



## بررسی اهمیت وجود خانه لباس در فرهنگ ایرانی در شهر شیراز

باقر کریمی<sup>۱</sup>، مهسا رایان پور<sup>۲\*</sup>

۱- استادیار، دانشکده معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم

\* Mahsa.rayanpour@yahoo.com

ارسال: آبان ماه ۹۶ پذیرش: آذر ماه ۹۶

### چکیده

پوشاک در ابتدا جنبه حفاظتی و مصون نگه داشتن بدن در برابر عوامل طبیعی را دارا بود ولی بعدها با توجه به اعتقادات مذهبی، فعالیت های اجتماعی و فرهنگی نقش برجسته تری پیدا کرد. در شهر شیراز انواع پوشاک با رنگ های متنوع و جذاب در دوره های متوالی تاریخی با توجه به اقلیم، آداب و رسوم، ویژگی های جغرافیایی و ریز فرهنگ ها وجود داشته و هم اکنون بسیار کم رنگ شده است. با توجه به آمار و در مقایسه با تعدادی از کشورهای منطقه، ایران و به خصوص شهر شیراز در این زمینه در جایگاه بسیار پایینی قرار دارد. می توان گفت عملا از صنعت پوشاک در جهت ارتقای سطح اقتصادی بهره ای نمی برد. درحالی که با معضل بیکاری و رکود اقتصادی مواجه است. این در حالی است که شهر شیراز در گذشته یکی از طراحان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان مطرح در سطح کشور بوده است. اما هم اکنون از وضعیت خوبی برخوردار نیست. لذا باید گام های اساسی در جهت بهبود این وضعیت و شکوفا شدن دوباره این هنر و صنعت در شهر شیراز برداشته شود. از همین رو در مقاله فوق با استفاده از روش توصیفی و تحلیلی سعی در بررسی مباحث فرهنگ، پوشاک و ارتباط آن با خانه لباس در شهر شیراز شده است و نتایج نشان می دهد که شیراز مستلزم وجود مکان و فضایی مناسب جهت نمایش لباس می باشد، که طراحی و ساخت مرکز طراحی و نمایش لباس به عنوان بستری در جهت نیل به اهداف مذکور پیشنهاد می گردد.

کلمات کلیدی: لباس، مد، پوشش ایرانی، شیراز.

### ۱. مقدمه

پوشش و لباس مقوله ایست که در همه ی ادوار و در همه جوامع به آن پرداخته شده است. فرم و شکل لباس در جهت پاسخگویی به نیاز های مادی و معنوی، سنت ها، آداب و رسوم و... طراحی شده و سپس تغییر و تحول یافته است. پوشاک و نوع پوشش مردم ایران همچون دیگر هنرها در گذشته های نه چندان دور مورد توجه همگان بوده است. متاسفانه در حال حاضر شاید بتوان گفت، دیگر نامی از پوشاک ایران امروز در هیچ کجای دنیا به چشم نمی خورد و یا اگر هنوز نامی به جا مانده باشد بسیار کمرنگ است. این مسئله نه تنها از بعد فرهنگی، بلکه از جنبه های تجاری و اقتصادی نیز بسیار دارای اهمیت است [۱]. امروز که پوشاک در جهان از موضع رفیع نیاز های فیزیکی و روانی شخصی خارج شده و به یک صنعت بسیار بزرگ تبدیل شده است، متاسفانه در ایران دارای جایگاه درخور توجهی نیست و در حال حاضر کشور ایران نه تنها از بازارهای جهانی بی نصیب است، در بازارهای داخلی نیز با مشکلی مواجه است، چه از لحاظ طراحی و چه از لحاظ تولید مرغوب.

کم توجهی به شناخت بجا و شایسته گذشته ی تاریخی و فرهنگی پوشش کشور، کم توجهی به نوع و شکل پوشش، کج سلیقه ی بسیاری از اقشار جامعه در مقوله مد، ترجیح طرح ها و مدل ها و در کل پوشاک وارداتی به البسه ی تولید داخل، گمنام بودن طراحان داخلی، عدم فعالیت حرفه ای و مشخص طراحان و تحصیل کردگان رشته های مرتبط با پوشاک و بسیاری دلایل دیگر، نگارنده را بر آن داشت تا به فکر برداشتن قدمی هر چند کوچک در راستای بهبود بخشیدن به شرایط حاکم بر آید [۲]. هدف از ایجاد این مرکز پدید آمدن بستری برای نمایش لباس های ایرانی و هنر طراحان ایرانی است و به دنبال آن سوق دادن سلیقه ی مردم به سمت استفاده از تولیدات داخلی که برگرفته از فرهنگ ملی است و ارتقای سطح فرهنگی در زمینه پوشاک است و همچنین جلوگیری از واردات پوشاک خارجی که با فرهنگ ما مغایرت دارد و ایجاد مرکزی جهت رفع نیازهای روز جامعه ی ایرانی و به همراه آن ایجاد بستری جهت تغییر در وضعیت کنونی و ارتقا آن است نیز گسترش صادرات پوشاک مرغوب به کشورهای دیگر و مطرح شدن در بازارهای جهانی و در نتیجه توسعه ی تجاری و اقتصادی است. روش تحقیق فوق به صورت توصیفی و تحلیلی انجام گرفته است.

