



## تحلیلی نشانه‌شناختی از ظهور فرش و نقوش آن در مد ایران و جهان

فریبا یآوری\* آرزو تقی‌پور\*\* محسن مرانی\*\*\*

### چکیده

۲۹

در دهه اخیر با ظهور فرش ایرانی در عرصه مد جهانی، اعم از نقوش فرش در پوشاک و یا قطعات بافته‌شده آن در لباس و کیف و کفش، دایره واژگان فرش، از محدوده کف‌پوش به حوزه تن‌پوش نیز گسترش پیدا کرده و به تبع مد داخلی نیز نسبت به این ایده بی‌تفاوت نمانده است. مد جهانی، تحت سیطره برندها است که هر یک ارزش‌های نظام معنایی خود را بازتولید می‌کند. بنابراین مد فرش، از گفتمان یکسانی در مد داخلی و جهانی برخوردار نیست. لذا این سؤالات مطرح می‌شوند که نظام معنایی مد فرش ایرانی و جهانی با چه رمزگانی به خلق معنا می‌پردازد؟ در پارادایم‌های حاکم بر مد داخلی و خارجی، چگونه از فرش ایرانی به‌طور خاص و فرش به‌طور عام، در تشدید کارکرد رسانه‌ای لباس بهره گرفته می‌شود؟ لذا این نوشتار با رویکرد نشانه‌شناسی و به شیوه توصیفی-تحلیلی، با تأکید بر مد جهانی، در راستای پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق است. هدف از پژوهش، بحث در گفتمان غالب فرش در مد معاصر ایران و جهان است. یافته‌ها حاکی از آن هستند که نظام مد جهانی، یک سیستم باز و پویا است و پارادایم حاکم بر آن، مدسازی است که سازنده محتوا است؛ محتوای مفهومی، هنری، کیفیتی یا اخلاقی. فرش در مد جهانی، گفتمان هنری را شکل می‌دهد و خارج از آن، یک مد آوانگارد، پست‌مدرنیستی، یک اثری هنری دارای بیان و معرف روح دوران تلقی می‌شود. جوهره فرش (طرح و نقش، بافت و ساختار) با توجه به نوع گفتمان، تبدیل به رمزگان در نظام معنایی شده و لذا شکل تجسمی مد فرش، وابسته به محتوای مورد نظر بوده است. با این حال، پارادایم حاکم بر مد ایرانی، مدگرایی است و رواج مد فرش در ایران بیش از آنکه یک حرکت پست‌مدرنیستی برای احیا و بازتعریف هنرهای سنتی باشد، غلبه برندینگ و تجاری‌سازی بوده و گفتمان مد فرش ایرانی، گفتمان رفاه و ثروت است.

**کلیدواژه‌ها:** نشانه‌شناسی، نظام مد، رولان بارت، مد فرش جهانی، مد فرش ایرانی

\* دانشجوی دکتری مطالعات تطبیقی و تحلیلی هنر اسلامی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران (نویسنده مسئول).

faribayavary@gmail.com.

taghipour2017@yahoo.com

marasy@shahed.ac.ir

\*\* کارشناس ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران.

\*\*\* استادیار، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران.

## مقدمه

خانه مد هرمس<sup>۱</sup> در نمایش مد پاییز و زمستان خود در سال 2008 میلادی، برای اولین بار طرحی را ارائه کرد که ایده فرش، مهم‌ترین مشخصه آن بود؛ پوشاکی زنانه تحت عنوان "مجموعه تبریز"، الهام گرفته از فرش‌های تبریز در ایران (URL: 1). در این مجموعه، نقوش فرش به‌عنوان یک الگو برای دامن، ردهای بلند زنانه، چکمه‌های تا زانو و روپوش‌های غیر هرمسی که با کمربندهای ریسمانی ابریشمی منگوله‌دار بسته شده بود، تعریف می‌شدند. در این ضمن، پرده‌های بته‌جقه‌ای کشمیری، به دامن‌های پوشیدنی تبدیل شده بودند. اما این مجموعه، بیشتر شامل کت‌ها و ژاکت‌ها بود؛ بارانی‌های چرمی نقش و نگاردار، کت‌های پوست‌سوسماری جیر، ژاکت‌های کش‌باف بلند، جوراب‌های شلواری و آسترهای بلند جیر در پشم بره که همگی با کلاه‌های بافتنی و روسری‌هایی بر روی شانه‌های مدل آراسته شده بودند (Phelps, 2008). این نوآوری برای شرکت هرمس به‌عنوان یک برند کلاسیک فرانسوی، با انتقادهایی روبه‌رو شد. با این وجود، این تجربه نوین، مورد استقبال طراحان دیگر قرار گرفت. از جمله آنها می‌توان به کیف-فرش‌های رالف لورن<sup>۲</sup> در پاییز 2013 اشاره کرد، لباس‌های طرح فرش توری برچ<sup>۳</sup> و یا مجموعه پاییز و زمستان 2015 برند جیوانچی<sup>۴</sup> که لباس‌هایی مردانه با الهام از گبه و فرش ایرانی طراحی کرده است. بسیاری از طراحان ایرانی نیز که گرایش سنتی دارند و سعی می‌کنند به منظور ایجاد یک "مد ایرانی" در طرح‌های خود، از عناصر و نقوش مایه‌های ایرانی، انواع چاپ‌های سنتی و پارچه‌های دست‌باف ایرانی استفاده کنند (کنگرو، ۱۳۹۴: ۳)، از ایده کف‌پوش ایرانی در تن‌پوش استفاده کرده‌اند. با توجه به اینکه لباس مد به‌عنوان یک شیء معنادار اساساً به جامعه مرتبط است و هر لباسی در شرایط خاص اجتماعی و فرهنگی پوشیده شود، در هر زمینه‌ای دارای معنای اجتماعی متفاوتی است (Kawamura, 2005: 46). این سؤالات مطرح می‌شوند که مد فرش ایرانی و جهانی با چه رمزگانی به خلق معنا می‌پردازد؟ در پارادایم‌های حاکم بر مد داخلی و خارجی، چگونه از فرش ایرانی به‌طور خاص و فرش به‌طور عام، در تشدید کارکرد رسانه‌ای لباس بهره گرفته می‌شود؟ مقصود از مطالعه نشانه‌شناختی مد این نیست که مورد انتقاد قرار داده شود، بلکه شیوه‌ای برای درک بهتر چگونگی عملکرد آن است. لذا فرضیه اصلی تحلیل این است که رمزگان فرش در مد و لباس از لحاظ فرهنگی قابل توجه بوده و نیاز به رمزگشایی و تحلیل دارد تا کارکرد معنایی آن در موقعیت بومی و غیربومی تشخیص داده شود.

از این‌رو، هدف اصلی پژوهش، بحث در گفتمان فرش در مد معاصر ایرانی و جهانی است.

## پیشینه پژوهش

دیدگاه مد به‌عنوان یک نظام معنایی، اولین بار در اثر مهم رولان بارت "نظام مد" (1983) مطرح شد و از زمان گسترش مطالعات مد، غالب بوده است. بارت، یکی از پیروان نشانه‌شناسی سوسور بود و پدیده‌های مختلفی را از لحاظ سیستم نشانه‌ها مورد بررسی قرار داد. او در آثار خود ضمن تأکید بر تفاوت رویکردهای نشانه‌شناسی و جامعه‌شناسی نسبت به مد، "لباس مد" را از "لباس واقعی" متمایز می‌کند (Mikerina, 2016). تحقیق او در سیستم مد، از دقیق‌ترین بررسی‌ها و در عین حال، سرمشقی برای محققان حوزه مد و لباس بوده است. در ایران نیز در سال‌های اخیر، توجه به تحلیل‌های نشانه‌شناختی در حوزه پوشاک، اهمیت چشمگیری یافته است؛ از جمله مقاله محمدرضا جوادی یگانه و سید علی کشفی (۱۳۸۶) با عنوان "نظام نشانه‌ها در پوشش". پژوهشگران در مقاله مذکور، به‌طور عام، معنادار بودن امر پوشش را به‌عنوان یک عمل اجتماعی، مد نظر قرار داده و به بررسی عوامل ساختاری که بر وجه نمادین و بار معنایی لباس اثر می‌گذارد پرداخته‌اند. فرزانه سجودی (۱۳۸۷) نیز در مصاحبه "نشانه‌شناسی زندگی روزمره با تکیه بر لباس"، به این مبحث می‌پردازد که در کل، تکه‌های پارچه و لباس چگونه به نشانه تبدیل می‌شوند و در یک فرهنگ، ارزش دلالتی یافته و به‌عنوان یک حوزه اجتماعی در گفتمان مداخله می‌کنند. در ادامه، با جلب توجه بیشتر به حوزه نشانه‌شناسی لباس، پژوهشگران، به‌طور خاص، با محدود کردن دامنه تحقیق به یک نوع لباس، پوشش یک دوره زمانی مشخص و یا مطالعات تطبیقی نشانه‌شناسی لباس‌های چند دوره تاریخی، غنای بیشتری به این مبحث بخشیده‌اند؛ از جمله پایان‌نامه‌هایی نظیر: "نشانه‌شناسی لباس تئاتر با تأکید بر چهار اثر شکسپیر" (۱۳۸۷) از مرضیه صفری‌نژاد، "بررسی البسه حاکمان در ایران با رویکرد نشانه‌شناسی گفتمان" (۱۳۹۱) از ناهید حسینی، "نشانه‌شناسی پوشاک ایرانیان در دوره قاجار" (۱۳۹۱) از راضیه کارکن جلال، "نشانه‌شناسی لباس در گذر تغییرات اجتماعی و سیاسی قاجار به پهلوی" (۱۳۹۳) از شیلا مولودی، "مطالعه نشانه‌شناسی طراحی لباس در شاهنامه فردوسی" (۱۳۹۳) از مریم امینی، "تحلیل عکاسی مد با رویکرد نشانه‌شناسی" (۱۳۹۳) از نوشین پاینده، "کارکردهای نشانه‌شناسی در نقوش به‌کار رفته در پارچه‌های دوره صفویه و بازآفرینی آن در دوران معاصر" (۱۳۹۳) از عارفه خوش‌چهره

از هشت برند و طراح مطرح جهان، آثاری ارائه شده که شامل تن‌پوش زنانه، مردانه، پاپوش و کیف هستند. در بعد داخلی، تن‌پوش‌های زنانه از نظر نوع بیان مد فرش و تبلیغ آن، مورد دقت نظر بوده‌اند. در بررسی نمونه‌های جهانی، پس از استخراج رمزگان و تشریح دلالت‌های ضمنی و صریح فرش در پوشش مورد نظر، گفتمان حاکم بر هر برند تبیین شده است. در بررسی مد داخلی، "بیان مد" فرش بر مبنای آرای بارت در دست‌یابی به گفتمان مد داخلی به کار گرفته شده است.

