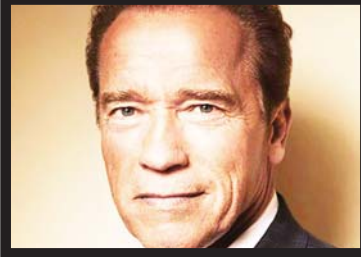


سر رسید مد

میلاد آقای استایل



● ۳۰ جولای یادآور میلاد آرنولد آلویس شوارتزنگر (Arnold Alois Schwarzenegger)، مدل، تهیه‌کننده، کارگردان، تاجر، سرمایه‌گذار، نویسنده، سیاست‌مدار، بازیگر، فعال محیط زیست، پدیدآور، ورزشکار و بدن‌ساز اتریشی-آمریکایی و برنده جایزه گلدن گلوب بازیگری، است. او رکورددار هفت بار قهرمانی در مسابقات مستر المپیا است و پس از لی هینی و رونی کلمن بیشترین تعداد قهرمانی در این رقابت‌ها را داراست. او ورزشه‌ترین بدن را بین بدن‌سازان جهان داشته است. آرنولد در دنیای سیاست هم دستی بر آتش دارد. او فرماندار سابق ایالت کالیفرنیا بوده است. پیش از اینها در سمت ریاست شورای ریاست‌جمهوری در تناسب اندام و ورزش در زمان جورج بوش بوده است. در سال ۲۰۰۶ به عنوان محبوب‌ترین سیاست‌مدار سال انتخاب شد. مجله تایم در فهرستی با عنوان تایم ۱۰۰ او را دو بار در سال‌های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۷ در فهرست صد شخصیت تأثیرگذار و بانفوذ جهان قرار داد.

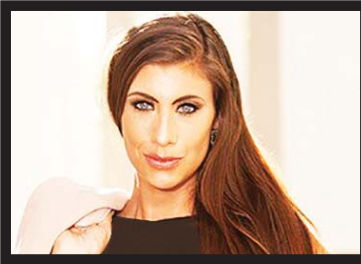
مرام ماندگار یک بانو



● ۳۸ سال پیش در ۲۹ جولای ۱۹۸۱، ۷۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان مراسم ازدواج دایانا اسپنسر (Diana Frances Spencer) که بعدها لقب شاهدخت ولز (Diana, Princess of Wales) گرفت، با شاهزاده چارلز، وارث و پسر ارشد الیزابت دوم، ملکه انگلیس، را از تلویزیون بی‌بی‌سی تماشا کردند. دایانا برای فعالیت‌هایش در زمینه جمع‌آوری پول برای خیریه‌های بین‌المللی و همچنین به عنوان یک شخصیت برجسته و مشهور در قرن بیستم شناخته می‌شود. ازدواج او با شاهزاده ولز در تاریخ ۲۹ جولای ۱۹۸۱ در کلیسای جامع سنت‌پل برگزار شد که مخاطبانی جهانی داشت. با این ازدواج او القاب شاهدخت ولز، دوشس کورنوال، دوشس رافسبی و کنتس چستر را به دست آورد. ثمره این ازدواج دو پسر بود: ویلیام و هری کسانی که در ردیف رسیدن به تاج و تخت بریتانیا، دوم و ششم هستند. دو عروس دایانا بیشتر عروس ارشدش، کیت میدلتون بسیار می‌کوشد با تکرار استایل دایانا، یاد او را زنده نگاه دارد و به نوعی زیراکسی از شخصیت فرهنگی دایانا باشد. با اینکه دایانا با اعلام نامزدی‌اش سه چهره‌ای جهانی تبدیل شد اما بیشتر برای کارهای خیرخواهانه به رسمیت شناخته می‌شود. دایانا در دوران ازدواجش و پس از آن به عنوان چهره برجسته مطبوعات باقی ماند و ازدواج او پس از ۱۵ سال با طلاق در تاریخ ۲۸ آگوست ۱۹۹۶ به پایان رسید. توجه رسانه‌ها و مطبوعات جهان برای آخرین بار در تاریخ ۳۱ آگوست ۱۹۹۷ به دایانا جلب شد؛ روزی که در یک تصادف رانندگی در پاریس کشته شد. استایل کلاسیک و باوقار او، در کنار فعالیت‌های عام‌المنفعه‌اش، هنوز مورد توجه زنان بسیاری است.

