیسم تأکید می‌کنند.

استفاده از آرایش شدید صورت و حفظ حالت‌های اروتیکی چهره، مشابه عکاسی‌های گلامور، نیز بخشی از همین بت‌وارگی‌اند. جالب آنکه این تصاویر با چهره‌های آراسته برای تبلیغ لباس اسلامی به کار گرفته می‌شوند و به این دلیل از نظر پنهان می‌مانند، اما این بخش آراسته و تحریک‌کننده از صورت نگاهی جذاب و خیره به تماشاگر و لبنانی رنگین و در حال گشایش و سربندی که همه‌چیز زیر آن پنهان شده است - همچنین زاویه دیدی از پایین بر گردن و زیر جمجمه سوژه - دست در دست هم فقط از طریق تکه‌تکه کردن بدن زنانه، نماهای نزدیک و تأثیر پدیده بت‌وارگی در ذهن مرد حس اروتیکی نسبتاً قوی‌ای را پدید آورده‌اند که از پس حجاب رخ نمایانده است^۴ (شکل ۹).

اما در تصاویر مد ایران مسلم این است که عکاسان مد راه عکاسی مد عفاف را در پیش نگرفته‌اند و این مهم با بررسی تصاویر نشریات بهتر از نمونه‌های پیشین هویدا می‌شود. برخلاف آنکه عکاسی مد در کشورهای غیرمسلمان در مجلات تبلیغ پوشاک مسلمانان راه نمایش زنان به صورتی فاقد حس اروتیک را در پیش گرفته است و این سبک ساده و بی‌پیرایه با زیبای‌شناسی خاص خود را در کنار عکاسی گلامور و سایر انواع عکاسی مد ادامه می‌دهند، عکاسان مد ایران همه ممنوعیت‌های وارده بر کارشان را در زیر لفاف جامه زنان پنهان می‌کنند و رشد می‌دهند. عکاسان ایران به رشد اروتیسم ممنوع می‌پردازند، اما با حرکات و حالات مانکن‌ها در زیر جامه‌ای که کل بدن فرد را پوشانده است. در شکل ۱۰ عکسی از بازیگر فقیدی بر جلد مجله

۱. Robert Mapplethorpe، عکاس امریکایی

۲. glamour: سبکی در عکاسی مد که به صورت تعمّدی به تصویر کردن زن به صورت اروتیک می‌پردازد. هنرمندانه‌ترین تصاویر گلامور آن‌هایی هستند که بیشترین حس اروتیک را به خلاقانه‌ترین صورت انتقال بدهند.

۳. Laura Mulvey (۱۹۴۱) اندیشمند و نظریه‌پرداز سینما و فیلمساز انگلیسی است.

۴. تصاویر از نشریات چاپی، بسته‌های فروشی در بازار، و سایت‌های بدون فیلتر تهیه شده‌اند.

نقش بسته است. لباس این مدل کاملاً پوشیده است تا هیچ حسی از بدن زنانه را عرضه نکند، اما عکاس با استفاده از لایه‌های لباس حس اروتیکی موجود در تصویر را تقویت کرده است. به این ترتیب که با کنار زدن لایه‌ای از لباس و دعوت بیننده به تماشای لایهٔ زیرین او را ترغیب به برداشتن لایهٔ بعدی در ذهنش می‌کند. حرکت دست مدل به گونه‌ای است که این حس لایه‌لایه‌ای را به یک احساس اروتیکی نسبتاً قوی مبدل کند که بر تأثیر چهرهٔ آراسته (تنها نقطهٔ رؤیت‌شدنی از بدن سوژه) اضافه شده است.



برخلاف مدل‌های «عکاسی مد عفاف» که به فراخور سبک عفیف و فاقد اروتیک-نگاهی ساده و لبخندی کودکانه بر لب و حرکاتی بدون اشاره بر اندام خویش دارند (شکل‌های ۱۱ و ۱۴)، مدل‌های ایرانی چهره‌هایی خشک و نگاهی بر اندام خویش دارند (شکل ۱۲) یا با نگاهی جذاب و شیفتهٔ زیبایی ظاهری خودشان به مخاطب می‌نگرند. تصاویری که همواره سوژه‌هایش در پیچ و خم اندام زنانه‌شان هستند و از نوعی حرکات خام و ژست‌های حتی نازیبا برای خلق فضایی نزدیک به عکاسی گلامور استفاده می‌کنند. حتی اگر اندام را آسوده رها کرده‌اند، دست‌ها دقیقاً به نقاط خاصی اشاره می‌کنند (شکل ۱۳).