## ۲. پیشینه

مهمترین مقاله ای که در این زمینه به نگارش درآمده "ایده های مشترک در طراحی مد و معماری با رویکرد بینامتنی" نوشته فاطمه کاتب و الدوز خودی در سال ۱۳۹۴ است که به مطالعه نقاط مشترک بین معماری و طراحی مد می پردازد [۱]. پایان نامه ای با عنوان "روابط متقابل بین معماری و طراحی مد" نوشته عباس هدایت رشته معماری در دانشگاه ایسترن "مدیرترین در سال ۲۰۱۲ ارائه شده که در کنار بررسی تأثیر هنر معماری و مد بر یکدیگر، به تکنیکها و مفاهیم مشترک بین این دو حوزه نیز می پردازد [۴]. در مقاله مقایسه تطبیقی معماری و مد و لباس با نویسندگی زهرا سوریان و فائزه طاهری سرمد، برخی از مهمترین عوامل تاثیر گذار و شباهت و تفاوت هایی بین معماری و طراحی لباس از جمله فرهنگ، هنر، طبیعت، رنگ، زیبایی، پایداری و ماندگاری کارایی و عملکرد، دین و مذهب، سیر تحول و دگرگونی و تاثیر تکنولوژی، نور، نوع و جنس، جنس و مواد مصالح مورد بررسی قرار گرفته است [۳]. مهمترین کتابی که در این زمینه به نگارش درآمده "مد معماری" نوشته بردلی کوین در سال ۲۰۰۳ است که به بررسی تأثیر معماری بر مد در دنیای معاصر می پردازد و این مطالعه را از طریق تکنیک ها و ایده های معماری گونه در مد پیش می برد. تأکید کوین، اساسا بر مد است تا معماری [۵].

در مقاله ای تحت عنوان نمود فرهنگ جامعه در خانه مد و لباس توسط علیرضا محمدی بیان شده لباس علاوه بر حفاظت بدن، معرف عادت، شخصیت، دیدگاه های فردی و ویژگی های اجتماعی، طبقاتی و فرهنگی استفاده کننده آن می باشد. چرا که در جوامع امروزی به دلیل پیچیده تر شدن روابط و گستردگی آن کم تر زمینه ای برای شناخت افراد بخصوص جوانان در زمینه مد و لباس و نحوه انتقال فرهنگ از طریق نقوش لباس ها و مدگرایی وجود دارد و پوشاک فقط به عنوان یک نشانه، مورد استفاده قرار می گیرد. به بیان دیگر پوشاک یکی از نخستین ابزارهایی است که فرد در روابط خود با دیگران از آن استفاده کرده و حرفه، طبقه، طرز تفکر و نگرش، ایدیولوژی و موقعیت های فردی و اجتماعی و بهطور کلی فرهنگ خود را معرفی می کند. در این مقاله با روشی توصیفی تحلیلی سعی بر آن شده بود ابتدا - فرهنگ و مد تعریف کند، رابطه آنها با یکدیگر و با معماری بررسی شده و ضرورت طراحی خانه مد و لباس در جهت شناخت فرهنگ ایرانی و جامعه امروز و با هدف ابقا فرهنگ و جلوگیری از تهاجم فرهنگی و نمایش مد و نقوش جدید لباس ها به جوانان بیان شده است [۷].

در فصلنامه پژوهشی زن و جامعه مقاله ای تحت عنوان تحلیل جامعه شناختی سبک پوشش زنان به مطالعه با هدف بررسی سبک پوشش زنان و عوامل مرتبط با آن پرداخته است. پژوهش از نوع پیمایش و ابزار مورد استفاده در جمع آوری داده ها مصاحبه و پرسشنامه ساخته می باشد. جامعه آماری، زنان ۲۰ تا ۵۰ ساله شهر مشهد و حجم نمونه ۲۰۰ نفر می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای با تخصیص مناسب انتخاب شده. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SSP

صورت گرفت و از آزمون های همبستگی برای تحلیل داده ها استفاده شد. با استناد به مشاهدات و مصاحبه های اکتشافی و با ترکیب ابعاد پوشش زنان در استفاده از البسه (پوشیدن/ نپوشیدن)، رنگ (تیره / روشن)، نوع مدل، اندازه (بلند، متوسط، کوتاه)، ظرفیت (تنگ، متوسط، گشاد) و ضخامت (نازک، متوسط، ضخیم) و میزان پوشیدگی موی سر، چهار سبک پوشش در بین زنان - "سنتی - مذهبی"، "سنتی شبه مدرن"، "غیر سنتی" و "مدگرا" - متمایز شد. نتایج نشان می دهند که سبک پوشش "سنتی شبه مدرن" در بین جامعه مورد مطالعه فراوانی بیشتری دارد. همچنین، بین سلیقه، سرمایه اقتصادی و فرهنگی، میزان مصرف و سبک پوشش زنان همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد [۹].

در مقاله ای تحت عنوان طراحی خانه مد با معماری مدرن با رویکرد المان های معماری ایرانی در تهران، بیان می کند خانه مد به منظور اشاعه ی فرهنگ مد و لباس در کشور و استفاده از پتانسیل موجود در کشور برای صادرات البسه و ترویج طرح های ایرانی در جهان ساخته می شود و علاوه بر صادرات و اشتغال زایی باعث ترویج فرهنگ ایرانی در کشورهای دیگر می شود. اما لزوم وجود چنین مجموعه ای به دلیل عدم وجود آن به صورت گسترده و اصولی و کمبود آن حتی به صورت خیلی ابتدایی از دیگر دلایل انتخاب چنین طرحی بود. از به مقابله گذاشتن طرح ها در مجموعه و بالا رفتن کیفیت و ارزان شدن لباس ها تا دعوت از کمپانی های بزرگ برای جذب خریدار و موزه های فرهنگی لباس از نکات دیگر این مجموعه است. لباس گذشته از جنبه پوشانندگی که پیوسته مد نظر بوده است و به نوعی اولین اختراع بشر محسوب می شود و همواره او را از گرما و سرما، مصون داشته در اثر مرور زمان به نوعی، جنبه نمایشی نیز یافته است و بدین منظور چه هنرها که در تزیین آن به کار نرفته است و چه ابداعات و ابتکاراتی که در تحقق این جنبه دکوری لباس صورت نگرفته است. نقش تربیتی و فرهنگی لباس بر انسان و اجتماع، برکسی پوشیده نیست. لباس همواره به عنوان وسیله ای مناسب در جهت تعارضات فرهنگی نیز به کار گرفته شده و امروز در تهاجم فرهنگی غرب، لباس نیز به عنوان بهترین وسیله مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به موارد فوق وجود مراکز با عنوان خانه مد و لباس با اهداف مشخص در هر محله و به شکل وسیع تر در هر شهری با توجه به تفاوت فرهنگ ها کاملاً ضروری به نظر می رسد [۹].

