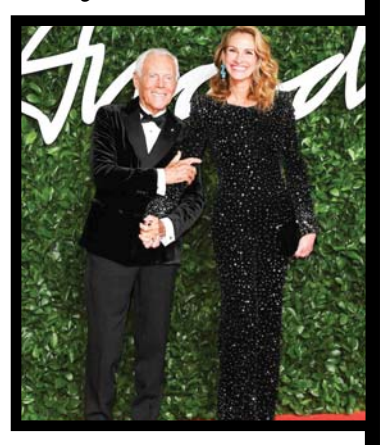
مد در جهان

خیز بلند جوایز مد بریتانیا

● **گروه مد، بخش بین‌الملل:** هر چند مراسم «جوایز مد بریتانیا» (British Fashion Awards)، به‌ظاهر مراسمی پرطمطراق و توأم با خودنمایی سلبریتی‌ها به نظر می‌رسد اما در واقع این مراسم، برنامه سالانه‌ای فراتر از خودنمایی‌هایی است که معمولا در فشن‌شوها دیده می‌شود. حضور شاخص چهره‌های مد، موسیقی، هنر و فرهنگ در مراسم ۲۰۱۹ هم به اندازه سال‌های گذشته، جنجالی بود و توجه رسانه‌های مدعو به مراسم را به خود جلب کرد. این مراسم به میزبانی لندن (Royal Albert Hall) برگزار می‌شود. این مراسم از سال ۱۹۸۹ دایر شده و هر ساله میزبان تعداد کثیری از چهره‌های شاخص هنری و طراحان برجسته مد، با هدف شناساندن افراد شاخص و شرکت‌های ممتاز بریتانیایی و بین‌المللی است که برجسته‌ترین کمک‌های خود را به صنعت مد در طول سال کرده‌اند. سالن اپرای مجلل آلبرت هال با ظرفیت بیش از پنج هزارو۲۰۰ صندلی، یکی از تأثیرگذارترین رویدادهای مد جهان را میزبانی می‌کند. به گزارش ووگ بریتانیا این مراسم از سوی شورای مد بریتانیا(British Fashion Council - BFC) برگزار می‌شود. شورای مد در سال ۱۹۸۳ تشکیل شده و هر سال برای دو دوره متولی برگزاری هفته مد لندن (London Fashion Week) و هفته مد مردان لندن (LFWM) است. رسالت اصلی شورای مد



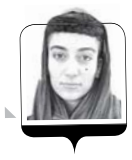
شناساندن استعدادهای فعال در صنعت مد بریتانیا به مخاطبان جهانی است. شورای مد انگلستان مراسم جوایز مد بریتانیا را با شعار ارج‌نهادن به خلاقیت و نوآوری در صنعت مد، دنبال می‌کند. مراسم جوایز مد بریتانیا، اولین کمک مالی برای بنیاد آموزشی شورای مد بریتانیا محسوب می‌شود و همه‌ساله، عواید حاصل از این مراسم در اختیار بنیاد آموزشی شورا قرار می‌گیرد که برای تعالی صنعت مد صرف می‌شود. بعد از مراسم رسمی افتتاح رویداد، درهای سالن برای بازدید عموم مخاطبان از برنامه‌هایی که برای شو تعریف شده است، گشوده می‌شود. شورای مد، مؤسسه غیرانتفاعی با رویکرد خیریه است که با حمایت مالی از دانش‌آموزان بااستعداد و توانا، برای خلق مشارکتی استثنایی در صنعت مدرن مد و ارتقای صنعت طراحی مد می‌کوشد و در تلاش است استعدادها و امکانات نوین را در هنر صنعت مد و فشن ترویج کند.

