

صُلب

فلامرو و هنر و فقه و فی

و اباسر



www.ketab.ir

© موسسه فرهنگی پژوهشی و نشریاتی

خیابان ایران شهر جنوبی، کوچه سرفیض، شمار

تلفن: ۸۸۴۲۹۴ - ۸۸۴۲۹۴ - ۸۸۴۲۹۴

www.nazarpub.com

info@nazarpub.com

مُد و لباس در قلمرو هنر مفهومی

شیرین عابدینی راد

طرح روی جلد: روشنگ مافی

اجرای صقحات: محبوبه مهریانی

آماده سازی و چاپ: چاپ و نشر نظر

مدیر تولید: مهدی ابراهیم

تیراژ: ۱۵۰۰ جلد

چاپ نخست: تهران ۱۳۹۵

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۵۲-۲۰۴-۸

© هر نوع تکثیر، انتشار یا استفاده از تمامی یا بخشی از اثر به شکل فتوکپی، الکترونیکی، ضبط و ذخیره در

سیستم های بازیابی و پخش، ممنوع و قابل پیگرد قانونی است.

سرشناسه: عابدینی راد، شیرین، ۱۳۹۵ -

عنوان و نام پدیدآور:

مُد و لباس در قلمرو هنر مفهومی/

شیرین عابدینی راد.

مشخصات نشر:

تهران: چاپ و نشر نظر، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۲۱۶ص؛

مصور (رنگی).

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۵۲-۲۰۴-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: پوشاک - تاریخ

موضوع: پوشاک در هنر

موضوع: طراحی لباس هنری و مخصوص

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ۷۲۲/ع ۷۵۱۱

رده بندی دیویی: ۳۹۱/۰۰۹

شماره کتابشناسی ملی: ۲۸۹۶۲۸۹

فهرست

۹ سخن ناشر

۱۱ مقدمه

پیشینه‌ی کاربرد لباس در هنرهای مفهومی

۱۹ لباس در تاریخ هنر

۲۹ پیشینه‌ی لباس مفهومی

۳۹ تأثیرات متقابل مُد و هنر معاصر

۵۳ هنر مفهومی و مُد

فرمندان مفهومی با گرایش طراحی لباس

۷۹ ربکا هورن

۸۹ سیندی شرمن

۹۹ ماریکو موری

۱۰۹ یویی کوساما

۱۲۱ موسی آرنا

۱۲۹ وانسانا کرانت

طراحان لباس مفهوم‌گرا

۴ الکساندر مک‌کویین

۵۱ حسین چالایان

۱۶۱ ری کاواکوبو

۱۶۹ مارتین مارگیلا

۱۷۷ ویکتور وُزلف

۱۸۵ هلموت لانگ

سخن ناشر

«لباس به مثابه هنر» نزدیک‌ترین تلقی است که می‌تواند به تلاش‌های هنرمندان دهه‌های اخیر اطلاق شود که پوشش را همانند رسانه‌ای قابل اطمینان برای بیان معنای جدید در هنر مورد توجه قرار داده‌اند. بهره‌گیری از لباس و پوشش به عنوان یک وسیله در بیان مفاهیم هنری بلافاصله ذهن بسیاری را به سوی طراحی لباس معطوف می‌کند در حالی که این دو مقوله با هم می‌توانند مرتبط باشند اما الزاماً یکی نیستند.

جستجوگر هنرمندان در هنرهای قرن بیست و یکم و یافتن زبان‌های نو با بهره‌گیری از رسانه‌های متنوع و نوین موجب شد تا اشیاء کارکردهای گسترده‌تری در بیان مضامین بشری به دست آورند. پوشش را نیز باید یکی از «چیزها»^{*} نامی دانست که با تغییر هویت کارکردی و عمومی به قلمرویی وسیع‌تر از درک عمومی رایج یافته است گرچه موفقیت بسیاری از هنرمندان در توسعه‌ی زیبایی‌شناسی رسمی باعث شد تا کارهای بسیاری از ایشان به پوشش عمومی مبتدیان شود. اما می‌توان قلمرو کارهای این گروه از هنرمندان را کنش هنرمندان در خلق اثر هنری - و نه صرفاً لباس - قلمداد کرد و با این وجود نمی‌توان مد رجی‌های سلط بر پوشاک جهان را در امتداد جریان هنری و یا متأثر از آن‌ها تلقی کرد.

