

ترندهای مد در جهان

«بیوه سیاه» کوچی مقابل دوربین می رود



● گروه مد بخش بین الملل: وریاتی گزارش داده است لیدی گاگا، خواننده آمریکایی، برای بازی در نقش «بیوه سیاه» که به زندگی عروس کوچی، ثروتمند مشهور ایتالیایی (Gucci، cio. اشاره دارد، برای ردیابی اسکات مقابل دوربین می رود. مانوریتسو کوچی (Maurizio Gucci) نوه بنیان گذار کوچی در سال ۱۹۹۵ از سوی پاتریشیا رجبونی (Patrizia Reggiani) همسر سابقش در میلان به قتل رسید. بیوه سیاه لقبی است که رسانه های دهه ۹۰ میلادی در زمان محاکمه پاتریشیا به او دادند. «کوچی» برند ممتاز و لوکس مد ایتالیایی است که در سال ۱۹۲۱ به همت گوچیو کوچی در فلورانس پایه گذاری شد. به گزارش بیزینس وییک (BusinessWeek) ۲/۴ بلییون یورو بوده است. حدود ۳۰۰ شعبه اصلی این برند در سراسر جهان، بالغ بر صد قلم محصول بسیار لوکس و درجه یک این برند را با قیمت بالایی به فروش می رسانند.



● جریانی که در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی آن سوی آنها به راه افتاده، حاکی است اقبال بانوان اروپایی و آمریکایی به استفاده از لباس عروس های آستین دار نسبت به سال ۲۰۱۸ افزایش پیدا کرده است. پینترست با بازدید روزانه بیش از ۲۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان، یکی از آوانگاردترین و در عین حال فعال ترین رسانه های مجازی در زمینه تبلیغات منسوجات مد و برندهاست که این روزها با ترندشدن لباس های آستین دار برای عروس خانم ها، گوی سبقت را از اینستاگرام ربوده است. حال باید دید این اقبال به دلیل نزدیک شدن به فصل سرد و هارمونی ای است که خانم ها به این استایل رغبت نشان داده اند یا اینکه علاقه مندی به مد محبوب و باحیا همچنان در مسیر رشد قرار گرفته و جای خود را در میان بانوان اروپایی و آمریکایی هم گشوده است!

جین جان سخت برمی گردد



● جین های مد دهه های ۸۰ و ۹۰ میلادی بار دیگر به خانه های نوجوانان و جوانان بازگشته است، نگاهی به شبکه های اجتماعی متعدد که کم هم نیستند، نشان می دهد که کمپانی جین با بازگشت به گذشته و تولید ورزن های قدیمی جین های دهیابسته و سنتی گشاد، بار دیگر می کوشد بازار جهانی و اقتصاد مد را در دست گیرد و با تزریق این قلم کلاای محبوب و نوستالژیک برای فشن بازهای دهه های ۸۰ و ۹۰ میلادی، گردش مالی خود را در دورانی که اقتصاد حرف اول را می زند، به نفع خود بچرخاند. سلفی های بسیار زیادی که اشخاص در صفحه های شخصی خود به اشتراک گذاشته اند، از جان سختی این محصول جهانی و فراگیر صحبت می کند و می گوید به رغم گذشت بیش از دو دهه هنوز دود از کنده جین بلند می شود و بعد است این پوشیدنی محبوب و راحت و پرتقاردر حالا حالاه محبوبیت و بازار خود را از دست دهد.