استقبال چهره‌های شاخص از مراسم امسال

حضور سلبریتی‌ها و اشخاص مشهور با استایل‌های خاص و مد روز در کنار معرفی ممتازی از حضور برندهای مشهور دنیا در عرصه مد و لباس، از نقاط قوت این مراسم است. امسال نیز طبق سنت هر سال برندهای مشهور متعددی از جمله آرمانی، الکساندر مک کوئین، رالف اند روسو، مونکلر و... در لباس‌هایی که بر پیکر سلبریتی‌ها خودنمایی می‌کرد، تبلیغات مؤثری را درباره آخرین فعالیت‌ها و طراحی‌های خود به انجام رساندند. شورای مد بریتانیا به عنوان متولی اصلی برگزاری این رویداد، خیز بلندی را برای ارتقای صنعت مد انگلستان و تبیین آن در افکار عمومی جهان برداشته است. حضور رسانه‌ها و استقبال کم‌نظیر چهره‌های شاخص فرهنگ، مد، هنر و اقتصاد مد در این مراسم، بیانگر تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری‌های حرفه‌ای شورای مد بریتانیا روی اهدافی است که از آغاز پیدایش دنبال کرده است.

افتتاح هفتمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر / عکس: آرشیو فرارو

هنوز از رویکرد نهمین جشنواره مُد فجر خبری نیست!



ستاره جاوید

منبعی آگاه و نزدیک به بنیاد ملی مد و لباس به «شرق» خبر داده که با وجود انتصاب دبیر جدید کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور که در سال‌های پیش به عنوان شخصیتی حقوقی ریاست جشنواره مد و لباس فجر را هم عهده‌دار بوده، مسئولیت برگزاری نهمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر (اسفند ۱۳۹۸) بر عهده حمید قبادی، دبیر پیشین کارگروه و تیم قبلی، متولی برپایی جشنواره پیش‌رو است. فارغ از انتقادهایی که به انتصاب‌های خاموش معاون هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وارد است و درست در فصل حساسی که به فصل جشنواره‌ها (Festive Season) در همه جای جهان مشهور است و در ایران هم به دلیل نزدیکی به ماه بهمن و جشن فجر انقلاب به عنوان فصل جشنواره‌ها شناخته می‌شود، به صورت غافلگیرانه‌ای متوجه تغییر و تحول‌های مدیریتی می‌شویم. بهتر است به دور از حب و بغض‌ها یا قضاوت‌های غیرمغرضانه ببینیم نهمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر آبستن چه رویدادها یا تازه‌های امیدبخشی برای فعالان این عرصه و جامعه مد کشور است. آذرماه به نیمه رسیده است.

دوماه‌واندی تا جشنواره نهم باقی مانده، اطلاعات موثق و دقیقی از استراتژی‌های اجرائی «مرضیه شفاپور» دبیر جدید کارگروه در اختیار رسانه‌ها قرار نگرفته و به گفته رسانه‌های نزدیک به بنیاد و وزارت ارشاد، شفاپور تا ماه آینده قصد ندارد در مقابل رسانه‌ها بنشیند و برنامه‌های خود را تبیین کند. طبق سیاست‌گذاری‌های متولی پیشین جریان مد در قالب جشنواره فجر، مقرر شده بود که هرساله موضوعی در اختیار جامعه مد قرار گیرد و جشنواره فجر براساس طرح‌ها و محصولاتی که با تکیه بر این موضوع به دبیرخانه ارسال می‌شود، به داوری آثار بپردازد. دو دوره این موضوع در اختیار فعالان قرار گرفت و با رفتن دبیر سابق به دلیل دوشغله‌بودن، هنوز بویی از آشی که متولیان امسال برای اجرا و خوانش جشنواره نهم تدارک دیده‌اند، به مشام فعالان مد نمی‌رسد و جامعه مد در بلاتکلیفی موجود، همچنان در انتظار نشسته است. با تأکید بر اینکه این سیاست‌گذاری‌های مقطعی و آنی نمی‌تواند حاصل موفق و تعیین‌کننده‌ای داشته باشد، باید تصریح کرد هیچ‌یک از رویدادها و نگرش‌های جهانی که در عرصه مد به منصه اجرا درمی‌آید، نه تنها در فصل اخیر بلکه به جرئت در دو سال اخیر در ایران اجرا نشده و هیچ آمار و اطلاعات دقیقی از میزان فعالیت استعدادهای علاقه‌مند به عرصه مد در دست نیست.

