

نگاهی جامعه‌شناسانه به مفهوم لباس در هنر معاصر با تکیه بر آرا بوردیو

مرضیه زارع^{۱*}

زهرا رهبرنیا^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۹/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۰۲

چکیده

در نتیجه انفجار اطلاعات و گسترش ارتباطات و به دنبال آن جهانی‌شدن در دنیای امروز که با طرح مسأله عدم قطعیت و به پایان رسیدن دوران علم زدگی دریچه‌ای نو به سوی انسان امروز باز شد و همین امر آغاز عصر پست‌مدرن را نوید داد. به دنبال آن هنر پست‌مدرن و لباس پست‌مدرن (لباس مفهومی) نیز شکل می‌گیرد. هنرمندان پست‌مدرن در این زمان با استفاده از تلفیق لباس با ویژگی‌های هنرهای تجسمی، حالات و صفات انسانی، حرکات اندام و گاه توانایی‌های بازیگری، مفاهیم موردنظر خود را نمایان ساخته‌اند و به این صورت است که لباس به عنوان مفهومی هنری مدنظر قرار می‌گیرد. هدف اصلی این لباس‌ها صرفاً پوشش بدن انسان نیست، بلکه نمایش صفات، احساسات و اندیشه‌های انسان است. مقاله حاضر تلاش دارد تا با استفاده از روش اسنادی و با رویکرد توصیفی-تحلیلی، به بررسی مفهوم لباس و تلقی لباس در هنر پست‌مدرن با تکیه بر نظریات جامعه‌شناس فرانسوی معاصر، پیر بوردیو بپردازد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد لباس در آثار هنرمندان، بی‌واسطه یک اثر هنری و دارای بیان تلقی می‌شود که می‌تواند با مخاطب به دلیل نزدیکی با بدن و همراهی انسان در تمام ادوار تاریخی، به صورت ملموس ارتباط برقرار سازد؛ بنابراین شاهدیم که شکل تجسمی لباس در مقابل تفکر غالب کاربردی آن در تلاش برای کسب جایگاه در میدانی است که بوردیو آن را میدان قدرت می‌نامد؛ اما این ورود و تعریف ارایه شده جدید از لباس هنوز نتوانسته است در میدان‌های قدرت هنری به علت کمبود حجم و مقدار سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی از وضعیت مطلوب و درخوری برخوردار شود.

کلیدواژه‌ها: هنر پست‌مدرن، دوران معاصر، لباس مفهومی، میدان قدرت بوردیو.

۱- دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا

۲- دانشیار پژوهش هنر دانشگاه الزهرا

* نویسنده مسئول

۱. مقدمه و طرح مسأله

در طول تاریخ بشر، لباس دارای کارکردهای متفاوت و متنوعی بوده است. علت پدید آمدن لباس را چه به گفته ویل کاکس (۱۳۷۲)، تطبیق با شرایط محیط و طبیعت، موفقیت در شکار، پیروزی در جنگ و به جا آوردن مراسم آیینی بدانیم و چه در امان ماندن از گزند عوامل طبیعی چون سرما، گرما، حشرات و غیره؛ نمی‌توانیم منکر وجود تمایل همیشگی انسان به ارائه‌ی جلوه‌ای زیبا، متفاوت و متنوع و حتی اغراق‌آمیز از خود شویم. همچنین لباس علاوه بر جنبه فردی؛ از جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارای کارکردهای متفاوتی است. به طوری که داگلاس و ایشروود (۱۹۹۶) معتقدند که «فایده کالاها برای خوردن و نوشیدن را فراموش کنید؛ فکر کنید که لباس‌ها برای آن‌که اندیشه شوند مناسب‌اند. آن‌ها را رسانه‌ای غیرکلامی برای قوه خلاقه انسان بدانید». بدین ترتیب، داگلاس و ایشروود انواع کالاها از جمله پوشاک را به عنوان «نظام زنده اطلاع‌رسانی» مورد تحلیل قرار می‌دهند. علاوه بر موارد ذکرشده، لباس در قرون معاصر جنبه هنری نیز پیدا کرد.

در دهه‌های پایانی سده بیستم، تحولاتی عمیق در مفهوم هنر و ساختار زیبایی‌شناختی ظهور می‌کند. این تحولات با شکل‌گیری جنبش‌های هنری همراه می‌شود که پس از دهه ۱۹۶۰ میلادی، شکل و مضمون اثر هنری و رابطه‌اش با انسان و طبیعت را کاملاً به چالش می‌کشد. این چالش با به‌کارگیری موادی فراتر از رنگ و بوم آغاز و در سال‌های آخر آن به آزادی کامل هنرمند از هرگونه قید و بند نقاشی و مجسمه‌سازی و تمایل به سوی رسانه‌ای شدن و استفاده از امکانات جدید آفرینش منتهی می‌شود. بدین ترتیب برخلاف انتظار و عادت مخاطب، هنرمند در این دوره دیگر به نقاشی تابلوهای مرسوم یا ساخت مجسمه‌های تکراری و مواردی از این قبیل نمی‌پردازد، بلکه به دنبال خلق آثاری است که بیننده را شگفت‌زده به فکر فرو برد؛ در این‌جا است که خلق اثر با مشارکت ذهن تماشاگر کامل می‌شود. در این بین هنرمندانی پدیدار می‌شوند که قابلیت‌های اندام انسان و حالات آن را بیش از هر ابزار دیگری برای ایجاد ارتباط با مخاطبان آثار هنری مناسب دیدند. در واقع طراحی پوشاک غیر کاربردی به عنوان یکی از مؤثرترین بیان‌های هنری در این دوران خودنمایی می‌کند. بدین ترتیب طراحی لباس در این عصر بیانگر تغییرات عمیق اجتماعی و به دنبال آن انعکاس تأثیرات الگوها و چالش‌های حاصل از این تغییرات روی گروه‌ها و اقشار اجتماعی مختلف و متنوع است. هنرمندان بعد از دهه‌ی ۶۰ میلادی با استفاده از تلفیق لباس با ویژگی‌های هنرهای تجسمی، حالات و صفات انسانی، حرکات اندام و گاه توانایی‌های

بازیگری، مفاهیم موردنظر خود را نمایان ساخته‌اند و به این صورت است که لباس به عنوان مفهومی هنری مدنظر قرار می‌گیرد.

هدف اصلی این لباس‌ها صرفاً پوشش بدن انسان نیست، بلکه نمایش صفات، احساسات و اندیشه‌های انسان است. بدین معنا که کنش هنرمند فقط پیش‌نیازی برای نشان دادن ماهیت اثر هنری و ایده‌ی اوست و هرگونه حاصل کار و یا جسمیت بخشیدن، تنها نمودی ابتدایی از یک نتیجه‌گیری کلی بوده که هنرمند بدان دست‌یافته است.

اگرچه این ورود به دنیای هنر، با توجه به شناختی که از لباس به عنوان کالایی کاربردی بوده است؛ چندان آسان به نظر نمی‌رسد؛ چنانچه پیر بوردیو نیز در میدان‌های قدرت خود بدان اشاره می‌کند. در حقیقت این نگرش و استفاده هنرمندانه از لباس به عنوان اثری هنری باید باور و قدرت میدان کاربردی لباس را در هم شکند و نگرشی نو معرفی کند که در این مقاله بدان پرداخته خواهد شد.

با توجه به آنچه مطرح شد، در این پژوهش سعی خواهد شد به سؤالاتی همچون؛ لباس مفهومی چیست؟ چه عواملی سبب شکل‌گیری ایده‌ی لباس به‌مثابه اثر هنری در بین هنرمندان این حوزه شده است؟ پاسخ داده شود. در این رابطه سعی خواهد شد با نگاهی جامعه‌شناسانه و با استفاده از نظریه میدان قدرت بوردیو به درک بهتری از وضعیت لباس به عنوان یک اثر هنری و ابزار بیان هنرمند در دوره معاصر نائل آییم.

۲. مرور مطالعات انجام‌شده‌ی مرتبط با موضوع

در ارتباط با موضوع این پژوهش آن‌چنان که باید مطالعات زیادی صورت نگرفته است و تنها باید به ذکر چند مطالعه در این زمینه بسنده کرد. مقاله‌ی بدن به‌مثابه‌ی رسانه‌ی هویت از آزادارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱) از جمله تحقیقات مرتبط با موضوع مورد بحث است. وی، بدن را به‌مثابه حامل ضمیر نفسانی و مستقیم‌ترین واسطه هویت مطرح می‌کند و آن را به عنوان موضوعی برای نظریه و پژوهش اجتماعی مطرح می‌سازد. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد فانی‌سالک^۱ (۲۰۰۵) با عنوان لباس وسیله بیانی هنرمند از دیگر تحقیقات مرتبط با موضوع پژوهش حاضر است. وی، در این پژوهش به ذکر این نکته می‌پردازد که لباس با توجه به قدرت و بیان خاص خود و قرار گرفتن بر روی بدن، به عنوان اولین و قوی‌ترین دارایی هر

1. Fani Salek

فرد، بزرگ‌ترین مجموعه برای بیان هنرمند و به چالش کشیدن فضای اطراف تبدیل می‌شود. این مجموعه به صورت تابلویی متحرک علاوه بر دیده شدن در فضای عمومی و ارتباط تنگاتنگ با اجتماع، حساسیت هنرمند را در حد بالا نسبت به اطراف خود نشان می‌دهد و هنرمند را محصول زمان خود می‌کند. علاوه بر مطالعات فوق، مقاله‌ی هنر مفهومی در طراحی لباس توسط مجلسی و خوشنویسان در سال ۱۳۸۸ نیز اشاره‌ی مختصری به لباس هنری دارد. آن‌ها، در این مقاله به تأثیر هنر مفهومی در طراحی لباس اشاره می‌کنند، هم‌چنین، بیان این موضوع که لباس‌های مفهومی همانند یک بوم و یا وسیله‌ای برای نشان دادن مفاهیم درونی و ذهنیات هنرمند می‌باشند و لباس پوششی برای بدن انسان نیست بلکه به عنوان زمینه انتقال تفکرات هنرمند تلقی می‌شود.