### ۳. بنیان های نظری پژوهش

#### ۳.۱. فرهنگ

فرهنگ واژه ای فارسی و مرکب از دو بخش "فر" و "هنگ" است. فر پیشوند معنی جلو، بالا، برو، پیشین، آخر و در قالب اسمی به معنی شکوه، درخشندگی و بزرگی است. هنگ از ریشه اوستای تنگا و به معنای کشیدن، سنگین و وزن می باشد. این واژه مرکب از نظر لغوی به معنای بالا کشیدن است و در جای دیگر به معنای علم، ادب، دانش، معرفت، تعلیم، تربیت و آثار علمی و ادبی یک قوم آمده است. فردوسی واژه فرهنگ را به معنی و مترادف با دانش و هنر می داند، در قابوسنامه واژه فرهنگ مترادف با هنر و به معنی آموختن و بکار بستن آمده است و امروزه با شروع تعلیم و تربیت جدید در ایران واژه فرهنگ به معنی آموزش و پرورش بکار رفته است.

رالف لیتون فرهنگ را ترکیبی از رفتار مکتب میداند که بوسیله اعضای جامعه معینی از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود و میان افراد مشترک است. به نظر ادوارد ساپیر فرهنگ به عبارت از نظامی از رفتارها که جامعه بر افراد تحمیل می کند و در عین حال نظامی ارتباطی است که جامعه بین افراد بر قرار می کند. با توجه به تعاریف فوق بطور کلی می توان فرهنگ را میراث اجتماعی انسان دانست که او را از سایر حیوانات متمایز می توان مبتنی بر چهار ویژگی به شرح زیر دانست.

- تفکر و قدرت یادگیری
- تکلم
- تکنولوژی

## • اجتماعی بودن (زندگی گروهی) [۶]

**۲.۳. رابطه بین فرهنگ و نوع لباس پوشیدن**

لباس گذشته از جنبه پوشاندگی که پیوسته مد نظر بوده است و به نوعی اولین اختراع بشر محسوب می شود و همواره او را از گرما و سرما مصون داشته در اثر مرور زمان به نوعی، جنبه نمایشی نیز یافته است و بدین منظور چه هنرها که در تزیین آن به کار نرفته است و چه ابداعات و ابتکاراتی که در تحقق این جنبه دکوراتیوس لباس صورت نگرفته است. البته این وسیله پوشش یا در واقع این رشته از هنر نیز پیوسته پا به پای توسعه و پیشرفت تمدن و همگام زمان تغییر کرده و در هر عصر و دوره ای در قالبی و فرمی تازه ریخته شده و دستخوش تغییرات و تحولات بسیاری گشته است. [۷] نقش تربیتی و فرهنگی لباس بر انسان و اجتماع، برکسی پوشیده نیست. لباس همواره به عنوان وسیله ای مناسب در جهت تعارضات فرهنگی نیز به کار گرفته شده و امروز درتهاجم فرهنگی، لباس نیز به عنوان بهترین وسیله مورد استفاده قرار گرفته است [۸].

**۳.۳. رابطه فرهنگ با معماری و خانه لباس**

فرهنگ مجموعه پیچیده ای از دانش ها، باورها، هنرها، قوانین، اخلاقیات، عادات و هرچه که فرد به عنوان عضوی از جامعه خویش فرا می گیرد تعریف می شود. دارای بعد دیگری به نام بعد مادی نیز هست و منظور از آن، ساختمان ها، بناها و ... است. این نوع فرهنگ، ریشه در ارزشها، باورها دارد و از همین جا حلقه ارتباط فرهنگ و معماری نمایان می شود. تعریف کلاید کلاکسون انسان شناس کلاسیک امریکایی از فرهنگ چنین است: "فرهنگ را می توان آن بخشی از محیط دانست که آفریده دست انسان است." [۲] بنابراین معماری به عنوان بخشی از محیطی که توسط انسان ساخته میشود خود حاصل نکات و پندارهای مذهبی، ارزشی، هنری و اجتماعی ... زیادی است. این نکته را یورگ گروتز معمار و اندیشمند آلمانی نیز در کتاب زیباشناختی در معماری اشاره می کند، آنجا که می گوید: هر جامعه ای با هر سیستمی که اداره شود و هر نوع ایدئولوژی که بر آن حاکم باشد، وظیفه اصلی فرهنگ، نمایش این ایده های ذهنی بوسیله نمود اشکال عینی است. در فرآیند این استحاله معماری نقش اساسی دارد. هر معماری به عنوان جزیی از فرهنگ، وظیفه دارد اندیشه ای را از طریق شکل ظاهری خود عینیت بخشد و به این ترتیب نمودی خواهد بود برای سنجش فرهنگ. "معماری هر ملتی بعنوان بخش مهمی از فرهنگ مادی آنها خود عصاره و نمود عینی فرهنگ معنوی ایشان است." [۳]

معمار یک جامعه در تعاملی نزدیک با فرهنگ آن جامعه است. همانگونه که فرهنگ در شکل گیری معماری ملی یک جامعه نقش عمده ای ایفا می کند، معماری نیز همواره در مقام فرهنگ سازی حضور داشته و این ارتباط را کامل می کند. در تمام سبک های معماری دنیا، آشکارا بارزه های ویژه ای از فرهنگ وجود دارد. برای مثال تفاوت خانه های سنتی ژاپن و ایران به علت تفاوت در فرهنگ این کشورهاست. هرمان موتسیوس یکی از اولین نظریه پردازان ورک بوند آلمان در سال ۱۹۱۱ چنین می نویسد: معماری وسیله سنجش فرهنگ یک ملت بوده و هست [۹].