مدل مشهوری

که نمی خواست مدل شود



● ماریا اریکسون (Maria Eriksson) زاده ۲۹ جولای ۱۹۸۲ و مدل انگلیسی است. او یکی از چند مدل از خارج از ایالات متحده است که به سبب توانایی حرفه‌ای فوق‌العاده‌اش، کارت سبز خاصی را به واسطه حرفه‌اش به دست آورده است. ماریا اریکسون در نزدیکی لیدز در غرب یورکشایر در شمال انگلستان متولد شد. خانواده‌اش انگلیسی است و دارای ریشه خانوادگی اتریشی است. اریکسون دارای مدرک لیسانس و مدرک کارشناسی ارشد از دانشگاه نیوکاسل و دانشگاه یورک است. اریکسون هیچ قصدی برای تبدیل‌شدن به یک مدل نداشت، اما پس از تکمیل مدرک کارشناسی خود، مدت کوتاهی در لندن به عنوان یک مدل برای طراحان برجسته لندن مثل بلیو ساسون و زاندرآ روزز کار کرد. او پس از اتمام مدرک دوم خود، به حرفه مدلینگ به صورت تمام‌وقت بازگشت و از سال ۲۰۰۹ به‌طور ثابت و پیوسته کار کرده و شهرت جهانی دارد.



ستاره جاوید

مثل همیشه، امضای تفاهم‌نامه مایین «معاونت زنان و خانواده ریاست‌جمهوری» با «کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور» که به قول روابط‌عمومی معاونت زنان! به «ستاد مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» تنزل یافته، بار دیگر در سکوت خبری و بدون درج هیچ‌گونه اطلاعاتی از مفاد این تفاهم‌نامه، صورت گرفته است. تلخ‌تر از این سکوت، عدم دسترسی به منابع درجه یک اطلاعاتی برای اخذ اطلاعات بیشتر در این زمینه است. شوربختانه شاید به‌جرت بتوان گفت از هر ۳۰ تماس، یک تماس موفق که به مکالمه با مسئولان مربوطه منجر می‌شود، اتفاق می‌افتد و ما اصلا به افراد مربوطه دسترسی نداریم. یکم مردادماه، روابط‌عمومی معاونت زنان و امور خانواده ریاست‌جمهوری با انتشار خبری از امضای این تفاهم‌نامه خبر داد؛ خبری که در آن نقش حقوقی کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در حد یک ستاد تنزل یافته و بدون ارائه اطلاعات دقیق از مفاد تفاهم‌نامه و اهداف امضای این سند، به روال معمول همیشه، از خانم ابتکار تا آقای قبادی و خانم سوسن باستانی، به ارائه سخنان شعارگونه و ادعاهای بزرگ از قبیل «در موضوع حجاب و عفاف با روش‌های مناسب، حتی پتانسیل تأثیرگذاری فرهنگی بر کشورهای همسایه را نیز داریم که از منظر رونق اقتصادی بسیار مهم است»، بسنده شده است. در شرایطی که طرح‌های بلاکلیف متعددی روی دست کارگروه ساماندهی مد و لباس و در

ذیل آن بنیاد مد افتاده است، امضای تفاهم‌نامه پشت تفاهم‌نامه آن هم پشت درهای بسته چه نتایجی را دنبال می‌کند؟! لازم است بنیاد مد با معاونت امور زنان جزئیات شفاف‌ی از این بده‌بستان را در اختیار رسانه‌ها قرار دهند تا دوباره روند اقتصادی سال گذشته تکرار نشود که نهاده‌ها به نام حمایت و همکاری، با بنیاد مد تفاهم‌نامه امضا کردند و به خبرنگاران اعلام شد بوستان گفت‌وگو در راستای تهاتر و تفاهم همکاری برای جشنواره مد و لباس فجر در اختیار کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور قرار گرفته اما در نهایت تعجب، بعد از مطالبه روزنامه «شرق» مبنی بر انتشار

ریز هزینه‌های جشنواره مد و لباس فجر و در پی این مطالبه و انتشار هزینه‌ها، مشاهده شد شهرداری تهران بابت دراختیارگذاشتن بوستان گفت‌وگو رقم قابل توجهی دریافت کرده است.

اگر قرار است بودجه اندک مد و لباس کشور، در ذیل تفاهم‌نامه‌های خیلی کلان، ناشفاف مانند گوشت قربانی از بنیاد مد خارج و به خزانه دستگاه‌های نه چندان کارشناس منتقل شود، بهتر است از آقای قبادی به عنوان

مقام ارشد اجرایی در این حوزه درخواست کنیم فاتحه مد و لباس را بخواند. هنوز جای این سؤال گنگ و بی‌پاسخ روی ذهن‌مان درد می‌کند که دقیقاً قرار است معاونت امور زنان و خانواده ریاست‌جمهوری در زمینه مد و لباس کشور برای