شکل ۱۰. عکاسی مد اروتیکی پوشیده در حجاب
منبع: نگارنده (عکاسی از نشریات)



شکل ۱۱. عکاسی مد برای مسلمانان استرالیا (فاقد حس اروتیک)

منبع:

www.muslimwomennews.com



شکل ۱۴.
عکاسی مد عفاف

در این وضعیت، ممنوعیت‌ها، و محدودیت‌ها برخی راه سازگاری با تحریم‌های عکاسی مد را به خوبی دریافته‌اند که چنانچه عکس‌های مد در خدمت ترویج پوشش اسلامی مورد قبول مسئولان دولتی باشند، کمی دست عکاس بازتر می‌شود؛ مثلاً اگر به طرح جلد مجلات مختلف در برخی شماره‌ها دقت کنیم (در محدوده عکاسی جلد)، درمی‌یابیم که این عکس‌ها زنان را در حالتی بسیار آزادتر از مجلات مد و پوشاک نمایش می‌دهند (و فقط از نظر لباس بسیار پوشیده هستند و تبلیغ و ترویجی برای این نوع پوشش بین جوانان صورت می‌دهند). یا بسته‌های آموزشی نحوه بستن اسلامی شال و روسری، که در سرتاسر ایران به وفور و از طرف شرکت‌های مختلف عرضه می‌شود، زن‌ها را اندکی به صورت اروتیک و با آرایشی شدید بر چهره نمایش می‌دهند، اما تا مدت زمانی کوتاه یا بلند مخالفتی با تصاویر عکاسی شده روی جلد آن‌ها نمی‌شود، چون به هر حال هدف اصلی شان ترویج پوشش اسلامی است (شکل‌های ۹ و ۱۵). حال آنکه در کشورهای دیگر همین نوع تصاویر نیز با رعایت اصول عکاس مد عفاف تهیه می‌شوند (شکل ۱۶).



شکل ۱۲. عکاسی
مد در ایران
اسلامی
(منبع: نشریه کوک
بهار ۹۱ و ۹۲ و ۸۹ و
شماره های ۲۶ و
۱۷/ موجه تابستان
۹۲)



شکل ۱۳ ب
نشریه کوک
شماره ۳۶
پاییز ۹۲

شکل ۱۳ الف.
ژست و اشارات،
مدل ها در
عکاسی مد
ایران
(منبع: نشریه
پوشاک ۸۵-
۱۳۸۴ (نشریه
مسدودشده)



شکل ۱۵. خانواده سبز
منتشره در اردیبهشت
۹۲ و نشریه سینما تفاتر
سال ۱۳۸۹ و نشریه
بانوان، آبان ۱۳۹۰
شماره ۳



شکل ۱۶. تبلیغات شال و روسری بر مبنای مد
عفاف

<http://www.smh.com.au/lifestyle/fashion/fabric-interwoven-with-faith-20120427-1xpg8.html>



نتیجه گیری

در نتیجه، بر مبنای همه محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها، چه دولتی و چه تابوهای دینی و فرهنگی، عکاسی مد در ایران راه جدید و منحصر به فردی را در پیش گرفته است. ایران به عنوان کشوری اسلامی جهت تبلیغ مستقیم پوشش اسلامی (حجاب) یا برای تبلیغ خاموش این نوع پوشش بر

اندام مشاهیر^۱ هرگز راه معمول «عکاسی مد عفاف» را در پیش نگرفته است. از آنجا که ایران برخلاف بیشتر سرزمین‌ها نمی‌تواند عکاسی مد به شیوه گلامور (توام با آزادی نمایش بدن و اروتیک آشکار) را در کنار عکاسی مد عفاف ادامه دهد، به شیوه‌ای نوین این دو نوع عکاسی را در هم ادغام کرده و به نوعی عکاسی مد به ظاهر عفاف با تار و پود اروتیکی روی آورده است. با مدل‌هایی که می‌خواهند اندام خود را با وجود پوشش به مانند مدل‌های مد غیرمسلمان ارائه کنند و باز هم همان رویکرد متناقض و هم‌زمان حضور دارد.

