

## نحوه مفهوم‌سازی ایده ایرانی در مد

نویسنده: شریف رضوی

### مقدمه

انسان‌ها برای درک محیط پیرامونشان و همچنین برقراری ارتباط با یکدیگر روش‌های مختلفی ابداع کرده‌اند، اما هیچکدام از این راهکارها به اندازه‌ی فعالیت‌هایی که ما به صورت ناخودآگاه انجام می‌دهیم عجیب و زیبا نیست. اگرچه اسم این فعالیت ممکن است کمی پیچیده و غلط انداز باشد اما اول اگر طراح لباس (یا هر فعالیت دیگری که در آن طراحی نقشی اساسی دارد) و دوم) اگر قصد دارید در بازارهای بین‌المللی و نخبگان همکاران حرف اول را بنزید لازم است به خوبی این مفهوم را درک کنید یعنی: انتزاع (تجرید یا Abstraction). این موضوع بویژه زمانی که مفهومی که قصد الهام از آنرا دارید موضوعی پیچیده مثل "ایرانی بودن" باشد دشواری و اهمیت دو چندان پیدا می‌کند. در مجموعه مقالات پیش رو قصد داریم برای اولین بار روش نظام‌مند استفاده از مفهوم و ایده "ایرانی" در طراحی لباس را آموزش بدهیم. بر همین اساس ابتدا ضمن تشریح مفهوم انتزاع، در مورد مفهوم‌سازی به صورت خلاصه اطلاعاتی ارائه شده و سپس مقدمه‌ای بر ماهیت مفهوم ایرانی، خصوصیات پوشاک ایرانی و مفهوم مدّام به عنوان یک مکتب فکری برای طراحی تشریح شده و برای اطمینان از کاربردی بودن مطالب نمونه‌ای از طراحان بین‌المللی مد ارائه خواهد شد که توانسته‌اند مفهوم فرهنگی-اجتماعی خود را به جنبش فراگیر بین‌المللی در صنعت مد تبدیل کنند.

### انتزاع

فرض کنید آدمها برای اینکه با هم صحبت کنند مجبور بودند برای هر شیء‌ای در دنیا یک اسم جداگانه بگذارند، برای مثال به این فکر کنید که در خانه تان شما میزی در اتاقتان دارید و میز دیگری در هال خانه، به احتمال زیاد این دو میز شبیه هم نیستند ولی ما به میز اول نمی‌گوئیم مولی‌بول (این اسم ساختگی است؛ -) و میز دوم را شوسی‌باس (این اسم ساختگی است؛ -D) و در عوض به هر دو فقط یک کلمه نسبت می‌دهیم: "میز"! به عبارتی ما همه چیزهایی که این خصوصیات را داشته باشند به عنوان میز می‌شناسیم: "معمولاً چهار پایه دارد و سطح روی آن برای قرار دادن اشیائی استفاده می‌شود و در ضمن صندلی نیستند". به عبارتی در ذهن خودمان کمترین حالتی که چیزی را میز به حساب بیاوریم را ذخیره می‌کنیم و بر اساس آن همه میزهای دیگر را که ممکن است تزئینات زیاد و یا حتی قطعات جور واجوری داشته باشند را به عنوان میز می‌شناسیم و نه صندلی، مبل یا کمد.



کودکان انتزاعی ترین شکل اشیاء را در نقاشی هایشان به تصویر می کشند  
به تبدیل کردن اشیاء به پایه ترین شکل آن در اصطلاح انتزاع آن شیء می گویند. ما انسان ها عمل انتزاعی کردن را  
به صورت ناخودآگاه انجام می دهیم و هر چه سن ما بیشتر می شود، به دلیل اشباع ذهنمان از مجموعه انتزاع ها  
کمتر این کار را انجام می دهیم. برای روشن شدن این موضوع به نقاشی های کودکی تان مراجعه کنید یعنی وقتی  
که بابا، ماما، گربه و گل برایتان چیزی شبیه شکل بالا بود.

"انتزاع: فشرده سازی، و تخلیص اطلاعات از طریق شناسائی، استخراج و سپس، جداسازی و  
پنهان سازی جزئیات از کلیات است."

در واقع برای انجام فرآیند انتزاع چنین فرآیندی را به صورت ناخودآگاه انجام می دهیم:



اول تعداد زیادی از اشیاء را مشاهده می کنیم، بعد آنها را مقایسه می کنیم و با حذف چیزهای کلی (مثلاً شکل پایه  
میز گرد است یا مستطیلی یا جنس میز چیست) وجوه تشابه میان همه اشیاء را نگه می داریم و باقی مانده چیزی  
است که ما به آن مفهوم انتزاعی (Abstract Concept) می گوئیم. این مفهوم انتزاعی تصویری در ذهن ماست که  
می توانیم با مقایسه آن تشخیص بدهیم که یک شیء مثلاً میز هست یا نه؟ مثلاً وقتی می گوئیم درخت: در ذهن هر  
کدام از شما که این متن را می خوانید تصویر یک درخت پدیدار می شود که این تصویر همان مفهوم انتزاعی درخت  
در ذهن شماست.

"در جریان انتزاعی سازی بخش هایی از اطلاعات از بین می رود"

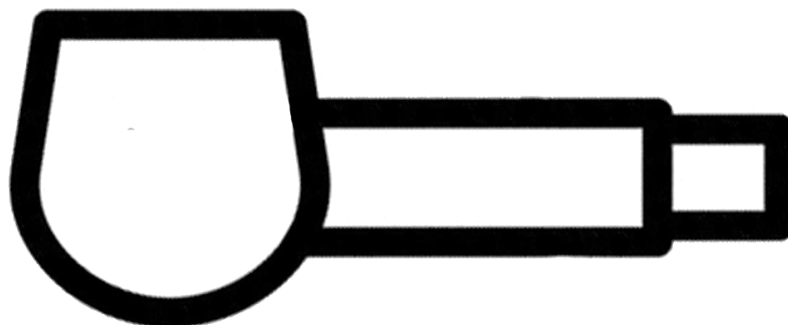
به طور مثال فرض کنید می خواهیم مفهوم انتزاعی پیپ را بررسی کنیم.