زنان ایران چه کند؟ متأسفانه در سال‌های اخیر، اتفاق تأثیرگذار چشم‌گیری از سوی معاونت رقم نخورده و حال باید دید در چنین شرایطی معاونت زنان می‌خواهد با بودجه مبادله‌شده مابین چه حرکتی برای زنان ایران انجام دهد؟! حتی مشخص نشده است تا به کی باید صبر کنیم و خروجی این تفاهم‌نامه را نظاره‌گر باشیم؟! مهلت و ضرب‌الاجل تعیین‌شده برای تحقق همه اهداف این تفاهم‌نامه، چه زمانی تعیین شده و اصولاً قرار است چه اتفاقی بیفتد. انتشار اخبار گنگ و ناشفاف با بار تبلیغاتی نمی‌تواند به تعالی روند و جریان مُد کشور که هرگز متوقف نخواهد

شد، کمکی کند. فقط راه را دورتر و بودجه اندک این مسیر را از دسترس به‌حق فعالانی خارج می‌کند که برای ماندن روی پای خود، به وامی خرد نیاز دارند که به‌یادای بالاتر سوق دهند. به اعتقاد نگارنده، اقدامات نمایشی و تبلیغاتی زمانی که به صورت «برد- برد» تعریف شود، نه تنها نکویده نیست، بلکه توصیه هم می‌شود. اما ورق‌زدن کارنامه عملکرد

بنیاد ملی مد در سال‌های پیشین تاکنون نشان می‌دهد به دلیل حسن نیت وافری که حمید قبادی، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، در تعامل و همکاری با همگان دارد، سبب شده است بسیاری از همکاری‌ها و بازی‌ها، به صورت «برد- برد» نباشد و وزنه

تمنای حرفه‌ای این است با توجه به اینکه تب مد در کشور شیوع پیدا کرده و هر کس می‌خواهد از این بر، گلی بچیند و پولی درآورد، لازم است بنیاد ملی مد و لباس، به نمایندگی از قشر عظیمی که در یک دهه اخیر با اقتصاد مد امرار معاش می‌کنند و بنگاه‌های اقتصادی خرد با کلانی را برای پاکرفتن بیزینس خود راه‌اندازی کردند، با دقت نظر اقدام به امضای تفاهم‌نامه و عقد قرارداد کند

پیشین تاکنون نشان می‌دهد به دلیل حسن نیت وافری که حمید قبادی، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، در تعامل و همکاری با همگان دارد، سبب شده است بسیاری از همکاری‌ها و بازی‌ها، به صورت «برد- برد» نباشد و وزنه



نخستین نمایشگاه مد اسلامی در آذربایجان شرقی با نگاه حمایتی دولت ۱۳۹۶ / ایستا

امضای تفاهم‌نامه معاونت زنان ریاست‌جمهوری و بنیاد مد در سکوت خبری

بده‌بستان به نام جامعه مُد

خسران ععیده‌ای که باقی می‌ماند، در سمت بنیاد سنگین‌تر باشد تا سمت دیگر ترازوی تفاهم‌نامه‌ها! تجربه سال گذشته همکاری با شهرداری تهران و فاکتور سنگینی که از بودجه سالانه مد به این سازمان بابت بوستان گفت‌وگو پرداخت شده، گواهی بر این مدعاست.

تمنای حرفه‌ای این است با توجه به اینکه تب مد در کشور شیوع پیدا کرده و موج آن به چشمان همگان جذاب آمده است و هر کس می‌خواهد از این بر، گلی بچیند و پولی درآورد، لازم است بنیاد ملی مد و لباس، به نمایندگی از قشر عظیمی که در یک دهه اخیر با اقتصاد مد امرار معاش می‌کنند و بنگاه‌های اقتصادی خرد یا کلانی را برای پاکرفتن بیزینس خود راه‌اندازی کردند، با دقت نظر و موشکافی بیشتری اقدام به امضای تفاهم‌نامه و عقد قرارداد کند و خود را جانب‌دار حقوق کسانی بداند که بنیاد را امین خود می‌دانند و روی بودجه سالانه اندکی که در اختیار این بنیاد قرار می‌گیرد تا خرج تعالی مد و لباس و فرهنگ این سرزمین شود، حساب باز کرده‌اند و بنیاد نباید آن را حیث و میل کند. در اینکه دولت و نظام نگاه حمایتی به مدیوم مد دارند و برای رشد آن در پی ایجاد شرایط مناسب هستند تردیدی نیست و ذکر این سخنان به معنای بی‌اعتبارکردن یا ناکارآمد جلوه‌دادن معاونت امور زنان و خانواده ریاست‌جمهوری نیست، بلکه تمنای حرفه‌ای این است که دولت در یک خبر صحیح و مشروح، ذکر شود قرار است در ذیل این تفاهم‌نامه، چه اتفاقات یا رنسانس فرهنگی در انتظار بانوان ایرانی باشد؟ ما تا شفاف‌شدن همه جزئیات صبر می‌کنیم و به در باغ سبزی که این تفاهم‌نامه خواهد گشود، چشم دوخته‌ایم.