هنر مفهومی با بهره‌گیری از «پوشش» گاه در آثار ردهای مُدگرایانه و گاه کاملاً بر خلاف آن رفتار کرده است. این نگاه در موارد بسیاری به نقد حوزه‌های اجتماعی و سیاسی و رفتار حکومت‌ها و نهادهای رسمی و غیر رسمی جهان معاصر - همانند سایر روش‌ها و شیوه‌های هنری - منجر شده است.

تلاش کتاب حاضر بر آن است سطحی‌نگری درباره‌ی جامعه‌شناسی هنر و پوشش را با بررسی مهم‌ترین جریان‌ها و اصلی‌ترین هنرمندان این حوزه گرایش اصلی‌اشان در قلمرو پوشش متمرکز شده است مورد توجه قرار دهد. این کتاب از نخستین منابع قابل رجوع در این زمینه است محدودیت‌هایی اجازه نمی‌داد تا قلمرو وسیع‌تری از تلاش هنرمندان جهانی را در بهره‌گیری از لباس در هنرهای معاصر معرفی کند اما در عین حال این کتاب می‌تواند افق تازه‌ای را در منظر هنرمندان ایرانی بگشاید تا پوشش به سطحی هنرمندانه ارتقاء یابد.

^{*} «چیز» می‌تواند برای نام‌شی و یا پدیده‌ای به کار برده شود که از ماهیت اصلی خود فاصله گرفته است و یا در جایی استفاده شود که موقعیتی خارج از تصور ما القاء می‌کند بدن نیز می‌تواند چیزی میان دیگر چیزها تلقی شود. در این حالت، وقتی پوشش (یا لباس) بر موجودیت بدن قرار می‌گیرد و در مقیاس وسیع‌تر قابل تاویل خواهد بود.

مقدمه

«مُد نشانگر شرایط سیاسی و اجتماعی است که در آن زندگی می‌کنیم و لباسی که می‌پوشیم نشانگر محیط ماست.»^۱
الکساندر مک کویین^۲

تمدن‌های بشری و به دنبال آن جوامع، دستاوردهایی را به عنوان نشانه در اختیار آیندگان قرار داده‌اند تا بر اساس آن‌ها بتوان نسبت به اندیشه، فرهنگ، زبان، سیاست و عملکردهای تمدنی داوری کم و بیش دقیقی داشت. لباس نیز یکی از همین نشانه‌هاست. لباس به عنوان دستاوردی فرهنگی، اجتماعی در این میان نقشی بسیار ویژه و با اهمیت برعهده دارد. لباس نه تنها یک شیء بلکه هم‌چون مجموعه اطلاعاتی است که بر مبنای آن می‌توان وضعیت جامعه و حکومت را مطالعه و نتایج واضحی در زمینه‌ی تحریر، اداره‌ی جامعه از سوی نهادهای قدرت، چگونگی تبادلات سیاسی و فرهنگی، سایر ملل، وضعیت اقتصادی آن تمدن و مردمانش به دست آورد.

در این میان هنرهای زیبا از جمله تئاتر، مجسمه‌سازی نیز به‌شکلی منطقی بازتاب دهنده‌ی موقعیت‌های مذکور هستند. هنرهای زیبا به‌طور کلی از جامعه و عملکرد حکومت‌ها آیر گرفته و می‌گیرند. بدین معنا که جامعه‌ای درگیر جنگ‌های طولانی، برخوردهای متعصبانه‌ی قومی و مذهبی تصویر خود را مستقیم، غیر مستقیم در هنرهای زیبا منعکس می‌سازد. از همین روست که به‌جز خرافات و باایخ و روایت‌های درست و غلط تاریخی، می‌توان از طریق هنر، عنوان دستاوردی فرهنگی به وضعیت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جوامع پی برد. در این جا با نوعی ترکیب و درهم‌تنیدگی دستاوردهای فرهنگی و هنری مواجه هستیم. بدین معنی که این ارتباط چند جانبه بین هنر و مُد و اندیشمندان، تاریخی طولانی دارد.

