

رمز وراز لباس

حقایق دربارهٔ مُد

ماری گریند آرنتسن

ترجمه: محمد نصیری - علی حبیبی پور

نشر یارمند

عنوان: رمز و راز لباس
حقایقی دربارهٔ مُد

نویسنده: ماری گریند آرنتزن
مترجم: محمد نصیری - علی حبیبی پور
ویراستار: مریم ترکمیان

تصویرگر جلد: مهدی کریم زاده
صفحه آرا: زهرا صالح نژاد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۹۲-۰۴-۴
نوبت چاپ: اول
قیمت: ۴۳۰۰۰ تومان

تمام حقوق چاپ و نشر، محفوظ
و متعلق به نشر یارمند با همکاری نشر صادق است

نشانی: تهران - خیابان کریم خان زند
بین خیابان ایران شهر و ماهشهر - پلاک ۱۴۶ - طبقه دوم
شماره تماس: ۰۲۱-۸۸۴۹۰۷۴۳
شماره پیامک: ۱۰۰۰۳۰۳۱۳۲

سرشناسه: آرنتسن، ماری گریند، ۱۹۷۰-م.
-۱۹۷۰، Arntzen, Mari Grinde

عنوان و نام پدیدآور: راز و رمز لباس، حقایقی دربارهٔ مد / ماری
گریند آرنتسن / مترجم: محمد نصیری - علی حبیبی پور
مشخصات نشر: تهران: یارمند، ۱۴۰۱
مشخصات ظاهری: ۱۲۶ ص: ۱۴/۵ × ۲۷/۵ س.م
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۹۲-۰۴-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیا
موضوع مد / Fashion / پوشاک / Clothing and dress / پوشاک
- صنعت و تجارت / Clothing trade
رده بندی کنگره: TT515

رده بندی دیویی: ۶۴۶/۴۰۲
شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۸۱۲۲۶

فهرست

۷	مقدمه
۱۱	یکم / انسان‌ها
۱۱	اصلاً مد چیست؟
۲۰	چرا مد زود به زود عوض می‌شود؟
۲۲	ابزار ۱: نظریه روح زمانه؛ ساعت
۲۳	ابزار ۲: نظریه سیاسی؛ چسب
۲۴	ابزار ۳: نظریه فریبندگی؛ ویابرا
۲۵	ابزار ۴: نظریه تجاری؛ کیف
۲۶	ابزار ۵: جنون جدید؛ راهزن یک دست
۲۹	چرا لباسی که می‌پوشم همان من است؟
۳۲	وقتی لباس می‌پوشم چه می‌شود؟
۴۱	دوم / دموکراسی
۴۱	مد و فردیت چگونه به هم می‌رسند؟
۵۱	چرا مد برای اندکی از آدم‌هاست؟
۵۷	سوم / دیکتاتوری
۵۷	چرا انا وینتور حال به هم‌زن شد؟
۶۰	چرا مد همیشه برحق است و اشتباه در کارش نیست؟
۶۵	چیز تجملی چگونه تجملی می‌شود؟
۶۶	درس اول تجمل: تجمل یعنی کارکردن با آدم‌های مناسب

- درس دوم تجمل: چیز تجملی را نباید فقط وصف کرد، باید به صحنه آورد ۶۷
- درس سوم تجمل: چیز تجملی به معنای یک چیز جدید و درخشان نیست، بلکه به معنای چیز اصل، اصیل و اختصاصی است ۶۸
- درس چهارم تجمل: چیز تجملی در دسترس همگان نیست ۶۹
- مد چگونه رهبر می‌سازد؟ ۷۰
- چهارم / مغز** ۷۵
- مد چگونه مغز را هک می‌کند؟ ۷۵
- چرا مد ضد مرگ است؟ ۸۲
- چرا زیبایی این قدر مهم است؟ ۹۰
- پنج / آینده** ۹۷
- مد چگونه تبدیل به شر شد؟ ۹۷
- چرا شنای هماهنگ سخت است؟ ۱۰۴
- مانع یکم: آرزو ۱۰۶
- مانع دوم: وقت ۱۰۷
- مانع سوم: نگرش در برابر رفتار ۱۰۸
- مانع چهارم: فداکاری ۱۰۸
- مانع پنجم: زیبایی ۱۰۹
- مردم چگونه کارهای خوب انجام می‌دهند؟ ۱۱۰
- چرا مغز ما دوستدار محیط زیست نیست؟ ۱۲۰

مقدمه

میانه دهه ۷۰ بود که در کشو لباس مادرم یک روبان آبی مخمل پیدا کردم؛ شاید پنج ساله بودم، در یک شهرک صنعتی کوچک در نوژ زندگی می کردیم. تنها چند تولیدی لباس وجود داشت و بیشترشان هم برای سال خوردگان لباس تولید می کردند. من نه روزنامه می خواندم و نه مجله، فقط روزی یک ساعت شبکه تلویزیونی کودکان را تماشا می کردم و تنها تبلیغاتی که می دیدم، پوستر شامپو در بقالی های محله مان بود؛ باین همه، آن قدر شعور داشتم که بدانم روبان، مُد روز است. آن را مانند تکه ای جواهر، محکم به گردنم بستم. این اولین خاطره من از مد است؛ مد به عنوان یک چیز کاملاً طبیعی.

