



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

چرخه مد در ایران



حسین مهربانی فر

با مقدمه عماد افروغ

فهرست مطالب

۱.....	سخن ناشر
۳.....	پیشگفتار
۷.....	مقدمه
۱۱.....	کلیات

فصل نخست: صنعت فرهنگی مد، خلاقیت، هویت و فرهنگ

۱۷.....	مقدمه
۱۸.....	مفهوم مد
۲۵.....	مقدمه‌ای بر صنایع فرهنگی و خلاق
۳۴.....	صنعت خلاق مد
۳۵.....	خلاقیت، فرهنگ و مد
۴۴.....	مد، هویت و فرهنگ
۵۲.....	نظریه‌هایی در نسبت مد، هویت و فرهنگ
۵۲.....	جورج زیمل؛ مد، دیالکتیک تقلید و تمایز
۵۳.....	تورستین ویلن؛ مد و تن‌آسایی تظاهری
۵۶.....	پیر بوردیو؛ مد و هویت طبقاتی
۵۸.....	بارنارد و فیسک؛ مد و ساخت و نمایش خلاقانه هویت
۵۹.....	اروینگ گافمن؛ نمایش خود در زندگی روزمره
۶۱.....	آنتونی گیدنز؛ بدن به مثابه پروژه‌ای بازتابانه از هویت

۶۳.....	رولان بارت؛ مد به مثابه نظام نشانه‌ای.....
۶۶.....	دلالت‌های هویتی فرهنگ اسلامی- ایرانی در مد لباس.....
۶۷.....	چیستی و مبانی هویت فرهنگی اسلامی- ایرانی.....
۷۱.....	اصول و شاخص‌های فرهنگ اسلامی- ایران در پوشش بدن.....
۷۳.....	اصول بنیادین رویکرد توحیدگرای اسلامی- ایرانی در سبک پوشش بدن.....
۷۵.....	ارزش‌ها، هنجارها و قواعد کلی لباس اسلامی- ایرانی.....
۸۱.....	قبح مصرف‌گرایی (پرهیز از مصرف تظاهری).....
۸۷.....	جمع‌بندی.....

فصل دوم: چرخه مد؛ مبانی، نظریات و دیدگاه‌های رایج

۹۱.....	مقدمه.....
۹۲.....	چیستی چرخه مد.....
۹۸.....	تبیین نظری چرخه مد.....
۹۹.....	نظریه رخنه (نشت) به پایین.....
۱۰۰.....	مدل رفتار جمعی هربرت بلومر.....
۱۰۲.....	نظریه شش مرحله‌ای جامع مد.....
۱۱۲.....	جمع‌بندی.....

فصل سوم: چرخه مد لباس در ایران

۱۱۳.....	مقدمه.....
۱۱۴.....	روند مطالعه چرخه مد لباس.....
۱۱۸.....	وضعیت مد لباس از طراحی و تولید تا توزیع.....
۱۱۸.....	مطالعه و تحلیل مصاحبه‌ها و اسناد دیداری شنیداری.....
۱۴۲.....	مطالعه اسناد مکتوب (پژوهش‌های پیشینی).....
۱۴۵.....	وضعیت مصرف مد.....
۱۴۵.....	مطالعه و تحلیل اسناد.....
۱۴۸.....	مطالعه و تحلیل مصاحبه‌ها.....
۱۴۹.....	مقوله‌بندی.....
۱۵۱.....	تفسیر نتایج.....
۱۵۶.....	تحلیل وضعیت چرخه مد لباس.....
۱۵۷.....	وضعیت طراحی.....
۱۶۰.....	وضعیت تولید.....
۱۶۴.....	وضعیت توزیع.....
۱۶۸.....	وضعیت مصرف.....
۱۷۳.....	جمع‌بندی.....