### چارچوب نظری و مفاهیم

#### نشانه‌شناسی

نشانه‌شناسی، علم مطالعه نظام‌های نشانه‌ای، فرآیندهای تأویلی و ابزاری پژوهشی برای فهم حقیقت نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است (تاجیک، ۱۳۸۹). در حقیقت، نشانه‌شناسان، پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی را همچون زبان مطالعه می‌کنند. پرسش اصلی در بررسی نشانه‌شناسانه این است که معناها چگونه ساخته می‌شوند و واقعیت چگونه بازنمایی می‌شود؟ (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۵). هدف رویکرد نشانه‌شناسی، کشف اصولی کلی است که بر مبنای آنها نظام نشانه‌شناسی عمل می‌کند. این اصول کلی، جنبه انتزاعی دارند. شناخت این انتزاع‌ها، به شناخت واقعیت انضمامی و نظام تولید نشانه‌ها کمک می‌کند (تاجیک، ۱۳۸۹). نشانه‌شناسی، توجه بیشتری به آنچه پیام می‌دهد و نحوه قرارگیری پیام توسط نشانه‌ها را بررسی می‌کند (Danesi, 2004: 10). نشانه‌شناسی، بر اساس آرای فردینان دو سوسور، زبان‌شناس سوئیسی و چارلز سندرس پیرس، فیلسوف آمریکایی شکل گرفته است. سوسور، الگویی دو وجهی یا دو قسمتی از نشانه ارائه می‌کند. از دید او، نشانه تشکیل شده است از دال (تصور صوتی) و مدلول (تصور مفهومی) که دال به آن دلالت می‌کند (سجودی، ۱۳۸۷ الف: ۱۸). بنابراین دال، پدیده‌ای روان‌شناختی است؛ یک مدلول توسط مفهومی که با دال تداعی می‌شود، تشخیص داده می‌شود (هولدکرافت، ۱۳۹۱: ۱۲۵). رابطه بین دال و مدلول را اصطلاحاً دلالت می‌نامند (سجودی، ۱۳۸۷ الف: ۱۸). از نظر رولان بارت، دلالت دو سطح دارد؛ سطح اول، دلالت مصداقی، ارجاعی یا تصریحی و سطح دوم، دلالت مفهومی، بیانی یا ضمنی است. دلالت در سطح اول، معانی آشکار تولید می‌کند و دلالت در سطح دوم، معنایی ضمنی پدید می‌آورد (همان: ۱۰۲). یکی از مهم‌ترین مسائلی که سوسور مطرح کرده، مسئله تمایز در دو محور هم‌نشینی و جانشینی است. در واقع، در رویکرد نشانه‌شناسی، معنا از تمایز میان نشانه‌ها ناشی می‌شود. این تمایزها بر دو نوع

زیبا، "تحلیلی بر نشانه‌شناسی لباس در آثار بهرام بیضایی" (۱۳۹۴) از سودابه حسن‌نژاد، "نشانه‌شناسی پوشاک زنان قوم کرد کرمانشاه" (۱۳۹۴) از شمسی کاکاوند، "مطالعه تحولات فرهنگ پوشاک در دوره پهلوی اول با رویکرد نشانه‌شناسی فرهنگی" (۱۳۹۶) از فروغ دانش مهر. در تحقیقات فوق، نکته اصلی، بازاندیشی پوشاک به‌عنوان نظامی معنایی و نیازمند رمزگشایی است. با این وجود، تا کنون به پدیده ظهور فرش در مد جهان که با نام فرش ایرانی آغاز شد و به سایر گونه‌های کف‌پوش غیرایرانی نیز گسترش یافت و مورد اقبال طراحان داخلی نیز قرار گرفته، توجهی نشده است. پایان‌نامه‌ای با موضوع "آسیب‌شناسی گرایش‌های سنتی در طراحی مد معاصر ایران" (۱۳۹۴) به کوشش مژگان کنگرلو، به بررسی دلایل ضعف "مد ایرانی" در بازار داخلی پرداخته و عموماً زمینه‌های اقتصادی، مسائل مربوط به بازاریابی و ضعف طراحی را در بروز آن مؤثر دانسته است. از این‌رو، رابطه نزدیک مد فرش با مد ایرانی از یک طرف و مد جهانی از طرفی دیگر، بر نیاز توجه به این حوزه تأکید می‌کند. آنچه پژوهش حاضر را از دیگر تحقیقات مشابه متمایز می‌سازد، این است که در این نوشتار برای نخستین بار، فرش در مد و پوشش، مورد بررسی نشانه‌شناسی قرار گرفته و به این مهم می‌پردازد که فرش و نقوش آن چگونه کارکرد نشانه‌ای پیدا کرده‌اند. در این راستا، خوانش مد فرش جهانی و تفاوت آن با مد فرش ایرانی به لحاظ زبان معنایی و دلالت‌های ضمنی، برای طراحان و فعالان حوزه مد و پوشش ایرانی راهگشا خواهد بود؛ چرا که مبین برخورد هوشمندانه‌تر با فرش و نقوش آن در لباس و ارائه متون تصویری حاصل از آن، در جهت بهره‌وری از کارکرد فرهنگی و معنایی فرش است.

#### روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات، به صورت کیفی است. جمع‌آوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی و نیز از طریق پایگاه‌های داده‌های الکترونیک انجام شده است. در راستای اهداف، رویکرد نشانه‌شناسی جهت تحلیل نمونه‌ها به کار گرفته شده که در این بین، نظرات رولان بارت به واسطه تمرکز بر مبحث پوشاک در آثار او، مورد تأکید بوده است. جمع‌آوری نمونه‌ها، به صورت هدفمند و گزینشی است. جامعه آماری، شامل دو دسته تصاویر از فرش در مد داخلی و مد خارجی است. معیار گزینش، استفاده از ماهیت فرش، در طراحی پوشش مورد نظر بوده است. مقصود از فرش، تلقی عام کلمه به معنای انواع کف‌پوش‌های دست‌باف و سنتی است. در بعد خارجی،

هستند؛ هم‌نشینی (چگونگی قرار گرفتن عناصر در کنار هم) و جان‌نشینی (چگونگی جایگزینی عناصر به جای هم) (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۲۷). اصل "منش خطی دلالت زبانی" نشان می‌دهد که این هم‌نشینی واحدهای زبانی، سازنده معنای نهایی هر گزاره است و مناسبات هم‌نشینی زبان، روشنگر موقعیت نشانه در یک نظم معنایی ویژه هستند. مناسبات جان‌نشینی باعث می‌شوند که بر اساس ساختار واحد، جمله‌های بسیاری با معانی تازه ساخت (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۰). مفاهیم هم‌نشینی و جان‌نشینی، وابسته به دو مفهوم کلان سوسوری "لانگ" یا زبان و "پارول" یا گفتار هستند. کسی که به یک زبان تکلم می‌کند، در آن واحد به مجموعه نظام‌مندی از نشانه‌های آن زبان احاطه دارد و این نشانه‌ها در ذهن فرد، ارتباط نظام‌مندی با یکدیگر دارند. بُعد پارول یا گفتار، ساحت عینیت و تحقق است و در آن، عناصر بر اساس توالی زمانی و یا مکانی در کنار یکدیگر قرار گرفته و در ارتباط متقابل با یکدیگر معنی یافته و منجر به انتقال پیام می‌شوند (گیرو، ۱۳۸۳: ۵۱). پیرس، الگویی سه وجهی از نشانه ارائه می‌دهد. مقصود او از نشانه، یک کنش یا تأثیر است که از هماهنگی سه چیز تشکیل شده باشد؛ باز نمود، موضوع و تفسیر آن (سجودی، ۱۳۸۷ الف: ۲۶). پیرس، ده گونه دسته‌بندی از نشانه‌ها را مطرح کرده که میان آنها تقسیم نشانه‌ها به شمایی، نمایه‌ای و نمادین، کارایی بیشتری دارد و مشهورتر است (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۰). نشانه‌های شمایی، تصوراتی از چیزها نشان می‌دهند که صرفاً از تقلید تصویری آنها به دست آمده است. نشانه‌های نمایه‌ای یا شاخص‌ها، از طریق ارتباط فیزیکی با چیزها به آنها دلالت می‌کنند و نشانه‌های نمادین یا نشانه‌های عام که از طریق کاربرد، با معنای مورد نظر پیوند یافته‌اند (سجودی، ۱۳۸۷ الف: ۳۱). نشانه‌شناسی، تمامی پدیدارهای فرهنگی را همچون فراشده‌های ارتباطی بررسی می‌کند و هر یک از این فراشده‌ها باید با یک نظام دلالت خاص شناخته شود (احمدی، ۱۳۸۸: ۱۳). بنابراین با واکاوی دلالت‌های رمزگان هر پدیده فرهنگی می‌توان آن را رمزگشایی کرد. تولید و تفسیر متون، بستگی به رمزگان دارد. رمزگان‌ها، نظام‌های ارزش‌گذاری هستند. جنبه اجتماعی و در نتیجه، تاریخی دارند. اکتسابی بوده و چون بدنه‌ای از دانش، باید فراگرفته شوند و متنوع هستند (سجودی، ۱۳۸۷ الف: ۱۵۳). در حوزه مد و پوشاک نیز مطالعه رمزگان پوشاک، به خوانش نشانه‌شناختی آن به‌عنوان یک رسانه با کارکرد ارتباطی کمک خواهد کرد. رولان بارت، نخستین کسی است که در مقام نشانه‌شناس، به بررسی نظام دلالت‌گری و رمزگان پوشاک پرداخته است. کار بارت در شناخت زبان مد، بیشتر اثبات این نکته است که

حتی در نظام‌های ویژه پوشش، قاعده‌ها و اصول زبان‌شناسی حاکم هستند (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۲۰).