لباس و پوشش یک نماد فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و ملی انسان به حساب می آید که بیانگر روحیات فرد پوشنده لباس است و تاثیری که لباس در زندگی انسان ها و تمدن های گذشته داشته و انسان از پوشیدن لباس می پذیرد بیانگر اهمیت لباس بین اقوام و ملل، در گذشته می باشد و به نوعی پوشش هر قوم و ملت، نشان دهنده فرهنگ آن قوم است و به بیان دیگر لباس پرچم کشور وجود انسان است. با توجه به منشاها و پیدایش لباس و تاثیر آن بر فرهنگ می توان گفت که لباس یک عامل فرهنگی است و فرهنگ، نگرش و بینش کلی یک جامعه نسبت به جهان است. در برگیرنده تمام ارزش ها و روش های زندگی فرد و اجتماع است و پوشش آئینه ای از نگرش ها و بینش ها و ملت است و تجلی گاه روحیات حاکم بر

آن قوم می باشد، در قرون وسطی لباس های مردم اروپای باختری به قدری فراوان و جالب بود که هرگز نظیرش، قبل و بعد از این دوره دیده نشد [۱۰]

#### ۴. بررسی وضع موجود و جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در ایران و جهان

صنعت نساجی در زمره بزرگترین، مهمترین و قدیمی ترین صنایع جهان است که به دلیل اشتغال زایی بالا و نقش صنعتی، اقتصادی و اجتماعی فوق العاده، بسیار مورد توجه اغلب کشورها و اقتصادهای بزرگ دنیا قرار دارد. مزایای متنوع آن از جمله قدرت اشتغال زایی بالا، ارز آوری، تولید ثروت ملی، نیاز به سرمایه گذاری کمتر نسبت به سایر صنایع و ارزش افزوده بالا، موجب شده است که بسیاری از کشورها صنعتی شدن خود را صرفاً از صنایع نساجی و پوشاک آغاز کنند و کماکان نیز در بخش های دانش بنیان و با ارزش افزوده بالا پیشرو باشند. از جمله سیاست های موفق در پیشرفت این صنعت که تقریباً در همه کشورهای پیشرو (از قبیل چین، هند، ترکیه، ویتنام و...) به اجرا درآمده، جذب سرمایه گذاری خارجی است که پیش نیاز آن، در درجه اول رقابتی کردن هزینه های تولید و سپس تسهیل فضای مناسب کسب و کار و عقد قراردادهای تجاری آزاد و ترجیحی با بازارهای هدف صادراتی و تأمین زیرساختها، تسهیلات مالی و مشوق های صادراتی می باشد. علاوه بر این، دسترسی به مواد اولیه، نیروی کار ارزان و ماهر، حمایت همه جانبه دولتها، مشوق های متنوع و تخفیف های مالیاتی، از جمله مشوق های سرمایه گذاری داخلی و خارجی در این صنعت به شمار می رود [۱۰].

جدول ۱: رتبه برخی کشورها بر اساس ارزش صادرات نساجی و پوشاک در جهان، سال ۲۰۱۳ [۱۰]

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات نساجی (میلیارد دلار)	کل صادرات کشور (میلیارد دلار)	سهم نساجی از کل صادرات (درصد)
۱	چین	۲۸۸	۲۰۴۹	۱۲/۵
۳	هند	۳۶	۲۹۷	۹/۸
۴	ترکیه	۲۸	۱۵۳	۱۶/۳
۵	بنگلادش	۲۵/۴	۲۸/۸	۸۸
۶	ویتنام	۲۲	۱۱۵	۱۵/۷
۹	پاکستان	۱۴	۲۵	۵۲
...	ایران	۰/۹۱	۳۵/۵	۲/۶

با توجه به مطالب و جدول فوق صنعت نساجی ایران در مقایسه با سایر کشورها در سطح پایینی قرار دارد و سهم زیادی از بازار های جهانی را ندارد. می توان گفت ایران یک وارد کننده پوشاک است و درصد قابل توجهی را صادر نمی کند در نتیجه با وضع بیکاری موجود در ایران و رکورد اقتصادی آن، باید فکری اساسی در جهت پیشرفت در زمینه پوشاک و مطرح شدن در بازار جهانی کرد.

## ۵. موانع و مشکلات موجود در طراحی خانه لباس

امروزه مدگرایی در بین جوانان از یک سری اصول و سازه های روان شناختی نیز تبعیت می کند و با انگیزه ها و نیازهای چندی در ارتباط است و این ارتباط سبب ایجاد مشکلات و موانعی در احداث مرکز طراحی لباس شده است.

### • تنوع طلبی و نوگرایی

جوانی، فصل تازه ای در زندگی و سرآغاز ورود انسان به جهان پرشور و رنگارنگ است که غرایز طبیعی در شکل دهی آن، نقش اصلی را بر عهده دارند. استقلال طلبی، تنوع دوستی، هیجان خواهی، نقد گذشته و نوگرایی از جمله ویژگی های دوران جوانی است که به شدت، تمایل به امروزی شدن و نوگرایی به درجات مختلف در هر نوجوان وجود دارد و گواه نیاز وی به شکستن قالب های موجود، فاصله گرفتن از هنجارهای پیشین و رسیدن به هویتی متمایز از کسانی که پیش از او بوده اند و همچنین گرایش به فاصله گرفتن از والدین است. این نیاز، زمانی که نمود بیرونی به خود می گیرد و در رفتار جوان منعکس می شود، به صورت مدگرایی ظاهر می گردد.