فصل چهارم: نتیجه گیری

پیشنهادها و راهکارها	۱۹۴
سامان‌دهی اقتصاد سیاسی مد لباس اسلامی - ایرانی	۱۹۹
فهرست منابع	۲۰۳

bookroom.ir

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به عنوان متولی انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های مورد نیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای

پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این‌رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

پیشگفتار

پدیده مد که بسیاری از اندیشمندان آن را در پیوند با ظهور مدرنیته و تحولات فرهنگی- اجتماعی آن و در ارتباط و همگام با اهمیت یافتن مسئله بدن در سده بیستم میلادی می‌دانند، امروزه به عنوان یکی از صنایع پُرطرف‌دار فرهنگی در عرصه‌های مختلف سبک زندگی انسان مدرن ظهور و بروز یافته است؛ و در این میان مهم‌ترین، مشهودترین و شاخص‌ترین عرصه تجلی آن را می‌توان پوشاک و آرایش بدن دانست. دنیای مد، به ویژه مد لباس، دنیایی پیچیده و چندوجهی است که بازیگران متعددی در آن نقش‌آفرینی می‌کنند؛ و سیستم‌ها و نهادهای مختلف اجتماعی را به خدمت گرفته است و در نسبت با خود درگیر و فعال می‌کند. چه اینکه مد در عین برخورداری از سرشتی فرهنگی و هنری، ماهیتی صنعتی و اقتصادی و همچنین کارکردی سیاسی نیز دارد و از همین روست که از زوایای مختلف قابل مطالعه و بررسی است؛ آن‌چنان که تنوع و تعدد مطالعات حوزه مد، خود گواه بر این مدعاست.

پیچیدگی و چندوجهی بودن مد ضمن آنکه ضرورت مطالعه و شناخت دقیق سازوکار آن را برای ما آشکار می‌سازد، دشواری چنین مطالعه و شناختی را نیز یادآور می‌شود. اهمیت چنین شناختی زمانی بیشتر جلوه می‌کند که نقش مد را همچون معماری تابلویی در نظر آوریم که حکایتگر

هویت فرهنگی جوامع است و صریح‌ترین پیام‌ها را در مورد زمینه و بافت فرهنگی- اجتماعی خود و تغییرات و تحولات آن منتقل می‌کند. پرواضح است که مد در تأثیر و تأثر جدی نسبت به بافت و زمینه فرهنگی- اجتماعی خود قرار دارد؛ به گونه‌ای که هم بازتاب جامعه و فرهنگ است و از تغییرات و رخداد‌های آن تأثیر می‌پذیرد و هم بر روند و سرعت تغییرات فرهنگی- اجتماعی جوامع اثرگذار است؛ و همین امر مطالعه سازوکار آن را در جوامع کهن و در حال‌گذاری چون ایران که تاریخ آن گویای پیشینه و ظرفیت‌های شگرف فرهنگی تمدنی است، بیش از جوامع نوپدید و مدرن ضروری می‌سازد؛ به‌ویژه زمانی که مد را به‌عنوان یک ابزار فرهنگی- اقتصادی تسهیلگر در بسط نمادین گفتمان غرب مدرن و کمک به توسعه امپریالیسم فرهنگی غرب با مظاهر گسترده آن موردنظر قرار دهیم.

کتاب حاضر با توجه به این مهم و دغدغه فهم فرایند گردش مد لباس و روند ظهور و افول آن از رهگذر مسئله‌شناسی وضعیت موجود نگاشته شده است. این اثر، درواقع، برگرفته از بخشی از رساله دکتری^۱ مؤلف است که ارزیابی انتقادی چرخه مد لباس در جامعه ایران را موردتوجه قرار داده و تلاش کرده است که با واکاوی مبانی، نظریات و ادبیات تخصصی موجود، به‌ویژه طرح مبانی هویت اسلامی- ایرانی و دلالت‌های آن در سبک پوشش و آرایش بدن، به مطالعه و ارزیابی وضعیت موجود چرخه مد لباس در ایران و احصای شبکه مسائل و مشکلات آن پردازد تا درنهایت، بتواند تصویری کلی از این چرخه در عین پیچیدگی آن به دست دهد.

امید است که این اثر راهگشای علاقه‌مندان، سیاست‌گذاران و فعالان حوزه مد لباس برای شناخت هرچه بیشتر مبانی، ادبیات، مسائل و مشکلات آن باشد و سرآغاز و مقدمه مناسبی برای پژوهشگران و محققان حوزه مد لباس برای عمق‌بخشی، تکمیل و ارتقای مطالعات تخصصی آن به حساب آید.

