

## لزوم توجه به نقش لباس مفهومی در ایران جهت ارتقاء هنر و فرهنگ

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۸ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۵

### ساره سیاحی\*

دانشجوی دکتری تخصصی پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

از طریق لباس و پارچه بیان نماید. به بیانی دیگر، طراحان لباس این حیطه دست به خلق یک اثر بینارشته‌ای می‌زنند که تلفیق هنر و لباس است.

طراحی لباس با برچسب‌های مختلفی خوانده و درک می‌شود، از جمله «مد»، «هنر»، «لباس» و «مفهوم» که هر کدام خوانش‌ها و معانی متعددی را چه برای آنکه از آن به عنوان پوشش منتخب خود استفاده می‌کند، یا هر کس که در مقام بیننده با آن مواجه می‌شود، خواهد داشت. این بار هنرمند توانسته تا لباس را از کاربرد صرفاً پوششی خود خارج نموده و به آن وجهی هنری بخشد تا از این طریق معانی عمیق‌تری از طریق دنیای مد به مخاطبان انتقال یابد.

یکی از وجوه شاخص طراحان مد در این سبک کار، استفاده از روش‌هایی است که توسط الزامات تجاری هدایت نمی‌شوند، بلکه توسط فرایندهایی در مرزهای مد که هم از هنرهای زیبا و هم از شیوه‌های اجرا صحبت می‌کنند، راهبری می‌شوند (Bugg, 2009: 11).

در دنیای پست‌مدرن، مد در حال ایفای نقش‌های جدیدی است که هم در عرصه‌های تجاری و هم در عرصه‌های غیرتجاری و در سراسر رشته‌های خلاق به صورت فعال عمل می‌کند. در این فضا، نیاز به بازتعریف جدیدی از دنیای مد است تا عملکرد آن صرفاً در حد پوشش صرف تقلیل نیابد. در واقع، مد و لباس می‌تواند توسعه‌دهنده مفاهیم فرهنگی، اجتماعی و سیاسی باشد.

هم‌چنین از اوایل قرن بیستم ویکم، فشن‌شوها از حالت سنتی تغییر شکل دادند و تبدیل به رویدادهای بسیار پیچیده همراه با کارگردانی هنری شدند. حتی می‌توان برخی از آنها را مانند هنر پرفورمنس در نظر گرفت (Evans, Duggan 2001: 250; Evans, 2003: 70).

طراحی لباس مانند هنرهای تجسمی از شرایط فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه تأثیر می‌پذیرد و بر آن نیز اثر می‌گذارد. از اواخر قرن نوزدهم و با ظهور جنبش‌های متعدد، می‌توان شاهد تأثیرپذیری دنیای مد از هنرهای تجسمی و اثربخشی این دو حوزه بر روی یکدیگر بود و نمونه‌های کثیری از این اثرگذاری را بر روی آثار هنرمندان و طراحان مطرح لباس این دوره مشاهده کرد. به عنوان مثال، در این قرن سبک آرت نوو که طی سال‌های ۱۸۹۰ تا جنگ جهانی اول به وجود آمد که بعدها در کالکشن بهار برنند دیور در سال ۱۹۹۸ استفاده شد و سبب تحولی نوین در ساختار لباس‌های زنان آن دوره گشت.

به دنبال آن، در قرن بیستم نیز جنبش‌هایی چون پاپ آرت، آپ آرت، سورئالیسم و بسیاری از جنبش‌های مطرح هنرهای زیبا بر نوع پوشش و طراحی‌های برندهای بین‌المللی تأثیر گذاشتند. در این قرن، پس از تحولاتی که در نحوه نگریستن به هنر و آثار هنری پدید آمد و نیز انقلاب زیبایی‌شناختی، می‌توان شاهد ظهور هنر مفهومی بود. در شرایطی که جامعه مدرنیته تلاش می‌کرد تا از پوسته خود خارج شود، به دنبال شکل جدیدی از هنر بود که در این راستا، بازگشت به محتوا راهکاری برای هنرمندان محسوب می‌شد. بن‌بستی که هنرهای تجسمی غرب در سبک مینی‌مالیسم به آن رسیده بود، در سال ۱۹۶۵ در امریکا و اروپا منجر به پیدایش هنر مفهومی شد. به عبارت دیگر، هنر مفهومی را می‌توان سرآغاز هنر پست مدرن دانست. سل لویت نظریه پرداز هنر مفهومی معتقد بود که «ایده یا مفهوم مهم‌ترین بخش کار است» (Lewit, 1967:80). به معنایی دیگر، فکر و ایده هنرمند مهم است، نه ابزار مورد استفاده او؛ و اینکه یک اثر هنری چه شکلی باشد، خیلی اهمیتی ندارد.