### • مدگرایی و همانند سازی

همانند سازی در مکتب روان تحلیلی به فرایندی ناهشیار اطلاق می شود که فرد، طی آن، ویژگی ها (نگرش ها و الگوهای رفتاری) فرد دیگری را برای خود سرمشق قرار میدهد و با تقلید از نگرش ها و ویژگی رفتاری وی احساس می کند که مقداری از قدرت و کفایت او را نیز به دست آورده است. منبع اصلی همانند سازی در دوران کودکی والدین هستند؛ زیرا کودک، اولین و بیشترین برخورد را در زندگی با والدین خود دارد؛ اما در دوران نوجوانی که فرد از والدینش فاصله می گیرد، الگوهایی را که خود را با آنها شبیه کرده است، از دست الگوهای دیگر، یعنی از طریق همانند سازی های جدید با دیگری، پر شود.

به اعتقاد روانشناسان، همین خلأ و احساس ناامنی ناشی از آن باعث می شود که نوجوان در مسیر خود به راه حل هایی متوسل شود که این راه حل ها از طریق همانند سازی با شخصیت هایی است که الگوی نوجوان قرار می گیرند. این شخصیت ها می توانند شخصیت های معروف گذشته، هنر پیشه های سینما، نوازندگان و آوازخوانان، و یا گروه های مختلفی مانند «هیپی» ها باشند و فرد، خود را از نظر ظاهری شبیه آنها ساخته، در شیوهی لباس پوشیدن و طرز رفتار با آنان همانندسازی کند. به محض این که یک هنرمند یا ورزشکار لباسی را بپوشد و در صحنه ای ظاهر شود، جوانان با وی همانند سازی نموده، سعی می کنند به عنوان مد، آن را در جامعه طرح کنند.

### • رقابت و چشم و هم چشمی با دیگران

انگیزه رقابت و چشم و هم چشمی با دیگران، از دیگر عوامل پیروی از مد در بین جوانان و نوجوانان محسوب می شود. این انگیزه، در همه ی افراد وجود دارد و به گونه های مختلف بروز می کند. رقابت اگر در زمینه های مثبت جهت داده شود، باعث پیشرفت و رشد و تکامل معنوی فردی می شود؛ اما اگر جهتگیری آن به سوی امور مادی و مدپرستی باشد و فرد، سعی کند از لحاظ ظاهری (و مثلاً در سبک و شیوهی لباس پوشیدن) از دیگران عقب نماند، سرانجام خوبی نخواهد داشت.

### • مدگرایی و التزام ناشی از دوستی

یکی از عوامل پیروی از مد در بین جوانان و نوجوانان، ترس و نگرانی از مجازات های خصوصاً غیر رسمی از سوی دوستان است. لذا تحقیر و تمسخر، پوزخند زدن و متلک گفتن اطرافیان و ترس از آن، باعث می شود که جوانان و نوجوانان از مدهای رایج پیروی کنند [۹].

### • مدگرایی و جلب توجه دیگران

افرادی هستند که با تعویض و تغییر هر روزهی لباس و آرایش خود و خریدن لباس های گران قیمت و مد روز، درصدد جلب توجه دیگران برمی آیند. استفاده از لباس های چسبناک و برآق و رنگارنگ، جوراب هایی شبیه تو ماهیگری، کفش هایی با

پاشنه های خیلی بلند، آرایش تندی با رنگ های غیر طبیعی و .. (که بیش از همه در بین جوانان و بخصوص دختران رایج است)، باعث جلب توجه دیگران شده، نگاه هایی را به خود معطوف می دارد.

#### • مدگرایی و تشخیص طلبی

برتری جویی و تشخیص طلبی از دیگر عوامل پیدایش مد در بین جوانان است. افرادی که خود را برتر از دیگران و مربوط به قشر مرفه جامعه می دانند، سعی می کنند این برتری را در گویش، لباس پوشیدن، محیط آرایشی و سبک آرایش و زیور آلات خود نشان دهند و لذا مدهای جدید را مطرح می کنند. تورشتاین و بلن مد را وسیله ای برای این که افراد، نشان دهند ثروتمند و با شخصیت و یا دارای اندیشه ای خاص هستند، می داند؛ لذا به محض این که مدی در جامعه گسترده شد، اشراف زادگان و ثروتمندان به سراغ این مد جدید می روند؛ زیرا مد قدیمی دیگر آنها را از طبقات دیگر جامعه متمایز نمی کند .

از سویی بزرگترین دلیلی که می تواند پیشرفت و گسترش حوزه طراحی خانه مد و لباس در ایران را به چالش بکشد، حضور مستقیم دولت در این عرصه است. در هیچ کشور توسعه یافته ای دولت کوچک ترین نقشی در طراحی لباس و مد ندارد. این عرصه کاملاً خصوصی بوده و هیچ ارتباطی با دستورالعمل های دولتی پیدا نمی کند. اصولاً دستورالعملی برای طراحی لباس و مد وجود ندارد. طراحان و تولید کنندگان بر اساس سلیقه خود و نیاز بازار کار خود را می کنند و مردم و مخاطبان نیز به آنها پاسخ مثبت یا منفی می دهند. موضوع به همین سادگی و سراسر بودن است. ولی در ایران طراحان و تولید کنندگان را باید در یک چهارچوب قواعد و اصول قرار گیرند.