تحقیق دیگری که باید نام برد، مربوط به پایان‌نامه دکتری ناتاشا روسل (۲۰۰۸) در کانادا، با موضوع لباس درون و برون است. او در این مطالعه به بررسی نقش و جایگاه فرد در درون لباس و ارتباط آن با فضای اطراف می‌پردازد. تعریف وی از فضای اطراف از محدوده و مرز بدن به آن طرف می‌باشد و شیء، فرد و همه چیز را شامل می‌شود. او در این نوع ارتباط از تمام امکانات رایانه‌ای و ارتباطی مؤثر استفاده می‌کند تا فرضیه خود در مورد نقش فعال و پویای لباس در انتقال بیان و پیام هنری به فرد مقابل و جایگاه واکنش را به اثبات برساند. او از ارتباط بین انسان، ماشین و رایانه سخن می‌گوید و لباس به عنوان فصل مشترک بین آن‌ها برای رسیدن به بیان هنری جلوه می‌کند.

در یک جمع‌بندی کلی از مباحث بالا، می‌توان گفت که علیرغم توجه به برخی از جنبه‌های مقاله پژوهشی حاضر این تحقیق هم به لحاظ تلقی و هم به لحاظ رویکرد به موضوع کاملاً با آن‌ها متفاوت است. همان‌طور که مشاهده می‌شود موضوع مورد بحث این تحقیق تاکنون مورد بحث و بررسی قرار نگرفته است و این مقاله سعی دارد بدان بپردازد.

۳. مفهوم لباس در دوران معاصر و رابطه آن با هنر پست‌مدرن

به دنبال ناکامی‌ها و بروز مشکلات مختلف در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی شاهد ظهور دوره پست‌مدرن در اوایل دهه ۱۹۶۰ هستیم. از جمله این پیامدهای این وضع تغییر رویکرد هنرمندان به لباس به عنوان عصر تجسمی است. در ذیل تحولات را به اجمال مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۳-۱. مفهوم لباس در دوران معاصر

لباس پوشیدن همواره روشن‌ترین نشانه هویت اجتماعی بوده است. پوشاک عملکردی فراتر از کارکرد فیزیکی خود مبنی بر پوشانندگی ایفا می‌کند. لباسی که شخص می‌پوشد حامل نشانه‌هایی است که ارتباط بین او و محیط زندگی‌اش را بازگو می‌کند. لباس هرگز از نشانه چیزی بودن و دلالت بر مفهومی خاص باز نمی‌ایستد و زبانی است که بیان‌کننده جنسیت، جایگاه اجتماعی و باورهای مذهبی فرد است. از این‌رو لباس جنبه زنده‌ای از فرهنگ بوده و تحولات آن همانند تحولات هنری، تابع شرایط اجتماعی است (کاریک، ۱۹۹۴: ۴۶). ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است که «بدن به عنوان یک حیطة‌ی شخصی و نشانه‌ی هویتی هر فردی به شمار می‌آید که چگونگی آراستن و حفاظت از آن از یک‌سو کاملاً در اختیار فرد و بر اساس سلیقه و ذائقه‌ی فردی نحوه پوشش، انتخاب و از سوی دیگر تحت تأثیر ارزش‌ها و اخلاقیات و رسوم و سنت‌های فرهنگی، اعتقادی و مذهبی هر اجتماع است که به لحاظ ساختاری محدودیت‌هایی را برای عرضه خود به عنوان یک موجودیت فردی به فرد یا کنش‌گر اعمال می‌کند» (اینگلیش، ۲۰۰۷: ۱۲).

به بیان دیگر، ویژگی‌هایی که به لباس افزوده و یا چیزهایی که از آن کاسته می‌شوند - چه در ادوار گذشته و چه در حال و در آینده - مقوله‌ای مجرد نیستند و بی‌تردید دگرگونی‌های اقتصادی، سیاسی، علمی، فرهنگی و هنری در تحول آن دخیل خواهند بود و به خوبی بازتاب خود را در پوشاک جلوه‌گر خواهند ساخت؛ به‌گونه‌ای که به‌طور قطع می‌توان گفت بخشی از فرهنگ و هنر هر قوم و کشوری را می‌توان در لباس آن جست‌وجو کرد. لباس در جهان امروزی به صورت یک وسیله (دیداری) برای شناخت جنبه‌ی اقلیمی، تاریخی، فرهنگی، هنری و اقتصادی زندگی انسان‌ها و سطح تمدن و پیشرفت جوامع درآمده است. فائدی شرفی (۱۳۷۸) بیان می‌دارد؛ لباس نیز همانند خط یا زبان، نشانه و نمادی برای فرهنگ به‌شمار می‌رود. همان‌طور که گفتار و نوشتار شیوه‌هایی هستند که به کمک آن‌ها می‌توان معانی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را بیان کرد و هر جامعه‌ای خط و زبان خود را داراست، شکل و فرم و رنگ پوشاک نیز دارای معانی خاصی است که بستگی تام به فرهنگ جامعه‌ی تولیدکننده و مصرف‌کننده‌ی آن دارد (۷۲). حتی می‌توان گفت لباس‌ها سریع‌تر از خط و زبان می‌توانند بسیاری از موارد مطروحه را انتقال دهند.

داگلاس و ایشروود (۱۹۶۹) معتقدند که «فایده‌ی کالاها برای خوردن و نوشیدن را فراموش کنید... فکر کنید که کالاها از جمله لباس‌ها برای آن که اندیشه شوند، مناسب‌اند. آن‌ها را رسانه‌ای غیرکلامی برای قوه‌ی خلاقانه انسان بدانید» (داگلاس و ایشروود، ۱۹۹۶: ۳۵). بدین ترتیب، داگلاس و ایشروود (۱۹۶۹) انواع کالاها از جمله پوشاک را به عنوان "نظام زنده اطلاع‌رسانی" مورد تحلیل قرار می‌دهند. علاوه بر این، بر اساس تحولات تاریخی در نوع و چگونگی پوشش در دوره‌های مختلف تاریخی تغییرات متعددی رخ داده که عمدتاً برگرفته از سطح توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع و میزان آزادی عمل افراد به ویژه با توجه به طبقه و موقعیت اجتماعی آن‌ها است. در این تغییرات، تحولات تاریخی نمایش‌گر این است که در دوره‌های مختلف افراد از پوشش با طراحی‌های متفاوت و با به‌کارگیری عوامل و رنگ‌های گوناگون بهره برده‌اند؛ اما از قرون معاصر است که لباس هم از جنبه هنری و هم از جنبه اقتصادی آن جلوه‌های متنوع‌تری پیدا کرده است.

آن هولاندر (۱۹۹۴)، نویسنده آمریکایی در کتابی با نام جنسیت و لباس اظهار می‌کند که طراحی لباس به علت توانایی خلق تصاویر کامل بدنی و فرم‌های بدنی، از نظر روان‌شناسی و ساختاری، حقیقی، مدرن و امروزی بودن آن، یک هنر است (به نقل از مجلسی و خوشنویسان، ۱۳۸۸: ۶۰). متقابلاً آثار طراحان لباس در دوران معاصر همواره ارتباط نزدیکی با جنبش‌های پیشرو هنری داشته‌اند و از آنان تأثیر پذیرفته‌اند. پیوند این دو ناشی از آن است که لباس، ورای جنبه کارکردی‌اش، دارای عنصر زیبایی‌شناسانه نیز هست. لباس بازگوکننده سلیقه، ادراک زیبایی‌شناختی است و تلاش فرد برای ارائه مطلوب از خود و همگامی با زمان می‌باشد (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۰۹)؛ بنابراین می‌توان گفت، در دوره‌ی معاصر و با ظهور هنرهای پست مدرنیستی، لباس همیشه ابزاری کمکی برای بیان هنری بوده است و هنرمندان از قدرت حیرت‌انگیز آن مبنی بر ارتباط مستقیم با بدن و حضور زنده در فضای پیرامون، سود برده‌اند.

اساس هنر این دوره التزام به ابداع است. طراحی لباس نیز در این دوره، حول مفهوم تازگی و بدعت می‌گردد. در هنر این دوره است که «برای نخستین بار نفس خلاقیت و نوآوری، موضوع هنر می‌شود» (لوسی اسمیت، ۱۳۸۰: ۹). در حقیقت لباس این دوره، ویژگی‌هایی فراتر از آنچه تاکنون عرضه کرده است را در معرض نمایش قرار می‌دهد و از

جهاتی دیگر نیز مورد توجه و اهمیت قرار می‌گیرد. در همین جاست که لباس، تصویری از چیزهای دلخواه و مفاهیم همیشه تازه را به وجود می‌آورد (بادات^۱، ۱۹۹۹: ۹۵).

در دوران معاصر، برخی از هنرمندان در بعضی از فرهنگ‌ها و یا جریان‌های ضدفرهنگی با اختلاط عقاید متنوع و با خلق سبک‌ها، تصاویر، بافت‌ها، نقش‌ها، رنگ‌ها و پارچه‌ها است که توانستند فرم‌هایی از خرده پوشش‌ها و اشکال کثرت‌گرایانه‌ای را در یک حوزه به وجود آورند. بدین ترتیب آن‌ها از قالب‌های ساختارشکن برای بیان آنچه می‌خواستند بگویند، استفاده کردند. چرا که از آن پس دیگر «لباس تنها به عنوان یک پوشش صرف مطرح نبوده، بلکه وسیله‌ای برای بیان مفاهیم مختلف موجود در دهکده‌ی جهانی و واکنش‌های آن در اجتماع می‌باشد. به بیانی دیگر، پوشاک به عنوان بیانیه‌ای آشکار مورد استفاده قرار گرفته و شکلی تجسمی به خود گرفته است» (اینگلیش، ۲۰۰۷: ۳۴).

پیش از این، لباس و هنرها اساساً در دو جایگاه جدا از هم قرار داشته و هر یک تقریباً به‌طور مستقل به تکامل خود ادامه می‌دادند. در دوره‌ی مدرن، نظریات آکادمیک بر جدایی هنر ناب از همه‌ی مظاهر فرهنگی تأکید می‌نمود. تا این‌که برخی از هنرمندان و نظریه‌پردازان در سده‌ی نوزدهم درصدد برآمدند تا هنر را با زندگی و جامعه آشتی دهند و در نتیجه مفهوم هنر به همه‌ی قلمروهای زندگی از جمله لباس گسترش یافت (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۲).