۱. رساله دکتری با عنوان «ارزیابی انتقادی فرایند گردش مد لباس در جامعه ایران و ارائه سیاست‌های مطلوب رسانه‌ای»، استاد راهنما: دکتر عماد افروغ، استاد مشاور: دکتر محمدحسین هاشمیان، دانشگاه باقرالعلوم علیه‌السلام (دی‌ماه ۱۳۹۶).

درنهایت، لازم می‌دانم تشکر کنم از: مساعدت‌های دکتر عماد افروغ که نه تنها در نگارش رساله دکتری با انتقال نظرات و ایده‌های خود راهنما و راهگشای اینجانب بودند، بلکه این اثر را نیز مشمول لطف و عنایت خود قرار دادند؛ همچنین از «پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات»، به‌ویژه پژوهشکده هنر و خانم دکتر یاسینی به دلیل بذل توجه و حمایت از این اثر؛ و نیز تمامی صاحب نظران، فعالان، سیاست‌گذاران و مجریان حوزه مد لباس در ایران که با انتقال نظرات و تجارب زیسته خود در این عرصه در شناخت هرچه بیشتر و ترسیم تصویری کلی از وضعیت موجود چرخه مد لباس در کشور یاری بخش پژوهش حاضر بودند.

• مقدمه

معماری، از جمله معماری بدن یا مد لباس، از مقولات ضروری و سوگوارانه مغفول کشور ماست. توجه به این مقوله با اهمیت از دغدغه‌های دیرینه مؤلف کتاب است. اختصاص حداقل چند سال از عمر مطالعاتی و پژوهشی خود به این مقوله پرده از این دغدغه برمی‌دارد. این دل‌مشغولی انتقادی، در واقع، دل‌مشغولی به هویت و فرهنگ و لایه‌های تودرتوی آن از جمله لایه الگوهای رفتاری و نمادین آن است. به‌طور قطع، نویسنده اگر دغدغه هماهنگی و انسجام بین لایه‌های فرهنگی از هستی‌شناسی و ارزش‌شناسی تا هنجارشناسی و نمادشناسی را نداشت، با این دقت و وسواس و حوصله و ریزبینی وارد مطالعه و واکاوی این مقوله نمی‌شد. هرچند لایه نمادهای فرهنگی برحسب قاعده وزن و اهمیت لایه‌های زیرین هویتی و فرهنگی این زادبوم را ندارد و مطالعات میدانی همچنان نشان می‌دهند که حساسیت‌ها و داوری‌های عمومی و گاهی نخبگی از وضعیت آسیبی حوزه مد لباس و مغایرت آن با انتظارات تاریخی و بومی و فرهنگی و وجوه «وارداتی، تقلیدی و نمایشی» و تبعات

سوء «سلطه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی» استفاده از مدها و برندهای خارجی، به لایه‌های زیرین هویتی و هستی‌شناسی دین‌داری و تاریخی ما تسری نیافته‌اند، به دلیل موضوعیت داشتن به خودی خود لایه‌های نمادین از یک سو و ارتباطش با سایر لایه‌ها، خواه ناخواه باید نسبت به آن حساس بود و نگران از ناهمخوانی‌اش با سایر لایه‌های فرهنگی و هویتی؛ ناهمخوانی‌ها و عدم تناسب‌هایی که می‌توانند در درازمدت به لایه‌های زیرین‌تر فرهنگی نیز آسیب وارد کنند.