شوربختانه با وجود بارها تاکید و دعوت از متولیان مقوله مد در کشور برای مطالعه تجربه کشورهای موفق مهد مد و ایرانیزه‌کردن این مدیوم با نیازمندی‌ها و هنجارهای کشور، هنوز که هنوز است هیچ حرکتی که بتواند چراغ امید را در دل جامعه مد برای دیده‌شدن در عرصه جهانی افروخته نگاه دارد، انجام نشده است. باید صادقانه بپذیریم مد در اشل امروزین آن، مدیومی وارداتی به کشور است و نگاهی گذرا به رویدادهای جهانی مد و شیوه مدیریتی متولیان هر رویداد می‌تواند مسیر نه چندان روشن مد در داخل کشور را تا حدودی روشن کند. تنها زحمتی که باید به مسیر رفته دیگران بیفزاییم و چرخ را از ابتدا اختراع نکنیم، ایرانیزه‌سازی تجربه کشورهای مهد مد با هنجارها، فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های موجود در کشور است. با وجود تأکیداتی که دلسوزان و کارشناسان و منتقدان حوزه مد در تمام این سال‌ها داشته و مانند ناظر و شاهدی بی‌طرف، کاستی‌ها را با دلسوزی و بی‌غرض گوشزد کرده‌اند، همچنان شاهد تصمیمات آنی و استراتژی‌های مقطعی، بدون تبیین و آسیب‌شناسی جنبه‌های حاصل از این استراتژی‌های مقطعی و کوتاه‌مدت بوده‌ایم. تنها شاهد مدعا، پناه‌بردن علاقه‌مندان عرصه طراحی مد به کشور همسایه شمال غربی - ترکیه - و گذراندن ورک‌شاپ‌های نه چندان تکنیکال در آنجا و بازگشت به میهن برای انجام امور یومیه و روزمره و نه فعالیت حرفه‌ای بوده است. قصه به همین جا ختم نمی‌شود.

جشنواره مد فجر در آستانه ۱۰سالگی ایستاده است اما همچنان حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در رویدادی که به زعم خود وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، رویدادی غنی برای شناساندن فرهنگ پوشش ایرانی و اسلامی است، در ابهام است و هر سال چه در جشن گشایش و چه در جشن خاتمه و اهدای جوایز برگزیدگان، وزیر فرهنگ وقت افتخار حضور در چنین رویدادی را از جامعه مد سلب می‌کند. سؤال بیشتر مخاطبان و فعالان جامعه مد این است؛ رویدادی که مقام ارشد اجرائی از حضور در آن به بهانه مشغله سر باز می‌زند، چگونه می‌تواند بر پاهای پیکر نحیف خود بایستد و در برابر چالش‌های عظیم اقتصادی، ضعف قوای نساجی کشور و دیو سیاه تحریم‌ها مقاومت کند. با حضور رقیب فرصت‌طلب و نکته‌دانی نظیر ترکیه که از آب گل‌آلود تحریم‌های ایران در تمام حوزه‌ها، به‌خصوص حوزه مد و فرهنگ ماهی‌های فربه گرفته و علاوه بر دوختن کلاه گشادی از این نمد برای ایرانیان، همواره تلاش کرده خود را مهد مد آسیا به‌خصوص مهد مد اسلامی معرفی کند، معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای خنثی‌سازی این برنامه‌ها، چه رویکردی در چنته دارد؟! آیا نهایت سیاست‌گذاری‌ها و دلسوزی‌ها برای تعالی فرهنگ و مد در کشور، عزل و نصب‌های ناگهانی و گماردن افرادی بر مسند تصمیم‌گیری است که هیچ پیشینه علمی یا اجرائی در زمینه مورد بحث ندارند؟! در این مقال، جای پرداختن به این امر نیست چراکه شفاپور با شخصیت فردی تلاشگر و فعال و با نیت نیکو و حسن فکر، بر مسند دبیری بنیاد تکیه زده است و انتقاد از شیوه انتصاب آن هم در سکوت خبری و بدون هیچ اعلانی، از حوصله این مقال خارج است.