پیپ وسیله ای شبیه عدد ۹ است که با آن دخانیات را با پک زدن استعمال می کنند. شکل انتزاعی آن شاید چیزی شبی تصویر زیر باشد:



در واقع عکس فوق تصویری از مفهوم انتزاعی یک پیپ است که می تواند حتی ساده تر شود:



مشاهده پپ ها

مقایسه آنها

انتخاب وجوه  
تشابه پپ ها

مفهوم پپ

فرآیند ساخت مفهوم انتزاعی پپ در ذهن

رنه مگریت نقاش سوررئالیست بلژیکی در نقاشی معروف خود (خیانت تصویر) به همین موضوع اشاره دارد. مگریت به طور غیر مستقیم به این موضوع اشاره می کند که تصویر یک چیز با واقعیت آن چیز فرق دارد. به عبارتی آنچه ما در نقاشی مگریت می بینیم تصویر یک پپ است و نه خود پپ، پپ واقعی تنها در واقعیت وجود دارد اما ذهن ما برای توصیف همه اشکال پپ (چه خود پپ و چه تصاویرش) فقط یک کلمه دارد:



خیانت تصاویر، اثر رنه مگریت

تا اینجای کار زیاد سخت نیست اما وقتی به موضوعاتی می رسیم که عینی (یعنی چیزی که با چشم می شود دید و یک کیلو از آن را می توان در هر لحظه تهیه کرد) و حسی (یعنی هر چیزی که با یکی از حواس ۵ گانه قابل درک باشد) نیستند و ماهیتی ذهنی دارند کار سخت می شود، چون در مرحله مشاهده نمی توانیم چیزی را ببینیم که با هم مقایسه کنیم. مثلاً فرض کنید ما در می خواهیم مفهوم انتزاعی "عدالت" را شناسایی کنیم. چون خود عدالت را با چشم نمی توانیم ببینیم و یک کیلو از آن را نمی شود از سر کوجه خرید. ولی ما در مورد عدالت هم (با اینکه نمی شود آنرا دید) در ذهنمان تصاویری داریم. چطور چنین کاری انجام می دهیم؟

انسان برای مفاهیمی مثل عدالت، عشق، ترس و... همه چیزهایی که عینی نیستند راه جالب دیگری دارد. الف) با استفاده از نمودهای متداول آن مفهوم و ب) با استفاده از استعاره سازی. دومی را فعلاً کاری نداریم اما در مورد اولی به طور مثال وقتی در مورد عدالت صحبت می کنیم یاد تساوی، تعادل، برابری و مساوات می افتیم و مفهوم عدالت با ابعاد مختلفی که از ترکیب این موارد بوجود آمده در ذهن ما شکل می گیرد. به همین دلیل ما هر وقت در مورد عدالت صحبت می کنیم واضح ترین نماد آن برایمان (تصویر ذهنی که از عدالت داریم) ترازو است.



سمت راست آرم قوه قضائیه جمهوری اسلامی ایران، سمت چپ الهه عدالت در فرهنگ غرب

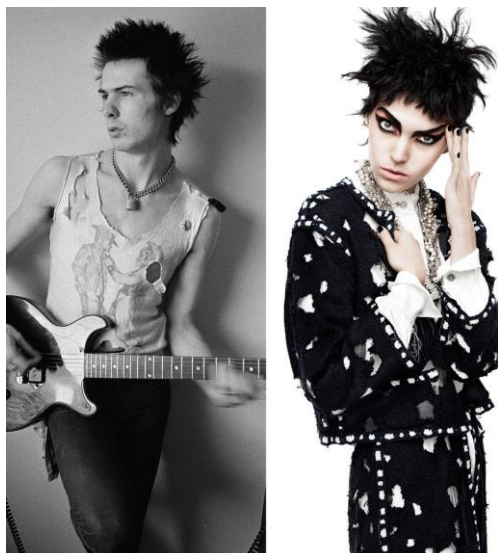
یا به طور مثال فرض کنید قرار است مفهوم انتزاعی بدی یا افراد بد را در ذهن بسازید. برای این کار، مشابه موضوع پیپ ابتدا تعداد زیادی از افرادی که بد حساب می شوند مشاهده شده، سپس با هم مقایسه می شوند و پس از استخراج وجوه تشابه آنها، تصویری کلی از آدم های بد به وجود می آید که می توان آنها را در قالب کلمات یا نشانه هایی توصیف کرد، بدیهی است نتیجه کار از فردی به فرد دیگر و از جامعه ای به جامعه دیگر تفاوت خواهد داشت و با نگاهی وسیع توصیفی که بیشترین جامعیت را داشته باشد مفهوم مناسب تری برای آدم های بد است. مثلاً افراد دروغگو، دزد یا تجاوزگر تقریباً در همه فرهنگ ها "آدم بد" به حساب می آیند؛ اما ممکن است در جامعه ای فردی مذهبی بد و در جامعه دیگری بد به نظر نیاید.