برای بررسی این ارتباط ابتدا به مفهوم مُد خواهیم پرداخت. تعریف دقیق واژه‌ی فشن^۳ یا همان مُد امری ست بس دشوار، چراکه این واژه در طول تاریخ معانی گوناگونی پیدا کرده؛ مُد در قرن پانزدهم با مُد در قرن نوزدهم و بیستم کاملاً متفاوت است. مُد ارزش‌های مضاعفی به لباس می‌دهد و در واقع مُد لباسی مرئی نیست؛ بلکه عنصری نامرئی است که در لباس وجود دارد. معنا و مفهوم مُد متناسب با عرف جامعه و

عادات‌های پوششی مردم جوامع مختلف تغییر می‌کند. با وجود این که بسیاری از کارشناسان، آغاز طراحی مُد را قرن پانزدهم اعلام می‌کنند، پیشینه‌ی آن به دوران قرون وسطی و حتی قبل از آن بازمی‌گردد. اما می‌توان اثبات کرد که در قرن پانزدهم طراحی لباس به‌طور رسمی وارد اجتماع و دربار شد و البته صرفاً نشانه‌ای برای به رخ کشیدن موقعیت، مقام، کلاس اجتماعی و درجه‌ی اشرافیت بود. در قرن هجدهم از میان فیلسوفان اروپایی، فیلسوف فرانسوی ژان ژاک روسو^۴ به زیبایی طراحی لباس حمله و آن را از بین برنده‌ی اخلاق و عفت قلمداد کرد.

در قرون گذشته هنرهایی چون نقاشی و مجسمه‌سازی وظیفه‌ی بازنمایی تصویر اجتماع را برعهده داشتند. لباس که خود نیز یکی از عناصر و بخشی در اجتماع قلمداد می‌شد در بسیاری از آثار هنرمندان مورد توجه قرار می‌گرفت. این روش تا قرن نوزدهم ادامه داشت و طراحی لباس تا قبل از آن خود به تنهایی نمی‌توانست به‌عنوان رسانه‌ای در جهت بازسازی فرهنگ و جامعه به کنش بپردازد.

قرن نوزدهم آغاز دورای جدید بود. در این دوره زندگی اجتماعی تغییرات شگرفی کرد، رسمیت و پیشرفت تکنولوژی راه را برای گسترش مُد در میان مردم هموار کرد. دیگر تنها اشراف نبودند که از مُد پیروی می‌کردند. ضمناً روش‌های جدیدتری برای فروش اجناس به کار گرفته شد. در این دوره نویسندگان و اندیشمندان به طراحی لباس توجه بیشتری کردند. نیسن و بریدون درباره‌ی عادات طراحی لباس می‌گویند:

«همان‌طور که پیشرفت‌های نظامی با هم پیوستگی بین فرهنگ مادی و اشکال اجتماعی را آشکار ساخته است، پدیده‌های اولیه در سنت پوزیتیویست روانشناسان اجتماعی، مورخان و زبان‌شناسان و عوام‌شناسان و جامعه‌شناسان گسترش یافت»^۵

تمام این فعالیت‌های فرهنگی نشان از آن داشت که طراحی لباس به‌تدریج جدی گرفته شد و اندیشمندان آن را به‌عنوان بخشی از دستورده بشری به رسمیت شناختند. طراحی مُد مخالفان و موافقان زیادی پیدا کرده بود که این امر نشان از گسترش و پذیرش این پدیده‌ی فرهنگی از طرف جامعه بود. برخی تحلیل‌گران اجتماعی به‌طور کلی طراحی لباس را محکوم می‌کردند. مارکسیست‌ها آن را نوعی بیماری اعلام کردند که در پی از بین بردن ارزش‌های طبیعی زنانه است و ایدئولوژی مشهود مصرف در مُد را

نقد کردند که آن را هدیه‌ای از سوی امپریالیسم می‌دانستند. فمینیست‌ها نیز با نقد سیاست‌های جنسیتی، طراحی مُد را نوعی ظلم معرفی کردند که در پشت لباس به زنان توهین و آن‌ها را تحقیر می‌کند. آنان معتقد بودند طراحی لباس توطئه‌ای جهت متوقف کردن و محدود ساختن زنان در فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است.

