

## به جلوه‌های میراث کهن سرزمین خود در الگوهای پوشش

دکتر آناهیتا مقبل

استادیار، گروه علمی هنر، دانشگاه پیام‌نور

سمانه قهری

دانشجوی کارشناسی ارشد پردیس بین‌المللی دانشگاه تهران، کیش

### چکیده

درک صحیح هنرهای تجسمی دریچه‌ایست به شناخت نقاط قوت فرهنگی اصیل خویش و ریشه‌های عمیق آن در تار و پود تاریخ کهن ایران و اجتناب از سردرگمی یا پیروی صرف میان الگوهای پر رنگ بیگانه در غیاب نمودهای خودی. طراحی لباس به‌عنوان مقوله‌ای از هنرهای تجسمی نیز باید در شناساندن الگوهای پوششی مناسب و جذاب برگرفته از اصالت‌های ایرانی و حتی ترکیب آن با جنبه‌های مثبت الگوهای ملل دیگر، نسل امروز را به استفاده از این نوع پوشش ترغیب نماید.

فرآیند طراحی لباس را می‌توان به چهار بخش کلی تحقیقات و دریافت اطلاعات (Research & Information)، تعریف مفهوم (Concept Development)، ایده‌پردازی (Idea Generation) و طراحی (Design) تقسیم کرد. که در تحقیقات و دریافت اطلاعات، زمینه‌ساز شناخت شرایط محیط جهت تعیین راهکار منطبق با آن محیط است که در این راستا شناخت هویت بومی لازمه کار است. تعریف مفهوم، به‌عنوان گام بعدی شامل مفاهیم انتزاعی مورد نظر طراح می‌شود. ایده‌پردازی، خود باید خلاق (Creative)، نوآورانه (Innovative) و مبتنی بر حل مسأله (Base Solution) باشد و در انتها طراحی که در واقع بخش عملی روند طراحی لباس است به طراحی جزئیات پرداخته و کاربرد عناصر بصری در طراحی لباس و کیفیت آن‌ها از کوچکترین اجزاء شامل نقطه، خط، سطح، حجم تا اجزای کلی تر مانند نور، بافت، شکل، کادر و غیره با در نظر گرفتن تناسبات و توازن میان آن‌ها می‌پردازد.

لباس هر یک از افراد جامعه به‌عنوان عنصری ارتباطی، جایگاه اجتماعی آن شخص از یک طرف و منعکس‌کننده فرهنگ آن جامعه می‌باشد. بررسی تاریخ لباس ایرانیان از گذشته ۱۰ هزار سال تا به امروز بیانگر تأثیر ژرف فرهنگ لباس ما ایرانیان بر دیگر ملل در گذشته تا تأثیر معکوس آنان بر فرهنگ پوشش ما را به خوبی نمایان می‌کند. تأکید بر حفظ اصالت و ارزش‌های اسلامی-ایرانی و استفاده به‌جا از گنجینه‌های فرهنگی و تصویری پایدار ایران که ما وارث آن هستیم ضروری است. شایسته‌تر این است که با تأمل و تعمق به چگونگی بهره‌گیری از باورهای اصیل سنت‌های تصویری در راستای هنر معاصر و بالاخص طراحی لباس که موضوع اصلی این مقاله است توجه کنیم.

### مقدمه

درک کاربرد و پیوستگی هنرهای تجسمی در هر جامعه این امکان را به ما می‌دهد که از امکانات آن با اراده و انتخاب و بر اساس نیازها و اقتضائات فرهنگی و اجتماعی در جهت اهداف خاص خود استفاده کنیم، و به لطف آن از حصار تقلید و تکرار، رها شویم و ارزش‌های ویژه هنری را معطوف به خود کنیم. در این راستا هنرهای تجسمی در سال‌های پس از انقلاب اسلامی رشد اجتماعی، تکنیکی و ارزشی بسیار بالا و موفقی داشته و بازگشت به اصالت هنری ایران و توجه به هویت خودی و پرهیز از فرهنگ بیگانه، هنرمندان را در ایران در مسیر امیدوارکننده‌ای قرار داده است.

آنچه مسلم است این است که در استفاده از ارزش‌ها و تکنولوژی پیشرفته در اجرا و انجام کارهای هنری نباید تردید کرد و واژه‌های به خود راه داد که گریزی از آن نیست، اما تأکید بر حفظ اصالت

و ارزش‌های اسلامی-ایرانی و استفاده به‌جا از گنجینه‌های فرهنگی و تصویری پایدار ایران که ما وارث آن هستیم ضروری است.

شایسته‌تر این است که با شناخت صحیح و تأمل و تعمق به چگونگی بهره‌گیری از عناصر بیرونی یا ساختاری در خلق آثار هنری تجسمی، مانند عناصر بصری، اصول ترکیب‌بندی، توأم با عناصر درونی یا مفاهیم اصلی چون شناخت باورهای اصیل اسلامی ایرانی، قالب‌های هنری و سنت‌های هنری ایرانی بپردازیم. در راستای هنر معاصر به طراحی لباس توجه کنیم.

### نقش اجتماعی لباس

امام علی (ع) می‌فرماید: "لباس تمیز، غم و ناراحتی را برطرف می‌کند و برای نماز، یک نوع پاکیزگی است".