دکتر حسین مهربانی‌فر در این کتاب با ارائه یک مفهوم‌شناسی دقیق از مد و نگاه به آن به مثابه یک پدیده اجتماعی مدرن کوشیده است تا چندبعدی بودن آن را با مرور بر نظریات اجتماعی و فرهنگی فراچنگ آورد. از بین مفهوم‌شناسی‌ها و نظریات مختلف در باب مد لباس، نویسنده مفهوم «صنایع فرهنگی» را برگزیده و آن را «صنعتی پُرطرف‌دار و ابزار مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی و فصل مشخصی در سنجش رشد فرهنگی و اجتماعی جوامع» تلقی کرده است. روند تغییرات فزاینده در گرایش به مصرف مد هرگونه بی‌توجهی و نگاه صرفاً سلبی را با شکست و عواقب سوء روبه‌رو می‌سازد. می‌توان ظهور «صنعت خلاق» فرهنگی مد لباس (از ایده‌پردازی، طراحی، تولید تا توزیع و مصرف) را به مثابه فرصتی برای حضور مؤثر در عرصه ملی و بین‌المللی بر مبنای «اصول و ارزش‌های فرهنگ بومی و احیا و بازتولید میراث فرهنگی اسلامی- ایرانی در این حوزه» مغتنم شمرد. در غیر این صورت و با رویکرد سلب و طرد، باید پذیرای بی‌چون و چرای روند جاری و آسیب‌های آن باشیم.

نویسنده پس از انجام دادن مطالعات اسنادی و میدانی خود، به‌ویژه در حوزه مصرف، از بین دو نظریه غالب «هماندسازی اجتماعی» و «تمایزگذاری» گروهی و طبقاتی، نظریه اول را برمی‌گزیند. اینکه گرایش به مد بیش از آنکه ناشی از تمایزات هویتی طبقاتی و از بالا به پایین باشد، ناشی از میل و علاقه به «در مد بودن» و «اظهار ذائقه‌ها و سلیقه‌های جدید در یک جهان متغیر»

است. او مهم‌ترین و اصلی‌ترین مسئله در قلمرو مورد بررسی را نبود پیوستگی و یکپارچگی در چرخه مد و انفصال در مراحل مختلف فرایند گردش مد لباس (محقق، طراح، تولیدکننده، بازاریاب و توزیع‌کننده) می‌داند.

کتاب پیش رو حاوی دو ویژگی خاص و دلالت‌آمیز برای پژوهشگران و علاقه‌مندان رویکرد ملی-دینی در حوزه مد لباس است. اول اینکه واکاوی دقیقی درباره مفهوم‌شناسی‌ها و نظریه‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط با موضوع دارد؛ و دوم آنکه به دلیل رویکرد دینی نویسنده، مرور خوبی بر منابع دینی یا به تعبیری دلالت‌های هویتی- فرهنگی اسلامی- دینی صورت گرفته است. در ذیل نگاه و رویکرد دینی و با استفاده از منابع و آرای اندیشمندان دینی، توجه به عفاف و حجاب به مثابه حقی الهی، حفاظت از شأن و مقام انسان، نفی تقلید از بیگانگان، رعایت عرف جامعه اسلامی و نفی لباس شهرت، پرهیز از تفاخر و تبرج و خودنمایی، التزام به هنجارهای جنسی و جنسیتی در لباس، قبح مصرف‌گرایی یا مصرف تظاهری و توجه به مقوله بااهمیت وحدت در عین کثرت از نقاط قوت این کتاب است. مطالعه این اثر را به تمام علاقه‌مندان حوزه فرهنگ و هویت و به‌طور خاص لایه نمادین فرهنگ یعنی مد لباس پیشنهاد می‌کنم.

و ما توفیقی الا بالله

عماد افروغ

۱۳۹۸/۲/۵

کلیات

مد به مثابه یکی از پدیده‌های اجتماعی جهان مدرن، به دلیل ماهیت چندبُعدی خود، به‌طور صریح یا ضمنی موضوع مطالعه‌شده بسیاری از رویکردهای علمی بوده است؛ تا آنجا که در سده اخیر (از قرن بیستم)، شاهد رشد روزافزون مطالعات مربوط به مد و لباس در علوم انسانی و اجتماعی هستیم؛ مطالعاتی که با حوزه‌های مختلف علمی پیوند خورده‌اند.