بنابراین ما شاهدیم که در سده بیستم ارتباط بین دنیای هنر و لباس، مستقیم و آشکار شد. بسیاری از هنرمندان از قدرت تحریک‌آمیز لباس در خلق آثار هنری استفاده کرده و متقابلاً طراحان لباس در جستجوی منبع الهام به دنیای هنر رجوع کردند. تحول عمده‌ی دیگر در تغییر نگرش به هنر آن گونه که آرنولد (۲۰۰۱) اشاره می‌کند، آن بود که طراحی لباس (دهه‌ی ۶۰ تاکنون) به یک "محیط دیگر" فوق‌العاده و زمینه‌ای که قبلاً نقاشی و مجسمه‌سازی بر آن حکم فرما بود، هدایت شد و بدین ترتیب طراحی لباس را در قالب هنر اجرایی، ویدئویی و چیدمان به رقابت با دیگر هنرها سوق داد (وولن^۲، ۱۹۹۹: ۱۷). در دوران مذکور با تغییر در نگرش به پوشاک و مشروعیت بخشی به آن به عنوان یک مصنوع فرهنگی واجد جنبه‌های هنری و اقتصادی، ما شاهد حضور لباس‌ها در نمایشگاه‌ها هستیم. این نمایشگاه‌ها در قالب نمایشگاه‌های مروری - حمایت از طراحان و طرح‌های آنان - هم در

1. Boudot

2. Wollen

قالب تلاشی برای به وجود آوردن موقعیتی مطرح هستند که در آن "لباس به عنوان یک هنر" شناسانده می‌شود (۵۹)، اشاره می‌کند.

۳-۲. هنر پست‌مدرن

آرنولد توین بی در کتاب مطالعه در تاریخ در سال ۱۹۳۸، با ظهور فرهنگ‌های غیرغربی و آمیخته شدن فرهنگ‌ها در غرب و از بین رفتن مرزهای فرهنگی، به معرفی دوره جدید آغاز شده که پست‌مدرن نامیده می‌شود، می‌پردازد. در این عرصه نقش هنرها^۱ و وسایل ارتباط جمعی، عوامل اصلی این آمیختگی فرهنگی که سبب کثرت‌گرایی و فرهنگ جهانی هستند، غیرقابل چشم‌پوشی است (جنسن، ۱۳۸۱: ۳۶).

می‌توان سه شاخه مهم فکری درباره پست‌مدرنیسم مشخص ساخت. بدین ترتیب می‌تواند این اصطلاح در موارد ذیل کاربرد داشته باشد: مباحث فلسفی که مربوط به گستره و زمینه‌های مبانی شناخت‌اند؛ مباحث اجتماعی- فرهنگی که به ارزیابی اهمیت دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی زندگی معاصر می‌پردازند؛ مباحث زیبایی‌شناختی که موضوع آن ماهیت دگرگون شونده سبک‌های هنری به دنبال افول مدرنیسم است. اگرچه این سه مبحث با هم مرتبط‌اند اما آن‌قدر از یکدیگر متمایزند که می‌توان هر کدام را جداگانه مورد بررسی قرار داد (هیل، ۱۳۸۱: ۱۶۴)؛ بنابراین در ادامه تنها مباحث مربوط به هنر پست‌مدرن مورد بررسی قرار خواهد گرفت. چرا که بحث‌ها و استدلال‌های پست‌مدرنیستی، ظهوری روشن‌تر در حوزه‌هایی که مدرنیسم صریح و روشن شکل یافته بود، دارد؛ مانند معماری، ادبیات و هنرهای تصویری و در تاریخ هنر معاصر، دوره‌ی پست‌مدرن با انتشار کتاب چارلز جنکز در سال ۱۹۷۷ تحت عنوان «زبان معماری پست‌مدرن» آغاز می‌شود. از نظر وی پست‌مدرنیسم حرکتی است که در حدود ۱۹۶۰ در قالب دسته‌ای از خیزش‌های کثرت‌گرایانه، مدرنیسم را ترک کرد (جنکز، ۱۳۷۴: ۲۵). از نظر جنکز مدرنیسم در معماری^۲ تأکید خاصی بر کارایی و سودمندی اجتماعی داشته است. از این حیث، معماری مدرن «صحت کارایی» را می‌طلبیده است که مستلزم کنار گذاشتن تزیین و دکوراسیون بوده و به‌جای آن مصالح به‌کار رفته در برابر دید قرار می‌گرفتند و نقش آن‌ها را در بنا نشان می‌دادند. اصول معماری مذکور به اهداف اجتماعی «مدرن» همچون انبوه‌سازی مسکن نیز تعمیم داده می‌شد و در آثاری از

۱. از زمانی که هنرمندان به هنر شرقی و آفریقایی توجه کردند و با وام گرفتن از ابژه و حتی سوژه این هنرها بستر این حرکت شکل گرفت.

۲. برای مثال در آثار Le Corbusier، گروه Bauhaus، Mies Vander Rohe و International Style.

قبیل کارهای «سبک بین‌المللی»^۱ کاربرد جهانی داشتند؛ که جنکز، ظهور معماری پسا-مدرنیستی را واکنش به ناکامی این طرح مدرنیستی دانسته است (هیل، ۱۳۸۱: ۱۶۸). جنکز علت عمده این شکست را در عدم ایجاد ارتباط مؤثر با مصرف‌کنندگان و عدم برقراری پیوندهای مؤثر با شهر و تاریخ اشاره می‌کند و راه‌حل‌های آن را در پست‌مدرنیسم می‌بیند. علاوه بر این جنکز اشاره می‌کند که مدرنیست‌ها تمایل دارند در حل مشکلات بر راه‌حل‌های فنی و انتقادی تأکید ورزند، در حالی که پست‌مدرنیست‌ها بر افزودن مسائل زمینه‌ای و فرهنگی به طرح‌هایشان اصرار می‌ورزند. آنان نه تنها بر پیوستگی‌های طبیعت، بلکه بر ماهیت وابسته به زمان و فرهنگی معرفت نیز در آثارشان تأکید می‌کنند. دیدگاه پست‌مدرنیست بر ماهیت تکاملی علم و بر تغییر منظر آن در زمان، مکان و فرهنگ‌های مختلف پافشاری می‌کند. این دیدگاه در برگیرنده نسبی‌گرایی مطلق نیست که هر فرضیه علمی به همان خوبی فرضیه دیگر، است یا «به زعم ژان فرانسوا لیوتار یک شکاکیت کامل و پایانی بر همه روایات و اعتقادات بزرگ است. آثار پست‌مدرنیسم از مطلق‌گرایی نسبی یا از کلی‌گرایی نسبی و از این واقعیت که همه قضایای مربوط به حقیقت نسبت به زمان و شرایط حساس‌اند، دفاع می‌کند. در واقع حقایق پست‌مدرنیسم وابسته به فرهنگ‌اند و در زمان رشد می‌کنند» (کهنون، ۱۳۸۱: ۸۳).

بسیاری از این نکات را می‌توان درباره هنر پست‌مدرن هم بیان کرد. هنر پست‌مدرن نیز تقریباً در ۱۹۶۰ همراه با خیزش‌های دیگری از مدرنیسم آغاز شد که از این دسته باید به هایپررئالیسم، فتورئالیسم، رئالیسم تمثیلی و سیاسی، نقاشی تصویر جدید، نئوآکسپرسیونیسم و شماری دیگر از حرکت‌های کم و بیش ساختگی اشاره کرد. بی‌شک فشار بازار هنر برای پدید آوردن عناوین و مکاتب ترکیبی جدید، به شدت و حدت این دگرگونی افزوده است و تأثیر رسانه‌های بین‌المللی، که از ویژگی‌های جامعه فراصنعتی می‌باشد، این جنبش‌ها را ورای مرزها گسترش داده است. «هنر پست‌مدرن همانند معماری، متأثر از «دهکده جهانی» است و حس همراه با آن کنایه شهروند جهانی شدن را در خود دارد» (جنکز، ۱۳۷۴: ۲۵). هنر پست‌مدرن در ادامه هنر مدرن شکل گرفت. جریانی که فراتر از مدرن است، می‌توان گفت که هنر پست‌مدرن روی شالوده‌های دوره‌ی مدرن (پایه‌های دوره‌ی مدرن) شکل گرفت؛ بنابراین، تجربیات و نظرات دوره‌ی مدرن را در درون

خود ذخیره دارد؛ اما علاوه بر آن، نگرشی سنتی نیز به آن پیوند خورده است. در واقع با ترکیب نگرش مدرن و سنتی این وضعیت، پاسخی در خور به کثرت‌گرایی حاکم است. علاوه بر این، همان‌طور که قبلاً گفته شد هنر پست‌مدرن در بطن جامعه مدرن شکل گرفت. راسل برمن پسامدرنیسم در هنر را واکنشی به «عادی شدن شوک» و از دست رفتن نفوذ فرا روندی مدرنیسم توصیف می‌کند. در حقیقت هنر مدرن به علت در هم آمیختن با بازار هنر و نهادینه شدن آن به عنوان «هنر وارسته»، دیگر توان به پرسش گرفتن، برانگیختن و ایجاد ارتباط با اجتماعی فراتر از عده‌ای معدود از نخبگان را از دست داده است (برمن، ۱۹۸۴: ۴۱).

جنکز هدف پست‌مدرنیسم را دو معنایی می‌داند، یعنی مقبول خاص و عام بودن، کهنه و نو بودن (جنکز، ۱۳۷۴: ۴۱). از نظر خاص و عام بودن، هنر در دوره‌ی پست‌مدرن تحت تسلط طبقه‌ی خاصی از اجتماع نیست و همچون دوران پیشین ارزش آثار هنری را افرادی که عضو طبقه‌ی اشراف یا بورژوا جامعه بودند مشخص می‌کردند (تورن، ۱۳۸۲: ۸۲) و همین امر سبب شد تا در دوره‌ی پست‌مدرنیسم گروه‌های دریافت‌کننده‌ی هنر و فرهنگ پست‌مدرنیستی^۱، از "جنبه تقاضا"، درگیر مبارزه با اعضای تثبیت‌شده طبقات مسلط که ذوق زیبایی‌شناسی‌شان به هنر مدرنیستی والا راغب است، شوند.