### لباس و پوشاک، پوشش و مد

"لباس"، به هر شکلی از مواد پوشاننده بدن اطلاق می‌شود که توسط بشر و در ابتدا به‌عنوان یک محافظ در برابر آب و هوا شکل گرفته است. اما در موقعیت‌های اجتماعی، اقلام جداگانه لباس به صورت نمادین به‌عنوان رمزگان پوشش قلمداد می‌شوند که افراد توسط آنها خود را در اجتماع معرفی می‌کنند (Danesi, 2000: 52). در حالی که "پوشش"، عبارت است از نظام لباس مناسب برای موقعیت خاص، مکان خاص یا زمان خاصی. در نشانه‌شناسی، لباس و پوشش از هم متمایز شده‌اند. در سطح بیولوژیکی، لباس، امکان بقا را افزایش می‌دهد، اما از نظر محتوای اجتماعی، پوشش همیشه طیف وسیعی از مفاهیم ضمنی را در بر می‌گیرد. این معانی که در رمزگان متنوع پوشش قرار دارند، مردم را در مورد نحوه لباس پوشیدن خود در شرایط اجتماعی آگاه می‌کنند. قابل پیش‌بینی است که رمزگان پوشش از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر می‌کند (Ibid: 81). از این رو، نشانه‌شناسی، مطالعه پوشش را انتخاب کرده است [معنایی که جامعه به لباس نسبت می‌دهد] و نه لباس پوشیدن را [عمل انفرادی انتخاب پوشاک]؛ زیرا مد، بخشی از پوشش است (Mikerina, 2016: 30). بارت، "سبک پوشش" را در حکم زبان دانست و عادت و رسم لباس پوشیدن را در حکم گفتار. "رسم پوشاک"، گونه‌ای گزینش شخصی نشانه‌ها و روشی شخصی است که آن را گفتار می‌نامیم، پوشش موردی همگانی است و آن را زبان می‌خوانیم (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۲۲). بنابراین، هر سبکی از پوشاک، از قراردادهای پوشش تبعیت می‌کند؛ قواعدی که به مجموعه‌ای از ارزش‌ها تعلق دارند و به پوشندگان لباس اجازه می‌دهند در گفتمان‌های پوشش مختلف، اجازه رفت و آمد داشته باشند (جوادی یگانه و کشفی، ۱۳۸۶). مد، عبارت از عرف یا سبک پوشش هر دوره یا گروهی از مردم یا تمام جامعه است. مد، بخشی از سبک زندگی و بیان شخصی است. مد لباس، نوعی بیان ایدئولوژیکی نیز قلمداد می‌شود (Danesi, 2000: 92). مسئله تمایز بین مد و لباس، ضروری است. مد را نمی‌توان به لباس محدود کرد. مد تقریباً به هنر، موسیقی و ادبیات مربوط می‌شود. مطالعه مد را می‌توان با نگاه کردن به لباس مشخص کرد؛ اما این کل جامعه است که به آن دلالت می‌کند. مد فقط چیزی نیست که می‌پوشیم، ما به آن نگاه می‌کنیم و درباره آن مطالعه می‌کنیم (Mikerina, 2016: 24). مد، در ارتباط تنگاتنگی با فرهنگ قرار دارد و

می‌کند. از دید بارت، لباس واقعی، بر اساس "مثلت انگیزه" شکل می‌گیرد؛ حفاظت در برابر آب و هوای خشن، پنهان کردن برهنگی به دلیل حیا، تزئین و آرایش برای جلب توجه. آنچه محقق را علاقه‌مند می‌کند، تغییر گمراه‌کننده مرحله حفاظت به تزئین نیست، بلکه تمایل هر پوشش بدنی برای قرار دادن خود در یک سیستم سازمان‌دهی شده، کارکردی و هنجاری است که توسط جامعه به رسمیت شناخته شده است (Barthes, 2013: 6). بارت، کارکرد اجتماعی-ارتباطی لباس را در نظر دارد؛ لباسی که دیگر برای حفاظت، پوشش و آراستن استفاده نمی‌شود، بلکه بیشتر بر حفاظت، حیا و آراستگی دلالت می‌کند (Ibid: 73). نشانه‌شناسی در داخل خود، بدنه‌های دیگر روش‌های تحقیق درباره مد را دارد و حاوی باب‌هایی است که به جامعه‌شناسی و یا روان‌شناسی لباس باز می‌شوند ولی نشانه‌شناسان نمی‌خواهند از این درها عبور کنند. لباس‌ها، جهانی از نشانه‌ها هستند و هدف اصلی، شناخت نظام دلالتگری حاکم بر آن است که با معنا بخشیدن به پاره‌ای از اجزاء، انواع را خلق کرده و در نتیجه، امکان جاننشینی را فراهم می‌آورد.

#### نظام مد بارت

پوشش به چهار دلیل می‌تواند معنا دار شود؛ به این دلیل که نام‌گذاری شده است [اعلام نوع]، پوشیده می‌شود [اعلام وجود]، درست یا غلط است [ابداعی و ساختگی] و برجسته‌نمایی شده است [پرنده لباس] (Barthes, 1983: 115). از نظر بارت، نشانه‌شناسی لباس، لغوی نیست، بلکه نحوی است؛ یعنی معنای لباس در اقلام آن نیست، بلکه در کارکرد و تمایزها است (Barthes, 2013: 28). بارت، رویکرد نشانه‌شناختی خود را به مد لباس متمرکز کرده و مد را شکل ساختگی لباس می‌داند که در رسانه‌ها ارائه شده است و در آن، مدل‌ها از دال‌ها جدا شده‌اند (Ibid). از این رو، نسبت به لباس‌های واقعی که در جامعه استفاده می‌شوند، تحلیل آن میسر است. بارت، تحلیل‌های خود را در نظام مد بر اساس نظرات سوسور درباره نشانه‌شناسی ارتباط بین دو اصطلاح دال و مدلول قرار داده است. ویژگی‌های یک دال (پوشاک)، عبارت از عدم وابستگی، مادی بودن، قابل‌شمارش بودن و مرئی بودن هستند. مدلول، غیرمادی بوده و صرفاً جنبه معنوی دارد. بدین ترتیب، سیستم نشانه‌ای پوشاک، بر رابطه دال و مدلول استوار نیست، بلکه بر رابطه میان دال‌ها با خود آنها استوار است. همان‌طور که بارت ادعا می‌کند، هر نشانه‌ای از محیط اطراف خود ناشی می‌شود و نه از منشأ خود (Ibid: 26). بدین معنا که یک پوشاک به این دلیل معرفی می‌شود که مطابق مد روز است؛ رابطه این

الگویی فرهنگی است که از سوی بخش معینی از یک جامعه برای دوره زمانی نسبتاً کوتاهی پذیرفته شده و سپس رخت برمی‌بندد (Vago, 2003: 203). کواورا، لباس را به‌عنوان یک محصول مادی و مد را به‌عنوان یک محصول سمبلیک تعریف می‌کند؛ لباس به یک شیء ملموس اشاره دارد و مد به چیزی غیرملموس (Kawamura, 2005: 43).

#### رویکرد نشانه‌شناسی به مد

برای به رسمیت شناختن مد به‌عنوان یک نشانه (دال) نه صرفاً یک شیء، بلکه نوعی از اطلاعات-یک زبان قادر به برقراری معانی مفهومی-ابتدا باید تاریخچه فکری آن را به تأیید رساند؛ تاریخی که با متفکران جامعه‌شناسی مثل وبلن، زیمل و حتی کارل برنردس شروع می‌شود که به ترتیب، لباس را به‌عنوان نشانه‌ای از وضعیت اجتماعی و اقتصادی معرفی کردند. اگرچه مد اساساً به‌عنوان یک ممیز طبقات اجتماعی معرفی شده است، با این حال، چنین تحلیل‌های تک‌بعدی مانع از آن شد که محققان تمامیت ارتباطی مد را شناسایی کنند. مد، بر وضعیت اجتماعی-اقتصادی دلالت می‌کند، اما این تمام چیزی نیست که مد به آن دلالت می‌کند و تفسیر آن صرفاً به این اصطلاحات، خطر برگشت مد به یک شیء بی‌روح و ساختگی را افزایش می‌دهد که در بهترین حالت، صرفاً نشانگر فرهنگ و دوره زمانی است که به آن تعلق دارد تا اینکه نیرویی باشد که می‌تواند به‌طور فعال، شکل فرهنگ را تغییر دهد (Johnson, 2016: 12). مد، یک رسم و رواج اجتماعی است. نظامی از ارزش‌ها و ابزار ارتباطی است. نظام مد باز، پویا و فعال است. ویژگی‌های آن نسبت به گذر زمان تغییر می‌کنند و با دیگر نظام‌های نشانه‌شناسی مثل؛ نظام اقتصادی، رسانه‌ای، هنر و غیره ارتباط متقابل دارد (Mikerina, 2016: 14). رولان بارت که به‌عنوان یکی از نظریه‌پردازان کلاسیک مد شناخته شده است، مد را از انحصار رویکردهای جامعه‌شناسانه آزاد کرد و در آثار خود، تغییری پارادایم در مطالعه مد از جامعه‌شناسی به نشانه‌شناسی پدید آورد. جامعه‌شناسی و نشانه‌شناسی اگرچه با شیء یکسانی به نام مد شروع به کاوش می‌کنند، اما در دو جهت کاملاً متفاوت گسترش می‌یابند (Barthes, 2013: 71). بارت، نظام پوشاک را همچون نظام زبان، نوعی نظام بیانی استوار به قرارداد می‌داند که به دلیل معانی خاص و قراردادی اجزای لباس، ترکیب‌های گوناگونی به وجود می‌آیند که اساساً رسم پوشاک یعنی مد لباس هستند (Barthes, 1983: 26). بارت، بر تفاوت دو رویکرد جامعه‌شناسی و نشانه‌شناسی به مد تأکید کرده و "لباس مد" را از "لباس واقعی" متمایز

پوشاک و مد، مطلقاً قراردادی است، نه عملکردی. در اصل، این مجله مد [رسانه] است که هم‌ارزی مد و لباس را برقرار می‌کند و نه استفاده طولانی‌مدت از لباس (Barthes, 1983: 24). بارت نشان می‌دهد که مد را در چهار سطح معنایی باید تحلیل نمود (تصویر ۱).