فرآیند ساخت مفهوم انتزاعی آدم بد

اما همه اینها به چه کار یک طراح می آید؟

بسیاری از محصولات طراحی شده در دنیای امروز شامل اقلامی است که خریداران نیازی به خرید آنها ندارند و تنها دلیل و انگیزه برای خرید آنها احساساتی است که در مصرف کننده بر انگیزته می شود. این احساسات بواسطه پیام هایی است که طراح (خالق) با روش هایی در شیء تعبیه می کند. مثلاً اینکه یک لباس بر اساس مفهوم "پانک" طراحی شود با استفاده از مجموعه ای از نمادهای جنبش پانک که برای دیگران نیز قابل درک است انجام می شود:



سمت چپ یک خواننده پانک، سمت راست استفاده صنعت مُد از نمادهای پانک برای طراحی اقلام مُد روز

بر همین اساس علاوه بر آنکه یکی از وظایف یک هنرمند انتقال احساسات و تجربه زیسته خود، جامعه و جهانی است که در آن زندگی می کند، در بُعد تجاری نیز اگر کار شما تولید انبوه کالای فقط کاربردی نیست، نیازمند تعبیه مفاهیم در کالاها هستید تا به آنها معنایی بیش از فقط یک شیء کاربردی صرف بدهید. به زبان ساده تر و به طور خاص در صنعت مُد، خریداران الزاماً در پی خرید لباس کاربردی نیستند، بلکه هیجانات، معانی، مفاهیم، عواطف و احساساتی را می خرنند (به خودتان مراجعه کنید، در حالیکه از یک لباس چندین دست در کمد لباستان هست که هنوز قابل استفاده اند، اقدام به خرید موارد جدیدی می کنید، چرا این کار را می کنید؟ هر چه هست خرید کاربردی لباس نیست). بر همین اساس طراحان باید تلاش کنند تا احساسات، افکار، ایده ها و با نگاهی کلی تر هر پدیده ای را در قالب مفاهیم (ممکن است مفهوم انتزاعی عینی (مثل انتزاع پپ یا سیب) یا مفهوم غیرعینی (مثل عدالت یا آزادی) باشد) به کالاها و اشیائی تبدیل کنند که وراى کاربردی بودن حامل معانی نمادینی نیز باشد.

## مفهوم و مفهوم سازی

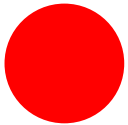
"مفهوم" از آن دست کلماتی است که به دشواری می توان "مفهوم" خودش را بدون ارجاع به همین کلمه تبیین کرد. با این حال برای این عبارت تعاریف مختلفی ارائه شده (شایان ذکر است در این مقاله هر بار در مورد "مفهوم" صحبت می کنیم منظورمان "مفهوم انتزاعی" است):

- خاصیت یا کیفیتی است که به شکل ضمنی توسط یک کلمه، عبارت یا هر نماد دیگری به ذهن متبادر می شود.
- انتزاع یا تجرید رویدادهای مشاهده پذیر است، بدین معنا که بیانگر یک چیز، ویژگی، یا پدیده بخصوصی است (برای مثال طلاق).
- تصویر یا انعکاسی از واقعیت، تصویر فکری چیزها (میز).

از سوی دیگر ما برای ارجاع به مفاهیم از کلمات زبان استفاده می کنیم بر همین اساس:

- به کلمه، آوا، نماد یا نشانه ای که بیانگر یک معنا یا مفهوم است دال و به آن مفهوم یا معنا مدلول می گویند.
- پیوند میان «ایده‌ای که کلمه بیانگر آن است» و «شکل فیزیکی کلمه».

به عبارتی ما برای ارجاع به یک مفهوم از نمادها و نشانه‌هایی استفاده می کنیم که ممکن است کلماتی در زبان، نمادهای گرافیکی، رنگ‌ها و... هر چیز دیگر باشند. این نمادها(دال‌ها) به صورت قراردادی تنها به یک مفهوم اشاره می کنند، برای روش شدن موضوع جدول ادامه را ببینید:

دال	مدلول	توضیح مفهوم
قرمز		سُرخ یا قِرمز به طیفی از رنگ‌ها گفته می‌شود که در پایین‌ترین بسامد نور قابل تشخیص توسط چشم انسان قرار دارند.

وقتی از کلمه قرمز استفاده می کنیم، کلمه قرمز تنها نشانه ای برای یک مفهوم است. مفهوم قرمز(سرخ) بودگی به طیف خاصی از رنگ‌ها اطلاق می شود، بنابراین کلمه قرمز دال و مفهوم قرمز مدلول این کلمه است. هر نشانه می تواند در هر پس زمینه ای معنای خودش را داشته باشد، به طور مثال دال قرمز در سه موقعیت مختلف مقایسه شده‌اند:

دال	زمینه	توضیح مفهوم(مدلول)
قرمز		توقف کردن، ایستادن پشت خط عابر پیاده
قرمز		اشاره به شمر و شخصیت‌های منفی در واقعه عاشورا

دال	زمینه	توضیح مفهوم (مدلول)
قرمز		لباس جلب توجه کننده با معانی ضمنی جنسی در میهمانی‌ها و رویدادها

بر همین اساس در خصوص رابطه دال و مدلول می توان نکات زیر را مطرح کرد:

- مفاهیم انتزاعی تا دالی پیدا نکنند قابل بحث یا بیان نیستند
- مفاهیم انتزاعی تنها وقتی برای دیگران قابل درک خواهند بود که دال یا نشانه آنها برای دیگران قابل درک باشد
- رابطه دال و مدلول اختیاری و قراردادی است
- رابطه دال و مدلول به مرور زمان ممکن است عوض شود
- ایجاد دال برای مدلول هایی که فیزیکی نیستند دشوار است
- حفظ ارتباط دال و مدلول برای مدلول هایی که فیزیکی نیستند دشوارتر از موارد فیزیکی است

اهمیت درک نکات فوق در این نکته نهفته است که اول) تا زمانی که یک مفهوم انتزاعی در قالب نشانه ها و دال هایی قابل درک برای سایرین بیان نشود نمی تواند عمومیت پیدا کند، دوم) هر مفهوم برای بیان شدن نیازمند نشانه ها و دالهایی قابل درکی است، سوم) در بسیاری از موارد نشانه ها و دال ها به مرور زمان جای مدلول (مفهوم) را می گیرند، چهارم) ممکن است در دوره ای از نشانه (دالی) برای اشاره به مفهوم استفاده می شده که اکنون و یا حتی بین افراد مختلف آن نشانه به مفهوم دیگری اشاره دارد و پنجم) ممکن است در یک جامعه به مرور مفاهیمی بروز و ظهور پیدا کنند که دالی (نه کلمه و نه نشان گرافیکی) برای توصیف آنها وجود ندارد.





