

فلسفه ی مد

مؤلف:
لارس اسوندسن

مترجمان:
دکتر ابوالفضل داودی رکن آبادی
دانشیار طراحی پارچه و لباس دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد
دکتر شهناز نایب زاده
دانشیار بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد
فتانه ذوالفقاری خرسکی

ویراستاران:
محمدرضا شاه پروری
احمد آخوندی - محسن جاویدمؤید



سرشناسه	: اسونسن، لارس اف.ار. هو، ۱۹۷۰-م.
عنوان و نام پدیدآور	: فلسفه‌ی مد؛ مؤلف لارس اسوندسن؛ مترجمان ابوالفضل داودی رکن آبادی، شهناز نایب زاده، فتنه ذوالفقاری خروشکی؛ ویراستاران احمد آخوندی، محمدرضا شاه پروری.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۸ ص.
شابک	: 978-622-6659-26-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Fashion a philosophy
یادداشت	: کتاب حاضر اولین بار با عنوان فلسفه فشن با ترجمه آیدین رشیدی توسط نشر مشکی منتشر شده است.
عنوان دیگر	: فلسفه فشن
موضوع	: مد -- فلسفه
موضوع	: Fashion -- Philosophy
شناسه افزوده	: داودی رکن آبادی، ابوالفضل، ۱۳۵۱- مترجم
شناسه افزوده	: نایب زاده، شهناز، ۱۳۵۸- مترجم
شناسه افزوده	: ذوالفقاری خروشکی، فتنه، ۱۳۵۹- مترجم
شناسه افزوده	: Zolfaghari Khereshki, Fattaneh
شناسه افزوده	: آخوندی، احمد، ۱۳۴۱- ویراستار
شناسه افزوده	: شاه پروری، محمدرضا، ۱۳۶۸- ویراستار
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۸ ف ۸۵ الف ۵۲۱/ GT
رده بندی دیویی	: ۳۹۱/۰۰۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۶۰،۰۳۳



تلفن: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱) فاکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)
WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۸ / تیراژ ۱۱۰۰

چاپخانه پایدار / صحافی البرز

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۵ / ۱۳۴۵ تلفن: ۴-۰۲۱-۶۶۰۲۸۴۰۱ فکس: ۶۶۰۲۸۴۰۵ (۰۲۱)

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵، مجتمع کتاب فروردین،

طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱ (۰۲۱) و ۶۶۴۰۸۲۷۱ (۰۲۱)

قیمت: ۳۸/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۷	سخن ناشر
۱۳	مقدمه‌ی مترجمان
۱۵	مقدمه‌ی مؤلف
۱۷	فصل اول: مقدمه: فلسفه‌ی مد
۲۹	فصل دوم: ویژگی اصلی مد: نو شدن
۴۵	فصل سوم: خاستگاه مد و گسترش آن
۷۱	فصل چهارم: مد و زبان
۸۳	فصل پنجم: مد و بدن
۹۹	فصل ششم: مد و هنر
۱۲۱	فصل هفتم: مد و مصرف
۱۴۷	فصل هشتم: مد به عنوان ایده‌آل زندگی
۱۶۵	فصل نهم: نتیجه‌گیری
۱۷۱	مراجع
۱۹۳	آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)

مقدمه‌ی مترجمان

نظریه‌های بسیاری پیرامون مد و منشأ پیدایش آن مورد نقد و بررسی قرار گرفته است. برخی از نظریه‌پردازان و فیلسوفان کاربرد مد را در حوزه‌ی ذائقه و سلیقه‌ی اشخاص می‌دانند و عده‌ای آن را بر اخلاقیات تأثیرگذار دانسته و بعضی دیگر آن را با زیبایی ارتباط داده‌اند؛ در عین حال عده‌ای دیگر معتقدند که مد اصلاً به زیبایی ارتباط ندارد بلکه، می‌تواند عجیب و منفور نیز باشد.

از آنجایی که وجهی از مد می‌تواند در زمره‌ی هنر قرار بگیرد و ارزیابی آثار هنری از دیدگاه‌های مختلفی صورت می‌پذیرد، در تطابق این دیدگاه‌های مختلف، انواع مختلف ارزش وجود دارد؛ از جمله ارزش‌های اخلاقی، سیاسی، اجتماعی، تاریخی، مذهبی و عاطفی؛ همچنین در حوزه‌ی مد می‌توان به ارزش‌های کارکردی و ارزش‌های نمادین و زیباشناختی نیز اشاره کرد.