بنابراین یکی از عوامل نشاط و شادایی روانی، پوشیدن لباس تمیز است. (همان، ۳۴۶)

لباس مناسب، انسان را در میان مردم عزیز می‌کند. امام علی (ع) می‌فرماید: "به‌راستی نیکوترین لباس، آن لباسی است که تو را با مردم همسان سازد و موجب آرایش تو در میان آنان شود و زبان‌های آنان را از بدگویی تو باز دارد". (غررالحکم، ص ۱۵۲)

لباس زیبا، باعث تقرب به خداست. امام صادق (ع) می‌فرماید: "خود را به وسیله لباس زیبا کنید زیرا خدا زیباست و زیبایی را دوست دارد" (وسائل‌الشیعه، ج ۳، ص ۳۴۰). بنابراین وقتی انسان احساس کند خدا او را دوست دارد، تأثیر مثبتی بر شخصیت او می‌گذارد.

تمیزی و آراستگی ظاهر به‌ویژه در لباس‌های هر شخص نشانگر شخصیت و ارزشی است که فرد برای خود و حتی به دیگران قائل است. بنابراین در هنگام انجام وظیفه پوشیدن لباسی که نشانگر شغل باشد از یک طرف و تمیزی و آراستگی آن از طرف دیگر موجب موفقیت در کار و ارتباط صمیمانه با دیگران خواهد بود.

در جامعه مدرن امروز، عملکرد اجتماعی لباس فراتر از حفاظت از بدن است. از طریق نحوه پوشش، تمایل خود را برای هم‌رنگ شدن با جماعت بر اساس قوانین رایج

و یا تمایل به بیان شخصیت فردی خود نشان می‌دهیم. اما در این وضعیت نیز باید اصول مربوط به احترام به قواعد پوشش رعایت شوند چرا که ما در یک اجتماع زندگی می‌کنیم. «در واقع این جامعه‌شناسی لباس است که مفهوم زبان هر لباسی را تعریف می‌کند». ما از نوع پوشش خود برای نمایش تصویری متفاوت از دیگران استفاده می‌کنیم. ارتباط تصویری، بدون کلام، ارتباطی سمبلیک یا نمادین است. ارتباط سمبلیک یا نمادین شامل زبان بدنی، تماسی و فیزیکی می‌شود. قبل از یادگیری ارتباط کلامی انسان چه چیزی می‌آموزد؟ ما ابتدا زبان بدن را می‌آموزیم و پس از آن است که از کلام استفاده می‌کنیم. ما همواره زبان بدنی را به ارتباط کلامی ترجیح می‌دهیم. در این زمینه ما حرکات چهره، حرکات بدن، روش راه رفتن، رفتار و غیره را به عنوان روش‌های ارتباط بدنی مدنظر قرار می‌دهیم. در حقیقت در تمام طول زندگی ما در حال استفاده از زبان بدنی هستیم. زبان بدنی روشی متفاوت برای بیان احساسات و منظور است با تأکید ویژه بر برون‌گرایی نسبت به احساس درونی. این بدان معناست که تصویری که از خود بروز می‌دهیم از هر چیز مهمتر است. «بسیاری بر این باورند که همواره ارتباطات غیرکلامی بر ارتباطات کلامی از نظر صحیح بودن ارجحیت دارد. چرا که علامات غیرکلامی از درون انسان نشأت گرفته و اغلب نمی‌توان آن‌ها را کنترل کرد و اکثر انسان‌ها از مهار کردن هیجانات خود عاجزند، ناکامی را نمی‌توانند نادیده بگیرند و نشان ندهند و شغف را دیر یا زود با حرکات خود به دیگری انتقال می‌دهند». (استوتزل، ۱۳۷۱، ص ۴۸)

«انسان امروزی انرژی و زمان بسیاری صرف لباس و ظاهر خود می‌کند. دقیقاً به دلیل اینکه از این طریق حرف‌های بسیاری به اطرافیان خود می‌زند. از طرف دیگر از آنجا که در بسیاری از مواقع ما برحسب نوع پوشش مورد قضاوت قرار می‌گیریم، این را آموخته‌ایم که همیشه هم نباید صرفاً برای حفظ ظاهر لباس بپوشیم بلکه شرایط خاص اجتماعی را نیز باید مدنظر داشته باشیم. ظاهر آراسته دو خصوصیت دارد: تمیزی لباس و زیبایی

آن. پوشش مناسب حس خوبی به دیگران منتقل می‌کند، برعکس پوشش بی‌قید که برداشت کاملاً منفی در اطرافیان سبب می‌شود. صد البته ما نباید دیگران را صرفاً بر اساس پوشش قضاوت کنیم. با این حال شکی نیست که لباس مناسب بدون در نظر گرفتن شرایط اجتماعی تعریف نمی‌شود. به زبان دیگر، هر اجتماعی قواعد و زبان خاصی برای تعریف لباس مناسب خود دارد که افراد آن جامعه بر اساس آن قواعد و تعاریف نحوه پوشش خود را انتخاب می‌کنند». (Hygeun, 2010, part 1)

### بررسی ارتباط متقابل لباس و جامعه

فرآیند جهانی شدن، از طریق یک شبکه ارتباطی جهان گستر و یک حوزه عمومی مجازی ناشی از آن، فضاها و امکان‌های جدیدی برای نقد تعریف رسمی از هویت ملی و باز تعریف آن و تقویت خود آگاهی هویتی تبدیل فراهم می‌کند. حال اگر فرد در جریان این فرآیند از یک طرف با عناصر فرهنگی و هویت خود کمتر مواجه شود و از سوی دیگر با سیلی از تعاریف جالب و بسیط فرهنگ دیگری مواجه شود، خود آگاهی اش نسبت به فرهنگ خودی کم شده و انتخاب دیگری نه به دلیل مقایسه بلکه به دلیل فزونی برای وی تعریف می‌شود. تهاجم فرهنگی و زیر پا گذاشتن هر آنچه قدیمی و مربوط به فرهنگ کهن می‌باشد محصول همین نداشتن خود آگاهی و شناخت است.