شادی، ناراحتی، عزا، هیجان و... فوتبالیست تیم ملی بعد از گل به تیم ملی ولز در جام جهانی که در زبان فارسی هنوز کلمه‌ای (دالی) برای توصیف آن وجود ندارد. باید اشاره کرد که به طور مثال برای احساسات یاد شده در عکس فوق شاید بتوان کلمه یا نشانه‌ای (کلمه یا نشانه‌ای که وقتی سایر افراد هم با آن مواجه می‌شوند تا حد زیادی متوجه مفهوم و منظور مورد نظر ما بشوند) ابداع کرد که به مفهومی اشاره کند که این ورزشکار یا جامعه ایران در لحظه وقوع این حادثه تجربه کرده، اما برای بسیاری از مفاهیم که ماهیتی ذهنی دارند نمی‌توان به سادگی چنین کاری انجام داد. این موضوعی است که در بخش قبل به آن پرداخته شد (یعنی: "مفهوم سازی انتزاعی") و انسان‌ها این فرآیند را به طور معمول به صورت ناخودآگاه، انجام می‌دهند. طی این فرآیند افراد با ایجاد دسته بندی‌هایی بر اساس شباهت‌ها یا تفاوت‌های ظاهری (بصری) یا ماهوی (منطقی و باطنی) تصاویر ذهنی فرازمانی و فرامکانی می‌سازند، مثل مفاهیم انتزاعی: اعداد، انسانیت، حیوان، پول و... و از این مفاهیم برای ارتباط با سایرین و یا درک محیط پیرامون خود استفاده می‌کنند.

دو



۲



آبی

بنفش

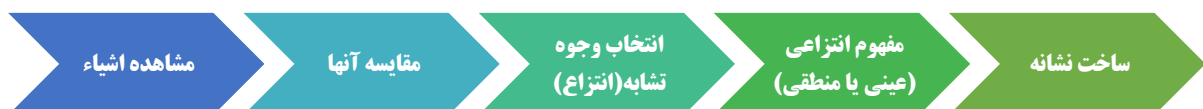


دایره



ارتباط نشانه‌ها و مفاهیم

معنی دار کردن و نشانه مند کردن یک مفهوم انتزاعی (مفهوم سازی انتزاعی) بر اساس فرآیند زیر و با دو روشی که در ادامه تشریح می‌شوند انجام می‌شود:



فرآیند مفهوم سازی

## مفهوم سازی عینی-صوری

در مفهوم سازی صوری از صورت و شکل بیرونی چیزی برای ساختن مفهوم استفاده می شود. به طور مثال مفهوم انتزاعی سیب در ذهن ما چیزی شبیه خود سیب است. در مثالی دیگر فرض کنید قرار است با الهام از بدن انسان طراحی شیء ای انجام شود در این حالت با استفاده از روش عینی و صوری از خصوصیات بصری بدن انسان استفاده می شود، یعنی همه مواردی که با چشم می توان آنها را دید و در موردشان صحبت کرد، در نتیجه خصوصیات احتمالی زیر با مشاهده بدن استخراج می شود:

- بدن انسان قوس دارد
- شکل هندسی بدن
- شکل هر کدام از اجزا بدن

بر همین اساس طراح با استفاده از شکل آنچه می بیند اقدام به طراحی اقلام می کند.



طراحی مفهومی بر اساس منطق عینی-صوری موضوع

به همین ترتیب فرض کنید موضوع طراحی فرهنگ ایرانی-اسلامی است. در این حالت طراحان به طور مستقیم بارزترین نمادهای موضوع یاد شده را انتخاب کرده و به صورت مستقیم یا با تغییراتی در آثار خود بازتاب می دهند. به طور مثال کاشیکاری و هندسه نقوش ایرانی یکی از این مفاهیم است که می تواند به شکلی که در ادامه ذکر خواهد شد.



هندسه نقوش یکی از نمادهای منتسب به فرهنگ ایرانی-اسلامی است

در استفاده از این روش می بایست به نکات زیر توجه کرد:

۱. **حفظ هویت و معنا:** طراحی انجام شده می بایست با مفهوم نمادها و یا فرم های عینی استفاده شده همخوان باشد.

۲. **معنادار بودن:** برای سایر افرادی که اثر را می بینند معنی و مفهومی که در ذهن طراح است باید واضح و صریح باشد.

۳. **خلاقیت هویت مند و معنادار:** در فرآیند تبدیل موضوع به مفهوم انتزاعی می بایست تغییرات خلاقانه صحیحی (بر اساس دو مورد قبل) در فرم، رنگ، بافت و... سایر خصوصیات عینی ایجاد و تا حد ممکن از تکرار مستقیم و موضوع اجتناب کرد.