کتاب پیش رو، حاصل اندیشه هایی است که خیلی سال ها پس از آن خاطره، بدان ها مشغول شدم. مطالعات من در زمینه طبیعت و محیط زیست، توسعه، انسان شناسی اجتماعی و روزنامه نگاری بود؛ ولی هنگامی که روزنامه نگاری را شروع کردم، درباره مد نوشتم. پیش از هر چیز، این زیبایی مد بود که مرا فریفت و البته در کنار آن، دوست داشتم بینم آیا می توانم پیش بینی کنم مد بعدی چیست یا نه؛ سپس این پرسش پیش آمد؛ چرا ما این همه پول و وقت خرج لباس می کنیم؟ چرا داشتن ظاهر پسندیده این قدر مهم است؟ چرا مد این قدر زود عوض می شود؟ مقاله هایی نوشتم، با پژوهشگرانی در بریتانیا و سوئد و دانمارک و

ایالات متحده حرف زدم و دانشگاهیانی را یافتم که به مد جوری می پرداختند که با کار من در نروژ سرتاپا فرق داشت؛ از دید آنان، مد یک چیز بیهوده و پیش پا افتاده نبود. مد روشی است که با آن می شود جامعه را مطالعه کرد، ابزاری برای شناخت انسان ها و همچنین نوعی ابزار بصری برای ارتباط گیری. به صرافت افتادم که درباره زبان مد، قدرت مد و پروژه های هویتی مد کتابی بنویسم. دوست داشتم مقاله به مقاله مد را به عنوان یک پدیده، یک تجارت و یک گونه هنری، هرچه بیشتر کاوش کنم. وانگهی فهمیدم زیر این لایه ها، چیزهای دیگری هم هست: مد حقیقت زشتی هم دارد!

سال ۱۹۹۲ در اجلاس زمین سازمان ملل متحد در ریو دو ژانیرو، هشدار داده شد: مصرف گرایی خیلی زیاد کشورهای دارا باعث گرمایش جهانی خواهد شد. گرمایش جهانی هم یعنی آب و هوای خراب، ناگواری های طبیعی، خشک سالی و مرگ. برای پیشگیری از فاجعه، کشورهای دارا می بایست از مصرف خویش می کاستند و می دانیم که نکاستند.

در نروژی که من زندگی می کنم، پوشاکم - که ما و محیط ما را خواستنی تر می کند - بیش از هر چیز دیگر دچار مصرف گرایی نشده است. ما دو برابر دهه ۱۹۸۰ لباس داریم. از چوب لباسی همگان، مدهای ارزان اویزان است. کیفیت پایین فرآورده ها و روش های تولید آسیب رسان به محیط زیست، آشکارا میل به خرید ارزان تر را در ما شعله ور می کنند. بهره گیری تولید کنندگان از نیروی کار کودکان، دستمزدهای بخور و نمیر کارگران و وضعیت کاری غیر انسانی نیز جلودار ما نیست.

مد، همدلی سرش نمی شود. تمرکز ما روی سود شخصی و بقای اجتماعی، گویی از همدلی با دیگران و نگرانی درباره دیگران مهم تر شده است. حتی آینده خودمان نیز دود می شود؛ مهم این است که اکنون و اینجا خواستنی بنماییم.

ما داریم مرگ می پوشیم و در حیرتم که چرا!

پاسخ را باید در مد و در آدمیان جست. ولی مد چه چیزی دارد که ما را

این‌گونه کور می‌کند؟ آدمیان را چه شده که خواستنی شدن را از خود زندگی مهم‌تر می‌دانند؟

من می‌خواهم به تاریخ این پنجمین صنعت بزرگ دنیا - با تریلیون‌ها دلار ارزش - پردازم؛ همچنین به داستانی می‌پردازم که در پس یکی از جدی‌ترین و شاید غیرضروری‌ترین مشکل‌های امروز ما جای گرفته است. داستان در این باره است: مد واقعاً چیست؟ چرا چیزهایی که مد می‌شوند، قدرتمندند؟ چرا زیبایی برای زندگی ما مهم است؟

با نگرستن به مد همچو بخش جدایی‌ناپذیری از حیات بشری، با نگرستن به صنعت مد همچو گونه‌ای از هک کردن مغز، شاید بتوان به پاسخ‌هایی رسید که آینده‌ای پایدارتر، با لباس‌هایی بهتر را به ما نوید دهند.

www.ketab.ir