از سوی دیگر چالش های موجود بر سر راه پیشرفت مد و لباس در کشور، عدم وجود ارتباط و پیوند حرفه ای میان طراحان و تولید کنندگان و فروشندگان لباس است. بی تردید تا زمانی که انبوه لباس های چینی، ترک، تایلندی و مالزیایی با پائین ترین قیمت و بدون هیچ گونه نظارت جدی وارد کشوری شود، و تا زمانی که بدین ترتیب سود سرشاری عاید وارد کنندگان و عمده فروشان می شود، طراحی خانه مد و لباس ایرانی رونقی نخواهد داشت.

از طرف دیگر باید نبض بازار را نیز به سمت استفاده از تولیدات طراحان ایرانی سوق داد. مقررات ورود لباس را تشدید کرد و نظارت بیشتری بر این عرصه داشت. ضمن آن که نیروی انتظامی باید حضور مستقیم خود را در این عرصه کمرنگ کرده و به ازای آن صدا و سیما به فرهنگ سازی و اشاعه زیبایی شناسی لباس در چهارچوب قواعد و قوانین موجود پردازد [۹].

#### ۶. برگزاری محل نمایش لباس در ایران

در چند سال اخیر با توجه به دغدغه های جدی در حوزه حجاب که توسط مردم و دولت به شکل های گوناگونی بیان شده است، در تیر ماه سال ۱۳۹۳، کارگروه ساماندهی مد و لباس اسلامی ایران با هدف الگوسازی و ترویج پوشش مناسب سه مرکز "مدینو"، "ویولت" و "به پوشی" را مجاز برای برگزاری نمایش زنده لباس های ایرانی و اسلامی را معرفی کرد. نمایش لباس در تعدادی از مرکز واجد شرایط که شناسایی شده است برگزار می شود، مانند برج میلاد و برج آزادی و تالار وحدت و... در حال حاضر ۳۰ مرکز برای برگزاری اجرای زنده شناسایی شده اند که موسسات نام برده می توانند برنامه های خود را در این مرکز انجام دهند. با توجه به مطالب فوق، با اینکه امکان برگزاری نمایش های زنده فراهم شده اما هنوز هم مکانی که صرفاً مختص این نمایش ها باشد احداث نشده است [۱۱].

#### ۷. شهر شیراز و خانه لباس

برای شناسایی قومیت ها در مناطق مختلف ایران زمین اولین چیزی که هر کس سراغ آن را می گیرد لباس محلی و بومی آن منطقه است که اکنون با توجه به ورود فرهنگ های متفاوت لباس های اصیل و بومی شکل اصیل خود را از دست داده اند

به گونه‌ای که جوانان عصر کنونی هیچ آگاهی‌ای از لباس‌های متمدن و بومی ایرانی ندارند لباس اصیل شیرازی‌ها نشان از تمدن و اصالت چندین هزار ساله مردم دارد و از قسمت‌های متفاوتی تشکیل شده است.

قسمتی از لباس مردم شیراز نوعی رخت گشاد یا لباس محلی اوز یکی از لباس محلی زنانه به‌ویژه لباس عروس در جنوب استان فارس توسط زنان هنرمند شهر «اوز» به نام خوس بافی رونق دارد. برخی معتقدند منشا این لباس مشخص نیست [۱۳].

از جمله برخی از لباس‌های اصیل در شیراز که در طراحی خانه لباس بسیار موثر است و باید مورد اهمیت قرار بگیرد: **پیراهن زنانه**: پیراهن زنانه یا کینگ از شانه تا قوزک پا بلندی دارد و یقه آن کاملاً بسته است. این پیراهن از پایین تا نزدیک کمر، به وسیله یک چاک بلند، به دو قسمت جلو و عقب تقسیم می‌شود. چاک‌دار بودن آن نیز علاوه بر جنبه زیبایی، سبب سهولت در راه رفتن و انجام فعالیت‌های روزمره می‌شود. آستین پیراهن تا مچ دست ادامه دارد.

**تنبان تورکی**: این پوشش دامنی بلند از پارچه‌های سبک و به صورت چین چین است. چین‌های زیاد این پوشش به این دلیل است که در صورت وزش باد و جمع شدن یک طرف آن، چین‌های بعدی جای آن را گرفته و پوشش از بین نرود. گاهی برای زیباتر شدن تنبان، از پارچه‌های بیشتری استفاده می‌کنند یا یک یا دو تنبان تورکی روی هم می‌پوشند.

**چارقد**: چارقد پارچه ظریف و نازکی است که طرح خاصی دارد و به عنوان روسری، قسمت سر به جز صورت را می‌پوشاند. اطراف چارقد را گاهی مهره یا ملبله‌دوزی می‌کنند.

**دستمال**: دستمال یا غلوق پارچه‌ایست که روی چارقد و به پیشانی بسته شده و گره‌ای در پشت سر می‌خورد و در بالای پیشانی به وسیله سنجاق یا گل طلا، به چارقد اتصال پیدا می‌کند. دستمال در حالت کلی از سر در برابر سرما و وزش باد، محافظت می‌کند. جنس دستمال تا حد ممکن باید از پارچه‌های قیمتی چون ابریشم و حریر باشد.