به طور نمونه در دو طرح زیر طراحان از روش صوری استفاده کرده اند:



ایران دخت، اثر خانم سونیا داشاب



استفاده از مقرنس های معماری، اثر خانم شقایق مهاجری

**نکته مهم:** ذکر نمونه های فوق به معنی تأیید کیفیت طراحی نیست.

## مفهوم سازی منطقی

در مفهوم سازی منطقی از منطق درونی و ماهوی یک شیء یا موضوع برای ساختن مفهوم استفاده می شود. به طور مثال فرض کنید قصد دارید از موضوع سیب با روش منطقی مفهوم سازی انتزاعی کنید. در این صورت به سراغی ابعادی از منطق سیب می رویم که بیانگر ماهیات آن است:

- مثلاً سیب مزه دارد
- سیب میوه درخت است
- سیب درون خودش دانه هایی دارد که می توانند تبدیل به درخت سیب دیگری بشوند
- سیب می پوسد و خراب می شود
- وقتی سیب را گاز می زنیم صدا می دهد
- روی سیب پوستی وجود دارد و زیر این پوست بخش گوشتی میوه قرار دارد
- سیب رنگها و طعم های مختلف دارد

در مثالی دیگر فرض کنید قرار است با الهام از بدن انسان طراحی شیء ای انجام شود در این حالت با استفاده از روش منطقی از خصوصیات ماهوی بدن انسان استفاده می شود، یعنی همه مواردی که ماهیت شکل گیری بدن بر اساس آن اتفاق می افتد و الزاماً شاید نتوان با چشم آنها را دید و در موردشان صحبت کرد، در نتیجه خصوصیات احتمالی زیر با مشاهده بدن استخراج می شود:

- بدن زنده است
  - خود را باز تولید می کند
  - از تکرار سلول ها و بافت ها پدید آمده
  - بدن درد می کشد
  - بدن لذت می برد
  - بدن مریض می شود
  - بدن فانی است و می میرد
  - بدن زیبایی هایی دارد
  - بدن زن و مرد تفاوت هایی دارد
  - بدن یک سیستم است که اجزاء آن در کنار هم کار می کنند
  - بدن اجزاء مختلفی دارد
  - هر جزء بدن کارکرد خود را دارد
  - بدن در خصوص صاحب بدن حرف هایی برای گفتن دارد (نژاد، سلامت، شغل، تبار، ژنتیک)
  - بدن میراث ژنتیکی صاحبش است
  - بدن فرد بخش از هویت وی را می سازد
  - بدن پلی است که احساسات ما را از جهان واقعی بوجود می آورد
  - با دیدگاهی دینی، بدن قفس روح است و درون بدن روحی قرار دارد که به جهان باقی می رود
- بر همین اساس طراح با استفاده از منطق یک موضوع اقدام به طراحی اقلام می کند.



نقاشی با سبک اکسپرسیونیسم انتزاعی با عنوان ترس، اثر بنیتو بولونتی



نقاشی با سبک اکسپرسیونیسم انتزاعی با عنوان جامعه، اثر هایک گاسپاریان



مجموعه نقاشی های انسان هایی با بدن سنگی و بدون فرم از بهمن محمص که اشاره به انسان های مدرن بی هویت شده دارد

به همین ترتیب فرض کنید موضوع طراحی فرهنگ ایرانی-اسلامی است. در این حالت طراحان می بایست از منطق درونی فرهنگ ایرانی استفاده کنند. بدیهی است علاوه بر اینکه عمق روش مفهوم سازی منطقی از روش مفهوم سازی عینی بیشتر است، دشواری این روش نیز بیش از این روش است. برای این کار دو راه وجود دارد:

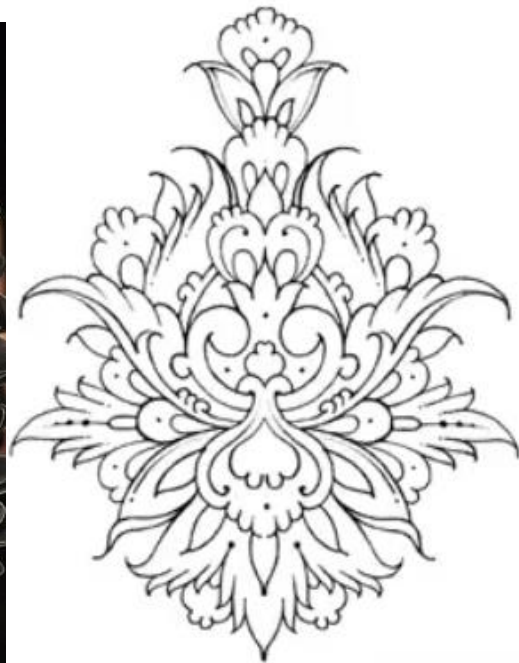
۱- استفاده از منطق فرم هایی که صراحتاً به مفهوم یاد شده ارجاع می دهند. به طور مثال در مورد هندسه

نقوش ایرانی می توان برداشت های زیر را داشت:

- فرم های انتزاعی هستند
- مبتنی بر منطق تکرار ال مان ها هستند

- مبتنی بر مؤلفه خودشباهتی اند
- دارای نظم ریاضی اند
- ناقلیدسی هستند
- نوعی قرینگی در آنها وجود دارد

بر همین اساس با فرض اینکه نقوش قالی موضوع مفهوم سازی انتزاعی با روش مفهوم سازی منطقی هستند خروجی کار می تواند چیزی شبیه تصویر زیر باشد:



- سمت راست لباس طراحی شده توسط آیریس ون هارپن، سمت چپ یک نمونه نقش ترنج فرش ایرانی
- ۲- استفاده از منطق درونی فرم ها یا موضوع مورد بررسی که به طریقی قابل درک، به مفهوم یاد شده ارجاع می دهند. به طور مثال در مورد هندسه نقوش ایرانی می توان برداشت های زیر را داشت::
- این فرم ها ناشی از مواجهه خاص انسان شرقی با طبیعت هستند.
  - مفاهیم و معانی عرفانی از جمله وحدت وجود و حرکت جوهری در آنها قابل درک است.
  - فرم ها در کنار هم شکل کلی کاملتری را می سازند که نشان دهنده ارتباط جزء و کل و معنایی بصری برای عبارت لاله الا الله است.
  - نوعی حرکت به به سمت مرکز در زمان مشاهده این فرم ها در کنار هم قابل مشاهده است.