علاوه بر این، در این دوره هنر پست‌مدرن سبک‌های هنری فرهنگ‌های مختلف و عقاید مختلف را نمایان می‌کند؛ بنابراین، ما شاهد نمایش هویت‌های اجتماعی و فرهنگی شامل خرده‌فرهنگ‌ها و هنرها و جدل بر سر برابری نژادی جنسی و جنسیتی هستیم. در حقیقت محتوا نیز دچار دگرگونی می‌شود و نگرش پست‌مدرنیسم به مسائل و محتوای کار با مدرنیسم متفاوت می‌شود. در دوره مدرن پاسخگوی هویت‌های مختلف نبودند و طرح این هویت‌ها باعث شکاف در مدرنیسم شد و موضوع اساسی پست‌مدرن می‌گردد. بدین‌سان هنر پست‌مدرن را «هنر هویت» نیز می‌نامند. موضوعات مربوط به هویت دوره پست‌مدرنیسم جستار جدیدی هستند، به حدی که برخی از نظریه‌پردازان یک خودآگاهی جدیدی از هویت‌های معینی، تعیین‌کننده‌های ضمیره‌های عصر پست‌مدرنیسم پیشنهاد کردند. در یک مقاله منتقدانه، آندره هیوسن چهار نوع هویت را ترسیم کرد که تشکیل‌دهنده فرهنگ پست‌مدرنیسم هستند که هر کدام از آن‌ها در مواقع خاصی ظهور کرده‌اند: «هویت‌های ملی،

۱. طبقه دریافت‌کننده فرهنگ پست‌مدرنیستی از عامه مردم و طبقه متوسط جامعه‌اند.

به ویژه آن‌هایی که در پاسخ به استعمار شکل گرفته‌اند. هویت‌های جنسی، یک هویت محیط‌گرایانه و هویت‌های قومی به ویژه قومیت‌های غیرغربی آن» (به نقل از رید، ۱۹۹۳: ۴۵). در واقع از نظر کریستوفر رید هنر پست‌مدرنیسم حاوی هویت‌های ملی، طبقاتی، قومی، نژادی و جنسی، در برابر روابط قدرت و تبعیض‌های استعماری، طبقاتی، قومی، نژادی و جنسی در سطح جامعه و در سطح جهانی است؛ به عبارت دیگر، در امتداد روابط قدرت که فوکو و دیگران بدان پرداخته‌اند (یگانه، ۱۳۸۶: ۷۸).

البته نمود این هویت در نقاشی و پیکره‌سازی را کمتر مشاهده می‌توان کرد چرا که هویت نقاشی و پیکره‌سازی به‌طور تنگاتنگ با سنت نوگرا (مدرنیسم) تعیین شده است. بدین سبب در این میان اشکال غیرمرسوم و نامتعارف، همانند هنر کارگزاری^۱ و هنر عکاسی به صف مقدم آمده‌اند و در این روند به‌شدت با سیاست درآمیخته شدند و بیان روشن‌تری پیدا کردند (جنسن، ۱۳۷۹: ۲۳). این‌گونه تأکید بر هویت‌های مشخص کاملاً با اعتقاد فرمالیستی به یک هنر استعلایی و جهان شمول در هنر مدرنیست متضاد است. آثار هنرمندانی چون باربارا کروگر، سیندی شرمین، جودی شیکاگو، جولیان اشنابل، دیوید سال و رابرت میپلترپ، نمونه‌های بارز «هنر هویت» به‌شمار می‌روند.

بنا بر آنچه گفته شد، ما شاهدیم که نظریه پست‌مدرن در هنر با ظهور در عصر فراصنعتی متکی بر عام‌گرایی است. زبان «ترکیبی»، «پیچیده» و «دونشان‌ای» هنر پست‌مدرنیستی باید گواهی باشد برای معنای جدیدی از ریشه‌داری یا محلّیت، اما هنگامی که پیوند عناصر گوناگون به خودی خود به امری عام و جهانی بدل شود، خصوصیت منطقه‌ای به راحتی سبکی می‌شود که می‌تواند به سهولت و سرعت در سرتاسر جهان انتقال یابد که تبلور چنین روندی را می‌توان در مفهوم لباس در دوره پست‌مدرن مشاهده کنیم که در ادامه مطلب به‌اختصار در این زمینه توضیحاتی ارائه خواهد شد.

۴. زمینه‌های نظری

با توجه به آنچه در بالا گفته شد، نظریه‌پردازان جامعه‌شناس متعددی در حیطه هنر وارد شدند و به بیان نظریات جامعه‌شناسی پرداخته‌اند؛ اما شاید بتوان گفت در این میان پیر

۱. Installations. استقرار یک شیء (یا اشیای معمولاً ناهمگون) در مکان با وضع معین به منظور ایده‌ای خاص؛ و نیز خود این شیء (یا اشیاء) استمرار یافته است. این اصطلاح از دهه ۱۹۶۰، عمدتاً، در ارتباط با مینیمال آرت و کانسپچوآل آرت - رایج شده است.

بورديو، جامعه‌شناس و نظریه‌پرداز فرانسوی، تنها جامعه‌شناسی است که به حیطه جامعه‌شناختی لباس وارد شده و با مطرح کردن نظریه میدان‌های قدرت، به درک و فهم بهتر چگونگی ورود سبک و سیاق‌های جدید هنری و عرضه بیان‌های نو در هنر توسط تازه-واردان می‌پردازد.

بورديو در نظریه خود به میدان‌های قدرتی اشاره می‌کند که هر کدام دارای کنشگرانی فعال هستند که برای گذشتن از یک میدان و ورود به میدان دیگر، باید از موانع مختلفی عبور کنند. برای گذر از این موانع، هر کدام از کنشگران نیازمند سرمایه‌هایی هستند. این سرمایه‌ها شامل سرمایه‌های فرهنگی، سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و نوعی خاص از سرمایه که بورديو از آن با عنوان سرمایه نمادین نام می‌برد، هستند.

بورديو کنشگران میدان قدرت اصلی را «بازیگر» می‌نامد. آن‌هایی که موقعیت‌های متفاوتی را اشغال می‌کنند. از جمله در موقعیت مسلط در این میدان، طراحان لباس کسانی هستند که در بالاترین درجه از قدرت قرار دارند. آن‌هایی که توانایی تعریف اهداف عالی را دارند (بورديو، الف ۱۹۹۵: ۱۳۲)؛ به عبارت دیگر، آن‌هایی که از سرمایه بالاتری برخوردارند^۱، به همان نسبت در موقعیت بالاتری قرار می‌گیرند. آن‌ها نقطه مقابل کسانی هستند که از مالکیت اندکی در زمینه سرمایه خاص برخوردارند و تنها تظاهر می‌کنند (بورديو، ب ۱۹۹۵: ۱۲). در حقیقت صاحبان قدرت کسانی هستند که لباس را به عنوان کالایی مصرفی و کاربردی شناخته و معرفی می‌کنند.

در مقابل هنرمندان لباس مفهومی صاحب میدان ضعیف‌تری هستند که می‌خواهند به میدان هنر وارد و تعریفی تجسمی از لباس ارایه نمایند؛ بنابراین به مبارزه با یکدیگر می‌پردازند. در واقع تازه‌واردان «در یک مسابقه مشت‌زنی با رقبا، تصمیم به مدیریت بازی می‌گیرند». آنها سعی می‌کنند تا صاحبان نگرش کاربردی لباس را آشفته کنند، کسی که در مقابل آنان با "بازی ایمن" قرار دارد (بورديو، الف ۱۹۹۳: ۱۳۸).

بورديو اشاره می‌کند که تازه‌واردان به شکل‌ها و شیوه‌هایی همچون ارتباط مؤثر با مخاطب، بیان ملموس‌تر و کارهایی از این دست متوسل می‌شوند تا بتوانند جایگاه هنری خویش را در میدان قدرت هنر به‌دست آورده (زولبرگ، ۱۹۹۷: ۱۹۰) و به خلق آثار تجسمی

۱. برای ورود به میدان قدرت لازم است که ترکیب و حجمی از انواعی از سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و هنری توسط هر کنشگری برای تثبیت و تعیین جایگاه (موقعیت) در سلسله مراتب پایگاه اجتماعی ارائه شود.

با استفاده از لباس دست بزنند و مورد قبول واقع گردند. هرچند دست یافتن به این مهم بسیار سخت و دشوار به نظر می‌رسد. همان‌طور که ذکر شد بوردیو مباحث متعددی را در باب میدان قدرت و صاحبان قدرت در این میدان مطرح می‌کند. مباحثی که می‌تواند راهگشای ما در این تحقیق باشد.

۵. روش پژوهش

اگرچه روش اصلی جمع‌آوری اطلاعات پژوهش اسنادی است. در این رابطه آثار سه تن از برجسته‌ترین هنرمندان حوزه لباس‌های مفهومی که پیشرو مطرح کردن این گفتمان بوده‌اند همچون یاواچوف، سمز، براون مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر این اساس در این پژوهش با مرور منابع موجود در بخش نظری و یافته‌های تجربی مرتبط با موضوع مقاله به صورت منظم و روش‌مند، سعی گردیده با بهره‌گیری از نظریه میدان قدرت بوردیو، چهارچوب مفهومی مناسبی جهت طرح مباحث موردنظر فراهم شود. در گام بعدی، با رویکردی توصیفی و تحلیلی به تحلیل این هنر در دوره پست‌مدرن و میدان هنری پرداخته شده است.

۶. لباس مفهومی^۱

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، ما شاهدیم که در هنر سده بیستم برای نخستین بار نفس خلاقیت و نوآوری موضوع هنر می‌شود. در این دوران، دارا بودن مفهوم و ایده در اثر هنری جایگاهی ویژه می‌یابد. «در این بین هنر و پوشاک که تا پیش از این در دو جایگاه جدا از هم قرار داشتند و مستقل از یکدیگر به تکامل خود ادامه می‌دادند، با هم ترکیب شدند و سبب وارد شدن مفهوم هنر به لباس گردیدند و در نتیجه ارتباط بین دنیای هنر و لباس مستقیم و آشکار گردید. در نهایت، بسیاری از هنرمندان از قدرت تحریک‌آمیز لباس در خلق آثار هنری استفاده کرده و متقابلاً طراحان لباس در جست و جوی منبع الهام، به دنیای هنر رجوع کردند» (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۸). به این ترتیب، لباس که زمانی تنها از جنبه‌ی کاربردی شناخته و مطرح می‌شد، در این سده بدل به ابزاری برای جست و جوی هویت شده و می‌توان آن را بی‌واسطه یک اثر مفهومی پنداشت (پریمیسیریو^۲، ۱۹۹۶: ۴۸). این بدان معنی نیست که هنر و لباس مشابه یا معادل یکدیگرند، بلکه می‌توان به هر دو نگاهی مشابه داشت.