در تعریف واژه‌ی مد می‌توان آن را چیزی دانست که همواره تغییر می‌کند، درحالی‌که معنای آن هیچ‌وقت عوض نمی‌شود. بعضی مد را متعلق به لباس دانسته و بعضی دیگر یک سازوکار، منطق یا ایدئولوژی کلی می‌دانند که در کنار سایر مواردی که به آن احاطه دارد، در زمینه‌ی لباس هم کاربرد پیدا می‌کند.

مد را می‌توان به‌صورت دور ریختن لباس‌های کاملاً قابل استفاده‌ای تعریف کرد که فقط به دلایل نمادین یا سمبولیک از رده خارج می‌شوند، و به‌طور واضح بیانگر این جمله می‌باشد: "لباس‌های یک خانم خوب نه با پوشیدن بلکه، با دیده‌شدن کهنه می‌شوند".

منشأ پیدایش مد به ظهور سرمایه‌داری تجاری در اواخر قرون وسطی نسبت داده شده و سپس با ظهور انقلاب صنعتی سرعت بیشتری در تولیدات نساجی و صنعت مد به وجود آمد. برخی طبقه‌ی بالای اجتماعی را نیروی محرک و پیشرفت مد دانسته‌اند.

روش، رفتار و سلوک طبقه‌ی بالا در طبقه‌ی پایین جامعه مد خواهد شد و این قانون تقلید و تبعیت از

دیگران که موجب می‌شود که افراد احساس همسطح بودن با افراد بالادست را داشته و خود را از آنان عقب ندانند، مد نامیده می‌شود؛ چرا که ما همچنان از روی لباس، شخصیت افراد را قضاوت می‌کنیم. نویسندگان و پژوهشگران زیادی از زوایای گوناگون در قالب کتاب، مقاله و سخنرانی به حوزه‌ی مد یا گفتمان مد پرداخته‌اند و اکثر کتابهای علمی در این حوزه به زبان انگلیسی می‌باشد؛ از این رو، با توجه به پیشینه‌ی بسیار غنی فرهنگ ایرانی، تحقیق و پژوهش در زمینه‌ی مد در کشورمان لازم و ضروری است. بر این اساس و در پی درخواستهای دانشجویان، اساتید، علاقه‌مندان مبنی بر ترجمه‌ی کتابی در حوزه‌ی "فلسفه‌ی مد"، چندین منبع در این زمینه را بررسی کرده و پس از مشورت با تنی چند از همکاران مصمم به ترجمه‌ی این کتاب شدیم.

کتاب حاضر اثر "لارس اسوندسن"، فیلسوف نروژی است، وی نویسنده‌ی چندین کتاب و مقاله‌ی فلسفی است که تاکنون به ۲۲ زبان دنیا ترجمه شده است. کتاب فلسفه‌ی مد تنها کتابی است از وی که در حوزه‌ی مد نوشته شده است. او در این کتاب مانند سایر کتابهایش می‌کوشد تا از زوایای مختلف به فلسفه‌ی مد بپردازد. دیدگاه وی در این کتاب به مد فقط از زاویه‌ی زیبایی‌شناختی نبوده و بسیاری از نظرات و آرای دانشمندان را در این کتاب بیان کرده است. نگارش کتابهای این نویسنده ساده اما با نگاهی فلسفی در زمینه‌ی موضوعات مختلف زندگی است. ویژگی مشترک کتابهای او این است که تلاش می‌کند تا حد امکان از یک موضع فکری مشخص به موضوع نگاه نکند و با بیطرفی خواننده را به نوعی گردشگری در فلسفه‌ی هر موضوع دعوت کند.

این کتاب اولین بار در سال ۲۰۰۴ در نروژ به چاپ رسید. سپس در سال ۲۰۰۶ به زبان انگلیسی و هم‌اکنون به زبان فارسی ترجمه شده است. مترجمان این کتاب سعی کرده‌اند به متن وفادار بوده و محتوا همان محتوای اصلی کتاب باشد. با وجود این، یقیناً در امر ترجمه و برگرداندن برخی کلمات و اصطلاحات به دلیل نبود هیچ منبع فارسی در حوزه‌ی مد کاستیهایی وجود دارد که صمیمانه از خوانندگان محترم پوزش می‌خواهیم و مشتاقانه پذیرای نظرات ارزشمند شما می‌باشیم.

با سپاس

دکتر ابوالفضل داودی رکن‌آبادی

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

Davodi@Gmail.com

دکتر شهناز نایب‌زاده

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

snayebzadeh@Gmail.com

فتانه ذوالفقاری خرسکی