**کلاه دو گوشه**: بدون کلاه بودن در ایل عملی زشت است و مردان موظفند همیشه کلاهی بر سر داشته باشند. کلاه دو گوشه از حدود ۵۰ سال پیش در میان مردم ایل قشقایی رایج شده است. در گذشته کلاه مردان قشقایی نظیر کلاه‌های نمدی دوره قاجاریه با رنگ مشکی و بدون لبه بوده است. عکس‌هایی که از یک صد سال پیش از مردم قشقایی باقی مانده، نشان می‌دهد که کلاه‌هایی بدون لبه با اندازه‌هایی مختلف، مرسوم و اغلب افراد سرشناس و بزرگ ایل، با کمی تغییر از آن استفاده می‌کردند. اما با ابتکار یکی از خوانین قشقایی، کلاه مخصوصی که امروز به کلاه دو گوشه موسوم است، ساخته شد. این کلاه از جنس کرک‌های ظریف و لطیف بز (که بسیار کمیاب است) و توسط نمدمال‌های ماهر و باتجربه محلی مالیده و درست می‌شود. از خصوصیات این کلاه‌ها این است که علاوه بر زیبایی و وقار، به علت سنگینی و وزن زیاد، با باد و طوفان از سر نمی‌افتد و همچنین هنگام تابش آفتاب می‌توان گوشه آن را سایبان صورت نمود. این کلاه معمولاً در دو رنگ نخودی و خاکستری تیره دیده می‌شود.

**آرخالق مردانه**: آرخالق لباس بلند و گشادی است که مردان ایل بر روی پیراهن می‌پوشند و به منزله لباس اصلی می‌باشد. آرخالق از پارچه ضخیم و با رنگ‌هایی متناسب با سن افراد دوخته می‌شود. این لباس دارای آستین بلند بوده و تا روی دست ادامه دارد. آرخالق در طرفین دارای دو چاک طویل تا کمر می‌باشد که موجب آزاد بودن لباس و آسان بودن تحرک مردان می‌شود همچنین می‌توان دامنه‌های این پوشش را بالا زد که هنگام دویدن و انجام کارهای روزمره مزاحمت ایجاد ننماید. جلوی آرخالق تا پایین باز بوده و دکمه نیز ندارد. آرخالقی که برای پسر بچه‌ها و نوجوانان دوخته می‌شود، از پارچه‌های گلدار با رنگ‌هایی شاد است اما آرخالق پیرمردان بیشتر رنگ‌های تیره است.

**شال کمر**: به طور کلی همیشه همراه با آرخالق، از شال کمر استفاده می‌کنند. شال مردانه ۵ یا ۶ متر پارچه قهوه‌ای یا سفید ضخیم است که از روی آرخالق بر روی کمر می‌پیچند که علاوه بر زیبایی، باعث سالم ماندن مهره‌های کمر در حرکات سریع و برداشتن بارهای سنگین هنگام کوچ و استفاده از آن به عنوان جیب برای نگهداری پول، سیگار، چاق، شانه یا دیگر لوازم است.



چقه: چقه یک نوع بافته مخصوص از جنس پشم و به رنگ کرم است که روی آرخالق و برای زیبایی و جلوه لباس پوشیده می شود و بر آن زنهاره می بندند [۱۴].

زنهاره: زنهاره از نخ های پشمی ظریف و رنگارنگ و به طرز جالبی بافته می شود. زنهاره از پشت شانه و زیر بغل عبور کرده و آویز آن در قسمت پشت و بر بالای کمر قرار می گیرد.

پوشاک در طول تاریخ در شیراز همانند سایر پدیده های زندگی سیر تکاملی خود را طی کرده و اقوام مختلف هر یک بنا به مقتضیات علمی، عادات و رسوم، مذهب، جایگاه فرهنگی و تمدن، وضعیت معیشتی، اوضاع سیاسی اجتماعی و اقتصادی و... به تهیه لباس های گوناگون پرداخته و در دوخت و شکل و تزئین آن ابتکارانی از خود نشان داده اند و عواملی از قبیل آئین ها، کار و پیشه، جنگ، اختراع و اکتشاف، انقلاب و تغییر حکومت ها باعث تغییر و تحول لباس طی دوره های مختلف شده است. در معرفی پوشاک مهم است که ریشه تاریخی و گستره آن مد نظر قرار گیرد. اینکه پوشاک در شیراز تا چه اندازه و به چه میزان منطبق به بخشی از تاریخ آن است جای تامل دارد هم اکنون دوزندگان لباس محلی در شیراز با تجربه خود لباس های محلی فارس را تولید می کنند ولی اگر بنا باشد مرکزی تحت عنوان خانه مد و لباس در نظر گرفته شود و به نمایش و آموزش لباس قوم قشقایی پرداخته شود باید مکان هایی را در مجموعه برای برگزاری کلاس های دوخت و دوز بر اساس اصالت لباس ایرانی بخصوص قوم قشقایی در نظر گرفته شود. حفظ و نگهداری اصل الگوی اصیل و اشائه فرهنگ لباس محلی و حفظ اصالت میراثی لباس ها باید اجازه دخل و تصرف یا اضافه کردن مواردی به عنوان خلاقیت داده نشود تا ماندگاری تاریخی لباس های محلی حفظ شود [۸].

خلاقیت و نوآوری هیچگونه ارتباطی با آموزش استاندارد پوشاک محلی ندارد و هموار باید اصل آن اجرا شود. برای خلاقان و نوآوران مد حیطه سامان دهی مد و لباس در شیراز وجود دارد که می توانند با استفاده از نمادها پوشاک تاریخی و سنتی، طرح های مدرن همراه با موازین اسلامی ارائه کنند. دست طراحان باز گذاشته شده تا از الگوهای اصیل طرح های نوآورانه ارائه کنند و از آن اشتغالزایی و بهره برداری داشته باشند. پس به هیچ عنوان نباید در پوشاک دارای اصالت و هویت تاریخی دخل و تصرف به وجود آید و برای آن استاندارد تعریف کند. چون هر بنا و هر شیئی و هر اجزائی که مرتبط با میراث گذشتگان است در هر زمان ممکن است بر اثر تحقیق و اکتشاف نتایج جدیدی در مورد آن به دست آید. از این جهت نمی توان برای لباس های موسوم به محلی و تاریخی استاندارد نویسی انجام داد همچنان که پژوهشهای تاریخی ادامه دارد [۱۲].