به طور خاص در ایران که از یک طرف دارای فرهنگی کهن و اصیل می‌باشد و از طرفی دیگر آگاهی نسبت به این فرهنگ کم می‌باشد باعث شده امروزه تنها یک نام از آن فرهنگی که همه آن را اصیل می‌دانند باقی بماند.

«ایرانیان از بیش از ۱۰ هزار سال پیش دارای تمدن بوده‌اند. از این رو، ریشه بسیاری از دستاوردهای بشر را در این تمدن می‌توان یافت. برای مثال، نخستین ابزار ریسندگی و بافندگی در غار کمر بند، نزدیک به شهر، یافت شده است که به ۷ هزار سال پیش از میلاد مسیح باز می‌گردد. به علاوه، در قدیمی‌ترین بخش‌های شهر باستانی شوش، که در خوزستان قرار دارد، سوزن‌های سوراخ‌دار پیدا شده است. این دستاوردهای و نوآوری‌های دیگری که در دوران‌های بعدی رخ داد، صنعت پارچه و پوشاک ایران را پیشتاز و سرآمد جهانیان کرد. جالب است بدانید اسکندر مقدونی، با آن که به ایران حمله و آن را اشغال کرده بود، لباس ایرانی می‌پوشید». (مشیرپور، ۱۳۴۵، ص ۱۰۴)

بشر مفهوم رنگ را از طبیعت و پدیده‌های آن آموخته است؛ بنابراین شناخت رنگ همزمان با دوره‌ای از تاریخ است که بشر عناصر و ساخته‌های طبیعی را لمس کرده است.

«در ایران باستان انتخاب رنگ با اهمیت و تنوع همراه بود و معرف قومیت، شخصیت و منزلت اجتماعی بود. ایرانیان در طول تاریخ همواره به جنبه‌های معنوی، عرفانی و هنری رنگ توجه داشته‌اند. در این میان برخی از رنگ‌ها بیش از سایر رنگ‌ها به چشم می‌خورد؛ دلیل آن اختصاص رنگ معین به طبقات به خصوص و یا آثاری بوده که بیش از سایر یادگارها باقی مانده است. در دوران اسلامی رنگ نقش مهمی را ایفا داشته و حتی نمادی از یک واقعه تاریخی و یا یک دوره تاریخی به شمار می‌رفته است». (متمین، ۱۳۸۳، ص ۶۷)

عنصر مهم در بحث لباس، تبلیغ و همه گیر کردن یک کالا، که در اینجا منظور همان لباس است که رسانه‌های غربی در این زمینه خیلی موفق بوده‌اند و دوباره بحث باز می‌گردد به ارتباطات، سرعت و تکنولوژی‌هایی که استفاده می‌شود. مهمترین و اولین موضوع همان نحوه ارائه آن می‌باشد. علاوه بر رسانه، دیدن و رواج یافتن دو عنصر متأثر از همدیگر هستند، مد و طرح‌های لباس به طور مستقیم تبلیغ نمی‌شوند، بلکه با دیدن بر تن دیگران است که رواج می‌یابند.

تعدد سلاقی و بازار جهانی مد در خصوص بانوان باعث شده مدهای وارداتی غربی بیشتر مورد استقبال قرار گیرند. در این شکل معمولاً مد جدید از فرهنگ غربی گرفته می‌شود و با وجود تناقضاتی که در فرهنگ و باور ایرانی و اسلامی مخاطب ایرانی وجود دارد دچار تغییراتی در طرح می‌شود تا قابل استفاده شود.



با مطالعه تاریخ لباس در جهان به وضوح می‌توان درک کرد هر کجا که تقابل فرهنگی روی داده است در پی آن تغییراتی در لباس و پوشش هم به وجود آمده است. البته این تغییرات در کشوری که ضعیف‌تر بوده بیشتر نمود یافته است.

به غیر از تبلیغ جهت‌دار هوشمندانه دنیای غرب، ندادن تعریف روشن و شفاف از فرهنگ و زیبایی طرح‌های لباس‌های ایرانی از یک‌طرف و به‌روز نکردن و استفاده طرح‌های سنتی در مدهای روز از سوی دیگر در انتخاب و رجحان دادن به مدل‌های غربی موثر است.

ورود مدل‌های جدید به جامعه اشتباه نیست به شرطی که آگاهانه و کنترل شده باشد و از سوی دیگر موجبات فراموشی کامل فرهنگ کهن پوشش و لباس ایرانی را فراهم نکند. می‌توان با گرفتن مدل‌ها ترکیب و استفاده از سبک و طرح قدیمی طرحی نوزد.

لباس همواره به‌عنوان وسیله‌ای مناسب در جهت تعارضات فرهنگی نیز به کار گرفته شده و امروز در تهاجم فرهنگی بیگانه، لباس نیز به‌عنوان بهترین وسیله مورد استفاده قرار گرفته است. لباس روستاییان ایران را که در نظر بیاوریم، لباس طوایف و عشایر گوناگون، لباس کردها، بلوچ‌ها، بختیاری‌ها، قشقایی‌ها، لباس زنان دور مانده از هجوم فرهنگ غرب، لباس روحانیان و غیره علی‌رغم تفاوت در شکل، رنگ، سبک، اندازه و نوع جنس، وجه اشتراکی میان همه این لباس‌های غیر غربی مردم ایران وجود دارد.