بر همین اساس با فرض اینکه نقوش قالی موضوع مفهوم سازی انتزاعی با روش مفهوم سازی منطقی هستند خروجی کار بر اساس منطق درونی آنها می تواند چیزی شبیه تصویر زیر باشد:



سمت راست فرش ایرانی با ترکیب رنگ آبی و سمت چپ لباس طراحی شده توسط آیریس ون هارپن

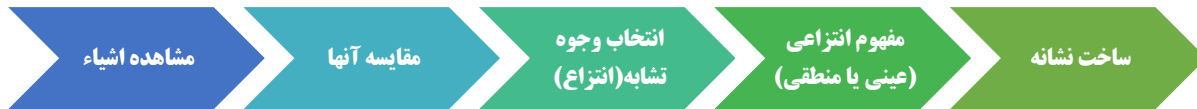
در استفاده از این هر یک از روش های یاد شده می بایست به نکات زیر توجه کرد:

۱. **ارتباط معنادار:** طراحی انجام شده میبایست با منطق موضوع یاد شده ارتباطاتی واضح یا قابل توضیح داشته باشد.
۲. **خلاقیت هویت‌مند:** در فرآیند تبدیل موضوع به مفهوم انتزاعی بر اساس منطق درونی موضوع می بایست با روشی خلاقانه و به طریقی اقدام کرد که آن مفهوم را برای سایرین قابل درک کند.
۳. **فردی بودن بیان:** بیان هنری موضوعات به شیوه ای فردی در این روش مفهوم سازی امری مرسوم است بنابراین در بیان فردی خود دچار تردید نشوید.

## ایرانی بودن

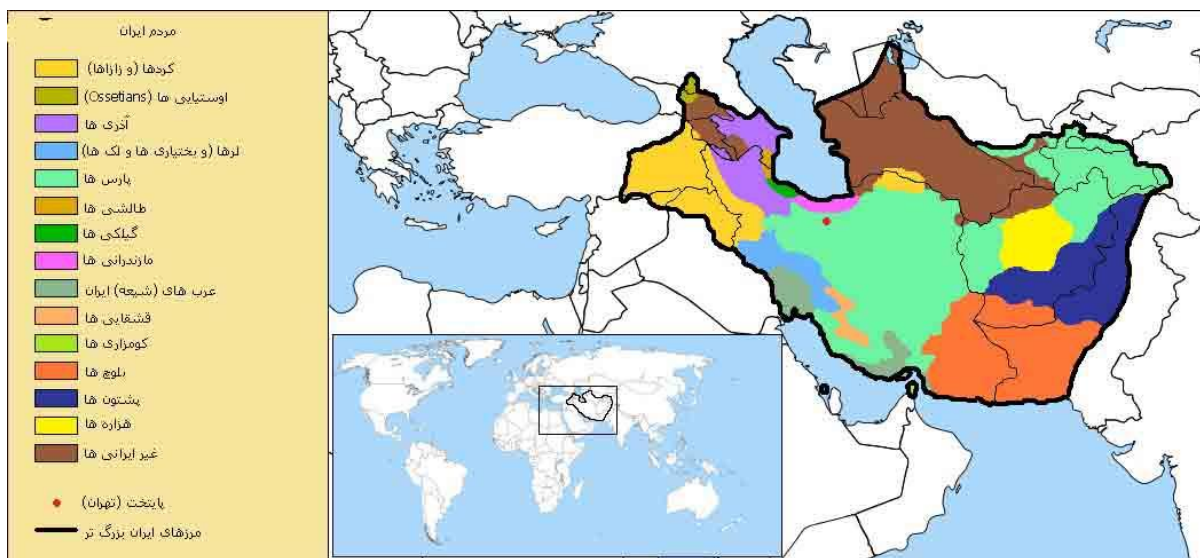
مفهوم "ایرانی بودن" از آن دست مفاهیمی است که به راحتی نمی توان نمودی واضح برای تبدیل آن به منبعی برای الهام طراحی بیان کرد. دلیل اصلی این موضوع وجوه مختلف این پدیده است که وقتی کلماتی دیگری ضمیمه آن می شود پیچیدگی آن بیشتر می شود. به طور مثال فرهنگ ایرانی یا ایرانی-اسلامی. بر همین اساس برای آنکه در گام اول به انتزاعی از مفهوم ایرانی بودن برسیم نیاز است بار دیگر به نموداری که پیشتر ارائه شد، ارجاع دهیم.