مد با جامعه‌شناسی، ایدئولوژی و تاریخ در ارتباط است. مد در تقاطع هنر، مصرف، اقتصاد و سیاست قرار دارد و با تعیین هویت و برجسب‌زنی اجتماعی، پویایی‌های تاریخی و اجتماعی را مفصل‌بندی می‌کند. به علاوه، مرحله اخیر تاریخ مد به‌طور فعالی آن را به ارزش‌های جامعه توده‌ای و ذائقه توده‌ای نزدیک‌تر می‌کند. از این رو، پرسش از پیدایش و تکوین، ریخت‌شناسی، گونه‌شناسی ساختاری و نهادینه‌سازی مد سوژه توصیف‌ها و مفهوم‌سازی‌های بسیاری هستند: جامعه‌شناسانه، اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناسانه، تاریخی و فرهنگی (پترنکو^۱، ۲۰۱۵: ۵۰۹-۵۱۰).

متفکران اجتماعی مد را به عنوان پنجره‌ای گشوده بر هویت، طبقه اجتماعی و تغییر اجتماعی مورد بحث قرار داده و نظریه پردازان فرهنگی بر مد در جهت بازتاب معنای نمادین و ایدئال‌های اجتماعی تمرکز کرده‌اند. مد همچنین به عنوان پدیده‌ای که تجسم مشخصه‌های نمایانگر مدرنیته است، مورد توجه و مطالعه قرار گرفته است (همفیل^۱ و ساک^۲، ۲۰۰۹: ۱۱۴۸).

مد لباس و به طور مشخص سبک پوشش و آرایش بدن به مثابه یکی از عینی‌ترین و ملموس‌ترین نمادهای فرهنگی از اهمیتی جدی در انعکاس باورها، ارزش‌ها، هنجار و قواعد مرسوم فرهنگی هر جامعه برخوردارست و می‌توان آن را نمودی از لایه‌های زیرین و مبنایی فرهنگ جوامع مختلف به شمار آورد. در نظر گرفتن مد، به ویژه مد لباس، به عنوان عرصه ظهور و بروز هویت فرهنگی یک جامعه از آن رو حائز اهمیت است که در شرایط کنونی با کم‌رنگ شدن تدریجی منابع هویت‌بخش سنتی، منابع متکثر جامعه مدرن غربی با قالب‌های متنوع الهام‌بخش این عرصه هستند؛ تاجایی که برخی از محققان در ارتباط با وضعیت مد لباس در جامعه ایران بر این امر تصریح کرده‌اند که «مد در ایران وارداتی، تقلیدی و نمایشی است و از هویت دینی و ملی ما دور شده است؛ و در موارد بسیاری با ارزش‌های سنتی و دینی حاکم بر کشور مانند ساده‌زیستی و معیارهای پوشش بدن در تناقض قرار می‌گیرد» (حاتمی و دیگران، ۱۳۹۴: ۲۰۰).

در این میان، آنچه بر ضرورت مواجهه هوشمندانه با این پدیده فرهنگی می‌افزاید، تبدیل شدن آن به یکی از صنایع فرهنگی پُرطرفدار است که در عصر حاضر، به عنوان ابزار و عاملی مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی^۳ محسوب

1. Hemphill

2. Hemphill and Suk

۳. توسعه اجتماعی (Social development) در مفهوم گسترده خود عبارت است از یک فرایند تغییر اجتماعی که برای ارتقای سطح رفاه مردم طراحی می‌شود و فراگیرانه در یک فرایند توسعه چندبُعدی بویا روی می‌دهد (میدگلی، ۱۳: ۲۰۱۳). اهداف توسعه اجتماعی می‌توانند در تضمین ریشه کن شدن فقر، اشتغال کامل و انسجام اجتماعی خلاصه شوند (ساکاموتو، ۲۰۰۳: ۶). اهتمام به مسائل توسعه و پیشرفت اجتماعی قادر است پیشرفت و توسعه انسانی را بهبود بخشد و آن را تقویت کند؛ و آسیب‌پذیری فردی و اجتماعی را کاهش دهد (براون و میلنگتون، ۲۰۱۵: ۲). پس می‌توان پیشرفت و رشد اجتماعی را نوعی سرمایه‌گذاری مردمی و در پیوند با توسعه اقتصادی تلقی کرد. در این کتاب، اشاره به نقش مد در پیشرفت اجتماعی متوجه نقش انکارناپذیری است که مد