> بحث اصلی درباره استراتژی‌هایی است که به صورت مقطعی هرساله جشنواره مد و لباس را تحت تأثیر خود قرار داده و صادقانه باید اعتراف کرد که ضربه‌ها و آسیب‌های خود را نیز بر پیکر نحیف کودک مد کشور وارد کرده است. تمنای حرفه‌ای بسیاری از کسانی که مد کشور وامدار تلاش‌های آنان برای شناساندن پتانسیل‌ها و قابلیت‌های مد ایرانی و اسلامی بوده، این است که در فضای تعامل برنامه‌های متولیان امر مد، دست‌کم برای یک دوره پنج‌ساله تبیین شود

بحث اصلی درباره استراتژی‌هایی است که به صورت مقطعی هرساله جشنواره مد و لباس را تحت تأثیر خود قرار داده و صادقانه باید اعتراف کرد که ضربه‌ها و آسیب‌های خود را نیز بر پیکر نحیف کودک مد کشور وارد کرده است. تمنای حرفه‌ای بسیاری از کسانی که مد کشور وامدار تلاش‌های آنان برای شناساندن پتانسیل‌ها و قابلیت‌های مد ایرانی و اسلامی بوده، این است که در اندک‌فرصت باقی‌مانده تا جشنواره نهم، در فضای محترمانه تعامل و گفت‌وگو برنامه‌های متولیان امر مد، نه تنها برای جشنواره نهم بلکه دست‌کم برای یک دوره پنج‌ساله تبیین شود. داشتن نگاه سیستماتیک و بلندمدت به حوزه‌ای نظیر مد که هنوز به دهه دوم بالندگی خود پا نگذاشته است بیش از هر موضوع دیگری که مبتنی بر فرهنگ و خرده‌فرهنگ است، احساس می‌شود. تمام زیرساخت‌های لازم برای رشد و بالندگی و جهانی‌شدن در چنته مد کشور که باید از درون بجوشد، موجود است؛ تنها نقد سازنده و ایراد غیرآگاهانه، نبودن استراتژی بلندمدت و تکیه‌زدن بر تصمیمات ناگهانی است. کودک نوباوه مد کشور باید قائم به سیستم باشد نه قائم به فرد. کودک مد باید امنیت خاطر داشته باشد که به یک سیستم و ریسمان محکم چنگ زده است نه به یک موی باریک! چراکه این پیکر نحیف یارای مقابله با تغییرات توفانی ناشی از عزل و نصب آدم‌ها را ندارد بلکه باید بداند بر چه دیواری تکیه کرده و این دیوار دست‌کم برای ۱۰ یا ۲۰ سال آینده قصد فروریختن ندارد.

میراث ناملموس یونسکو به روایت سومین هفته طراحی جواهر تهران

فراخوان سومین دوسالانه هفته طراحی جواهر تهران توسط انجمن علمی طراحی صنعتی دانشگاه تهران، با موضوع «میراث ناملموس» منتشر شده است. علاقه‌مندان به ارسال اثر و همچنین صاحبان صنایع و مشاغل مرتبط برای حمایت، تا تاریخ ۱۸ اسفندماه ۱۳۹۸ فرصت دارند آثار خود را به دبیرخانه رویداد ارسال کنند.

به گزارش هنرآنلاین، بر اساس تعریف سازمان یونسکو، میراث فرهنگی ناملموس به تولیدات و فرایندهای فرهنگی گفته می‌شود که با گذشت زمان و از نسل‌های پیشین باقی مانده‌اند. بخشی از دارایی‌های فرهنگی، محصولاتی ملموس مانند ساختمان‌ها یا کارهای هنری هستند. با این حال، بخش‌های زیادی از فرهنگ به‌کل ناملموس است مانند: مراسم‌ها و آیین‌ها، ترانه‌ها، موسیقی، داستان، توانمندی، آشپزی، هنر صنایع دستی و گردهمایی‌های گوناگون و... اینها شکل‌هایی از فرهنگ به شمار می‌روند که قابل ثبت و ضبط هستند ولی ملموس نبوده و قابلیت ذخیره در محل فیزیکی مانند موزه را ندارند ولی از طریق ابزارها و وسایلی که در آنها به‌کار رفته است، قابل تجربه‌کردن هستند. این وسایل فرهنگی از سوی سازمان ملل متحد گنجینه‌های بشری نامیده شده است. هیچ لزومی در رعایت این عناوین برای ایده‌برداری در خلق اثر نیست و شرکت‌کنندگان می‌توانند با توجه به آشنایی و شناختی که نسبت به خرده‌فرهنگ‌های اقوام ایرانی دارند، در جهت معرفی آن گنجینه معنوی ایده‌پردازی و ارسال اثر کنند. صرفا باید این گنجینه‌های فرهنگی مربوط به سرزمین، فرهنگ و قومیت‌های ساکن در ایران باشد و شرکت‌کنندگان نمی‌توانند از میراث فرهنگی ناملموس کشورهای دیگر استفاده کنند.