مُد ایرانی – اسلامی



مُد ایرانی به روایت وَشتن های فرزانه کابلی



ستاره جاوید

اکنون که حلقه سخت گیری ها تنگ تر و فعالیت فشن شوها به تعطیلی کشانده شده است، «دلم فریاد می خواهد» تازه ترین تک اجرای فرزانه کابلی (۱۱ تا ۹۸ تالار وحدت)، طراح و کارگردان حرکات نمایش فولک ایرانی و باله کلاسیک، چراغ امیدی در دل علاقه مندان بر پرفورمنس آرت و مد ایرانی برافروخت؛ چراغ امید در دل فعالان مد از آن جهت که کابلی یکی از معدود افرادی است که در دو دهه اخیر به طور خاص و مستمر روی لباس فولک ایرانی به همراه حرکات ایلیاتی و فولکلوریک کار کرده است. در هر اجرای او، می توان رد پای نوبی از فرهنگ ایلیاتی یک خطه از سرزمین کهن ایران را به تماشا نشست. گروه دختران او در پوششی از لباس فاخر ایلیاتی روی صحنه تالار وحدت می آیند و در منتانسی وصف ناپذیر، نمایش های محلی ایران را برای بانوان به اجرا درمی آورند. نکته حائز اهمیت در تمام اجراها، وفاداری به حفظ حجاب اصیل و مؤلفه هایی است که در فرهنگ کهن فولکلوریک ایران نهفته است و در زورورقی از متانت و اصالت و شوق درونی پیچیده شده و به مخاطب تعارف می شود.

این روزها که بحث لباس ایلیاتی و لباس محلی ایرانی بر سر زبان ها افتاده و گروه های متعددی با اقتباس از فرهنگ استان های ایلیاتی متعدد تلاش دارند بر موج این تبلیغ ملی سوار شوند، آنچه ارزش کار این بانوی نستوه را بیشتر می کند تلاش های او برای سفرهای متعدد با اکتا بر پژوهش میدانی و

پرداخت هزینه لباس های محلی از سوی خود اوست. کابلی آرشویی غنی از لباس های محلی را که در سال ها سفر به نقاط دور دست جمع آوری کرده، در اختیار دارد. هزینه تهیه و تولید لباس های مربوط به هر مومنان در اجرا بر عهده شخص اوست و پرفورمنس آرتی که به شکل نمایش های محلی و حرکات موزون به معرض نمایش می گذارد، با اقبال گسترده بانوان تهرانی همراه بوده است. طنز کلامی نهفته در طنز های تئاترال او در فواصل بین اجراهای گروه دخترانش بر حالات اجرا افزوده و اثر گذاری هنر او را دوچندان می کند. هر چند از او خواسته شده به جای کلمه «رقص» از واژه «وشتن» که در لغت نامه دهخدا به همان معنای جستن و رقصیدن به کار رفته است، استفاده کند، اما اصالت اجراها و تنوع رنگ ها و طرح ها و تازگی طراحی اکسسوری هایی که تن پوش دختران می شود به اندازه ای چشم نواز و هوش ریاست که دیگر کلمات به حاشیه رانده شده و آنچه در اجراها در اذهان برجسته می شود روایت اصلی از مد فولک ایرانی است که در رنگ ها و طرح های بسیار متنوعی که از دید بانوان شهر نشین پنهان مانده، به حرکت درمی آید.

به عبارت دیگر می توان گفت اجراهایی از این دست که می تواند خلا ناشی از ممنوعیت برگزاری فشن شوهای تخصصی مد را پر کند، رسالت و وظیفه سنگینتری در قیاس با زمانی که فقط برای عرضه یک پرفورمنس ایلیاتی برنامه ریزی می شوند، بر عهده دارند. به این معنی که به اعتقاد نگارنده، با ممنوعیت

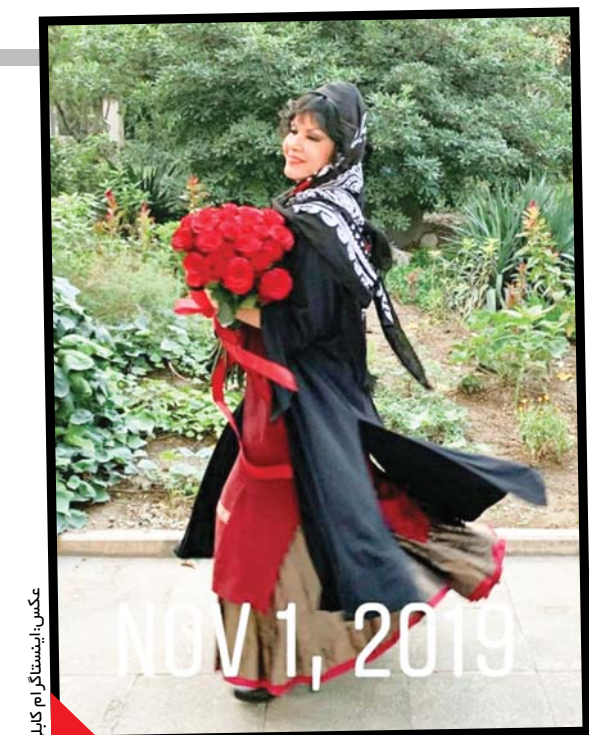
تنوع رنگ، تنوع طرح و گوناگونی مدل ها در پیکره لباس های ایلیاتی ایرانی به اندازه ای زیاد است که به تنهایی با مدرن کردن یکی از المان ها و مؤلفه های نهفته در سنت، می توان به کالکشن های بسیار گوناگون دست یافت و حتی نظر مخاطب مدرن امروزی را که در بیرون از مرزهای ایران زندگی می کند، جلب کرد