سطح اول، معرف رمزگان سبک پوشش واقعی است؛ به عبارتی، رمزگان صریح و آشکار است. سطح دوم، رمزگان جدید پوشش است؛ رمزگان نوشتاری که رسانه آدر تعبیر بارت صرفاً مجلات مد آن را خلق می‌کند، این سطح به‌عنوان یک فرازبان برای سطح اول عمل می‌کند. رمزگان پوشش نوشتاری، از دلالت ضمنی مد ناشی می‌شود که دلالت ضمنی نیز زیرمجموعه سطح چهارم یعنی سیستم لفظی و واژگانی قرار می‌گیرد. به بیان بارت در بررسی این واحد معنایی، ضروری نیست که درک کنیم چه چیزی اُبژه نامیده می‌شود (یک کت، دامن، پیراهن و غیره)، معنی را می‌توان در کل مجموعه لباس یا در یک جزء یافت؛ آنچه مهم است، تشخیص صحیح محدوده واحدهای معنایی است.

### تجزیه و تحلیل یافته‌ها

#### فرش در مد جهان

به مدت چندین قرن، هنر ایرانی به بهترین شکل، به وسیله فرش‌های خود در غرب شناخته شد. فرش‌ها، مشخصه بارز زندگی درباری بودند (پوپ، ۱۳۸۷: ۲۲۵۷). در مسیر ورود به موزه‌های اروپایی و به‌خصوص موزه‌های بریتانیایی و مجموعه‌های شخصی، هنرمندان غرب با این هنر شرقی آشنا شدند. امروزه اگرچه کشورهای دیگری نیز فرش‌های بسیاری مشابه فرش ایرانی می‌بافند، ولی اصل و خاستگاه آن نقوش، فرش‌های ایرانی است (Elton et al, 2006: 137). خانه مد هرمس در سال ۲۰۰۸ مجموعه‌ای ارائه داد که ایده اصلی آن، فرش ایرانی بود (جدول ۱). پیش از این نیز جنبش‌های هنری

غرب از جمله؛ نهضت ویلیام موریس، آرت نوو، باوهاوس، آرت دکو و پست‌مدرن در مسیر طراحی فرش‌های غربی، طرح‌های فرش شرقی و به‌ویژه فرش ایرانی را به‌عنوان منبع الهام و الگو قرار داده بودند (اکبری، ۱۳۸۶). مطالعه نشانه‌شناسی آثار موریس به‌عنوان یکی از پیش‌قراولان هنر مدرن اروپا نشان می‌دهد که او به همان اندازه که شیوه‌های بافت و رنگرزی طبیعی را فراگرفته، با اصول زیبایی‌شناختی طراحی و نقاشی ایرانی نیز آشنا بوده و هنر ایرانی و به‌ویژه فرش‌های ایرانی، تأثیر مهمی بر اندیشه‌های زیبایی‌شناختی او داشته‌اند (Mousavi Hejazi et al, 2006).

شرکت هرمس در حرکتی نوین و آوانگارد، فرش را از عرصه کف‌پوش به قلمرو تن‌پوش وارد کرد. هرمس، یک برند لوکس، اصیل و فرانسوی است که از سال ۱۸۳۷ میلادی تا کنون، بی‌وقفه به گسترش و بازتولید خود پرداخته است. هویت اصلی این برند، عملکردی بود، اما خیلی سریع به نمادین تبدیل شد. امروزه این برند قادر است بدون تغییر در هویت خود، برند خود را توسعه دهد (Veg-Sala, 2014: 373-392). هرمس، محصولات زیبا و کاربردی را با توجه به میراث فرهنگی و سنت‌های گذشته فرانسوی تولید کرده (Faiman, 2016: 91) و خود را به‌عنوان حامل و ارائه‌دهنده فرهنگ عالی و به‌طور مشخص فرانسوی تعریف می‌کند. در واقع، هرمس بسیار فرانسوی است (Ibid: 17). محصولات آن، صنایع دستی مدرن قلمداد می‌شوند و بُتوارگی صنایع دستی، شرکت‌هایی مانند هرمس را قادر می‌سازد که "دست‌ساز" را اسطوره‌سازی کرده و رمانتیک سازند و بنابراین، هزینه گزاف آن را توجیه کنند (Ibid: 13). از دید منتقدان، مجموعه تبریز اگرچه مجلل و باشکوه است، اما ابداً کلام مد روز را ارتقا نمی‌دهد. هرمس به‌عنوان مجموعه‌ای از آثار کلاسیک فرانسوی، خیلی نمی‌تواند با تازه‌های مد لوکس در جاهای دیگر پاریس رقابت کند. جذابیت این لباس‌های ملایم و

دال		مدلول		۴. سیستم لفظی		
مدلول		دال			۳. دلالت ضمنی مد	
مدلول		دال				۲. رمزگان سبک پوشش نوشتاری
مدلول		دال				

تصویر ۱. الگوی روابط بین مد و لباس (Barthes, 1983: 34)

	
<p>چکمه‌های فرشی مارچيلا 2012 و مجموعه S/S.12 (URL: 2&amp;3)</p>	<p>پاییز 2008 شرکت هرمس (URL: 1)</p>
	
<p>والنتینو پاییز 2013 (URL: 5)</p>	<p>کیف- فرش‌های رالف لورن پاییز 2013 (URL: 4)</p>
	
<p>توری برچ پاییز 2015 (URL: 7)</p>	<p>پوشاک مردانه جیوانچی پاییز 2015 (URL: 6)</p>
	
<p>پوشاک مردانه الکساندر مک کوئین پاییز و زمستان ۲۰۱۷- بهار 2018 (URL: 8&amp;9)</p>	

کم‌تنش، در کیفیت ساخت و دست‌ساز بودن آنها (لمس و احساس آنها) است و شما نمی‌توانید این تجربه را در زمانی که مدل‌ها در نمایش مد حرکت می‌کنند به‌دست آورید (Phelps, 2008). ایده خلاقانه هرمس، با استقبال زیادی مواجه نشد؛ با این حال، گفتمان فرش در مد ادامه یافت. میسون مارتین مارجیلا<sup>۵</sup> در سال 2012، مجموعه‌ای تحت عنوان "12 S/S" با الهام از وسایل روزمره (URL: 2&3) ارائه کرد؛ یک فرش خانگی، کیسه پلاستیکی و برگ. خانه مد مارجیلا از زمان تأسیس در دهه 1980، به استفاده از اشیای پیش‌پافتاده و معمولی در لباس و متعلقات جانبی خود معروف است. فرش‌های لوکس مربوط به قرن ششم در ایران، موضوع اصلی این مجموعه بودند که هم "راهروی صحنه مد" را تشکیل می‌دادند که به‌عنوان الهام‌بخش لباس و تن‌پوش ارائه شده بود و هم به شکل چکمه فرش‌هایی با پاشنه‌های استوانه‌ای سنگین برای کفش و پاپوش (Bradley, 2012). فرش‌ها، یک قطعه مختصر اما هیجان‌انگیز هستند که می‌توانند مسیری ایجاد کنند تا ماهیت کیسه‌مانند و بی‌آلایش لباس مدل، به لباس بالاتنه و لباس کوتاه تبدیل شود. عناصر بسیاری برای از بین بردن این مجموعه وجود دارند، اما به محض اینکه فرش‌های جورواجور را بردارند، می‌فهمید که گروه طراحان با یک آزمونگاه پوشانده‌شده، کالای فرش را ارائه کرده است تا نام و برند مارجیلا را نشان داده باشد (Lau, 2011). طبق معمول، مارجیلا علاقه‌مند به ساختار شکنی لباس‌ها است و از این ایده‌های جالب در آرشیو دارد (Phelps, 2011). اکسسوری‌های مجموعه پاییز و زمستان 2013 رالف لورن، خورجین یا کیف فرش‌های بزرگ اندازه هستند (Shields, 2013). رالف لورن به‌عنوان نمونه‌ای شاخص از سبک اشرافی و کلاسیک آمریکایی، به‌خوبی با تعادل بین هنرهای معاصر و طرح‌های کلاسیک، طیف وسیعی از مصرف‌کنندگان را به خود جذب کرده است. در اینجا، از فرش دست‌باف در تولید کیف استفاده شده است؛ کیف‌هایی از ترکیب فرش‌های پشمی با چرم، ابزار و یراق‌های برنجی، طلائی و نقره‌ای (URL: 4). برند ایتالیایی والتینو<sup>۶</sup> نیز در پاییز 2013 در مجموعه پوشاک زنانه، از طرح فرش برای خلق تن‌پوشی فاخر استفاده کرد (URL: 5). این مجموعه که یادآور تابلوی یان ورمیر است، مجموعه‌ای عالی از نمایش معصومیت جوانی در عین حال آرام و پیچیده است (Michault, 2013). برند جیوانچی در پاییز 2015، از مفهوم نقوش فرش در نمایش خود بهره برده است (URL: 6). طراح جیوانچی، ریکاردو تیچی، اغلب مذهب کاتولیکی خود را منبع الهام قرار می‌دهد، اما در این مجموعه چیزی که نقبی به حضور خدا باشد، وجود ندارد. چیزی که

تیچی می‌خواسته نشان دهد، احساس حضور مخالفان خدا است. در این نمایش با ساختار رنگی سرخ و سیاه، کششی شیطانی ایجاد شده و صحنه عبور سرخ درخشان، مثل راهرویی به جهنم است.