می‌شود؛ و فصل مشخصی را در سنجش رشد فرهنگی و اجتماعی جوامع در نهادهای فرهنگی بین‌المللی (همچون یونسکو) به خود اختصاص داده است. طبیعی است که صنعت مد به‌عنوان یکی از صنایع فرهنگی سودآور و پُرطرفدار همچون سایر صنایع این حوزه چون کتاب، فیلم، نشریه، محصولات چندرسانه‌ای و نرم‌افزار، موسیقی، ویدئو، صنایع دستی و در کل، تولیدات خلاقانه^۲ فرهنگی چرخه‌ای را از ایده‌پردازی، طراحی، تولید، توزیع و درنهایت، مصرف طی می‌کند. مد به‌لحاظ ذاتی خصیصه‌ای چرخه‌ای و گردشی دارد و در پیوند مداوم با تغییر است؛ از همین رو، فهم دقیق سازوکار مد و مواجهه آگاهانه با این پدیده برای سامان‌دهی آن منوط به مطالعه و ارزیابی هرچه دقیق‌تر چرخه‌اش از آغاز حیات تا طرد و به حاشیه رفتن آن است. یکی از مسائل محوری که به‌عنوان مبنایی مهم برای سامان‌دهی مد لباس در کشور ما مغفول مانده و پژوهشی جدی درباره آن صورت نپذیرفته است، بحث چرخه مد از ظهور تا افول آن به‌عنوان یک صنعت فرهنگی در جامعه امروز ایران است؛ اینکه در وضعیت موجود جامعه ایران، مدهای لباس چگونه و بر چه اساسی شکل می‌گیرند و تولید می‌شوند، وضعیت توزیع آن‌ها به چه صورت است و همچنین چه توصیفی می‌توان از وضعیت مصرف آن ارائه کرد. اثر حاضر با درک این مهم و نظر به مسئله ابهام و نابسامانی در چرخه مد لباس در جامعه ایران، به تشریح ادبیات مفهومی و نظری این حوزه و نیز پژوهش انتقادی در چرخه مد لباس از طراحی و تولید تا توزیع و مصرف پرداخته و به دنبال آن بوده است که از رهگذر مسئله‌شناسی وضعیت موجود چرخه صنعت فرهنگی مد لباس (طراحی و تولید، انتشار/توزیع، مصرف و طرد مد)، این چرخه را مورد

لباس به‌عنوان یک صنعت سودآور فرهنگی در رشد کارآفرینی و اشتغال‌زایی دارد و درنهایت، کنشگری و مشارکت مردمی را در تمام مراحل چرخه این پدیده فرهنگی اجتماعی برمی‌انگیزاند.

۱. این گونه از صنایع قادرند منافع و درآمدهای زیادی را از رهگذر گردشگری، حرفه‌ها (هنرها)، مصنوعات و... فراهم آورند و به پیشرفت پایدار یک منطقه یا کشور یاری رسانند. توجه به ماهیت فرهنگ و نقش جدی آن در حیات و زیست اجتماعی انسان و رشد و پیشرفت مادی و معنوی او (متأثر کردن رفتارهای مردم، همکاری ایشان در فرایند پیشرفت اقتصادی، پیشرفت اجتماعی و نیز رفاه مردم و...) اهمیت این گونه از صنایع را هرچه بیشتر روشن می‌سازد.



پایگاه ملی کتابخانه و اسناد
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

یکی از مسائل محوری که به عنوان مبنایی مهم برای ساماندهی مد لباس در کشور ما مغفول مانده و همچنان پژوهشی جدی در مورد آن صورت انجام نشده است، مسئله چرخه مد از ظهور تا افول آن به عنوان یک صنعت فرهنگی در جامعه امروز ایران است. کتاب حاضر تلاش کرده است تا با واکاوی مبانی، نظریات و ادبیات تخصصی موجود، به ویژه طرح مبانی هویت اسلامی ایرانی و دلالت های آن در سبک پوشش و آرایش بدن، به مطالعه و ارزیابی وضعیت موجود چرخه مد لباس در ایران و احصاء شبکه مسائل و مشکلات آن بپردازد تا در نهایت بتواند تصویری کلی از این چرخه در عین پیچیدگی آن به دست دهد.

ISBN: 978-600-452-310-3



9

786004

523103