۱. Conceptual Clothing

۲. Primicerio

در حقیقت، دیگر نمی‌توان انکار کرد که لباس یک گویش بصری قدرتمند و ابزاری برای گفتگو با مخاطب است. به بیان دیگر هنر و لباس با یکدیگر ترکیب می‌شوند تا از محدودیت‌های معمول ژانرهای خود خارج شده و آزادی یابند. هردوی آن‌ها لفاف و پوسته‌ای از مجموعه‌ی خواست‌ها و آرمان‌های حسی و معنوی هستند که قابل‌رؤیت شده‌اند. هنرمند تلاش می‌کند که از طریق ترکیب این دو با یکدیگر به بازتاب تفکرات و عقاید موردنظر خود بپردازد^۱ (پریمیسریو، ۱۹۹۶: ۸۴؛ تاونسند^۲، ۲۰۰۲: ۳۲). طراحان و هنرمندان در دوره‌ی معاصر بر این عقیده‌اند که پوشاک یک تصویر است و هر آنچه که طراحی می‌شود و محصول نهایی آن لباس است، صرفاً برای پوشیدن نیست (استیل^۳، ۲۰۰۰: ۹۰). کرگ^۴ و راجرفلد^۵ از لباس به عنوان هنری قابل لمس یاد کرده و استفاده می‌نمایند (به نقل از پریمیسریو، ۱۹۹۶: ۸۴). هنری که برخلاف تعریف همیشگی هنر، مبنی بر غیرقابل لمس بودن، تعریف می‌شود. لباس مفهومی رسانه‌ای است که بیان خود را به صورت ملموسی به مخاطب منتقل می‌کند. اکنون لباس که جایگاهی مفهومی را در دنیای هنر معاصر ارائه می‌کند به مانند الگوی آثار هنری، جایگاه گفتمان را از ورای لباس معرفی می‌نماید. لباس‌هایی که در آن‌ها، همان‌طور که راسل (۲۰۰۸) به درستی به آن اشاره دارد، سه عامل بدن، فضا و ارتباط حائز اهمیت هستند. لباس‌هایی که هدف اصلی آن‌ها پوشش بدن انسان نیست، بلکه نمایش صفات، احساسات و اندیشه‌های او است. در حقیقت، لباس‌های مفهومی، اندام انسان را ابزاری برای انتقال یک فکر یا صفت درونی او می‌دانند و نه الزاماً برای پوشش تمام یا بخشی از جسم او. این دقیقاً همان هدفی است که هنر مفهومی در پی آن است؛ «بدین معنا که کنش هنرمند فقط پیش‌نیازی برای نشان دادن ماهیت اثر هنری و ایده‌ی اوست و هرگونه حاصل کار و یا جسمیت بخشیدن، تنها نمودی ابتدایی از یک نتیجه‌گیری کلی بوده که هنرمند بدان دست‌یافته است» (مجلسی و خوشنویسان، ۱۳۸۸: ۵۷). در نتیجه، در این حالت لباس مستقیماً یک اثر هنری تلقی می‌شود و طراح لباس، هنرمندی است که آثارش را با کارمادهای مثل لباس خلق می‌کند؛ اما این بار از دید کاربردی فراتر رفته و آن را به صورت مدیا و رسانه مطرح می‌سازد (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۲۰). در حقیقت، لباس مفهومی

۱. «اثر هنری آیینی‌ای از جهان‌بینی و نگرش هنرمند به دنیای اطراف وی است. در واقع هنرمند با ارائه‌ی ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های خود توسط اثر هنری آن‌ها را در جامعه طرح و نهادینه می‌کند و مخاطب را با آن آشنا می‌سازد» (راوودراد، ۱۳۸۶: ۷۰).

2. Townsend

3. Steele

4. Tony Cragg

5. Kral Lagerfeld

فوران خلاقیت و اندیشه هنرمند است که درک آن توسط مخاطب می‌تواند بنیهِی فرهنگ و روان خالق آن را مشخص سازد.

استفاده از لباس مفهومی به عنوان یک اثر تجسمی، آن را از نگرش خاص خود یعنی نگرش کاربردی رها کرده و سبب می‌شود تا به کارکرد بازنگریسته شود. با توجه به این موضوع که لباس برخاسته از فرهنگ عامه است و به خوبی با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند، ما شاهد معرفی و تثبیت آن به عنوان ابزار بیان هنری هستیم، به طوری که لباس امروزه تبدیل به شاخصی قوی شده است؛ ابزاری که هنرمند مفهوم گرا با استفاده از آن به بیان ایدئولوژی، نقد اجتماعی، فرهنگی و یا دیگر مسائل پیرامون خود و به‌طور کلی دغدغه‌های درونی خود می‌پردازد (جوادی یگانه و کشفی، ۱۳۸۶: ۴۶). در این‌جاست که جنبه‌ی زیبایی‌شناسانه لباس کنار رفته و مفهوم نهفته در آن اهمیت می‌یابد؛ لباسی که حاکی از نگرش عمیق نسبت به اطراف و حتی درون افراد است و در آن مخاطب به تفکر واداشته می‌شود.

بدین ترتیب مشاهده می‌شود همان‌طور که تابلوهای نقاشی، احساسات خالق آن را نمایان می‌سازد، در عرصه‌ی لباس‌های مفهومی، بدن حکم بوم نقاشی را پیدا می‌کند و وسیله‌ای برای بیان احساسات یا ذهنیات و مفاهیم درونی و روانی انسان مانند خشم، شادی، خیر و شر، عشق، نفرت، آرزو و غیره می‌شود.

۱-۶. روند شکل‌گیری لباس‌های مفهومی

جنگ جهانی دوم بنیان تمدن را تکان داد و با آغاز آن، تکامل لباس، شکلی انقلابی به خود گرفت. لباس که بازتابی از توان اقتصادی، نگرش سیاسی، قابلیت‌های فرهنگی و اجتماعی، باورهای مذهبی و فلسفی و پایبندی‌های رسمی و سنتی است، در روند تکامل خود، زیر نفوذ و سیطره‌ی نظام نقشه‌دار سرمایه‌داری قرار گرفت. در این نظام، پوشاک جایگاهی دیگر یافت، تبدیل به کالا شد و همانند کالا ارزش دوگانه پیدا کرد. به سخن دیگر، هم برآورنده‌ی نیازهای بشری گردید و هم محصولی برای فروش (ویل کاکس و ترنر، ۱۳۷۹: ۱۱).

پس از خاتمه جنگ جهانی دوم، لباس موضوع مطالعه‌ی رشته‌هایی چون روان‌شناسی، فلسفه، جامعه‌شناسی و رفتارشناسی گردید و از جهات مختلف مورد بررسی قرار گرفت.^۱ در همین هنگام، سبک‌های هنری جدید نیز پدید آمدند که تأثیراتی عمیق بر نقاشی، مجسمه‌سازی و امثال آن بر جای گذاشتند؛ اما این تأثیرها تنها به این هنرها معطوف نشد.

در این بین، همگام با تحولات هنری، بستر جدیدی از فعالیت در زمینه‌ی لباس آغاز گردید (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۲۳). در نتیجه، هم‌زمان با رشد و شکل‌گیری هنر مفهومی، لباس‌های مفهومی به عنوان شاخه‌ای از این هنر جایگاه ویژه‌ای در بین هنرمندان برای خود یافت. در سده‌ی بیستم این ارتباط آشکار شد و ما شاهد ایده‌ها و جنبش‌هایی هستیم که در آن لباس و هنر با یکدیگر ترکیب می‌شوند. آثاری که به مدد شیوه‌هایی همچون هنر اجرا^۱، چیدمان^۲، هنر ویدئویی^۳ و غیره خلق شده و به مخاطب معرفی شدند.

آغاز دهه‌ی ۱۹۶۰، مقارن با فعالیت گسترده‌ی هنرمندان و طراحان بود. از طرفی در آثار هنرمندان رویکردی مفهومی پدیدار شد و از طرف دیگر، لباس تحت تحلیلی ساختاری و انتقادی قرار گرفت که نشان می‌داد، می‌تواند ابزاری در انتقال پیام‌های ایدئولوژیک و مفهومی باشد. در این دوران، لباس مستقیماً یک اثر هنری تلقی شد و هنرمندان این حوزه برای خلق اثر خود، شروع به استفاده از کارماده‌ی جالب توجهی مثل لباس کردند (اینگلیش^۴، ۲۰۰۷: ۲۸). آثار این دهه بر محیط تمرکز داشت و در فضاهای هنر زمینی^۵ بازنمایی می‌شد و در هنر اجرا^۶ و هنر بدنی^۷ تجربه می‌گردید. «در دهه‌ی ۱۹۶۰، به بدن به عنوان مستقیم‌ترین و در دسترس‌ترین قرارگاهی که می‌تواند حامل و نمایش‌گر تفاوت‌های زندگی و شکل‌های هویت باشد، توجه بسیار می‌شد» (سید اختیاری، ۱۳۸۹: ۱۲).

کریستو یاواچف^۸ از پیشگامان حوزه‌ی لباس مفهومی است. وی در طی دهه‌ی ۱۹۶۰ اثر خود را با نام پیراهن عروس^۹ ارائه کرد و سبب شد تا لباس اولین بار به عنوان یک اثر هنری شناخته و پوشیده گردد. بدین ترتیب، وی انقلابی در زمینه‌ی پوشاک پدید آورد و نحوه‌ی نگرش به آن را تغییر داد. علاوه بر کریستو، هنرمندانی نظیر کوسوما^{۱۰}، اسپوئری^{۱۱}، وار هول^{۱۲}، لیختن‌اشتاین^{۱۳} و راتوشنبرگ^{۱۴}، نیز از لباس برای بیان مفاهیم و ایدئولوژی‌های

1. Performance
2. Installation
3. Video
4. English
5. Land Art
6. Performance Art
7. Body Art
8. Christo Vladimirov Javacheff
9. Wedding Dress
10. Kusuma
11. Spoerri
12. Warhol
13. Lichtenstein
14. Rauschenberg

خود در این زمان بهره گرفتند و در زمره‌ی پیشگامان این حوزه جای گرفتند (پریمیسیرو، ۱۹۹۶: ۷۰). این روند تا اواخر این دهه با آزادی بیشتری ادامه می‌یابد. هنرمندان شروع به تقلید از طبیعت و جذب مجدد جهان در هنر می‌کنند. این هم‌جوشی بین هنر و طبیعت را می‌توان در «لباس طبیعت پیرو گیلاردی»^۱ و لباس‌های بدن آلیگیرو بوئتی^۲ که طرح‌هایی اسفنجی شکل یا طرح‌های آب و ماهی دارد، مشاهده کرد» (پریمیسیرو، ۱۹۹۶: ۷۵).