از سویی با توجه به اینکه هر فعالیتی نیاز به فضایی با ویژگی های خاص خود را دارد در صورت عدم وجود فضای مناسب، نوع فعالیت ها نیز دچار مشکل شده و در نهایت موجودیت مکان مورد نظر از جنبه های مختلف اجتماعی، فرهنگی و هویتی با اختلال روبه رو خواهد شد با توجه به وجود چنین اصالتی در زمینه پوشاک در شیراز به عنوان شهری بزرگ در ایران و با توجه به داشتن زیر ساخت ها و پتانسیل های صنعت نساجی و ریسندگی و نزدیکی به کارخانه های تولید پارچه و وجود طراحان خوش سلیقه و با ذوق، شهری مناسب به جهت ایجاد و رواج صنعت مد و پوشاک و ساخت مرکز نمایش لباس و مد، جهت راه اندازی چرخه اقتصادی این صنعت می باشد [۶].

## ۸. نتیجه گیری

با توجه به بررسی های انجام شده در مقاله فوق اگر در دنیای امروز چاره ای برای پوشاک و صنعت آن در کشور نکنیم به زودی شاهد نابودی یکی از ارزش ترین صنایع ملی خود خواهیم بود. باید سعی در انجام کاری فرهنگی و اصولی با بهره گیری از استانداردهای جهانی انجام گردد. با استفاده از منابع موجود و به کارگیری استعدادهای نهفته در کشور که اشتغال زایی و کاهش معضل بیکاری را نیز موجب می شود، علاوه بر کمک شایان به اقتصاد کشور، می توان از نابودی این صنعت جلوگیری کرد. این نکته کاملاً به وضوح مشاهده می شود که پوشش افراد جوامع در هر دوره تعاملی انکار ناپذیر با دیگر هنرها

و فنون و شرایط گوناگون حاکم بر جامعه داشته و لباس به عنوان فرهنگ و هنر ملت ها مستلزم توجه و عنایت کافی می باشد و همچنین بیانگر لزوم ایجاد زمینه های لازم جهت به نمایش گذاشتن پوشاک طراحی شده توسط طراحان داخلی باشد. بنابراین نیاز به چنین فضا و مکانی برای به نمایش گذاشتن لباس ها واضح و ضروری است. ایجاد فرصت و هزینه ی کافی برای طراحان داخلی در مرکزی مانند خانه لباس می تواند در مدت طولانی با تشکیل لایه های طراحی در سطوح مختلف، به مقوله طراحی لباس در کشور سر و سامان داده و بستری جهت ارتباط بین دست اندرکاران و علاقه مندان مقوله لباس ایجاد کند و همچنین حرکتی در راستای احیای فرهنگ پوشش صحیح ایرانی و استفاده از نیروی متخصص داخلی در این زمینه است. همچنین اشتغال زایی برای بسیاری از علاقه مندان رشته های مرتبط با لباس، مد و... همچنین بازارهای داخلی را به همراه دارد.

## ۹. قدردانی

با تشکر از زحمات استاد گرانقدرم دکتر باقر کریمی و پدر، مادر عزیزم که با وجود مهربانشان روشنی بخش زندگی ام و دعای خیر شان بدرقه راهم بوده است.

## ۱۰. مراجع

۱. شاهین، فرزانه، ۱۳۹۲، بررسی نقش فرهنگی بر هویت بخشی شهر، کنفرانس بین المللی مهندسی عمران، معماری و توسعه پایدار شهری، تبریز
2. Kostof, Spiro (1995) A History of Architecture: Settings and Rituals, New York, Oxford University Press. 0-19-508379-2/ Ching, Francis D. K. , Mark M. Jarzombek & Vikramaditya Prakash (2007) A Global History of Architecture, New Jersey, Wiley. 0-471-26892-5/
۳. فلاح، محمد، ۱۳۹۲، تاثیر فرهنگ بر معماری بومی، همایش معماری و شهرسازی و توسعه پایدار، خاوران
4. Pearson, David, Organic Architecture, the breaking waves, 2001, University of California
5. Kruft, Hanno-Walter (1994) A History of Architectural Theory from Vitruvius to the Present, New York, Princeton Architectural Press. 1-56898-010-8
۶. واحدی، یاسمن، ۱۳۹۰، چارلز جنکنز و فرهنگ شهر، مجله انسان و فرهنگ، سال اول، شماره ۲
۷. ویلن، تورستاین، ۱۳۸۳، نظریه طبقه مرفه، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران، نشر نی
۸. متین، پیمان، ۱۳۸۳ پوشاک در ایران زمین. مقدمه علی بلوک باشی. تهران، انتشارات امیرکبیر.
۹. غیبی، مهر آسا، ۱۳۸۵، هشت هزار سال تاریخ پوشاک اقوام ایرانی. تهران، انتشارات هیرمند.
۱۰. حسینی راد، عبدالمجید، ۱۳۸۴، شاهکارهای نگارگری ایران. تهران: موزه هنرهای معاصر.
۱۱. جاوید، محمدرضا، ۱۳۸۸، تأملی بر ابعاد عملی و تجربی حجاب. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۲. بنت، اندی، ۱۳۸۶، فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.
۱۳. بوردیو، پیر، ۱۳۹۰، تمایز، نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ثالث.
۱۴. سجودی، فرزانه، ۱۳۹۳، نشان شناسی لباس در ایران، مصاحبه آرش قربانزاده با فرزانه سجودی، روزنامه اعتماد، آذر.