در قرن بیستم همه چیز دگرگون و مُد به‌طور صعودی دموکراتیک شد و هر شخص صرفاً، نظر از مقام و مرتبه‌اش، می‌توانست اهل مُد^۵ باشد. ارزش‌ها را ستاره‌ها در کنار هم دچار تحولی اساسی شدند و در این بین طراحی لباس تبدیل به یکی از نمایندگان ساختارهای اجتماعی شد که نمایانگر تفاوت در تاج‌ها و تخت‌ها^۶ است. یونیا کاوامورا در کتاب فشن لوژی یا شناخت طراحی لباس می‌گوید:

«امروزه یکی از دیدگاه‌ها، سطحی متداول این است که طراحی مُد و لباس نتیجه‌ی توطئه‌ی تولیدکنندگان لباس است تا ما را مجبور به صرف پول بیشتری کنند و این طراحان تولیدکنندگان لباس و تاجرین هستند که مُدهای جدید را برای تحریک بازار و افزایش فروش خود تحمیل می‌کنند. شاید این یک توضیح اقتصادی ربه اجتماعی است. ساختمان فرهنگ‌های مُد بستگی به حجم پولی که مصرف‌کنندگان خرج لباس می‌کنند ندارد. استدلال من این است که سیستم مُد از تغییرات سبکی مُد حمایت می‌کند. سیستم وسیله‌ای فراهم می‌کند که از طریق آن دگرگونی در مُد پی‌درپی رخ می‌دهد.»^۷

البته این درست خلاف نقطه نظر رولان بارت^۸ است که در کتاب خود می‌نویسد:

«بی‌شک مُد به تمام پدیده‌های نوخواهی افراطی تعلق دارد که احتمالاً در تمدن ما با تولد کپیتالیسم ظهور کرد: در روشی کاملاً نهادی، فرآورده‌ی جدید ارزشی خریداری شده است. ولی در جامعه‌ی ما، چیزی که در مُد جدید است به نظر می‌رسد کاربرد مردم‌شناسانه واضحی دارد، چیزی که ناشی از ابهام آن است: همزمان غیرقابل پیش‌بینی و سازمان‌یافته، منظم و ناشناخته.»^۹

شرح و توضیح کلی بحث و بیان اصطلاحات خاص پیرامون تحقیق فرهنگ در هر جامعه، دستاوردهای متنوعی را در حوزه‌های مختلف به ارمغان می‌آورد که هنر بخش عظیمی از این دستاوردها را شامل می‌شود.

هنر خود نماینده‌ی فرهنگی یک جامعه و بازتاب دهنده‌ی ویژگی‌های فرهنگی، الگوها و ارزش‌های یک جامعه است. امروزه با درهم‌تنیدگی فرهنگ با زندگی روزمره، هنر توانسته است در جوانب مختلف زندگی تک‌تک افراد یک جامعه رسوخ کند و آن‌ها را تحت‌تأثیر قرار دهد. اصطلاح و موضوع سبک زندگی روزمره تبدیل به یکی از مهم‌ترین موارد پژوهش‌های جامعه‌شناختی و فرهنگی شده است. در بررسی و مطالعه‌ی موضوع زندگی روزمره زیرشاخه‌های مختلفی به چشم می‌خورد که همگی آمادگی و زمینه‌ای برای تأثیرپذیری از هنرهای زیبا را داشته و دارند. نظام گسترده و عظیم طراحی لباس نیز یکی از زیرشاخه‌های فرهنگ عمومی و سبک زندگی شخصی و اجتماعی است که از اواخر قرن نوزدهم به شکل شفاف‌ی و وابستگی و تأثیرپذیری خود از هنرهای زیبا به‌خاطر هنرهای تجسمی را اعلام و به آن عمل کرده است به‌طوری‌که رد پای هنرهای تجسمی در آثار بسیاری از طراحان برجسته‌ی لباس به‌ازایده می‌شود.

«مُد بازتاب از م - و انب زندگی ست.»