پرفورمنس آرت «دلم فریاد می خواهد» به نمایش گذاشته شد. در اجرای اخیر، کابلی ابتکار عمل را به دست گرفته و با سفر به بجنورد و سفارش دوخت لباس های محلی مردان برای گروه دخترانش تلاش کرده بود دوشتن محلی مردان بجنوردی را با کمک گروه دخترانش برای بانوان تهرانی به نمایش بگذارد. خود در زمان تنفس بین اجراها تصریح کرد که در منطقه شمال خراسان، مردان در قیاس با زنان، نقش مؤثرتری در حفظ حرکات فولکلوریک دارند و به همین

اقامت ۶ ماهه مد پاریس در نیویورک



صنعت مد این کشور معتقدند از نظر تاریخی، مد فرانسه همواره با قدرت سیاسی در ارتباط بوده و رهبری با پشتیبانی سیاستمداران از عناصر اصلی پیشرفت مد فرانسه بوده است. پادشاهان فرانسوی همواره سعی کرده اند قواعد پوشش را به نحوی تنظیم کنند که مانع واردات از کشورهای دیگر و حمایت از تجارت فرانسه شوند. لویی چهاردهم از هنرهای تزینی برای گسترش نفوذ فرانسه و افزایش قدرت اقتصادی اش استفاده می کرد. مد هم یکی از این هنرها بود. در زمان سلطنت او، وزیر اقتصاد او ژان باتیست کلیر به شدت از تولیدکنندگان فرانسوی حمایت می کرد. قدرت سلطنتی روی تولیدات شیشه، بلور، چینی، توری، پارچه، روبان، ابریشم و... سرمایه گذاری یا به انواع مختلف از آنها حمایت می کرد. این امر باعث تولید ارزش افزوده محصولاتی شد که بعدها فرانسوی ها می توانستند آنها را به خارج صادر کنند، شرکت های حمل و نقل نیز برای وارد کردن منابع اولیه و صادر کردن تولیدات، توسعه یافتند. کلیر با استخدام متخصصان خارجی نقش مهمی در توسعه صنایع دستی فرانسه داشت. تأثیر چشم انداز خدمات کلیر به حدی است که امروزه مزون های معتبر لوکس در یک انجمن به نام «کمیته کلیر» گرد هم می آیند. اقدامات اوژنی، همسر ناپلئون سوم، باعث شد مد دربار فرانسه در دوران او اوج بگیرد، او در کمندش دو نوع لباس داشت: «لباس سیاسی» و «لباس استراحت». منظور از لباس های سیاسی آنهایی بودند که اقتصاد فرانسه را ترویج می کردند، مانند لباس هایی که چارلز فردرک ورث، بنیان گذار «اوت کوتور» (Haute Couture)، با پارچه های ساخت شهر لیون طراحی و تولید می کرد. نساجی این شهر در آن زمان به پشتیبانی نیاز داشت و چارلز ورث یکی از اولین طراحانی بود که تصمیم گرفت با برخی از تولیدکنندگان نساجی لیون همکاری کند. بودجه ماهانه اوژنی برای مد و دکوراسیون، به اندازه بودجه سالانه لوور برای خرید آثار هنری بود.