شرایط و قوانین شرکت در این رویداد

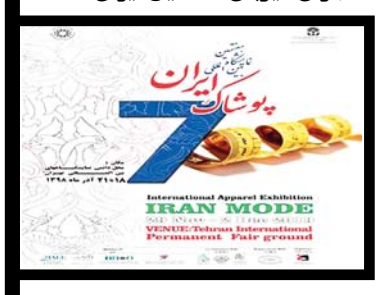
شرکت‌کنندگان با توجه به موضوع «میراث فرهنگی ناملموس» می‌توانند در گروه‌های دو یا سه‌نفری به ارسال اثر اقدام کنند. هر شرکت‌کننده یا هر گروه مجاز به ارسال یک اثر در این فراخوان است؛ به‌استثنای دانش‌آموزان و هنرجویان هنرستانی (افراد زیر ۱۷ سال) هیچ محدودیتی در سن و مدرک تحصیلی یا دانشگاهی برای شرکت‌کنندگان وجود ندارد. هیچ‌یک از اعضای اصلی تیم برگزاری و هیئت داوران نمی‌توانند به‌صورت انفرادی یا عضوی از یک گروه، در این فراخوان شرکت کنند. (اسامی این افراد در وب‌سایت انجمن علمی طراحی صنعتی دانشگاه تهران ثبت شده است). شرکت‌کنندگان باید شرایط و ضوابط و قوانین حاکم در این رویداد را رعایت کنند. ارسال اثر از خارج کشور نیز پذیرفته می‌شود. هیچ منعی برای شرکت‌دادن آثار ساخته‌شده به‌عنوان محصول در بازار یا آثار ارائه‌شده در مسابقات داخلی یا بین‌المللی یا حتی آثاری که امتیاز فروش آن از سوی خود صاحب اثر واگذار شده، وجود ندارد. شرایط جذب آثار مفهوم اثر در اینجا به معنی تصویر یا عکس از محصولی ساخته‌شده بر اساس موضوع فراخوان است. منظور از محصول ساخته‌شده مصنوعاتی است که نقش زیورآلات و آرایه را در پوشش یک فرد (زنانه یا مردانه) ایفا می‌کند، از این‌رو اجبار و محدودیتی در استفاده مواد و متریال و رویکرد نیست. پس مصنوعات چوبی، پارچه‌ای و حتی رویکردهای تکنولوژیک معاصر و... نیز امکان داوری در فراخوان را خواهند داشت. آثار در دو بخش محصول ساخته‌شده و طراحی مدل سه‌بعدی رندرشده می‌تواند ارسال شود. داوری آثار این دوره در دو بخش اثر ساخته‌شده و مدل سه‌بعدی کامپیوتری صورت می‌گیرد. اعضای گروه داوری متشکل از استادان و مفاخر این رشته و چند نفر از استادان هنرهای تجسمی و نیز اعضای هیئت علمی دانشکده‌های دیزاین در ایران هستند. همچنین چند نفر از مجموعه‌داران و فعالان این حوزه به منظور تأیید عدم مشابهت و اصالت ایده بر آثار نظارت دارند. داوری آثار کاملا بدون نام بوده و داوران از ماهیت نام صاحبان اثر بی‌اطلاع خواهند بود. در صورت تصمیم داوران برای مشاهده و ارزیابی اصل اثر، مسئولیت ارسال و حضور بر عهده صاحب اثر است.