تیچی ادعا می‌کند این مجموعه بسیار روحانی است و شیطان همیشه بد نیست، ولی به نظر می‌رسد این لحظه روحانی تسلیم شدن روح به جسم است که احتمالاً یک نکته هوشمندانه تجاری است (Blanks, 2015). سبک بافت پارچه و رنگ و نقش آن، یکی از گزینه‌های ارتباطی برای انتقال معنا است. نقوش می‌توانند به معانی ویژه‌ای دلالت کنند؛ به‌ویژه معانی فرهنگی. نقوش هندسی امروز بسیار مردم‌پسند هستند و در مجموعه‌های مد تولید انبوه مثل؛ زارا، تارجت و جی سی پنی ارائه می‌شوند، اما اولین بار در مجموعه‌ای از مد طبقه بالا ظاهر شده‌اند. مجموعه پاییز و زمستان 2015 جیوانچی که عنوان «الهام‌گرفته از فرش ایرانی» به آن داده شده، به دلیل نقوش و طرح رنگی آن است (Tindle, 2015). توری برچ، طراح مد در مجموعه پاییز و زمستان 2016، لباس‌های خود را با نام «ملاقات شرق و غرب» با الهام از گبه و قالی ایرانی و مراکشی طراحی کرده است (URL: 7). او می‌خواست مثل رالف لورن نه‌تنها یک طراح لباس، بلکه یک طراح "شیوه زندگی" باشد (Shnayerson, 2007). سبک کار او، بوهمیایی<sup>۷</sup> است و ویژگی اصلی آن، راحت و چند کاربردی بودن آن است. طرح‌های وی برای زنان در تمام سنین، قابل پوشیدن است. برچ، از نقوش گلیم در چاپ دیجیتال یا چاپ روی پارچه، در طرح‌های متقارن، مورب، بریده‌بریده و یا سایه‌روشن استفاده کرده است (Blanks, 2015). تازه‌ترین حضور فرش در مد بالا، مجموعه مردانه پاییز و زمستان 2017 و بهار 2018 برند مک کوئین<sup>۸</sup> است (URL: 8&9). الکساندر مک کوئین به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین برندهای آوانگارد بریتانیا، در بهار 2018 مجموعه‌ای از ترکیب چرم قرمز، ابریشم، گل و گیاهان و تزئینات پیچیده با الهام از نقوش فرش ارائه کرده است. با این حال، بزرگ‌ترین مرزی که شکسته شده، یک کت است که از یک فرش ساخته است (Fisher, 2017). مجموعه الکساندر مک کوئین یک بار دیگر چیزی منحصر به فرد و زیبا به ارمغان آورده است. هر قطعه متفاوت است، اما به‌نوعی همه با هم می‌آیند تا یک داستان کاملاً ساختگی ایجاد کنند. این مجموعه، از زندگی اسکار وایلد و سفر او از لندن به پاریس در اواخر دهه 1800 الهام گرفته است؛ مجموعه‌ای که پژواک گذشته است، ولی هنوز قادر به سازگاری با حال حاضر است. دوخت، به سبک مردانه لندن است با نیم‌تنه و کت‌های پشمی با تکه‌دوزی‌های مخملی، جامه سه‌تکه زغالی و پالتوهایی



نقش<sup>۹</sup>، "سبک دوخت و پوشش<sup>۱۰</sup>" و "تزئینات و لوازم جانبی<sup>۱۱</sup>". در یک نمایش مد، معنای این عناصر به صورت متنی و فرامتنی توسط عوامل؛ زمان، مکان، بازاریابی، عنوان مجموعه، موسیقی متن و ظاهر و رفتار مدل، پشتیبانی می‌شود (Johnson, 2016: 17). سبک بافت، معرف نوع مواد مورد استفاده برای ایجاد لباس است؛ مثل ابریشمی، پشمی، نخی و نیز ترکیب تجسمی بافت مثل؛ نازک، ضخیم، براق، مات. سبک دوخت، شیوه‌ای است که پارچه دوخته می‌شود و بدن در آن قرار می‌گیرد که به لحاظ ترکیب ممکن است چین‌دار، چروک و موج، یا صاف و هموار باشد. مسئله، تشخیص نوعی آشفته‌گی است که فرش با ورود به مد و پوشش ایجاد کرده است و اینکه هر برند مد به‌عنوان یک رسانه بر اساس رمزگان واقعی خود و در راستای گسترش قلمرو، رمزگان سبک پوشش فرش را سامان‌دهی می‌کند. از این‌رو، فرش به‌عنوان نشانه در چارچوب معنایی مد ارائه‌شده، بررسی می‌شود (جدول ۲).

با تزئینات اغراق‌آمیز. این قطعه‌ها جذاب‌تر می‌شوند وقتی نیمه دیگر مجموعه را ببینیم که سرگذشت اسکار وایلد را در پاریس طعنه‌آمیز بیان کرده است؛ ردهای بلند ابریشمی با چاپ نقوش نارنج و ترنج، پالتویی با الهام از فرش‌های عتیقه و جواهرات قیمتی. جزئی که بیشتر از همه به چشم می‌خورد، الحاق طاووس است؛ نماد شکوه و جلال. طاووس، نماد جاودانگی است و صدها سال پیش بسیاری معتقد بودند که این حیوان پس از مرگ هرگز نابود نخواهد شد. مثل این وهم، زیبایی و ظرافت این مجموعه نیز در سال‌های آینده جاودانه خواهد ماند (Delacelle, 2017).

### نشانه‌شناسی فرش در مد جهان

برای تبیین کارکرد ارتباطی فرش در مد، ابتدا باید ساختارهای لباس را شناسایی کنیم. مد، از طریق مونتاژ عناصر خود ارتباط برقرار می‌کند؛ عناصر "سبک بافت و

جدول ۲. تحلیل فرش در برندهای جهانی بر اساس الگوی بارت

نام برند	رمزگان واقعی برند	رمزگان مد فرش برند	دلالت ضمنی	سیستم لفظی
هرمس	لوکس، اصیل فرانسوی، دست‌ساز	سبک بافت و نقش (نقوش گل‌های ریز منظم + ابریشم + خز + پشم بره + چرم)	مثل فرش ایرانی اصیل و مرغوب، هنر دست و گران‌بها	مجموعه تبریز
مارجیلا	ساختار شکن خلاقانه	سبک بافت (برش‌های فرش پشمی)	مثل فرش ایرانی کارا، خلاقانه، نامحدود	چکمه‌های گرم از فرش (پاپوش)
		سبک بافت + سبک دوخت (فرش ابریشمی ایرانی)		لباس از فرش (تن‌پوش)
رالف لورن	اشرافی، کلاسیک آمریکایی لایف استایل <sup>۱۲</sup>	اکسسوری (قطعات فرش پشمی + خز + پشم بره + چرم + فلز براق)	رالف لورن همیشه آمریکایی است	خورجین یا کیف فرش‌های بوهمی
والنتینو	لوکس، اصیل، زنانه	سبک بافت و نقش (نقوش گل‌های رنگارنگ و انبوه)	مثل فرش ایرانی آرام‌اما پرغوغا و پیچیده	ملهم از فرش ایرانی
جیوانچی	لوکس - فرانسوی	سبک بافت و نقش (نقوش هندسی بزرگ + رنگ‌های سرخ و سیاه)	پر رمز و راز مثل فرش ایرانی	ملهم از فرش ایرانی
توری برچ	بوهمیایی - راحت - کاربردی - زنانه - لایف استایل - در دسترس	سبک بافت و نقش (نقوش هندسی + چرم)	مثل فرش کاربردی و در دسترس	پیوند شرق و غرب
مک کوئین	خلاقانه - متفاوت	سبک بافت و نقش	مثل فرش خاص و متفاوت - جاودانگی	کت فرش

(نگارندگان)