منابع

- [۱] آرچر، مایکل (۱۳۸۷). هنر بعد از ۱۹۶۰، ترجمه کتابون یوسفی، تهران: حرفه هنرمندان.
- [۲] بارت، رولان (۱۳۷۹). *تاتو روشن*، ترجمه فرشید آذرنگ، تهران: نشر ماهریز.
- [۳] برودل، فرنان (۱۳۷۲). *سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۴۰۰-۱۸۰۰*، ترجمه بهزاد باشی، تهران: نی
- [۴] دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۲۵). *لغت‌نامه*، تهران: دانشگاه تهران.
- [۵] ذکاء، یحی (۱۳۳۶). *لباس زنان ایران*، تهران.
- [۶] رنج دوست، شبنم (۱۳۸۷). *تاریخ لباس ایران*، تهران: جمال هنر.
- [۷] ساناساریان، الیز (۱۳۸۴). *جنبش حقوق زنان در ایران (از ۱۲۸۰ تا ۱۳۵۷)*، ترجمه نوشین احمدی خراسانی، تهران: اخگران.
- [۸] سکولا، آلن (۱۳۸۸). *بایگانی و تن*، ترجمه مهران مهاجر، تهران: نشر آگه
- [۹] ضیاءپور، جلیل (۱۳۴۴). *پوشاک باستانی ایران*، تهران.
- [۱۰] فروید، زیگموند (۱۳۶۲). *توتم و تابو*، ترجمه دکتر ایرج پور قادر، تهران: آسیا.
- [۱۱] کریستینسن، آرتور (۱۳۱۷). *ایران در زمان ساسانیان*، ترجمه رشید یاسمی، تهران.
- [۱۲] ولز، لیز (۱۳۸۸). *عکاسی در آمدی/انتقادی*، جمعی از مترجمان. تهران: انتشارات مینوی خرد
- [۱۳] سولومون - گودو، ابیگیل (۱۳۸۶). «مد کردن خیال»، *حرفه هنرمند*، ش ۲۰، ص ۲۲-۲۷
- [۱۴] دوکرو، فرانسوا (۱۳۸۶). «رویای زیبایی پوشاک، مد و خیال»، *حرفه هنرمند*، ش ۲۰، ص ۲۲-۲۷.
- [۱۵] روزنامه *آیین* / *ایران*، ش ۱۲۸، سه‌شنبه ۳۱ تیر ۱۳۰۹.
- [۱۶] وولن، پیتر (۱۳۸۶). «مفهوم مد»، ترجمه جاوید دلرنگ، *حرفه هنرمند*، ش ۲۰، صفحات ۵۷-۶۲.
- [۱۷] کُرد، اعظم (۱۳۸۷). «بررسی تحلیلی عکاسی مد در ایران»، استاد راهنما: دکتر جواد سلیمی، ارشد عکاسی.

- [18] Damandan, parisa. (2004). portraite photographs from Isfahan .london: prince claus
- [19] Eva Respini And susan Kismaric. (2004). Fashioning FIction. New York: Museum of Modern Art New York.
- [20] Feloor, willem.(2010). A Social History Of Sexual Relations In Iran , Estockholm..

۱. عکاسی مد سلبریتی celebrity fashion photography

- [21] Goldberg, v. (1998). the fashionable fetish. new york: Edition Stemmler.
- [22] Jobling, p. (1999). fashion spreads. New York: Oxford.
- [23] Shinkle, E. (2006). fashion as photograph. New York: a.b.tauris.
- [24] Wilson, E. (1992). Appearances: fashion photography since 1960 by martin Harrison (review). journal of Design history, 167-168.
- [25] Major, J. S. (2010, sep 08). *britannica*. Retrieved 07, 10, 2013, from britannica: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1706624/fashion-industry>

تصاویر

پاکباز، روئین (۱۳۷۹). *تقاشی ایران از دیرباز تا امروز*، تهران: نشر نارستان.

ضیاءپور، جلیل (۱۳۴۴). *پوشاک باستانی ایرانیان*، تهران.