از دهه‌ی ۱۹۷۰ به بعد با ظهور جنبش‌هایی نظیر هنر محیطی^۳، هنر زمینی، هنر کنشی و بدنی^۴، تطابق نظری لباس با قلمرو هنرهای جدید آشکارتر شد. در آغاز دهه‌ی ۱۹۸۰، لباس رسماً به عنوان یک مصنوع هنری به رسمیت شناخته می‌شود. در این دهه، ما شاهد تبدیل بی‌واسطه‌ی لباس به عنوان یک اثر مفهومی هستیم. اثری که بی‌شک یک گویش بصری قدرتمند است. این روند تا جایی پیش می‌رود که لباس‌های مفهومی در کنار دیگر آثار تجسمی قرار می‌گیرند و به عنوان رسانه‌ای در نمایشگاه‌ها و موزه‌های هنری حضور می‌یابند^۵ (والترز و لیلتموم^۶، ۲۰۰۷: ۳۸). در این دوره، موزه‌های جهان از این پدیده در خور توجه استقبال کرده و اقدام به برگزاری نمایشگاه‌هایی در این زمینه می‌کنند به عنوان مثال، در نمایشگاه مد و لباس موزه‌ی گوگنهایم^۷ در سال ۱۹۹۷، به عنوان بخشی از دو سالانه فلورانس، آثاری از هنرمندان که از لباس به عنوان رسانه استفاده کردند، به نمایش در آمد^۸.

علاوه بر این، طی دهه ۱۹۸۰ ما شاهد ظهور هنرمندانی در کشورهایی همچون هنگ‌کنگ، تایوان و کره جنوبی هستیم که به لباس نگرشی متفاوت از آنچه بوده است، داشته‌اند؛ هنرمندانی که در بسیاری حرکت‌ها و شیوه‌ها پیشگام بودند. این اتفاق در آثار طراحانی چون یاماموتو^۹، کائوکوبو^{۱۰} و میاکه^{۱۱} قابل مشاهده است؛ هنرمندانی که لباس‌های کاربردی طراحی شده توسط آنان نیز تحت تأثیر هنر آنان قرار گرفته و فروشگاه‌های آنان

1. Piero Gilardi

2. Alighiero Boetti

3. Environmental Art

4. Action & Body Art

۵. به‌عنوان مثال در سال ۲۰۰۵ نمایشگاهی در موزه‌ی هنرهای زیبای سان فرانسیسکو با عنوان هنر پوششی: مد و ضد مد برگزار شد.

6. Welters, L. & Lillethum. A.

7. Guggenheim Museum

8. a portion of the Florence Biennale's 2 Tempo e la Moda of 1996, shown at the Guggenheim Museum Soho, New York, in 1997

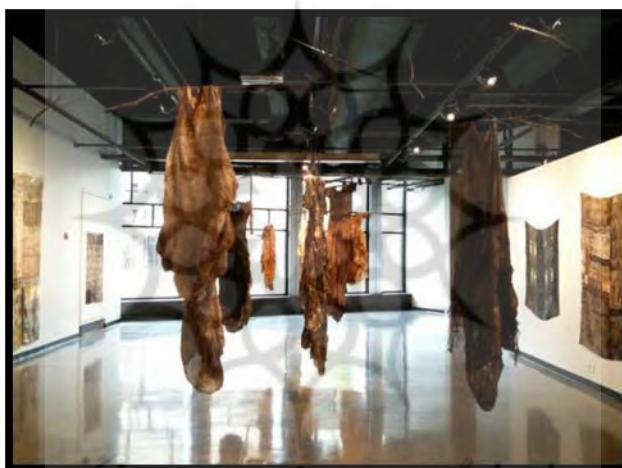
9. Yamamoto

10. Kawakubo

11. Miayke

بیش تر شبیه گالری هنری است تا مکانی برای عرضه و فروش لباس (ریپلو و مکنیل، ۲۰۱۰: ۴۰).

در طول دهه‌ی ۱۹۹۰، لباس و هنر به‌طور کامل در یکدیگر حل می‌شوند و گالری‌های هنری در این دوران به‌خوبی می‌توانند درباره‌ی این امر شهادت دهند. لباس‌ها تبدیل به منبعی از خلاقیت شده و هنرمندان به بررسی روابط لباس با بدن و تأثیرات اجتماعی آن می‌پردازند. در این دهه هنرمندان حوزه‌ی آوانگارد دریافتند که لباس استعاره‌ای عمیق برای بدن انسان و وضعیت انسانی او است (مالر، ۲۰۰۱: ۳۳). در نتیجه، لباس تبدیل به واسطه‌ای برای انتقال یک ایده یا به منزله‌ی محملی شد که به واقعه یا موقعیتی اشاره می‌کرد. این روند تاکنون نیز ادامه یافته است.



تصویر ۱: ایندیا فلینت، پوست دوم، (۲۰۱۱، سایت ایندیا فلینت، ۲۰۱۲)

۲-۶. هنرمندان حوزه‌ی لباس‌های مفهومی

با توجه به آنچه گذشت، به منظور آشنایی دقیق‌تر با آثار و افکار هنرمندان بنیان‌گذار، ادامه‌دهنده‌ی و مطرح حوزه‌ی لباس‌های مفهومی در جهان، به شاخص‌ترین آن‌ها پرداخته و آثار آنان در میدان قدرت حاکم هنر مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت.

۶-۲-۱. کریستو یاواچف^۱

کریستو یاواچف یکی از هنرمندانی است که با دست‌کاری مناظر طبیعی یا بناهای شهری، آثارش را در مقیاس عظیم می‌آفریند. یاواچوف سرّ نهفته در نمایش یک شی بسته‌بندی شده را از سوررئالیست‌ها فرا می‌گیرد، سپس با کاربست آن در مورد منظره‌ها و نیز یادمان‌های بزرگ، معنای تازه‌ای به آن می‌بخشد (آیت‌اللهی و فربود، ۱۳۸۵: ۴۵). در آثار وی، پیچاندن ساختمان‌ها یا مناظر، استعاره‌ای از پوشانیدن آن‌ها در لباسی جدید است.

یاواچوف هنرمندی است که وی را پیشگام نگرش مبتکرانه و خلاق به لباس به عنوان یک مصنوع هنری قابل پوشش، می‌دانند. او در اثر معروف خودش با نام *لباس عروس*^۲ در سال ۱۹۶۷ میلادی، یک کوله‌بار عظیم رنگ شده را به پیکر مدل افزود (تصویر ۲). «این حرکت، لباس را به کلی از مدل‌های مجله‌های زنان در سال ۱۹۶۷ میلادی جدا می‌ساخت و حتی به مبارزه با آن تفکر می‌پردازد. در واقع این اثر نمایانگر عروسی است که از یک لباس سفید ابریشمی و لباس‌های زیرین داغ‌رهایی پیدا کرده بود و از این رهایی لذت می‌برد؛ اما در مقابل باید چیزی شبیه به یک سنگ بزرگ را که با ابریشم پیچیده شده بود را به دنبال خود می‌کشید» (محمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۹). در این اثر، یاواچوف در آن واحد هم سنگینی بار ازدواج را به ذهن متبادر می‌کند و هم رهایی از شلوارک‌های تنگ و کوتاه این دهه را نمادینه می‌سازد (مالر، ۲۰۰۰: ۷۳).

این ارایه متفاوت از لباس، توجه اذهان را به خود جلب و لباس را به نحوی متمایز به مخاطب معرفی کرد. در واقع کریستو با این اثر به جنگ با صاحبان قدرت تفکر کاربردی لباس پرداخته و سعی در کسب جایگاهی متفاوت در میدان قدرت هنر با استفاده از گفتمانی متفاوت می‌نماید. گفتمان جدیدی که کریستو بین هنرمند و مخاطب مطرح می‌کند، چیزی است که بورديو بیان عقاید تازه‌واردان و جنگ قدرت می‌نامد. جنگ قدرتی که با ایجاد شوک در مخاطب توجه وی را به اتفاقی نو جلب کرده و کسب جایگاه می‌کند که مطمئناً با حملات شدیدی از سمت صاحبان قدرت روبه‌رو خواهد شد (بورديو، ۱۹۹۳: ۵۳).

1. Christo Javacheff

2. Wedding dress



تصویر ۲: لباس عروس، ۱۹۶۷، (پریمیسریو، ۱۹۹۶، ۱۰۳-۱۰۲)

۶-۲-۲. بورلی سمز^۱

بورلی سمز از طراحانی است که با آثار مجسمه‌وار پارچه‌ای خود مرزهای جداکننده‌ی هنر و مد را درهم می‌ریزد. آثار بورلی سمز عبارت‌اند از مجسمه‌هایی پیراهن شکل با دامن‌ها و آستین‌های بسیار بلند که از دیوار تا کف زمین امتداد یافته و روی زمین به صورت امواج مخمل و تافته جمع می‌شوند (تصویر ۳). این لباس‌ها در قالب هنر چیدمان اجرا می‌شوند (تاؤنسنده، ۲۰۰۲: ۸۳).

در هنر کلاسیک همه‌ی نسبت‌ها بر پایه‌ی ابعاد اندام انسانی بود. لباس نه تنها این اندام را می‌پوشانید، بلکه جانشینی برای این بدن فیزیکی بود. بورلی سمز در آثارش نسبت‌های لباس را درهم می‌ریزد و اندازه‌ها را به‌طور اغراق‌آمیزی کشیده می‌کند، بدین ترتیب پنداره‌های قالبی درباره‌ی اندام زنانه و مفاهیم هویت و جنسیت را بازبینی می‌کند. این استراتژی را هنرمندانی که در سنت سورئالیسم و پاپ‌آرت کار می‌کردند، نیز به کار گرفته بودند. «لباس‌های سمز بدون بدن و فاقد جسم هستند و پارچه‌های لباس با توجه به داستان و بیان هنرمند انتخاب می‌شوند تا بدین وسیله به مخاطب در درک مفهوم و مقصود پنهان در پشت اثر هنری کمک کنند. مخاطب می‌تواند با مشاهده‌ی لباس‌های سمز، بدن خیالی پشت آن را تصور کند» (سایت بورلی سمز استودیو، بی‌تا).