فرش در مد هرمس، یک نشانه است و "مد تبریز هرمس"، یک نظام معنایی را ساخته است. هرمس به صراحت فرش تبریز، فرش ایرانی را مشخص می‌کند تا از این طریق، هویت خود را تبلیغ کرده باشد و نه محصولات مختص به فصول سرد سال را. هرمس به‌طور ضمنی بیان می‌کند که من و فرش تبریز ایران مثل هم هستیم؛ هر دو اصیل، دست‌ساز، بسیار گران‌بها، مرغوب، نماد فرهنگ ملی و جهانی و هویت نمادین کالاهای هم‌سرخ خود. هرمس، مثل فرش تبریز است، تماشای آن کافی نیست، باید نزدیک آن باشی و آن را لمس کنی، باید آن را تصاحب کنی. پوشش خزن نیز لطافت محصول را می‌رساند. خانه مد میسون مارچیللا نیز ایرانی بودن فرش را به‌عنوان دال تعریف کرده است. در نمایش مد مفهومی "کیسه، برگ، فرش"، قواره‌های فرش ابریشمی ایرانی به شیواترین بیان، نام برند مارچیللا را تبلیغ می‌کنند؛ ساختارشکنی، خلاقیت، هنر محض، کارایی تمام. اگر صحنه از انبوه فرش‌های ایرانی خالی شود، فقط نام "مارچیللا" باقی می‌ماند. فرش، نشانه‌ای برای تأکید بر نام مارچیللا است؛ درست همان‌طور که "ایرانی بودن" برای اعتبار هر فرش دست‌باف نفیس کافی است. در چکمه فرش‌ها نیز با تبدیل کف‌پوش به پاپوش، مارچیللا رمزگان پیشین را بیان کرده است. کیف فرش‌های رالف لورن، عاری از واژه "ایرانی" هستند. با این حال به‌طور ضمنی، دال فرش، ایرانی فرض شده است؛ فرش [ایرانی]، نشانه سبک زندگی اشرافی و کلاسیک آمریکایی است. فرش در اکسسوری‌های رالف لورن جای دارد؛ به این معنا که فرش، از لوازم جانبی سبک زندگی است که رالف لورن، معرف آن است. تأکید بر نوارهای چرمی و سگک‌های درشت فلزی براق که در مواردی فرش بودن کیف را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند، به‌نوعی یادآور ابزار و یراق‌های کابویی غرب وحشی است. رالف لورن به این طریق، حس نوستالژیک و تمایل همیشگی به احیای سنت‌های گذشته را نشان داده است. در واقع، این برند حتی با حضور عنصری غیرآمریکایی، عمیقاً آمریکایی است و این، هدف رالف لورن در به‌کارگیری رمزگان فرش در محصول خود بوده است. والنتنو و جیوانچی، ماهیت اسرارآمیز فرش ایرانی را مد نظر داشته‌اند؛ برند ایتالیایی والنتنو که به برند لوکس محبوب زنان معروف بوده، از نقوش در هم پیچیده، انبوه، دل‌فریب و رنگارنگ فرش‌های باغی ایران استفاده کرده است. این نقوش در درجه اول، دلالت بر لوکس بودن دارند؛ چرا که از نقوش قالی‌های نفیس ایرانی هستند و در مرحله بعد، دلالت بر مجموعه ارائه‌شده دارند؛ نمایشی هنرمندانه، ترکیبی از مدل‌های جوان و پوشش پاییزی برای القای حس تابلوی دختری با گوشواره‌های مروارید اثر ورمیر. والنتنو، از

نقوش فرش برای تأکید بر چهره‌های آرام، معصوم، زیبا و در عین حال پیچیده جوانی استفاده کرده است. سرانجام دلالت اصلی فرش، بر ماهیت زنانه حاکم بر کل محصولات والنتنو است. جیوانچی اما برخوردی کنایه‌آمیز دارد؛ به‌عبارت صحیح‌تر، فرش ایرانی، دلالت بر روحیه طراح جیوانچی دارد نه روح جیوانچی. ریکاردو تیچی طراح ایتالیایی این برند فرانسوی، روشی مالیخولیایی در نمایش‌های خود داشته و به گفته خود، تمایل به رمانتسیسم و حس‌گرایی دارد. فرش ایرانی در اینجا برای القای فضای وهم‌انگیز و شیطانی استفاده شده است؛ فضایی نه به آرامی اثر والنتنو. تیچی در خاتمه نمایش می‌گوید که شیطان همیشه بد نیست. فرش ایرانی، دلالت بر شیطان دارد؛ مرموز، پیچیده، غیرقابل تسخیر در فهم. و این، کنایه‌ای به روحیه خود طراح است. در واقع فرش ایرانی، دلالت بر حضور تیچی است؛ طراحی با طرح‌های پیچیده. در اینجا نقوش هندسی، دلالت بر جنسیت طراح و اثر او دارند؛ چیزی کاملاً برخلاف طرح‌های گردان و منحنی والنتنو. اگرچه برند زنانه توری برچ نیز نقوش هندسی فرش را به‌کار برده است، با این حال هدف، نمایش جنسیت یا پیچیدگی نیست، بلکه برعکس، سادگی و سهولت مد نظر بوده است. توری برچ که در راستای سبک بوهمی خود همواره تلاش کرده است محصولات ارثه دهد که تمام اقشار جامعه توانایی تهیه آن را داشته باشند، نقوش شکسته و هندسی را انتخاب می‌کند؛ نقوشی که دلالت بر زندگی ایلپاتی، کوچ‌نشینی و غیراشرافی دارند، مثل سبک توری برچ. بازنمایی ریشه‌های فرش نیز تأکیدی بر همین سبک است. این فرش‌ها مثل محصولات برچ، برای همه قابل تهیه هستند. محصولات مثل این فرش‌های ایلپاتی هستند؛ هر جایی و در هر موقعیتی به راحتی می‌توانی استفاده کنی، مختص دکوراسیون‌های مجلل و اشرافی نیستند؛ هر طور که بخواهی می‌توانی آنها را با موقعیت خود هماهنگ کنی. در نهایت، برچ در عنوان مجموعه، یک نظام دلالت معنایی دیگر خلق می‌کند؛ "پیوند شرق و غرب". فرش، عنصر میانجی این دو حوزه جغرافیایی است. فرش، ارتباط است و پیامی که در این نام‌گذاری آشکار می‌شود، احاطه شرق بر فرش و احاطه غرب بر مد است. به ادعان توری برچ، او ماهیت شرقی را در ماهیت غربی حل کرده است. این دلالت، به نظام معنایی رالف لورن شباهت دارد. این عنوان، دلالت بر خط‌مشی برچ مبنی بر الگو قرار دادن رالف لورن دارد؛ یک سبک آمریکایی. الکساندر مک کوئین، برند آوانگارد بریتانیایی رمزگان فرش را در دو نمایش مد و در دو بیان مجزا به‌کار می‌گیرد؛ نمایش اول که در حکم پیش‌درآمدی بر نمایش دوم بوده، عبارت است از یک مدل

را برای تحلیل بیان مد ابداع می‌کند. ماتریکس دلالت، شامل «شیء، پشتیبان و متغیر» (Barthes, 1983: 62) است. این ماتریکس را می‌توان به‌عنوان یک استعاره در نظر گرفت که در آن، شیء یک در است، متغیر، کلید و پشتیبان، یک قفل است (Mikerina, 2016: 43). برای تولید معنا، باید متغیر را نسبت به پشتیبان تعریف کرد (Barthes, 1983: 62). معنا از متغیر نشأت می‌گیرد که مادی نیست، اما عنصر مادی (پشتیبان) را تغییر می‌دهد. ماتریکس، رابطه‌ی هم‌ارزی بین سه عنصر دلالت را در مد برقرار می‌کند.

نوع لباس، واژگان فنی لازم برای تشکیل پشتیبان را تعیین می‌کند و معنای کامل ماتریکس از نام نوع لباس ظاهر می‌شود (Ibid: 88). به استدلال بارت، آنچه در اینجا حائز اهمیت است، تمایز مابین یک نوع لباس انتخاب‌شده با سایر انواع دیگر است. تمایز معنادار یک شیء، به مخزن ناشناسی که از آن این شیء بیرون کشیده شده است اشاره می‌کند (Ibid: 91). این مخزن ناشناس را بارت "باقی‌مانده" می‌نامد. تمایز گونه‌های انتخاب‌شده با باقی‌مانده‌ها است که کل معنای مد را تعریف می‌کند. با افزودن یک متغیر به گونه‌ها، لباس از معنای تحت‌اللفظی جدا شده و فرآیند دلالت ضمنی گسترش می‌یابد (Ibid: 98). از بین پوشش‌های زنانه و مردانه ایرانی، مانتو و روپوش زنانه، تنها گونه لباسی است که در مد فرش معرفی شده است (جدول ۳). تمایز این نوع لباس با سایر لباس‌های زنانه، در ویژگی رسمی بودن آن است. مانتو، گونه‌ای لباس زنانه است که در راحت‌ترین فرم هم پوشش اجتماعی و رسمی تلقی می‌شود. مانتو با تزئینات فرش (قطعات فرش، چاپ فرش و مانند آن)، مجلسی و مد تلقی می‌شود. پوشش رسمی ویژه‌ای که فراتر از یک مانتوی معمول روزمره است. رابطه بین سنتی و مجلسی، از نوع جانشینی است؛ هر دو متغیر، دارای بعد ارزشی بوده و مانتو را از نوع معمول متمایز

جوان سیاه‌پوست با پالتویی از فرش (زیراندازی شبیه گلیم). در این نمایش، نشانه فرش، دلالت بر سبک منحصر به فرد و خلاق مک کوئین دارد و ویژگی‌هایی که به آن شناخته می‌شوند. فرشی که استفاده شده، ارزان و ساده است؛ چرا که هدف، نه کارایی فرش، بلکه آوانگارد و پیشگام بودن مک کوئین است. علاوه بر این رمزگان که در نمایش دوم (مجموعه اصلی مد ارائه شده در فشن شو) محفوظ مانده، لایه‌های معنایی جدیدی نیز به آن افزوده می‌شوند. مجموعه مذکور، بر اساس زندگی اسکار وایلد، شاعر و نمایش‌نامه‌نویس شهیر انگلیسی، شکل گرفته است. پوشش‌هایی با حال و هوای گذشته، اما هماهنگ با مد روز. مجموعه‌ای که نامساعدی‌های سال‌های واپسین وایلد در پاریس را با تلفیقی کنایه‌آمیز از ابریشم، جواهر و نقوش فرش نشان داده است و در نهایت، نقش طاووس که به‌عنوان نماد جاودانگی و نامیرایی، دلالت بر شکوه جاودانه اسکار وایلد دارد. در این مجموعه، از نقوش منحنی فرش استفاده شده است؛ نقوشی که تجسم فرش‌های نفیس و قدیمی جهان هستند. دلالت بر اسکار وایلد، لایه‌های معنایی جدید این مجموعه نسبت به نمایش پیشین است؛ در واقع طراح با تیزبینی تمام تشخیص داده که تنها فرش دست‌باف و نفیس می‌تواند بار معنایی مجموعه پیچیده او را تکمیل کند. وایلد، جاودانه، باشکوه و نامیرا است، همچون فرش‌های دست‌باف که با گذشت سال‌ها هنوز زیبا، باب طبع و مد روز بوده، ارزش آنها کم نشده، فراموش نمی‌شوند، بلکه ارزش آنها بیشتر هم می‌شود.