معیارهای ارزشیابی آثار:

تناسب اثر با ایده، خلاقیت در فرم، خلاقیت در کاربرد مواد، فرایند ایده‌پردازی، تناسبات اثر، ارزش آفرینش، زیبایی‌شناسی (Aesthetic)، نحوه اجرا و ارائه اثر، ارگونومی، قابلیت توسعه محصول، استاندارد تولید، قابلیت فروش و اصالت طرح. تعداد محدودی از آثار با توجه به ظرفیت نمایش پس از بررسی و داوری انتخاب شده و به دبیرخانه هفته طراحی جواهر ارجاع داده می‌شود. شرکت در همه کارگاه‌های آموزشی دومین دوره هفته طراحی جواهر تهران برای افرادی که آثارشان در نگارخانه تهران پذیرفته و به نمایش گذاشته خواهد شد و همچنین سخنرانی‌های هفته طراحی جواهر برای همه علاقه‌مندان آزاد و رایگان است.

روی خط اخبار مد

تهران میزبان هفتمین ایران‌مد



● هفتمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران با عنوان «ایران‌مد ۲۰۱۹» از ۱۸ تا ۲۱ آذر در تهران برپا می‌شود. این نمایشگاه با همکاری بخش خصوصی و با نظارت اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران برپا می‌شود. اتحادیه جهانی صنعت نمایشگاهی فرانسه (UFI)، انجمن بین‌المللی نمایشگاه‌ها و رویدادهای آمریکا (IAEE)، انجمن صنفی برگزارکنندگان نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران (IEOA) و انجمن صنفی کارفرمایی غرفه‌سازان تهران (ESBAT) در برپایی این رویداد همکاری دارند.این نمایشگاه با مجوز سازمان توسعه تجارت ایران و شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران برپا می‌شود.

نخستین حضور رسانه‌ای دبیر جدید کارگروه مد و لباس

● کرسی آزاداندیشی رسانه‌ای با عنوان رسانه، مد و سبک زندگی به همت دانشکده‌های علوم ارتباطات و مطالعات رسانه برپا شد. به گزارش هنرآنلاین، هشتمین کرسی آزاداندیشی رسانه‌ای با عنوان رسانه، مد و سبک زندگی، با همکاری دانشکده‌های علوم ارتباطات و مطالعات رسانه و هنر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اتحادیه پوشاک برگزار شد. سیده‌مرضیه شفاپور دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، محمدعلی خبری رئیس دانشکده هنر، محمدرضا رسولی معاون دانشکده ارتباطات و رسانه و حمید یوسفی‌فر دبیر کارگروه مد و لباس اتحادیه صنف پوشاک سراسر کشور، نقش ارتباطات و رسانه و نهادهای خصوصی و دولتی در شکل‌گیری فرایند تعاملی سبک زندگی و مد را نقد و بررسی کرده و به پرسش‌های حضار در این زمینه پاسخ دادند. به گزارش «شرق»، بعد از انتصاب شفاپور به عنوان دبیر جدید کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در سکوت خبری، حضور در این کرسی آزاداندیشی نخستین حضور رسانه‌ای دبیر جدید کارگروه است.

مسابقه «بازطراحی» لباس

● نخستین مسابقه بازطراحی لباس به همراه ورک‌شاپ تخصصی مدیافت به همت انجمن طراحان پارچه و لباس خانه هنرمندان ساری برگزار می‌شود. علاقه‌مندان تا اول دی فرصت دارند آثار خود را به دبیرخانه رویداد ارسال کنند. ورک‌شاپ تخصصی مدیافت، روز هفتم دی‌ماه برگزار می‌شود.

شناسایی الزامات طراحی سامانه اشتراک‌گذاری لباس

● در عرف، آنجایی که بارزترین جلوه‌های لباس مورد توجه است، اعتقاد بر این است که هیچ لباسی نباید بیش از دو بار پوشیده شود. بر این اساس، تبلیغات و تکنیک‌های بازاریابی با استفاده از عنصر مد موجب شده‌اند از مطلوبیت پوشاک سابق کاسته شود و این به معنای ناپایداری و خروج از چرخه مصرفی، قبل از به‌پایان‌رسیدن کارایی لباس است. تحقیقات نشان می‌دهد به منظور ایجاد پایداری در حوزه مد و لباس، فرایند استفاده اهمیت بیشتری دارد و به‌تازگی گرایش به کار در حوزه مصرف‌کننده بیشتر شده است.