در واقع سمز با تغییر در ابعاد و باورهای قدیمی حاکم بر میدان مد (تلقی از لباس در سباز اندام انسانی و متناسب با ساختار بردن افراد)، قوانین میدان را شکسته و به بیان عقاید

1. Beverly Semmes

خویش می‌پردازد. این همان چیزی است که بورديو از آن به عنوان تمایزی آشکار جهت ورود مناسب‌تر و ایجاد جریان‌ی پرمدا برای گرفتن جایگاه از صاحبان قدرت نام می‌برد. به بیان دیگر گفتمان متفاوت و نو سمز در برابر گفتمان قدیمی صاحبان هنر و مد قرار می‌گیرد (مک رابی، ۱۹۹۸: ۳۲).



تصویر ۳: لباس‌های شب آبی^۱، ۱۹۹۳، (سایت بوری سمز استودیو^۲، بدون تاریخ).

در سال ۱۹۹۲، سمز لباسی با عنوان پیراهن قرمز^۳ از مخمل طراحی می‌کند (تصویر ۴). آستین‌های لباس برخلاف بسیاری از آثار وی، دارای ابعادی متناسب است. این در حالی است که لباس دارای طول چهل و پنج فوتی^۴ بوده که همچون سیل کف گالری را پوشانده است. این اثر چه از نظر رنگ و چه از نظر ابعاد جالب توجه است. بزرگ‌نمایی مضحک از بدن در مقیاسی غیرممکن، همراه با بازوهای طبیعی، ما را به سمت این تفکر سوق می‌دهد که چه بدنی ممکن است در این لباس جای گیرد؟ (ایشر، ۲۰۱۰: ۵۰).

1. Blue Gowns
2. Beverlysemmesstudio
3. Red Dress
5. Eicher

۴. سیزده و نیم متر



تصویر ۴: پیراهن قرمز، ۱۹۹۲، (تاونسند، ۲۰۰۲، ۱۰۴).

سمز در پاسخ به این سؤال که ترجیح می‌دهد مخاطبان آثارش را به‌مثابه‌گفتمانی در مد تعبیر کنند یا به منزله مجسمه، می‌گوید «بی‌شک آثار من با مد مرتبط هستند چرا که در خلق آن‌ها از مضمون لباس و از پارچه استفاده می‌کنم، اما این آثار بیش از آن که لباس باشند استفاده نمادین از مفهوم لباس‌اند» (به نقل از تاونسند، ۲۰۰۲: ۷۲)؛ بنابراین سمز نه تنها از باورهای قدیمی صاحبان قدرت استفاده می‌کند برای نفوذ بهتر در میدان قدرت، بلکه با ایجاد تغییراتی اساسی در ساختار لباس باوری نو را جریان می‌بخشد که موقعیت وی را به عنوان هنرمند حوزه لباس مفهومی در میدان قدرت هنر پست‌مدرن تحکیم می‌بخشد.

۶-۲-۳. لوسی براون^۱

موضوع کارهای لوسی براون، محاصره‌ی هویت زنانه در میان لباس‌های دست دوم است. مجسمه‌ها تصویری شاعرانه از یک پوست ریخته می‌باشند؛ استعاره‌ای اتخاذشده توسط هنرمند در به وجود آوردن ابهام میان تصویر عمومی و خصوصی. براون درباره‌ی کارهایش این‌چنین توضیح می‌دهد که هر فرم یک پوست ریخته شده‌ای بدون اسکلت استخوانی برای حمایت بدن است (مالر، ۲۰۰۰: ۵۴). مجسمه‌های براون تند، تلخ و درعین‌حال سرگرم‌کننده هستند. این آثار تصویری صریح و خلاصه از مسائل و موضوعات فمینیستی را به نمایش می‌گذارد. براون شیفته‌ی لباس‌های فاقد جسم (بدون بدن) و پیشینه‌ی ناشناخته‌ی آن‌ها است؛ لباس‌هایی که بهره‌وری احساس براون را در انتقال قدرت و جایگاه پوشنده‌ی لباس

1. Lucy Brown

آشکار می‌سازد. در آثار براون، «هدف از نشان دادن لباس‌های از فرم خارج شده، نمایش موارد آشکار و پنهان فرد پوشنده است. به بیان دیگر جامه‌ها در ساختاری خارج از فرم اصلی، بدون ساختار، کشیده و در هم تنیده شده برای نمایش دادن سابقه‌ی کشف نشده‌ی پشت آن، به تصویر درآمده‌اند» (آکسیس وب^۱، ۲۰۱۲: ۳۲)؛ بنابراین، براون سراغ لباس‌های دست دوم و دور انداخته شده، می‌رود. ساختار، آرایش و پارچه‌ی به کار رفته در این گونه لباس‌ها را مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهد و سپس برای رسیدن به یک فرم ابداعی آن‌ها را دستکاری می‌کند (تصویر ۵)؛ بنابراین لباس از فرم اصلی و کاربردی آن خارج شده و به نحوی نو عرضه می‌شود که کاملاً نقطه مقابل تفکر کاربردی و غالب موجود قرار می‌گیرد. در واقع می‌توان گفت این هنرمند با استفاده از فرم نو و معرفی شکلی جدید از لباس، نه تنها به دنبال ورود و کسب جایگاه در میدان قدرت است؛ بلکه قصد دارد ساختارهای این میدان را نیز دستخوش تغییر کند. وی دست به بیانگری با استفاده از ابزاری نو و نامتعارف می‌زند.



تصویر ۵: لباس عروس، ۲۰۰۱، (آکسیس وب، ۲۰۱۲)

تلاش براون تنها به دلیل تبدیل چیزی دنیوی و کاربردی به یک اثر هنری با ساخت دقیق و ظریف نیست، بلکه آنچه در این بین حائز اهمیت است، پیام نهفته در آثار وی در کنار این روند است. در این راستا، تکنیک بافت او در شکل دادن به فرم‌هایی بلند و باریک و

در تأکید بر پیام هنرمند و دیدگاه وی به جامعه، به کار گرفته می‌شوند (سایت لوسی براون میکرز^۱، ۲۰۱۲).

آثار مفهومی وی تعامل بیننده در طرح دغدغه‌های درونی یک زن در جامعه و حل شدنش در مد است. تحقیق و الهامات براون پیرامون تجزیه و تحلیل روند فروش و بازار لباس زنانه و به‌طور خاص مجلات مد زنان است. فرم مورد استفاده‌ی او، نمایان‌گر راهی است که زنان برای نیل به تصویر ظاهری ایده‌آل که آرزوی آنان است، طی می‌کنند. علاوه بر این، وی مباحثی بحث‌برانگیز درباره‌ی این‌که چگونه مجلات مد در ترویج این تفکر، نقش دارند، مطرح می‌سازد. در اواخر قرن گذشته، توجه همگان به کت خز و پوشیدن آن متمرکز شده بود. به‌گونه‌ای که روزنامه‌نگاران از آن با نام مدل‌های فوق‌العاده^۲ یاد می‌کردند. در آن زمان کت خز نماد ثروت بود و اگر کت خز در کمد فردی جای می‌گرفت، به عنوان یک فرد ثروتمند تلقی می‌شد. در این راستا، براون شروع کرد به جنگیدن با لباس‌هایی که در آن‌ها خز واقعی به کار رفته بود. در نتیجه وی اثر خود را با نام «کت خز مستعمل^۳» خلق کرد (تصویر ۶). سوژه‌ی این اثر، یک کت خز جعلی، نافرم و همراه با پارگی، کشیدگی و خیس‌شدگی بود. بعضی از قسمت‌های آن ساییده و از بین رفته بودند. براون، خز را بریده و به صورت نوار درآورد. سپس نوارها را با سیم به هم بافته و آن‌ها را به صورت فرمی که یادآور یک حیوان آویزان شده به چنگک در کشتارگاه است، خلق کرد (اسکات، ۲۰۰۳: ۳۸).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Lucybrownmakes
2. Super models
3. Petti- Fur- coat



تصویر ۶: کت خز، ۱۹۹۹، (آکسیس وب، ۲۰۱۲).

ذکر این نکته حائز اهمیت است که بروان هنرمندی است در ادامه روند هنرمندان قبلی آثاری با بیانی متفاوت ارایه می‌کند. در حقیقت براون با ابزار اصلی صاحبان قدرت بازی کرده و با استفاده از آن دست به تولید اثر هنری می‌زند. چیزی که بورديو از آن به‌عنوان جنگ قدرت با ابزار طبقه مسلط یاد می‌کند (بورديو، ۱۳۹۰: ۴۳). در واقع بروان برای کسب جایگاه در میدان قدرت، به ایجاد و تغییر در بنیان لباس دست زده و به صورت مستقیم آن را تغییر می‌دهد تا بتواند به میدان قدرت راه یابد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۷. نتیجه‌گیری

یافته‌های به‌دست‌آمده از این پژوهش و پژوهش‌های مشابه، حاکی از آن است که در دوره‌ی پست‌مدرن با ظهور شکل و بیانی متفاوت در هنر، همه هنرها دستخوش تغییر شده‌اند و ارتباطی متفاوت با مخاطب برقرار می‌کنند. در این میان، لباس نیز به تبع بقیه هنرها، دستخوش این تغییرات شده و به شکلی متفاوت وارد میدان هنری می‌شود. به گونه‌ای که در این دوره برخلاف گذشته دیگر به لباس به عنوان منسوجی کاربردی نگاه نمی‌شود؛ بلکه لباس ورای جنبه کاربردی آن به عنوان وسیله‌ای در جهت بیان عقاید و مفاهیم موردنظر هنرمند در نظر گرفته می‌شود. در این مسیر از شیوه‌های مختلفی همچون چیدمان، هنر اجرا، عکاسی و غیره جهت برقراری و ارتباط مؤثرتر با مخاطب استفاده می‌شود.

این رویداد چیزی است که بورديو از آن با نام جنگ قدرت در میدان‌های هنر جهت کسب جایگاه نام می‌برد و موضوع اصلی این پژوهش علاوه بر موارد فوق بوده است. در واقع تفکر غالب کاربردی بودن لباس در مقابل شکل تجسمی آن قرار گرفته و هر کدام به ترتیب جهت تثبیت جایگاه و ورود در این میدان قدرت تلاش می‌کنند. اگرچه، طبقه نوپا (صاحبان نگرش تجسمی) در مقابل طبقه مسلط (صاحبان نگرش کاربردی) دارای ابزارهای کمتری بوده و برای ورود به میدان قدرت هنر به عنوان شکلی از هنر تجسمی نیازمند ارتباط مؤثرتری با مخاطب و ارائه مفاهیمی مورد توجه‌تر هستند. مواردی که به خوبی در کارهای هنرمندانی چون براون، کریستو، سمز قابل مشاهده است.