این وجه اشتراک این است که همه آن‌ها زیبا، متنوع از لحاظ رنگ، برش، و برگرفته از زیبایی‌های طبیعت بکر همین آب و خاک است. البته میان این لباس‌ها تفاوت‌های بسیار وجود دارد، نوع پارچه، طرز دوخت، تعداد اجزای یک دست کامل و بسیاری از خصوصیات دیگر آن‌ها باهم متفاوت است، اما با وجود همه این تفاوت‌ها که تابع اوضاع و احوال منطقه‌ای، اجتماعی و اقتصادی است، این وجه مشترکی که گفته شد به نحو بارزی محسوس است.

### روند طراحی لباس

لباس پوشیدن، نیازی حتمی و شأنی از شئون انسان است و پدیده‌ای است که تقریباً به اندازه طول تاریخ بشر، سابقه و به‌قدر پهنه جغرافیایی امروز زمین، گسترش دارد. این پدیده با خصوصیات مختلف فردی و اجتماعی انسان در ارتباط مستقیم است.

مجموع تحقیقاتی به‌عمل آمده، مسلم شده است که لباس دست‌کم پاسخگوی سه نیاز آدمی است: یکی اینکه او را از سرما و گرما و برف و باران حفظ می‌کند، و دیگر اینکه در جهت حفظ عفت و شرم به او کمک می‌کند و سرانجام به او آراستگی، زیبایی و وقار می‌بخشد. امروزه طراحی لباس مقوله‌ای است که تکوین آن با تاریخ تمدن معاصر غرب گره خورده است و به‌روشنی پیداست که این نوع طراحی نه تنها پیوندی با اعتقادات و سنت‌های ما ندارد. بلکه در موارد بسیاری منافی آن نیز می‌باشد. البته این وسیله پوشش و این رشته از هنر نیز پیوسته پایه‌پای توسعه و پیشرفت تمدن و همگام با زمان تغییر کرده و در هر عصر و دوره‌ای در قالبی و فرمی تازه ریخته شده و دستخوش تغییرات و تحولات بسیاری گشته است.

آشناسدن با مبانی هنرهای تجسمی می‌تواند تا حد زیادی در درک کردن جهان بصری مؤثر باشد، کاربرد اصول و مبانی تجسمی در روند طراحی لباس نیز از این قاعده مستثنی نیست. عناصر و کیفیات بصری در هنرهای تجسمی به دو بخش کلی عناصر اصلی و عناصر فرعی تقسیم می‌شوند که در بخش پروسه طراحی، به توضیح مختصر آن خواهیم پرداخت.

انجام هر کاری ابتدا نیاز به شناخت زمینه‌های موجود برای آن کار را دارد. چه بسا انجام آن در شرایط خاص زمانی، مکانی، فرهنگی، سیاسی و غیره بیهوده باشد. شناخت زمینه امکان تحقق یافتن هر کاری، تعریف و تبیین معنا و مفهوم درست از هدف انجام آن، پیش‌زمینه مناسبی برای حصول مناسب‌ترین ایده‌ها در کار می‌گردد. ایده‌های بکر در طول این فرآیند باعث تمایز در کیفیت و

کارایی خواهند شد که کارکرد نهایی محصول این فرآیند را تضمین می‌کند. بر این اساس فرآیند طراحی لباس نیز به چهار بخش عمده ۱- تحقیقات و دریافت اطلاعات<sup>[۱]</sup> (که خود شامل شناخت هویت به‌طور عام و خاص می‌شود)، ۲- تبیین مفهوم<sup>[۲]</sup>، ۳- ایده‌پردازی<sup>[۳]</sup> و ۴- طراحی جزئیات<sup>[۴]</sup> می‌باشد.

### تحقیقات و دریافت اطلاعات

علت پدید آمدن لباس‌ها را چه به گفته ویل کاکس<sup>[۵]</sup>، «تطبیق با شرایط محیط و طبیعت، موفقیت در شکار، پیروزی در جنگ و به‌جا آوردن مراسم مذهبی و آیینی بدانیم» (ویل کاکس، ۲۸، ۱۸۸۸) و چه در امان ماندن از گزند عوامل طبیعی چون گرما، سرما، حشرات و... نخواهیم توانست منکر وجود تمایل همیشگی انسان به ارائه جلوه‌ای زیبا، متفاوت و متنوع و حتی اغراق شده از خود شویم و استفاده از اشکال متنوع پوشاک برای پاسخ‌دادن به این نیاز، یاری بسیاری به انسان رسانده است.

بشر در زندگی اجتماعی خود، به‌منظور ایجاد ارتباط و رساندن پیام دلخواه از نشانه‌های مختلفی استفاده می‌کند. یکی از مشهودترین این نشانه‌ها پوشاک است که زبان خاص خود را دارد. برای مثال طراحی بر اساس هویت ایرانی-اسلامی و یا هویت انتزاعی و غیره. در بالا اشاره شد که قدم اول در طراحی لباس در معروف‌ترین خانه‌های مد و دانشگاه‌های دنیا، دیدن و جستجو در منابع مطالعاتی روز می‌باشد. شناخت و دریافت راه و مسیر صحیح در طراحی لباس در توجه به نقش مهم سنت‌های جاری در هر جامعه و حفظ و نمایش هویت مقبول در آن اجتماع، بستگی دارد. هویت به‌عنوان مفهومی ارتباطی که وسیله‌ای برای شناخت تشابهات و تفاوت‌ها است، به ریشه‌های زندگی و روش‌ها و منش‌هایی که با آن‌ها زندگی می‌کنیم گره خورده است. هر فرد با توجه به

1-Research and information collection

2-Concept

3-Idea generation

4-Design

5-R.Turner Wilcox

نوع بینش و تفکر و سلیقه خود پوششی را می‌پسندد (ساروخانی، ۱۳۷۶، ص ۲۰۰) به مرور زمان این امر بیشتر نمود یافت، بدین معنا که هر صنف، گروه و طبقه با توجه به بینش و تفکر برای خود تیپ خاصی پیدا کرد و لباس نمودی از فرهنگ فرد شد.