همان‌طور که در هنر مفهومی هدف بیان نمودن ایده هنرمند است، در لباس مفهومی نیز فقط ابزار انتقال ایده توسط هنرمند متفاوت می‌شود و وی تلاش می‌کند تا مفهوم مورد نظر خود را

\* sareh.sayahi@gmail.com

داستان‌گویی و خلق درام بهره بردند و هم‌چنین با نگاهی انتقادی مسائل اجتماعی روز دنیا را مورد تحلیل قرار دادند.

بسیاری از طراحان مد از جمله الکساندر مک کوئین<sup>۱</sup>، حسین چالایان<sup>۲</sup> و جان گالیانو<sup>۳</sup> توانستند هنر مفهومی را در بستر هفته‌های مد ارائه دهند. آنها از روش‌های مختلفی برای



تصویر ۱. اثر شاخص مک کوئین در حوزه لباس مفهومی، مجموعه بهار و تابستان ۱۹۹۹، مأخذ: [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com)

حضور در گالری‌ها و موزه‌ها آثار خود را وارد هنر کردند. به طور مثال، موزه متروپولیتن به عنوان زادگاه نمایشگاه‌های مد در سال ۱۹۸۳، اولین نمایشگاه مروری بر آثار ایو سن لوران<sup>۴</sup>، که بیشتر متمرکز بر مد بود را برگزار کرد (عابدینی راد، ۱۳۹۵: ۶۱).

شاید بتوان این‌گونه گفت که امروزه هنرهای تجسمی از هنر مفهومی عبور کرده و به دنبال تجربه‌های جدید است. اما لباس مفهومی هنوز هم در دنیا مورد استقبال طراحان لباس و رسانه‌های این حرفه قرار می‌گیرد. زیرا که بُعد هنری و خلاقیت طراحان لباس را بیشتر نشان می‌دهد.

در ایران نیز، پس از حضور اولین نمایشگاه‌های هنر مفهومی در سال ۱۳۸۰ (یعنی نیم قرن پس از آنکه دنیای غرب آن را تجربه کرده بود)، کم‌کم شروع لباس مفهومی اتفاق افتاد. اما پس از گذشت بیست سال، هنوز از جایگاه قابل قبولی برخوردار

یکی از نکاتی که دنیای غرب بر روی موضوع لباس مفهومی کار می‌کند، مکان نمایش این هنر است. بسیاری فشن شوها را بستر مناسبی برای ارائه این شاخه مد نمی‌دانند، زیرا که معتقدند گالری‌ها بُعد هنری مد مفهومی را بیشتر نمایان می‌کنند. اما از آن زمان که برندهای بزرگی چون جورجیو آرمانی کالکشن‌های گذشته خود را در گالری‌ها بدون داشتن هیچ معنا و مفهوم خاص ارائه دادند، نمایش مد مفهومی در گالری‌های هنری زیر سؤال رفت (Bugg, 2009: 13)؛ به این معنا که مفهوم هنری گالری‌ها با اجرای کالکشن‌های گذشته برندهای مد که دیگر بار هنری ندارند، دچار تزلزل شد. با این وجود، هنوز هم مناسب‌ترین بستر برای نمایش هنر مفهومی، گالری‌ها هستند؛ چرا که سبب می‌شوند پتانسیل هنری این کارها بیشتر مورد توجه واقع گردند. نمایش لباس مفهومی باعث شد تا در قرن بیستم شاهد برگزاری نمایشگاه‌های مد در موزه‌ها باشیم. طراحان لباس با