ویکتور و ژلف^{۱۰}

نظام طراحی لباس در سه دهه مانده هنرهای تجسمی جزیره‌ای جدا افتاده از جامعه و فرهنگ آن جامعه نیست. این دو دست‌آورد فرهنگی در تقاطع مختلف با یکدیگر دیدار و تامل جمعی داشتند و برهم تأثیر گذاشته‌اند. بحران‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در آینده‌ی هنر و طراحی لباس بازتاب‌های شدیدی داشته و دارند. در اوایل قرن بیستم و پس از انقلاب بزرگ زیباشناختی و با پیدایش نحوه‌ی جدیدی از نگرش به هنر و مخاطبان هنر، مرحله‌ی جدیدی در روند تحول هنرهای تجسمی آغاز شد. دست‌آورد این انقلاب چیزی نبود جز هنر مفهومی^{۱۱}. هنر مفهومی با تأکید بیشتر بر ایده و مفهوم‌های وابسته به ایده سعی بر آن داشت تا نحوه‌ی نگرش به اثر هنری را تغییر دهد و مخاطبان هنر را به مشارکتی فعال وادار سازد. به همین دلیل هنرمندان مفهومی نه تنها از بوم و رنگ استفاده نکردند، بلکه از مواد و رسانه‌هایی بهره گرفتند که تا آن زمان هیچ نقشی در هنر نداشتند. موضوعات هنرمندان مفهومی نیز

تغییر کرد؛ یکی از این موضوعات، زندگی روزمره بود. بر اساس این تغییرات، هنرمندان مفهومی از لباس و طراحی آن نیز به اشکال مختلف استفاده کردند و از طرفی دیگر طراحان لباس نیز به تدریج توانستند با درک اهمیت هنر مفهومی به طراحی‌هایی دست بزنند که به نوعی هم زیبایی را ارائه می‌کرد و هم با زبانی خاص مفهوم و ایده‌ای مشخص را به بیننده منتقل می‌ساخت.

هدف اصلی در این کتاب، معرفی و تحلیل ارتباطات میان هنرهای تجسمی و به خصوص هنر مفهومی با طراحی لباس و سابقه‌ی ارتباط هنرهای زبانی با طراحی لباس و مُد در جهان است. با بررسی ارتباطات دو جانبه بین هنرهای تجسمی و طراحی لباس این پرسش مطرح می‌شود که: آیا تنها این هنرهای تجسمی و به خصوص هنرهای مفهومی با طراحی لباس توانمند است سبکی جدید یا بهتر بگوییم رسانه‌ای جدید و ترکیبی را در جهت بیان زیبایی و مفاهیم در زندگی روزمره به وجود آورد؟ آیا طراحی لباس هنری می‌تواند مفاهیم بنیادین انسانی مانند صلح، آرامش، برابری، عدالت، زیبایی و آزادی را در سطح گسترده‌ای به جامعه هدیه دهد؟ و در نهایت آیا طراحی لباس مفهومی می‌تواند زبانی ویژه را خارج از نظام تجاری مد بوجود آورد؟

اگر به دستاوردهای چند دهه‌ای هنرمندان مفهومی و طراحان لباسی که به این گونه هنر گرایش دارند بنگریم متوجه این نکته‌ی مهم خواهیم شد که این گونه نگرش به شکلی تدریجی جای خود را در عرصه‌ی هنر باز کرده و این زبان جدید به نحوی نامحسوس به رسمیت شناخته شد و در حال گسترش است. بسیاری از طراحان لباس به اهمیت رسانه‌های هنر مفهومی پی برده‌اند و در آثار خود از چیدمان، "هنراجر"، ویدئوآرت و سایر تکنیک‌های مورد استفاده در هنر مفهومی بهره گرفته‌اند.

حاصل پژوهش فوق‌ما را به این ایده و نتیجه می‌رساند که هنرهای تجسمی و مفهومی در ارتباطی مستقیم با طراحی لباس و مُد قرار گرفته و این دو می‌توانند در آینده به زبانی مشترک و خاص جهت بیان مفاهیم و ارزش‌های یک جامعه تبدیل شوند. طراحی لباس نمی‌تواند از جریان عمومی هنر معاصر جدا شود چرا که زبان و بیان نوین از خواسته‌های اصلی جوامع رو به پیشرفت است. زبانی گویا که فرهنگ، اعتقادات و باورهای بومی مردم را بازگو می‌کند. حال می‌توان مُد را مطابق با ارزش‌ها

و مفاهیم ملی بازتعریف کرد و بدین وسیله تصویری درست و واضح از جامعه‌ی خود به جهان ارائه کرد. نمونه‌های متعددی در این پژوهش ارائه شده است تا ثابت شود نگرشی جدید در طراحی لباس در حال شکل‌گیری است که با طراحی لباس کلاسیک فاصله‌ی زیادی دارد و روز به روز نیز این فاصله بیشتر می‌شود.

www.ketab.ir