هنر مثل آدم‌های روزگارش چند تکه است و از یک هویت مستقل حرف نمی‌زند اما می‌کوشد در یک هویت یکپارچه آن‌ها را ارائه کند. قاعدتاً بین المللی کردن یک هویت به عواملی چون شخصیت طراح، تفکرات و ریشه‌های اعتقادی و تجربیات طراح بستگی دارد، تا زمانی که مجموع این عوامل در یک جا متمرکز نشود، حرکت به سمت جهانی شدن محقق نخواهد شد. برای حرکت به سمت جهانی شدن هنر ایرانی باید ریشه‌ها و ذات‌ها را شناخت. اگر هنرمندان ما ایرانی و ایرانی بودن را بشناسند و به کنه ذات آن پی ببرند، همراه با تلاش و فعالیت مداوم به هویت ایرانی در آثارشان دست می‌یابند.

قباد شیوا هنرمند پیشکسوت ایرانی می‌گوید: "ما باید با زبان ایرانی خودمان با دنیا صحبت کنیم، ولی متأسفانه نوع اشتباهش را رواج داده‌اند. فکر کردند اگر یک موتیف ایرانی به گوشه کار اضافه کنند، کارشان ایرانی می‌شود. بالآخره ما یک جا ریشه داریم. از همین ریشه تغذیه کرده‌ایم و باید به دنبال همین ریشه‌ها برویم و آن‌ها را دوباره پیدا کنیم. اگر یک هنرمند تحت تأثیر هیچ‌جا نباشد و تنها از خودش و فرهنگش تأثیر بگیرد شخصیت بیانی او، خود به خود پیدا می‌شود. وقتی شما در طول مسیر آفرینش اثر هنری تنها و تنها از خودت تأثیر بگیری مسلماً هویت، فرهنگ جغرافیایی و بافت اجتماعی شما وارد کارتان خواهد شد و رنگ تفکر شما، رنگ اثرتان می‌شود" (شیوا، ۱۳۸۶)

تبیین مفهوم (کانسپت)<sup>[۶]</sup>

کانسپت به مفاهیم انتزاعی مورد نظر طراح در روند طراحی اطلاق می‌گردد. در یک اثر هنری لایه‌های متفاوتی دیده می‌شود. برای مثال در لایه مصرفی، نیاز ارتباطی و رسانه‌ای

وجود دارد. این لایه معمولاً تاریخ مصرف دارد و اما در لایه‌های کانسپت، تألیفی و هنری، هر اثر، فرهنگ‌ساز و نماینده تمدن بصری هر جامعه است. این لایه‌ها حتی بعد از پایان تاریخ مصرف آن، معیارهایی ماندنی و پایا خواهند شد. یکی از این معیارها بداعت در بیان و حضور شخصیت، نگاه و اندیشه در بستر جغرافیایی و فرهنگی هنرمند در هر اثر اوست. جدا از بحث هویت در هنر، ماهیت نیز باید مورد نظر قرار گیرد، بسیاری از زمان‌ها کارهایی در هنر ایرانی دیده می‌شود که هر چند برخوردار از هویت ایرانی است، اما ماهیت‌شان ایرانی نیست. یک هنرمند باید ابتدا به دنبال ارزش‌های بصری و نشانه‌های بومی سرزمین خویش باشد و با مطالعه در ریشه‌های هنر اصیل خود به این سمت حرکت کند.

#### ایده‌پردازی

ایده‌ها، هرگونه جمع‌بندی و نتیجه‌گیری یا تعمیم که بر پایه علم، آگاهی عمومی، مبانی و پیش‌فرض‌های عرفی باشد، تعبیر می‌کنند. علاوه بر این، در تعاریف، ایده‌ها را به گونه‌ای دسته‌بندی و تعبیر می‌کنند که این ویژگی‌ها را در بر داشته باشند:

خلاق باشند.<sup>[۷]</sup>

نوآورانه باشند.<sup>[۸]</sup>

مبتنی بر حل مسأله باشند.<sup>[۹]</sup>

همچنین در بررسی ایده‌پردازی با این مسائل نیز روبه‌رو می‌شویم:

ایده‌پردازی، پیوند دقیقی با تفکر انتقادی دارد.

ایده‌پردازی بر نوعی خلاقیت و یا تفکر خلاق مبتنی است.

ایده‌پردازی باید خواه ناخواه همراه با نوعی مهارت‌ها و توان‌مندی‌هایی باشد که از جمله آن‌ها توانایی و مهارت بارش مغزی<sup>[۱۰]</sup> است.