<sup>۳</sup> John Galliano

<sup>۴</sup> Yves Saint Laurent

<sup>۱</sup> Alexander McQueen

<sup>۲</sup> Hussein Chalayan

- عدم وجود رسانه قوی مد و لباس در ایران که توانایی تأثیرگذاری در این حیطه را داشته باشد
- عدم توجه نظام عالی آموزش هنر و عدم وجود واحد درسی در دانشگاه‌ها با عنوان لباس مفهومی
- عدم توجه نهادهای رسمی و جشنواره‌های تأثیرگذار در این حوزه، اعم از کارگروه سامان‌دهی مد و لباس و جشنواره مد و لباس فجر
- کمبود منابع نظری و تحقیقاتی در این زمینه
- عدم شناخت صحیح مخاطبان

در پایان باید بر این نکته اذعان داشت که توجه به مد مفهومی در ایران از آن جهت دارای اهمیت است که می‌تواند جایگاه طراحی لباس را از بُعد هنری تا میزان هنرهای تجسمی در گالری‌ها و حتی موزه‌های معاصر ارتقاء دهد. اگر ایده‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی هنرمند این‌بار در قالب لباس بیان شود، می‌تواند تأثیرات اجتماعی، مخصوصاً از لحاظ فرهنگی، در کشور ایجاد نماید.

در ضمن، شایان ذکر است که لباس مفهومی فقط در حیطه گالری‌ها خلاصه نمی‌شود؛ بلکه ویتترین‌های برندهای مطرح مد بین‌المللی از این هنر برای جذب مخاطب بیشتر بهره می‌برند که این اتفاق نیز در ایران می‌تواند تا اندازه‌ای سبب رشد گردش مالی اقتصاد پوشاک ایرانی شود.

از سوی دیگر، از آنجایی که همه انسان‌ها با لباس در ارتباط هستند، استفاده از لباس به عنوان شیء هنری برای ابراز تفکرات هنرمند و بسیاری از مسائل اجتماعی و فرهنگی می‌تواند برای مخاطب قابلیت فهم بیشتری در مقایسه با هنر مفهومی داشته باشد.

نگشته و حتی بسیاری از طراحان لباس با این شاخه هنری آشنا نیستند.

سؤال اصلی اینجاست که وقتی هنوز مد در ایران نتوانسته ساختارهای اولیه خود را داشته باشد و از لحاظ تأثیرگذاری حتی در منطقه ضعیف عمل کرده، آیا به یک‌باره می‌تواند در زمینه فشن مفهومی موفق عمل کند؟ مخاطبان و جامعه تا چه اندازه پذیرای فشن مفهومی هستند؟

اگر بخواهیم دقیق و نکته‌سنجانه به این موضوع بپردازیم، ابتدا باید از آموزش طراحان لباس شروع کرد. هیچ درسی تحت عنوان مد مفهومی جهت ارائه خلاقیت دانشجو در سیلابس‌های درسی دانشجویان طراحی لباس ارائه نمی‌شود و عموم دانشجویان با این جریان هنری و اصول آن ناآشنا هستند.

هم‌چنین کیوریتورها و گالری‌داران سرشناس ایرانی نیاز است تا این فرصت را برای رشد هنر کشور در بستر مفاهیم فرهنگی و اجتماعی سازنده ایجاد نمایند.



تصویر ۲. لباس مفهومی به نمایش درآمده در گالری مستقل تهران، سال ۱۳۹۷، مأخذ: [www.honaronline.ir](http://www.honaronline.ir)

گالری‌ها در بیست سال اخیر نمایشگاه‌هایی با موضوع مد مفهومی در ایران برگزار نموده‌اند؛ اما هنوز هم به عنوان یک شاخه هنری مهم به آن توجه نشده است. از دلایل عدم اقبال این هنر در ایران می‌توان به نکات ذیل اشاره نمود:

## منابع

- عابدینی راد، شیرین (۱۳۹۵)، *مد و لباس در قلمرو هنر مفهومی*، چاپ نخست، تهران: چاپ و نشر نظر.
- Bugg, J. (2009). "Fashion at the interface designer wearer viewer". *Fashion Practice*, Volume 1, Issue 1, pp. 9–32.
- Duggan, G. (2001). "The Greatest Show on Earth." *Fashion Theory*: 5(3): 243.
- Evans, C. (2003). "Fashion at the Edge". New Haven, CT: Yale University Press.
- Lewitt, s. (1967). "Paragraphs on conceptual art". *Art forum*. Summer. 10. 79-83.