### بیان فرش در مد ایران

بیان مد، ادبیاتی است که در قالب آن، رسانه‌های مد رمزگان پوشش نوشتاری را ارائه می‌دهند. از آنجا که لباس به خودی خود معنا نمی‌بخشد، برای ظهور نشانه و وظیفه‌مند شدن، نیازمند پشتیبان و متغیر است. بارت، ماتریکس دلالت

جدول ۳. نمونه تبلیغات مد فرش در ایران

مانتوی سنتی	مانتوی سنتی با تلفیقی از اصالت و زیبایی	مانتوی مجلسی جدید و شیک مدل 2016	پذیرش سفارش تزئینات فرش در لباس	مانتوی مجلسی	مانتوی مجلسی 2016

(نگارندگان)

می‌کنند. در این مانتوها، متغیر مجلسی یا سنتی بودن نسبت به عنصر فرش به‌عنوان پشتیبان، می‌تواند رابطه هم‌ارزی با مد روز بودن، شیک و ویژه بودن را برقرار سازد (جدول ۴). مانتوی مد فرش، ایرانی و سنتی معرفی می‌شود، در حالی که ایده غیر ایرانی بودن طرح پوشانده نمی‌شود. در واقع، کشور منشأ اثر از نظر نشانه‌شناسی ایده‌ها حائز اهمیت است. نقش کشور منشأ اثر، اهمیت ایده‌های پشت لباس را تأکید می‌کند (Mikerina, 2016: 69). کشور مبدأ، مربوط به مصرف‌کنندگان است. طراحان ایرانی، ایده فرش را در جهت خلق پوششی اصیل و ایرانی دست‌کاری می‌کنند؛ با این حال در تبلیغ آن به شیوه توری برچ، فرش‌هایی در پس‌زمینه تصاویر قرار می‌دهند و یا عبارت سال میلادی را همراه با عنوان مانتو درج می‌کنند. رسانه‌ها به این طریق، سعی در بیان غیربومی

بودن ایده و جهانی بودن طرح خود داشته و همگامی خود با مدهای پاریس، لندن، نیویورک و میلان را نمایش می‌دهند. فرش در مد ایرانی نه تنها به لایه‌های معنایی پیچیده‌ای منجر نمی‌شود، بلکه تصاویری کلیشه‌ای از بازسازی برندهای مورد بحث است؛ چرا که برندها، ارزش‌های فرهنگی هستند که بخش‌هایی از افسانه‌ها یا اسطوره‌ها را می‌سازند و مشروعیت خود را اعلام می‌کنند (Belk et al, 2003). بنابراین وقتی که طراح ایرانی ریشه‌های فرش را در مانتویی مجلسی به شیوه برچ به کار می‌گیرد، سبک بوهمیایی برچ را مد نظر ندارد؛ سبکی که آزادتر از محدودیت‌هایی تعریف می‌شود که آن را مجلل، خاص و مجلسی معرفی کند. طراح، نیازمند دال‌هایی است تا محصول خود را به اسطوره‌های مد پیوند دهد.

جدول ۴. تحلیل فرش در مد ایران بر اساس ماتریکس دلالت بارت

هم‌ارزی	متغیر	پشتیبان	شیء
مد	مجلسی	[با تزئینی از قطعات] فرش	مانتو
مد	سنتی	[با طرح] فرش	مانتو
مد	مجلسی	[با طرح] فرش	مانتو

(نگارندگان)

## نتیجه‌گیری

رویکرد نشانه‌شناسی ثابت کرد مد فرش هر مس نه تنها سنت‌شکنی محسوب نمی‌شود، بلکه برعکس، وقتی که منتقدان جذابیت این لباس‌ها را نیازمند لمس و احساس دانستند، هر مس دقیقاً به هدف خود رسیده بود؛ چرا که با توجه به کارکرد ارتباطی مد لباس، فرش را به‌عنوان یک نشانه به کار گرفته که بر اساس رمزگان خاص نظام، معنادار شده است. برندهای مطرح دیگر نیز بار معنایی فرش را در تبلیغ هویت و ماهیت خود مد نظر داشته و آن را متناسب با رمزگان خود سازمان‌دهی کردند. با این حال، بین این دال‌های متفاوت رابطه‌ای وجود دارد؛ رابطه‌ای که به واسطه نوع پارادایم حاکم تعریف می‌شود. الگوی پارادایمی مد جهانی، مدسازی است که شامل خلق رمزگان جدید پوشش در جهت گسترش رسانه مد می‌شود. در تمامی برندها، فرش در مجموعه‌های پاییز و زمستان نمایان می‌شود که دلالتی آشکار بر محافظ و عایق بودن فرش در برابر سرما است. دلالت‌های ضمنی فرش از قبیل؛ هنری، اصیل، مانا، پر رمز و راز، نمادین، در دسترس، کارا، سرمایه مادی و سرمایه فرهنگی بودن، متناسب با رمزگان نظام مربوطه سامان‌دهی شده و به ترتیب، مدلول‌ها تبدیل به دال‌هایی برای بیان هویت و ماهیت برند شده‌اند. گفتمان غالب در مد جهانی، نوعی گفتمان هنری برای تداوم و بقا است؛ گفتمانی که مختص هنرهای خاص و زیبا است؛ هنرهایی که هم نیازهای زیبایی‌شناختی بازار را تأمین می‌کنند و هم کارکردهای نمادین دارند. فرش در مد ایرانی با رمزگان "شیک، سنتی، مجلسی، سفارشی، خاص، اصیل و زیبا" معرفی می‌شود که دلالت بر پوششی منحصر به فرد و ممتاز دارد. هنر فرش بافی، سرمایه فرهنگی و نماد هویتی ایران است؛ با این حال، گفتمانی که بر مد فرش ایرانی حاکم است، گفتمان سنتی، بومی و یا ملی نیست، گفتمان



رفاه و ثروت است؛ گفتمانی که با نام هرمس، سردمدار کالاهای لوکس و اصیل آغاز شد و برندهای دیگری آن را تکثیر کردند. رمزگان تأثیرگذار فرش در مد ایرانی مطرح نیست؛ چرا که دال مورد نظر فرش نیست، دال، "مد فرش جهانی" است. مانند فرش صرفاً یک مد تعریف می‌شود؛ نوعی پوشاک واقعی و شکل ضعیفی از معنا. دلالت ضمنی مد ایرانی، مد جهانی است؛ چرا که پارادایم حاکم بر آن، "مدگرایی" است. از این رو، الگوهای جهانی خود را پنهان نمی‌کند. برند در مد ایرانی، یک ارزش فرهنگی است و واژه سنتی صرفاً لفاظی تغییر پارادایم است؛ زیرا تولید مشابه مد فرش جهانی همچنان دلالت بر اهمیت برندها دارد و تلاش برای ایجاد محتوای فرهنگی و هنری از فنون راهبردی برندسازی محسوب می‌شود. نکته دیگر، ناکامی مد ایرانی در خروج از گفتمان جنسیت است؛ مد فرش ایرانی، یک مد زنانه باقی مانده است. در نهایت، ظهور مد فرش ایرانی و اصیل، نیازمند تغییر پارادایم مدگرایی به مدسازی است. نشانه فرش در مد ایرانی همچنان در میانه گفتمان‌های سنتی، مدرن و پست‌مدرنیستی، سرگردان مانده است.

### پی‌نوشت

۴۱

1. Hermes  
یکی از برندهای لوکس دنیای مد و پوشاک در فرانسه است که از سال 1837 تا کنون فعالیت دارد.
  2. Ralph Lauran  
برند آمریکایی لوکس در عرصه مد و پوشاک که در سال 1967 تأسیس شده است.
  3. Tory Burch  
برند آمریکایی که از سال 2004، در لباس زنانه و کیف و کفش فعالیت دارد.
  4. Givenchy  
شرکت کالای لوکس فرانسوی که از سال 1952، برند شناخته‌شده‌ای در زمینه تولید پوشاک محسوب می‌شود.
  5. Mayson Martin Margiela  
برند فرانسوی که توسط طراح بریتانیایی، جان گالیانو، اداره می‌شود و طرح‌های آن، بسیار متأثر از تاریخ و فرهنگ قدیمی اروپا و جهان هستند.
  6. Valentino  
برند ایتالیایی در زمینه پوشاک زنانه از سال 1959  
7. سبک بوهو یا بوهومیایی. این سبک را مردم کوچ‌نشین بوهم واقع در بخش غربی جمهوری چک به وجود آوردند. این سبک، از ویژگی‌های طبیعت و گل و گیاه بسیار استفاده می‌کند تا ظاهر راحت و کژوال را ایجاد کند. لباس‌های ریشه‌دار نیز از نشانه‌های این سبک هستند.
  8. Alexander Macqueen  
برند لوکس انگلیسی که در سال 1992 توسط طراحی به همین نام تأسیس شد.
  9. fabric
  10. drape
  11. accessory
  12. Lifestyle
- شیوه بیان چیزی در زبان یا هنر یا موسیقی که مشخصه فرد خاص، گروه خاص، مردم خاص یا دوره خاصی است. سلیقه و زیبایی متمایز، سلیقه عمومی در زمان خاص.

### منابع و مأخذ

- احمدی، بابک (۱۳۸۸). ساختار و تأویل متن. چاپ دهم، تهران: مرکز.
- اکبری، عباس (۱۳۸۶). بررسی تحولات طراحی فرش تحت تأثیر جنبش‌های هنری غرب. گلجام، سال اول (۶ و ۷)، ۲۳-۳۴.