برای آشنایی بیشتر با مبانی مفهومی و نظری ایده و نیز چگونگی طراحی یک ایده، خوب است که با تفکر انتقادی و تفکر خلاق بیشتر آشنا شویم. به تفکری خلاق می‌گوییم که ابتکار و کشف و نوآوری در آن وجود دارد. خلاقیت یا خلق کردن یا به وجود آوردن نوعی فرآیند ذهنی است که مسئولیت تولید ایده‌ها و مفاهیم جدید و یا ارتباط بین این ایده‌ها و مفاهیم را به عهده دارد. از نظر علمی به وجود آمدن تفکر خلاق بیشتر به اصالت تناسب موضوع اشاره دارد. حالا به بیان امروزی‌تر: خلاقیت بیشتر به معنی به وجود آوردن ایده‌ها و چیزهای نو و یا ابتکار در موضوع‌های هنری که متخصصان به عنوان یک روش علمی، هنری یا اجتماعی و فن‌آوری پذیرای آن هستند.

در این مقاله در بخش ایده‌پردازی سعی بر آن شده تا با استفاده از فرهنگ غنی ایران ایده اولیه که به نوعی فرآیند ذهنی طراح است و مسئولیت تولید ایده‌ها و مفاهیم جدید و یا ارتباط بین این ایده‌ها و مفاهیم ذهنی وی را به عهده دارد به نمایش گذاشته شود.

#### ۴- طراحی<sup>[۱۱]</sup> (Design)

#### ۴ کاربرد عناصر بصری<sup>[۱۲]</sup> در طراحی لباس

طراحی صحیح و مناسب لباس و درک درست در خدمت طراحی نیاز به شناخت اولیه از اصول و مبانی هنرهای تجسمی دارد. به همین دلیل این مبانی را می‌توان به ساختار بصری یا الفبا و قواعد درک

7 - Creative

8 - Innovative

9 - Solution base

10 - Brain storming

12 - Visual Elements

۱۱ - طرح، طراحی، طرح کردن

۶-Concept: مفهوم، فکر، عقیده، تصور کلی



زبان و ابداع در هنرهای تجسمی و بصری تعبیر کرد. آشناسدن با مبانی هنرهای تجسمی می تواند تا حد زیادی در درک کردن آثار و شواهد آن در طراحی لباس مؤثر باشد که به صورت تیتروار بدان اشاره می شود.



نمونه ای از به کارگیری نقطه در طراحی لباس

#### ۴ عناصر و کیفیت نیروهای بصری

عناصر و کیفیت نیروهای بصری در هنرهای تجسمی به دو بخش کلی تقسیم می شوند:

۱- بخشی که با آن ها به طور فیزیکی و ملموس سر و کار داریم مانند: نقطه ، خط ، سطح ، رنگ ، شکل ، بافت ، اندازه و تیرگی و روشن.

۲- کیفیات خاص بصری که بیشتر حاصل تجربه و مهارست هنرمند در به کار بردن عناصر بصری می باشند مانند: تعادل ، تناسب ، هماهنگی و کنتراست که به نیروهای بصری يك اثر تجسمی استحکام می بخشند.

#### ۴ کادر<sup>[۱۳]</sup> در هنرهای بصری

کادر یا قاب تصویر محدوده فضا یا سطحی است که اثر تجسمی و تصویری در آن ساخته می شود.

هنرمند با انتخاب بخشی از فضا و جدا ساختن آن از سایر بخش ها و فضای پیرامون توسط کادری مشخص دو کار انجام می دهد: اول اینکه ارتباط کادر را با محدوده داخلی اثر برقرار می کند. دوم اینکه انرژی های بصری بیرون از کادر را که می خواهند به درون آن نفوذ کنند به کنترل در خواهد آورد. کادر در طراحی لباس همان فرم کلی لباس است که عناصر بصری دیگر در این فرم ارائه می شوند.

#### ۴ کاربرد عناصر بصری در طراحی لباس

##### نقطه

گاهی ممکن است نقطه به عنوان کوچک ترین بخش تصویر تلقی شود. در این صورت در اثر تراکم نقطه های تیره تیرگی حاصل می شود و در اثر پراکندگی آن ها روشنی دیده می شود. مثلاً دکمه ها ممکن است در لباس نقطه محسوب شوند و یا پترن<sup>[۱۴]</sup> خود پارچه به صورت نقطه دیده شود که این ها بسته به نوع قرارگیری در لباس به حفظ تناسب و ترکیب بندی اثر کمک می کنند.

##### خط

در طراحی لباس به دلیل تنوع بصری و نوع برش پارچه می توان هر چهار نوع خط را چه در برش و چه در پترن لباس به کار برد. در هنرهای تجسمی استفاده از خط کاربردهای متنوعی دارد. همچنان که در طراحی لباس ، نقشه کشی ، طراحی صنعتی ، مجسمه سازی و عکاسی نیز خط همواره پایه اصلی اجرا و ترکیب بصری اثر را به عهده دارد.

#### ترکیب بندی<sup>[۱۵]</sup> شاه کلید طراحی لباس

ترکیب بندی عاملی است که با سامان بخشیدن مؤثر به چگونگی چیدمان و نظم عناصر بصری در يك فضا و کادر مشخص بر اساس ذهنیت هنرمند و طراح لباس ، سبب می شود تا مخاطبان بتوانند به طرز مؤثری با آن ارتباط برقرار کنند. در يك ترکیب بندی موفق وجود زمینه برای ایجاد ارتباط بصری میان عناصر و معنی دار شدن شکل ها الزامی است. بدون وجود زمینه شکلی وجود نخواهد داشت و فضای مثبت و منفی پیدا نخواهد کرد. همانگونه که کادر بیرونی فضای مورد نظر طراح را مشخص می کند و ساختار اصلی در ارتباط با آن شکل می گیرد وجود سه عامل زیر در به وجود آوردن يك ترکیب موفق بصری الزامی است:



نمونه ای از به کارگیری خط در لباس

#### ۱- وجود تعادل بصری

۲- وجود تناسب و هماهنگی میان عناصر

#### مختلف يك ترکیب

۳- وجود رابطه هماهنگ اجزا با کل و با موضوع اثر

همانگونه که عناصر اصلی مانند خط ، نقطه و غیره پایه های یک ترکیب هستند ، هر ترکیب بندی موفق با استفاده از اصول فرعی ترکیب بندی می تواند به نوع خود بیان تصویری داشته باشد. عناصر فرعی در ترکیب بندی عبارتند از: بافت ، تناسب ، تعادل ، توازن ، کنتراست ، حرکت و ریتم است که کاربرد ویژه آن ها در طراحی لباس در دوزمین قابل بررسی هستند.

#### ۱- پارچه

۲- لباس طراحی شده

13- Frame

14- Pattern: طرح، الگو، نقش

15- Composition



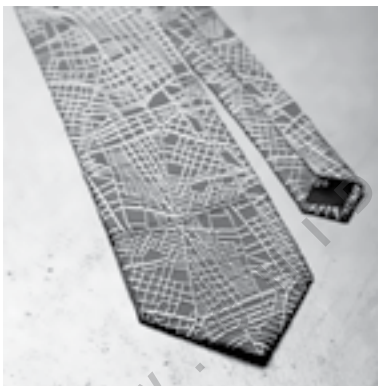
نمونه‌ای از تناسب در طراحی لباس



نمونه‌ای از ست بهاره لباس با در نظر گرفتن تعادل رنگ



نمونه‌ای از کنتراست رنگ در طراحی لباس



نمونه‌ای از حرکت در لباس



نمونه‌ای از بافت تصویری در طراحی لباس

تأثیرگذاری متناسب و هماهنگ همه عناصر در آن ترکیب می‌باشد. در مبحث طراحی لباس چنانچه انرژی بصری همه عناصر به گونه‌ای سامان داده شود که هیچ بخشی از اثر انرژی بصری دیگر بخش‌ها را از میان نبرد و باعث اغتشاش بصری نشود، ترکیبی موزون و متعادل به وجود می‌آید. در سامان بخشیدن در لباس عواملی چون: تیرگی روشنی، رنگ، اندازه، ست لباس و محل قرارگرفتن عناصر در فضای کار می‌تواند موثر باشد.

#### توازن [۱۹]

هرگاه در یک اثر تجسمی، انرژی بصری اجزای آن با یکدیگر و نسبت به کل اثر متعادل باشند آن اثر دارای ترکیبی متوازن خواهد بود. در واقع توازن بیان‌کننده روابط متعادل عناصر بصری در یک ترکیب غیرمقارن است. برای مثال در طراحی لباس می‌توان توازن را در فرم اشکال به کار رفته در لباس یا رنگ و یا بافت و غیره بکار برد.

#### کنتراست [۲۰]

کنتراست به معنای تضاد، تباین و کشمکش متقابل میان عناصر و کیفیت بصری است. کنتراست ارتباط منطقی و در عین حال متضادی را میان اجزا و عناصر مختلف یک ترکیب و یا یک اثر هنری بیان می‌کند. در هنر طراحی لباس تباین یا همان کنتراست بیانگر کیفیتی حسی ناشی از عملکرد متقابل دو یا چند خصوصیت متضاد عناصر بصری است. این تباین‌ها را می‌توان از نظر اندازه، جهت، حالت، رنگ، تیرگی، روشنی و بافت شکل‌ها مورد بررسی قرار داد.

#### بافت [۱۶]

به طور کلی سطح و رویه هر شیء و هر شکلی دارای ظاهر خاصی است که به آن بافت گفته می‌شود. در طراحی لباس به دلیل وجود پارچه بافت به خوبی قابل لمس است و این یکی از ویژگی‌های این اثر محسوب می‌شود.

بافت به دو دسته تصویری و ترسیمی تقسیم می‌شود:

**الف) بافت‌های تصویری:** این بافت‌ها معمولاً به صورت شبیه‌سازی از اشکال و اشیای طبیعت به صورت واقع‌نما ساخته و پرداخته می‌شوند و با رؤیت آن‌ها احساسی را که از طریق لمس چیزها تجربه کرده ایم مجدداً در ما بیدار می‌شود.

**ب) بافت‌های ترسیمی:** بافت‌های ترسیمی با استفاده از تراکم و تکرار خطوط در ترکیب‌های متنوع و یا با استفاده از لکه‌های تیره روشن و رنگی و یا به کارگرفتن مواد و ابزارهای مختلف به وجود می‌آیند.

#### تناسب [۱۷]

تناسب مفهومی ریاضی است که در هنر تجسمی بر کیفیت رابطه مناسب میان اجزای اثر با یکدیگر و با کل اثر دلالت دارد. در طراحی لباس تناسب بین اجزاء لباس مانند تناسب بین بالاتنه به پایین تنه و یا تناسب بین قد آستین‌ها حرف اول را می‌زند.

#### تعادل [۱۸]

در واقع وجود تعادل در یک اثر تجسمی مبین

16-Texture

17-Proportion

18-Equilibrium

19-Balance

20-Contrast



## حرکت<sup>[۲۱]</sup>

حرکت به معنای تغییر و جابه‌جایی در مکان و در زمان است. نمایش حرکت در هنر تجسمی با تکرار و توالی یک شکل یا یک حالت به وجود می‌آید و معمولاً نمایشگر نوعی ریتم و ضرب‌آهنگ است که این امر در طراحی لباس اشکال کشیده عمودی، افقی، خطوط مداوم و جهت‌دار و نیز تکرار آن‌ها به دلیل هدایت نگاه از سمتی به سمت دیگر می‌توانند بیانگر حرکت بصری در لباس باشند.