مد در ایران

بنیاد مُد در پی برگزاری جشنواره پوشاک مدارس



● حمید قبادی، دبیر کارگروه ساماندهی مُد و لباس کشور، به هنرآنلاین گفته موضوع پوشاک مدرسه باید در اولویت کار مدارس در سراسر کشور قرار بگیرد و از دیدگاه من جشنواره‌ها بهانه‌ای برای تبیین، ترسیم، تثبیت و نمایش توانمندی‌های این موضوع مهم هستند. انجمن‌ها کارکردهای متعددی دارند و نباید به‌واسطه نگرانی‌ها از برنامه‌ریزی آتی در حوزه پوشاک مدارس فاصله بگیریم. قبادی با تأکید بر نقش و جایگاه انجمن فرهنگی- هنری طراحان و تولیدکنندگان پوشاک مدارس در راستای تأکید بر ضرورت پیشبرد اهداف و برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت این انجمن اظهار کرد: انجمن پوشاک مدارس با داشتن یک بانک اطلاعاتی قوی در بخش‌های گوناگون مرتبط با حوزه لباس فرم مدارس، می‌تواند در ذیل محل مراجعه افراد مختلف از جامعه بزرگ آموزش پرورش قرار بگیرد. این انجمن باید برای تبیین مسئله در بین اولیای مدرسه و فرزندان نقش آفرینی کند و ما معتقدیم فعالیت‌های اجرایی مانند همایش‌ها و جشنواره‌ها باید توسط این انجمن و در سایه همراهی دیگر مؤسسات انجام شود.

توزیع ۳ هزار تن نخ تولیدی‌های پوشاک در



● دبیر کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی پوشاک درباره اقدامات اخیر این کارگروه در بحث تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی اعلام کرد: توزیع بدون واسطه دو میلیون قطعه سوزن دستگاه جوراب‌بافی با ۳۰ تا ۴۰ درصد زیر قیمت، ۳۰۰ هزار متر پارچه و سه هزار تن نخ حاکی از آن است که حجم زیادی از این مواد اولیه به دست تولیدکنندگان رسیده، آن‌هم درحالی‌که بخشی از این مواد مربوط به واردات بوده است. به گزارش هنرآنلاین، محمد توکلی با بیان اینکه ما به‌شدت مخالف واردات هستیم به شرطی که تولیدات داخلی کیفیت قابل قبول داشته باشند، به نفوذ برخی کارخانه‌های ریسندگی که ۴۰ درصد کل نخ کشور را تولید می‌کنند در راستای تعطیلی کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی پوشاک اشاره کرد و گفت: کارخانه‌هایی که توان تولید نخ مرغوب برای تولیدکنندگان را ندارد، به تعداد انگشتان دست هم نمی‌رسد. توکلی تصریح کرد: با تداوم این وضع و اصرارهای بی‌مورد و کارکنی‌های موجود، در آینده نزدیک با کمبود نخ و گرانی این کالا مواجه خواهیم شد.

اینستاگرام محبوب‌ترین اپ در میان مُدبازها



● فعالان حوزه مد و لباس با آگاهی از اهمیت رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات اینترنتی، فعالیت گسترده‌ای در فضای مجازی دارند و در این بین «اینستاگرام»، از همه اپ‌ها پششارتر است. اینستاگرام در میان فعالان عرصه مد و لباس ایران، به‌دلیل رایگان‌بودن و امکاناتی که دارد، به فضای مناسبی برای تبلیغات مجازی و معرفی محصولات و طرح‌ها تبدیل شده است. به ادعای هنرآنلاین رسانه‌های جمعی و خبرگزاری‌ها آن‌گونه که باید، روی خوشی به جریان مد و لباس نشان نمی‌دهند و آنها هیچ ابزار تبلیغاتی خاصی جز اینستاگرام، برای معرفی خود و محصولاتشان ندارند. به گزارش «شرق»، این در حالی است که اکنون مد و لباس در رسانه‌های رسمی کشور صاحب هویت مستقل است و اینستاگرام نه‌تنها در میان مدیست‌ها بلکه در میان تمام بیزینس‌ها، محبوبیت دارد و به‌نوعی عضو ثابت بنگاه‌های اقتصادی خرد و کلان شده است. یکی از ارزان‌ترین و در دسترس‌ترین ابزارهای شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام است.