- امینی، مریم (۱۳۹۳). "مطالعه نشانه‌شناسی طراحی لباس در شاهنامه فردوسی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه علم و فرهنگ، دانشکده هنر و معماری.
- پاینده، نوشین (۱۳۹۳). "تحلیل عکاسی مد با رویکرد نشانه‌شناسی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه علم و فرهنگ، دانشکده هنر و معماری.
- پوپ، آرتور (۱۳۸۷). سیری در هنر ایران. ترجمه نجف دریابندری و دیگران، چاپ اول، تهران: علمی و فرهنگی.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۹). نشانه‌شناسی؛ نظریه و روش. پژوهش‌نامه علوم سیاسی، ۵ (۴)، ۳۸-۳۹.
- جوادی یگانه، محمدرضا و کشفی، سید علی (۱۳۸۶). نظام نشانه‌ها در پوشش. کتاب زنان، ۱۰ (۳۸)، ۸۷-۶۲.
- چندلر، دانیل (۱۳۸۷). مبانی نشانه‌شناسی. ترجمه مهدی پارسا، چاپ دوم، تهران: سوره مهر.
- حسن‌نژاد، سودابه (۱۳۹۴). "تحلیلی بر نشانه‌شناسی لباس در آثار بهرام بیضایی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه علم و هنر یزد.
- حسینی، ناهید (۱۳۹۱). "بررسی البسه حاکمان در ایران با رویکرد نشانه‌شناسی گفتمان". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده هنر و معماری.
- خوش‌چهره زیبا، عارفه (۱۳۹۳). "کارکردهای نشانه‌شناسی در نقوش به‌کار رفته در پارچه‌های دوره صفویه و بازآفرینی آن در دوران معاصر". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه علم و فرهنگ، دانشکده هنر.
- دانش مهر، فروغ (۱۳۹۶). "مطالعه تحولات فرهنگ پوشاک در دوره پهلوی اول با رویکرد نشانه‌شناسی فرهنگی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه مازندران، دانشکده هنر و معماری.
- سجودی، فرزانه (۱۳۸۷ الف). نشانه‌شناسی کاربرد. چاپ اول، تهران: علم.
- ----- (۱۳۸۷ ب). نشانه‌شناسی زندگی روزمره با تکیه بر لباس، روزنامه اعتماد ۱۳۸۷/۱۲/۲۰.
- صفری‌نژاد، مرضیه (۱۳۸۷). "نشانه‌شناسی لباس تئاتر با تأکید بر چهار اثر شکسپیر". پایان‌نامه کارشناسی ارشد ادبیات نمایشی. دانشگاه هنر، دانشکده سینما و تئاتر.
- کارکن جلال، راضیه (۱۳۹۱). "نشانه‌شناسی پوشاک ایرانیان در دوره قاجار". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه هنر اصفهان.
- کاکاوند، شمسی (۱۳۹۴). "نشانه‌شناسی پوشاک زنان قوم کرد کرمانشاه". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر و معماری.
- کنگرلو، مژگان (۱۳۹۴). "آسیب‌شناسی گرایش‌های سنتی در طراحی مد معاصر ایران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده هنر و معماری.
- گیرو، پیر (۱۳۸۳). نشانه‌شناسی. ترجمه محمد نبوی، چاپ دوم، تهران: شیرازه.
- مولودی، شیلان (۱۳۹۳). "نشانه‌شناسی لباس در گذر تغییرات اجتماعی و سیاسی قاجار به پهلوی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده هنر و معماری.
- هولدرکرافت، دیوید (۱۳۹۱). سوسور: نشانه‌ها، نظام و اختیاری بودن. ترجمه سپیده عبدالکریمی، چاپ اول، تهران: علمی.

- Barthes, R. (1983). *The Fashion System*. New York: Hill and Wang.
- ----- (2013). *the Language of Fashion*. London: Bloomsbury Academic; Reprint edition.
- Belk, R.; Giles, G. & Askegaard, S. (2003). The Fire of Desire. *Journal of Consumer Research*, 30 (3), 326-351.
- Blanks, T. (2015). Fall 2015 menswear Givenchy. *www.vogue.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Bradley, L. (2012). Margiela S/S12 womenswear. *www.anothermag.com* (Retrieved 19 August. 2018).



- Danesi, M. (2000). **Encyclopedic Dictionary of Semiotics, Media, and Communications**. Canada: University of Toronto Press.
- ----- (2004). **Messages, Signs, and Meanings a Basic Textbook in Semiotics and Communication**. Ontario: Toronto Canadian Scholars' Press Inc.
- Delacelle, J. (2017). Alexander McQueen taps into the life of Oscar Wilde for AW17. *www.foxesmagazine.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Elton, L.D. & Ali Akbar, M. (2006). **Culture and Customs of Iran**. Westport: Greenwood Pub Group.
- Faiman, K. (2016). "*Hermes and crafts fetishism*". Master's thesis, Smithsonian Design Museum & Parsons School of Design.
- Fisher, L. (2017). Alexander McQueen's Sarah Burton Transformed a Rug into a Coat for spring 2018. *www.harpersbazaar.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Johnson, J. (2016). "*The Language of Fashion: Communication, Conceptual Clothing, and the Runway Performance*". Bachelor of Art's thesis, Western Kentucky University.
- Kawamura, Y. (2005). **Fashion-logy: An Introduction to Fashion Studies**. Oxford: Berg.
- Lau, S. (2011). Margiela Womenswear S/S12. *www.dazeddigital.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Michault, J (2013). Valentino fall winter 2013 Paris. *nowfashion.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Mikerina, D. (2016). "*Semiotics and Fashion Studies: Limits and possibilities of a systemic approach to contemporary fashion*". Master's thesis, University Karlova. Czech.
- Mousavi Hejazi, B.; Ansari, M.; Ayatollahi, H. & Pourjafar, M.R. (2006). Persian Carpet as a Media of Communication between Iranian and European Artists A Semiotic Approach to William Morris' Tapestries. *Journal of Humanities*, 13 (3), 63-81.
- Phelps, N. (2008). fall 2008 ready-to-wear Hermes. *www.vogue.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- ----- (2011). spring 2012 margiela. *www.vogue.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Shields, M.(2013). Fall-winter 2013 ralph Lauren. *www.vogue.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Shnayerson, M. (2007). Tory-Burch. *www.vanityfair.com* (Retrieved 19 August. 2018).
- Tindle, H. (2015). Inside Givenchy, s new menswear pied-a-terre in Paris. *GQ style magazine*. (Retrieved 19 August. 2018).
- Vago, S. (2003). **Social change**. New Jersey: Pearson prentice hall.
- Veg-Sala, N. (2014). the use of longitudinal case studies and semiotics for analyzing brand development as process of assimilation or accommodation. *Qualitative Market Research, Emerald*, 2014, 17 (4), 373-392.
- URL 1: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2008-ready-to-wear/hermes> (access date: 2018/08/19).
- URL 2: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/1731/maison-martin-margiela-s-s12-womenswear> (access date: 2018/08/19).
- URL 3: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/1702/maison-martin-margiela-s-s12-carpet-boots> (access date: 2018/08/19).

- URL 4: <https://www.luxurytrump.com> (access date: 2018/08/19).
- URL 5: <https://www.vogue.com> (access date: 2018/08/19).
- URL 6: <https://www.pinterest.de>. (access date: 2018/08/19).
- URL 7: <https://www.accentsgalleria.com> (access date: 2018/08/19).
- URL 9: <https://wwwmartinroll.com> (access date: 2018/08/19).



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی





Received: 2020/07/01

Accepted: 2020/10/27

## A Semiotic Analysis of the Emergence of Carpets and their Designs in Iranian and World Fashion

Fariba Yavari\* Arezou Taghipour\*\* Mohsen Marasi\*\*\*

### Abstract

In the last decade, with the advent of the Persian carpet in the world of fashion, whether carpet designs in clothing or its woven parts in clothing, bags and shoes, the related vocabulary of carpets has expanded from the floor covering field to the body covering field. As a result, domestic fashion has created new experiences in this field. The global fashion is dominated by brands, which reproduces each value of its semantic system. Therefore, carpet fashion will not have the same discourse in internal and global fashion. Therefore, the questions arise that with what codes does the semantic system of Iranian and world carpet fashion create meaning? And how are Iranian carpets in particular and carpets in general used in the paradigms governing domestic and foreign fashion to intensify the function of clothing media? Therefore, this paper is based on the semiotic approach and in a descriptive-analytical manner, with an emphasis on global fashion in order to answer research questions. The purpose of the research is to discuss the dominant discourse of carpet in contemporary fashion in Iran and in the world. Research findings indicate that the global fashion system is an open and dynamic system and the governing paradigm is fashion which is the creator of content; conceptual, artistic, qualitative, or moral content. In the world fashion, the carpet forms the artistic discourse, and beyond that, a avant-garde fashion, postmodernism, is an art work that expresses and reflects the spirit of the era. The essence of the carpet (Design, texture, and structure) has become a code in the semantic system, according to the type of discourse; hence the visual form of the carpet is dependent on the content in question. However, the paradigm governing Iranian fashion is fashionism, and the prevalence of carpet in Iran has been the dominance of branding and commercialization, rather than a postmodernist movement to revive and redefine the traditional arts, and the Iranian fashion discourse is the discourse of welfare and wealth.

**Keywords:** Semiotics, fashion system, Roland Barthes, world fashion, Iranian fashion

---

\* Ph.D Student in Art Research, Faculty of Art, Al-Zahra University, Tehran, Iran. [faribayavary@gmail.com](mailto:faribayavary@gmail.com).

\*\* Master of Arts Research. Faculty of Arts, University of Shahed University. Tehran, Iran.  
[taghipour2017@yahoo.com](mailto:taghipour2017@yahoo.com).

\*\*\* Assistant Professor, Faculty of Arts, Shahed University, Tehran, Iran. [marasy@shahed.ac.ir](mailto:marasy@shahed.ac.ir).