چه چیزی باید مشاهده شود؟ ایران کجاست؟ ایرانی بودن یعنی چه؟ چه چیزی باعث می شود چیزی ایرانی به حساب بیاید؟ گذشته، حال، آینده	وجه مشترک موارد مرحله قبل چیست؟ آیا این وجوه مشترک به نظر دیگران هم صحیح است؟	انتخاب وجوه مشترک نظر شخصی برداشت شخصی	انتزاع ایرانی بودن چیست؟ بر اساس چه منطقی؟ چطور از سایر موارد مجزا(تجريد) شود؟	چه نشانه یا نمادهایی می توان برای انتزاع ایرانی بودن ایجاد کرد که هم قابل درک باشد و هم برای سایرین قابل فهم
---	---	---	--	--

در گام اول نیاز است تذکر داده شود که منظور از ایران (در این متن) فرهنگی با گستره زیر است:



گستره فلات ایران یا ایران فرهنگی بیش از ایران سیاسی یا جمهوری اسلامی ایران است بدیهی است با این تعریف گستره فرهنگ ایرانی چیزی بیش از مرزهای جغرافیایی جمهوری اسلامی ایران به حساب می آید. از این نقطه به بعد می بایست وجه مشترک فرهنگ و هویت این بازه جغرافیایی بزرگ از وجوه مختلف در نظر گرفته شود در این نوشتار برای انتزاع این موضوع مؤلفه های بنیادین هویت ایرانی شامل جغرافیا(بوم)، تجربه زیسته گذشته(تاریخ) و تجربه زیسته فعلی(وضعیت فرهنگی-اجتماعی معاصر) در نظر گرفته می شود.

## هویت ایرانی

مؤلفه های هویت ایرانی را می توان با نگاهی کلی با ابعاد زیر بیان کرد:



که با استفاده از مدل شاین می توان هر کدام از این موارد را بر اساس مؤلفه های زیر بررسی کرد.



با استفاده از دو مدل یاد شده می تواند وجه زیر را به عنوان انتزاع فرهنگ ایرانی در نظر گرفت:



وجوه مورد استفاده شریف رضوی در مفهوم انتزاعی ایرانی

به صورت تفکیک شده می توان خصوصیات هر یک از این وجوه را به شرح زیر عنوان کرد:

### مؤلفه های جغرافیایی

- ✓ خشکی و کم آبی: ایجاد شبکه قنات، سرزمین بی آب و علف
- ✓ عوارض طبیعی متعدد: دور بودن شهرها از هم، تنوع طبیعی
- ✓ درک منطق طبیعت: تکرار، وحدت در کثرت و کثرت در وحدت، فرگشت، خود همانندی، ناقلیدسی

### مؤلفه های تاریخی

- ✓ استبداد دائمی: سلطنت، بی قانونی، محل تاخت و تاز
- ✓ بی ثباتی/نااطمینانی: عدم اطمینان از شرایط آتی و بی دوام بودن همه چیز
- ✓ هضم سایر فرهنگ ها: پایداری فرهنگی
- ✓ تمایل به مرکز: در ساختار سیاسی، ساختار دینی و هنر

## فرهنگی-اجتماعی

- ✓ میل به پیشرفت/زندگی بهتر: تلاش برای ارتباط محترمانه با سایرین
- ✓ جهان وطنی شدن: شباهت بین المللی سبک زندگی
- ✓ پایداری: حفظ طبیعت، حفظ فرهنگ، آینده نگری
- ✓ آزادی خواهی: برابری طلبی، عدالت خواهی، عصیانگری، حمایت از مظلوم
- ✓ تفاوت با سایرین/فردگرایی: تمایل به تفاوت با دیگران

## خصوصیات پوشاک ایرانی در طول تاریخ

با نگاهی کلی و بر اساس خصوصیات بنیادین هویت ایرانی و بررسی کلی لباس در طول تاریخ ایران فرهنگی می توان مجموع خصوصیات زیر را به عنوان مفهومی انتزاعی مطرح کرد:

- ✓ کاربرد: بر اساس بوم، قومیت، شرایط فرهنگی، شرایط شغلی
- ✓ لایه لایه و پوشیده: هم در لباس مردان و هم در لباس زنان (ریشه در فرهنگ)
- ✓ پر زر و زیور: زمانی که قصد آرایش (Decorate) وجود داشته حداکثر
- ✓ عدم پیچیدگی: دوخت و طراحی لباس ها چندان پیچیده نبوده
- ✓ نظم: نوعی نظم پیچیده در دست ساخته ها به چشم می خورد
- ✓ دوست دار طبیعت: تا حد ممکن از موادی استفاده می شده که قابل بازگشت به طبیعت است

## مفهوم مدأم

کانسپت مدأم انتزاعی مفهومی-منطقی از ابعاد فرهنگ و هویت ایرانی است که در سال ۱۴۰۰ توسط آقای شریف رضوی توسعه داده شده و می تواند به عنوان چهارچوبی مفهومی برای طراحی اقلام ایرانی مورد استفاده قرار گیرد. در انتزاع و تدوین بیانیه این مفهوم به صورت همزمان وجوه تاریخی، فرهنگی، بوم-جغرافیا و امکان روزرسانی بر اساس شرایط روز طراحی در نظر گرفته شده. بدیهی است تمامی پژوهشگران و طراحان می توانند با استفاده از روشی که پیشتر شرح داده شده به توسعه مفهوم انتزاعی ساخته شده توسط خودشان اقدام نمایند. از سوی دیگر این مفهوم ادعا ندارد که تمام وجوه فرهنگ ایرانی را در نظر گرفته اما می توان از ابعاد آن برای توسعه مفهوم و ایده ایرانی در طراحی محصولات اصیل ایرانی استفاده کرد. به عبارتی این مفهوم ادعا دارد شیء ای که با خصوصیات "مفهوم مدأم" ساخته شده باشد را می توان شیء ای نامید که ایرانی است.

کلمه مدأم از ترکیب دو کلمه مُدام به معنی تغییرات مستمر(مُدام)، باقی، برقرار، پیوسته، جاودان، دائماً، علی‌الدوام، علی‌الاتصال، لاینقطع، مستمر و مانترای أم(مُتَمِّمٌ); یا یک مانترا و واژه عرفانی سانسکریت به وجود آمده.