## ریتم<sup>[۲۲]</sup> یا ضرب‌آهنگ

تکرار منظم و توالی یک عنصر تصویری ضرب‌آهنگ بصری را به وجود می‌آورد. در طراحی لباس ریتم معنایی تصویری دارد و عبارت است از تکرار، تغییر و حرکت عناصر بصری در فضای لباس.

## کلام آخر

شکی نیست که قرن بیست و یکم، مبلغ تنوع‌گرایی و فردمحوری است، اما تصور نمی‌شود که افراد زیادی حاضر به استفاده از پوششی باشند که باعث ایجاد شوک در جامعه شود. بنابراین رعایت قواعد پوشش متضمن برداشت مناسب از شخصیت و اجتناب از عجیب بودن می‌شود. در این میان فرهنگ غنی و اصیل ایران خود می‌تواند الهام‌دهنده بی‌نظیر برای طراحان این مرز و بوم باشد تا با استفاده از المان‌های اصیل و غنی ایرانی طرحی نو زده شود. قواعد پوشش، پوششی است که جهت شرایط و زمان خاصی تعریف شده است. به تعبیر یک ضرب‌المثل فرانسوی: پر زیبا، پرنده زیبا. میان روح و جسم آدمی، ارتباط تنگاتنگی وجود دارد و این دو، تأثیر متقابلی بر یکدیگر می‌گذارند و میان آن‌ها کنش و واکنش‌های مختلفی شکل می‌گیرد. نمادها و دگرگونی‌های مادی و معنوی پیرامون انسان، بر روح و روان او تأثیر مستقیم دارند و هر اثرپذیری روحی، پی‌آمدهای رفتاری ویژه‌ای دارد. برای مثال، گاهی انسان از شنیدن نوعی موسیقی و آهنگ به آرامش می‌رسد و از شنیدن نوعی دیگر از موسیقی، پرخاشگر می‌شود. همچنین رنگ‌ها به تنهایی یا در کنار دیگر رنگ‌ها تأثیر ذهنی ویژه‌ای بر فرد می‌گذارند. انواع خط‌های موجود در طبیعت و چگونگی نمایان شدن آن‌ها در برابر دیدگان بیننده، معانی قراردادی غیرمستقیمی را به روان آدمی القا می‌کنند.

طراحان لباس نیز معمولاً با بهره‌گیری از این نکته‌ها و به وسیله عناصر بصری، می‌کوشند هدف‌های مورد نظر خود را در بیننده اجرا و این افراد نیز با تأثیرپذیری روانی، بنابر خواسته‌های آنان رفتار کنند. مسأله مورد طرح در اینجا این است که گرافیک به عنوان شاخه‌ای از هنرهای تجسمی، چه تأثیراتی و در چه زمینه‌هایی می‌تواند بر طراحی لباس بگذارد؟ اثری که برگرفته از هویت ملی و با استفاده از فرهنگ کهن، باستانی و اصیل ایرانی، به شیوه و روشی نو باشد، مصرف‌کننده در وهله اول به سوی احترام به اصالت و در مرحله بعد استفاده از محصول طراحی شده سوق می‌دهد.

گرافیک زبان تصویری است که برای ایجاد ارتباطی دیداری، جهت انتقال پیامی خاص، از نشانه‌های بصری بهره می‌برد. هنر گرافیک را می‌توان فرم‌گراترین شعبه هنرهای تجسمی به‌شمار آورد که با جستجوی مشترکات بصری آن در طراحی لباس، می‌توان پیامی خاص را تحت عنوان هویت، فرهنگ و غیره به جامعه و جهان منتقل کرد.

در نهایت می‌توان اذعان داشت که مد، زبان پوشاک برای بیان تفاوت‌ها و برقرارکردن ارتباط با دیگران است که اگر آگاهانه به کار رود ابزاری برای اثبات فردیت، خبرگی، آشنایی و قوه تمیز و تشخیص و سرمایه فرهنگی مصرف‌کننده خویش و راهی برای بنا ساختن هویت در برابر دیگران است. ■



نمونه‌ای از ریتم خطی در طراحی لباس

منابع:

۱- استوتزل، ژان، «روانشناسی اجتماعی»، ترجمه دکتر علی محمدکاردان، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۱

۲- روت ترنر، ویل کاکس، «تاریخ لباس»، ترجمه شیرین بزرگمهر، تهران، نشر توس، چاپ سوم ۱۳۸۸

۳- ساروخانی، باقر، «جامعه‌شناسی ارتباطات»، انتشارات اطلاعات، تهران ۱۳۷۶

۴- شیوا، قباد، «شخصیت در گرافیک»، سخنرانی تالار پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ۱۳۸۶

۵- فرورالحکیم

۶- مشیرپور، میرمحمد، «تاریخ تحول لباس در ایران از آغاز تا اسلام»، انتشارات زاور و پسران، مشهد، ۱۳۴۵

۷- متین‌بیمان، «پوشاک ایرانیان»، دفتر پژوهشهای فرهنگی تهران، ۱۳۸۳

8-Hyegeun YOON Part 1. UN ETAT DES LIEUX  
2010-2011. DU VETEMENT

21-Movement-motion

22-Repetition