عکس: اینستاگرام کلیر

روی خط مد و فناوری

کارگاه استراتژی برندسازی مد درمشهد



● کارگاه آموزشی استراتژی برندسازی مد ۲۰ آبان در مشهد برگزار می شود. به گزارش هنرآتلاین، آشنایی با مفاهیم اصلی برندسازی و مراحل مختلف رسیدن به یک برند ثروت آفرین و موفق از سرفصل های آموزشی این کارگاه یک روزه است. «چگونه برند شخصی خود را راه اندازی کنیم؟ چگونه برندسازی کنیم؟ برند یعنی چی؟ و...» از سایر مواردی است که در امر برندسازی در زمینه مد و اقتصاد بررسی خواهد شد. سه سخنران انگیزشی مدرس این کارگاه هستند. برگزارکنندگان می گویند متأسفانه در ایران تفکرها بر این است اگر لوگو و نام تجاری داشته باشیم یعنی برند تأسیس کردیم، در صورتی که برندسازی مراحل مختلفی دارد و ما بر آن هستیم در همایش بیستم آبان ماه با این مفاهیم آشنا شویم. به گزارش «شرق»، مشهد در دو سال اخیر از مهم ترین شهرهای فعال در زمینه توسعه مد و مدلینگ بوده و اقبال جوانان مشهدی به مدیوم مد در دو سال اخیر رشد چشمگیری داشته است.



● عضو هیئت مدیره انجمن طراحان و تولیدکنندگان محصولات عفاف و حجاب می گوید از مدتی پیش، انجمن در راستای انجام مجموعه ای از اقدامات، گام هایی جدی برداشته است که می توان به بحث تأمین مواد اولیه و سایر ملزومات برای فعالان این بخش به ویژه در زمینه چادر مشکى اشاره کرد. مریم السادات خرمدره درباره موضوع تشکیل ۱۱ کمیسیون در انجمن طراحان و تولیدکنندگان محصولات حجاب به هنرآتلاین گفته است بنا داریم با تشکیل این کمیسیون های تخصصی به شکل حداکثری از توانمندی ها و مشارکت های اعضای انجمن استفاده کنیم و این در حالی است که بیش از صد برند فعال در حوزه عفاف و حجاب از اعضای انجمن هستند و افراد بسیار دیگری نیز به علاقه مندی بسیار در این بخش فعالیت هایی را انجام می دهند که تاکنون فرصت عضویت در انجمن برای آنها دست نداده است. او بر لزوم وجود برنامه مشخص و مدون برای پیشبرد برنامه های هر یک از کمیسیون ها تأکید کرده و گفته است: نکته قابل توجه این است که در هر بخش باید بتوانیم با گردهم آوردن بهترین ها، موضوعاتی را در حوزه حجاب و عفاف کشور پیش ببریم که در آینده نزدیک نه تنها شاهد مرتفع شدن مشکلات و مسائل داخل کشور باشیم که بتوانیم در زمینه صادرات نیز گام های مؤثری برداریم.

گزارش ووگ از گونی برنج ایرانی



● یک طراح ایرانی مقیم بروکلین در حومه نیویورک لباس هایی با گونی برنج ایرانی طراحی کرده است؛ خبری که هفته گذشته مورد توجه بسیاری از رسانه های داخلی و خارجی قرار گرفت و مجله معروف ووگ در گزارشی به این کالکشن پرداخت. طراح این مجموعه در چند سال گذشته این گونی های کاملاً ایرانی را در قالب هنر پوشیدنی عرضه کرد و خود نخستین کسی بود که آنها را در لباس هایش استفاده کرد. این گونی های کتانی در ایران همه جا به وفور یافت می شود، اما طرح ها و نوشته هایش که زیبا و اغلب معمولی هستند، چندان به چشم نمی آیند. برخی از نقش ها، کاریکاتوری از بیتزافروش ها و برخی دیگر تبلیغاتی نظیر «برنج دم سیاه استخوانی» در طراحی های فارسی است. ترکیبی از رنگ های قرمز و سبز که یادآور رنگ های پرچم ایران است، تأثیری عمیق از زیبایی به پارچه هایی می دهند که اگر در طرحی لباس به کار نمی افتند، چیزی بیشتر از افلام دور انداختنی و معمولی نبودند.