از سوی دیگر طراحی مفهوم مدأم از ترکیب دو مفهوم زیر ایجاد شده که بخش زیادی از فرهنگ ایرانی به صورت مستقیم و غیر مستقیم ملهم از آن است:

۱. وحدت وجود مهم‌ترین نظریه عرفان اسلامی در تعریف مشهور، بیانگر آنست که «ذات هستی یکی - بلکه یگانه- است و مصداق آن حق (خدا) است و ماسوای آن نمود و ظهور و تجلی او و از شئون اویند.» هر امر ذاتی وحدت حقیقی دارد یعنی نه تنها یکیست بلکه یگانه است.

۲. حرکت جوهری، حرکتی است که در ذات اشیاء (جوهر) روی می‌دهد. بدین ترتیب ملاصدرا عقیده داشت که در نظام عالم، خدا فیض وجود را ناشی می‌کند و جهان هر لحظه، در حال آفریده شدن است.

این مفهوم به گونه ای طراحی شده تا اشیایی که بر اساس آن ساخته می‌شوند برخلاف نوگرایی دوره مدرن، با ثبات باشند و اگر تغییری در آنها رخ می‌دهد در درون شیء باشد و نه در اشیاء جدید به عبارتی بر خلاف کالاهای مُد خصوصیت اصلی «مُدأم» ثبات و «مُدَام بودن» است.

شیء مدأم یا به زبانی دیگر شیء ای که حامل مفهوم "ایرانی بودن" باشد دارای خصوصیات زیر است:

۱. سادگی ظاهر (ناپیچیده‌گی **Incomplexity** و **Simlicity**)
- شیء مُدأم ریشه در قواعد ساده دارد. این سادگی هم به معنی بی‌اکم پیرایه‌گی و هم به معنای کمترین پیچیدگی و سهولت در استفاده است.
- سادگی ظاهری (صورت و ظاهر) (Form و Surface)
- پیچیدگی درونی (باطن و معنی) (Concept و Subject)



آثار طراحی شده توسط خانم شیرین گیلد بر اساس فرهنگ ایرانی

## ۲. تغییر درون ظرف تغییر

- مادولار
- قابل تعمیر و تعویض آسان
- جایگزینی قطعات
- بهبود دائمی
- تکمیل و بهتر شدن



لباس مادولار طراحی شده توسط گروه طراحی لباس ایرانی ژاکاو



لباس مادولار طراحی شده توسط برند نایکی

### ۳. استفاده راحت

- اگرچه در شیء مُدأَم پیچیدگی‌های فکری تعبیه می‌شود (Internal Complexity) اما استفاده از آن راحت است (Easy to Use)
- پیچیدگی‌ها درون آن تعبیه می‌شود و سامانه‌ای تو در تو (Nested) است.
- بر اساس تکرار نظم پیچیده به وجود می‌آید.
- شیء مُدأَم ناپیچیده‌گی (Incomplexity) دارد.



چادر چرخ‌ای ایرانی، ساده‌ترین نوع لباس است که تنها از یک پارچه تشکیل شده است

### ۴. نا اقلیدسی

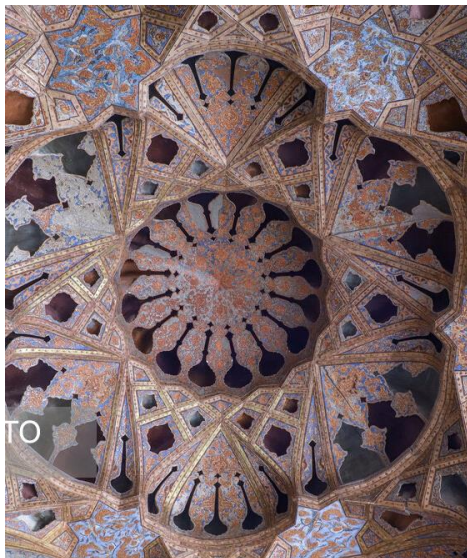
- اولویت در طراحی و تولید شیء مُدأَم اشکال نااقلیدسی (Non-Euclidean Geometry) بر گرفته از طبیعت هستند (Natural Base)
- می‌توان آن را نوعی طراحی براساس زیست‌الگو دانست (Bionic Design).



طراحی بیونیک کیف بر اساس فرم بدن آرمادیلو



بیشترین لباس های محلی ایرانی فرم های ناقلیدسی دارند



استفاده از طرح های ناقلیدسی و فرکتالی در طراحی لباس



۵. بدون زمان/بدون مکان

• قابل استفاده در هر زمان و هر مکان (Perpetual)

• می توان آنرا در هر موقعیتی استفاده کرد

• با هر وضعیت محیطی تطبیق پیدا می کند.

• Stretchable and Breathable Fabrics

• Adaptive clothing



لباس قابل تغییر شکل بر اساس موقعیت زمانی، سنی و مکانی.

۶. با دوام است (هم ذهنی و هم فیزیکی) (Sustainable)

۷. بدن را می پوشاند (Veil).

۸. به آسانی به طبیعت و محیط زیست باز می گردد و بازیافت می شود (Recyclable).

۹. از روی آگاهی مخاطب انتخاب می شود و نه با القای فکری مستقیم یا غیر مستقیم سازنده.

مصرف کننده باید در انتخاب آن استقلال داشته باشد (Awareness)

۱۰. قابل تکامل (فرگشت پذیر) است به نحوی که بتوان در هر لحظه آنرا بنابر منطقی بهتر کرد (Evolvable) و ویژگی خودبهبودگی و سازگاری دارد.
۱۱. دارای ویژگی خود همانندی است. یکایی ثابت دارد که قطعات آن با تکرار همان یکا قابل تولید باشند (Self Similarity)