در واقع هر کدام از این هنرمندان برای معرفی وجه غیر کاربردی لباس و ورود به میدان قدرت هنر، نیازمند سرمایه‌هایی هستند که دارا بودن هریک را بورديو جزو ملزومات ورود به این میدان می‌داند. بنابراین با توجه به این که لباس‌های هنری از منظر سرمایه فرهنگی به علت عدم شناخت و آگاهی اندک نسبت به این آثار؛ سرمایه اقتصادی به سبب عدم وجود نظام عرضه و تقاضا و سودآوری اقتصادی؛ سرمایه اجتماعی به علت تازگی و قدرت کنشی و واکنشی کم و کمیت (ارتباط) شبکه‌های ارتباطی؛ دچار فقر و نقصان هستند. در مقابل طبقه مسلط، دارای سرمایه‌های بیشتری، از جمله اقتصادی، اجتماعی و به ویژه فرهنگی در میدان قدرت هنری هستند.

از آن جا که در حال حاضر موقعیت مسلط همچنان از آن صاحبان نگرش کاربردی است؛ هنوز این کشمکش به نفع تفکر غالب که لباس را دارای وجهی کاربردی می‌دانند، است. در نتیجه ما همچنان شاهدیم که این طبقه برای تسلط و ارتقای جایگاه خود به ترویج تولید و

عرضه پوشاک کاربردی پرداخته‌اند؛ اما اگر در مقایسه با وضعیت ابتدایی ظهور جریان لباس هنری حال حاضر را در نظر بگیریم، درخواستیم یافت که به تدریج موقعیت برای آن‌ها در حال فراهم شدن است ولی تا وضعیت مطلوب هنوز راه درازی در پیش است.

۸. پیشنهادات

انجام پژوهش‌های کمی در کنار پژوهش‌های کیفی در حوزه‌ی لباس‌های مفهومی و توجه به لباس به عنوان یک هنر تشویق گردد. این نوع از مطالعات می‌توانند دربرگیرنده‌ی مطالعاتی با موضوعاتی نظیر انجام نیازسنجی‌های مختلف به تولید لباس‌های مفهومی در میان دانشجویان، اساتید و اقشار مختلف و انجام مطالعات گرایش‌سنجی به سمت این رشته از هنر در میان دانشجویان باشد.

پژوهش‌هایی با رویکرد کاربردی منتهی به سیاست‌گذاری و رویکرد ارزیابی (توسعه‌ای) برای اصلاح برنامه‌ها و پژوهش‌های هنری به ویژه در حوزه‌ی لباس‌های مفهومی، برنامه‌ریزی و اجرا شوند.

تولید و پخش برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی در زمینه‌ی هنر مفهومی و لباس‌های مفهومی برای آشنایی، ترویج و ارتقاء این حوزه از هنر.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، بدن به‌مثابه‌ی رسانه هویت. *جامعه‌شناسی ایران*، ۴(۴): ۵۷-۷۵.
- آیت‌اللهی، حبیب‌الله و فریود، فریناز (۱۳۸۵)، نقد زیبایی‌شناسانه آثار کریستو. *فصل‌نامه هنر*، ۶۵: ۱۸۴-۱۹۸.
- بزرگمهر، شیرین و محمدی، منظر (۱۳۸۹)، پوشاک، هنرهای تجسمی، معماری، گفتاری بینامتنی. *هنرنامه*، ۳(۶): ۱۰۷-۱۲۸.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰)، *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
- تورن، آلن (۱۳۸۲)، *نقد مدرنیته*. ترجمه مرتضی مردیپا. تهران: انتشارات گام نو.
- جنسن، آنتونی (۱۳۸۱)، *پست مدرنیسم: هنر پست‌مدرن*. تهران: عصر هنر.
- جنکتنز، چارلز (۱۳۷۴)، *پست مدرنیسم چیست؟*. ترجمه فرهاد مرتضایی. تهران: نشر مرنديز.
- جوادی یگانه، محمدرضا و کشفی، سید علی (۱۳۸۶)، *نظام نشانه‌ها در پوشش. نشریه‌ی کتاب زنان*، ۳۸(۱۰): ۶۲-۸۷.
- راودراد، اعظم (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی اثر هنری. پژوهش‌نامه فرهنگستان هنر*، ۲(۱): ۶۶-۹۱.
- سید اختیاری، مهناز (۱۳۸۹)، *هنر مفهومی در مُد و طراحی لباس. دوخت*. بازبینی‌شده در مهرماه ۱۳۹۱ از <http://www.dukht.com>
- قاندی‌شرفی، اعظم (۱۳۷۸)، *بازتاب تحولات فرهنگی در تنوع و کارکرد پوشاک*. پایان‌نامه‌ی منتشرنشده‌ی کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران، تهران.
- کهن، لارنس (۱۳۸۱)، *از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم*. ترجمه گروه مترجمان. ویراستار فارسی، عبدالکریم رشیدیان. تهران: نشر نی.
- لوسی اسمیت، ادوارد (۱۳۸۰)، *فرهنگ اصطلاحات هنری* (ترجمه‌ی فرهاد گشایش). تهران: عفاف.
- مجلسی، ملیحه و خوشنویسان، بهینه (۱۳۸۸)، *هنر مفهومی در طراحی لباس*. *مجله جلوه هنر*، ۱(۱): ۵۷-۶۴.
- ویل کاکس، روت‌ترنر (۱۳۷۲)، *تاریخ لباس* (ترجمه‌ی شیرین بزرگمهر). تهران: انتشارات طوس.
- هیل، جان (۱۳۸۱)، «پسامدرنیسم و فیلم». ترجمه الهه دهنوی. *ارغنون*. شماره ۲۰. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. تابستان.
- یگانه، سیروس (۱۳۸۶)، «مدرنیزاسیون و پست مدرنیزاسیون». *مجموعه مقالات اولین هم‌اندیشی جامعه‌شناسی هنر*. تهران: فرهنگستان هنر.
- Arnold, R. (2001), *Fashion dislike and anxiety: image and morality in the 20th century*. London: I. B. Tauris and Co.
- Axisweb. (2012), Lucy Brown. Retrieved October 5, 2012, from <http://www.axisweb.org/seGoog.aspx?q=lucy%20brown>.
- Boudot, F. (1999), *A century of fashion*. London: Thames and Hudson.

- Berman, Russell A. 1984-5. 'Modern Art and Desublimation'. *Telos*, 62:31-57
- Beverly Semmes. (no date). Beverly semmes. Retrieved September 8, 2012, from <http://www.beverlysemmesstudio.com>
- Bourdieu, P. (1995 a), "Haute Couture and Haute Culture", in *Sociology in Question*. London: Sage. 12: pp 132-138.
- Bourdieu, P. (1995 b), 'Some Properties of Fields', in *Sociology in Question*. London: Sage. 12: pp 125-131
- Bourdieu, P. (1993), *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity.
- Craik, J. (1994), *The face of fashion*. London: Routledge.
- Douglas, M. and Isherwood, B. (1996), *The World of Goods*. London: Routledge.
- Eicher, J. B. (2010). *Berg encyclopedia of world dress and fashion: Global Perspectives*. New York: Berg Publisher.
- English, B. (2007), *A cultural history of fashion in the 20th century*. New York: Berg.
- Fani Salek, A. (2005), Clothes as a mean for Artist's expression. Unpublished master's thesis, Marc bloch Strasbourg University, France.
- Indiaflint. (2011), images from exhibitions. Retrieved October 3, 2012, from <http://www.indiaflint.com/page13.htm>
- Lucybrownmakes. (2012), Lucy Brown makes. Retrieved October 8, 2012, from <http://lucybrownmakes.wordpress.com/category/lace-works-exhibition-201213-nottingham-castle-museum/>
- McRobbie, A. (1998), *British Fashion Design*. London: Routledge.
- Muller, F. (2000), *Art and fashion*. London: Thames and Hudson.
- Primicerio, M. (1996), *Biennale di Firenze: Looking at fashion*. New York: Skira.
- Reed, Ch. (1993). "Postmodernism and the art of identity". In Stangos 1995.
- Riello, G. & McNeil, P. (2010), *The fashion history reader global perspectives*. London: Routledge.
- Roussel, N. (2008), Clothes: Inside and outside. Unpublished master's thesis, Concordia University, Montreal.
- Roussel, N. (2008), Clothes: Inside and outside. Unpublished master's thesis, Concordia University, Montreal.
- Scotte, J. (2003), *Mixed media sculpture*. England: Crowood Press Ltd.
- Steele, V. (2000), *Fifty years of fashion*. New York: Yale University.
- Townsend, CH. (2002), *Rapture*. London: Thames and Hudson.
- University Press.
- Thorne, S., Kirkham, S. R., & O'Flynn- Magee, K. (2004), The analytic challenge in interpretive description. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(1). Retrieved October 21, 2012, from <http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/31/pdf/thorneetal.pdf>
- Welters, L. and Lillethum, A. (2007), *The fashion reader*. New York: Berg.
- Wollen, P. (1999), *Addressing the century*. London: Hayward Gallery.
- Zolberg, V. (1997) *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge: Cambridge.

Sociological concept of clothing in contemporary art Relying on Bourdieu's theory

Marzieh Zare¹

Zahra Rahbarnia²

Abstract

As the result of information explosion and communication development and accordingly, globalization in the modern world, a new window of science has opened and the post- modernism era has been born by raising the uncertainty problem and coming to the end of deconstructivism. Following this, post- modernism art and post-modern clothing (conceptual clothing) were also formed.

Post-modern artists unveil their concepts by composing clothing with visusl arts, human characteristic, body gesture and sometimes acting abilities. This is how clothing is represented as an art concept. The true purpose of this clothes aren't just coverage or beauty, they show ones feelings and thoughts.

In this article, Documentary methods and Analytical approach based on French sociologist , Pierre Bourdieu ,are used to study the concept of clothing in post-modern art.

The research's findings indicate that clothing despite it as an art that expresses the Artist's ideas, it's accompany with human being in all times causes a powerfull connection between them. So we can see that the representational form of clothing is in contrast with the practical idea of clothing and trying to gain a position in a filed which Bourdieu named it the power field, But lack of cultural, economical and social investments has caused failure of the new meaning of clothing in arts power field leaving no good position for it.

1. PhD candidate, Alzahra University.

2. Associate Professor, Alzahra University.