



● عکاسی مد یا فشن‌فوتوگراف (Fashion Photography) شاخه‌ای از عکاسی است که برای به تصویرکشیدن لباس‌ها، زیورآلات و کالاهای وابسته به آنها صورت می‌گیرد. غالباً یک مدل زنده، این کالاها را معرفی می‌کند و در حالتی فیکوراتیو و ژستیک و نگاهی نافذ، به عکس جان می‌بخشد. در واقع ترکیب دو صنعت فشن و تبلیغات، در خدمت شناساندن کالا محسوب می‌شود و از این جهت می‌توان گفت عکاسی مد شاخه‌ای از عکاسی تبلیغاتی محسوب می‌شود اما در گذر زمان استفاده از فضاهای عجیب بصری و جلوه‌های نامتعارف هنری، رنگ و احساسی دیگر به عکاسی فشن بخشیده است. طراحی فیکور و حرکت، عکاسی در فضای باز (Outdoor) یا بسته (Indoor)، فنون نورپردازی و فشن، طراحی استایل و میکاپ از مهم‌ترین مباحث عکاسی مد است.



● برند فرانسوی دیور (Dior) در سال ۱۹۴۷ از سوی «کریستین دیور» (Christian Dior) پایه‌گذاری شد. دیور جزء بنیان‌گذاران خانه مد دنیا شناخته می‌شود و طرح‌های او در آن دوران به دلیل اینکه از جواهرات خیلی خاص برای نمایش اوت‌کوتورهایش استفاده می‌کرد، همواره متفاوت جلوه می‌کرد. او اعتقاد داشت جواهرات به اندازه پوشاک اهمیت دارند. هر قطعه از این جواهرات با دقت و جزئیات خاصی برای هر لباس طراحی می‌شد بدون آنکه کمترین آسیبی به جلوه لباس وارد کند. او اولین بار در سال ۱۹۴۸ یعنی درست سه سال پس از جنگ جهانی دوم، از جواهر در نمایش اوتوکتورهایش استفاده کرد. دیور در سال ۱۹۵۷ در ۵۲سالگی درگذشت و «ایو سنت لویگن» (Yves Saint Laurent) جایگزین او شد. او روی بخش طراحی جواهرات هم نظارت داشت تا اینکه در سال ۱۹۹۸ بخش مجزایی به طراحی جواهرات اختصاص داده شد. طراح این بخش، شخصی به نام «ویکتوری دی کستلین» بود که در طراحی‌هایش از طبیعت و گل‌ها الهام می‌گرفت و از رنگ‌های شاد استفاده می‌کرد. باقوت‌های آبی و سبز در کنار الماس‌های سفید و صورتی به این جواهرات هویتی ماورای تصور بخشیده است. در طرح‌های ویکتوری، به‌وضوح وجود روح فمینیستی دیده می‌شد.



● تیفانی اند کو، یک جواهرفروشی و نقره‌سازی آمریکایی است که آن را «چارلز لوئیس تیفانی» و «جان بی یانگ» در سال ۱۸۳۷ در شهر نیویورک، به‌عنوان مرکز فروش محصولات فانتزی و لوازم‌التحریر افتتاح کردند. این فروشگاه در ابتدا انواع مختلف نوشت‌افزار را می‌فروخت و در منهن جنوبی نیز شعبه‌ای با نام «تیفانی، یانگ و الیس» داشت که بعدها کوتاه شده و به «تیفانی اند کو» تبدیل شد. محل استقرار تیفانی اند کو، از آغاز کار شرکت، شهر نیویورک بوده است. با اینکه امروز بیش از صد فروشگاه تیفانی اند کو، در سراسر جهان وجود دارد، این برند هنوز به‌شدت با زادگاه اصلی خود، یعنی نیویورک پیوند دارد. قیمت اجناس تیفانی زمانی که آغاز به کار کرد، مقطوع بود. همچنین برای فروش محصولات فروشگاه، تنها از پول نقد استفاده می‌کرد و کارت اعتباری یا چک نمی‌پذیرفت. در آن زمان این سیاست آن قدر منحصربه‌فرد بود که در صفحه اول بسیاری از روزنامه‌ها منعکس شد. در سال ۱۸۵۳ زمانی که چارلز تیفانی کنترل شرکت را در دست گرفت، بخش جواهرات نیز تشکیل شد. در ۱۸۴۵، کتاب «آبی تیفانی» که برگرفته از آبی ایرانی (Persian Blue) بود، اولین کاتالوگ خرده‌فروشی در ایالات متحده آمریکا بود. نساواری دیگری که از این برند خبرساز شد، این بود که در سال ۱۸۸۵ از تیفانی درخواست «نتسان بزرگ ایالات متحده آمریکا» (عقاب علامت آمریکا) را دوباره طراحی کند و این طراحی مجدد، تا به امروز روی همه اسکناس‌های یک دلاری ایالات متحده دیده می‌شود.

مُد ایرانی – اسلامی



● معاون فرهنگی جهاد دانشگاهی هنر و دبیر هفتمین جشنواره ملی نقش‌تن‌پوش، درباره جزئیات آیین اختتامیه این رویداد گفته است این جشنواره ۱۶ تیرماه با معرفی برگزیدگان به کار خود پایان می‌دهد. آیین اختتامیه این رویداد و همچنین نمایشگاه آثار برگزیده در خانه هنرمندان برپا خواهد شد. الهام زاپجانی به هنرآتلاین اعلام کرده است: در این دوره به لحاظ کیفی شاهد تفاوت چشم‌گیری در آثار رسیده به دبیرخانه جشنواره نبودیم چراکه موضوع این دوره با دوره قبل مشابه بود و همین امر سبب شد به لحاظ تنوع بصری اتفاق قابل‌ملاحظه‌ای در آثار رخ ندهد. بالغ بر پنج برند همراه ما بودند و در همه مراحل داوری حضور داشتند و قول مساعد خرید طرح‌های برگزیده و رساندن آنها به تولید انبوه نیز از سوی حدود ۱۰ برند ایرانی اعلام شده است. از مهم‌ترین اهداف هفتمین جشنواره ملی نقش‌تن‌پوش می‌توان به کمک به انتقال مفاهیم و مؤلفه‌های فرهنگ، هنر و تمدن ایرانی از طریق تن‌پوش، بسترسازی برای حضور فعال هنرمندان و طراحان خلاق در عرصه مد و لباس کشور، رشد خلاقیت و استعدادهای هنری جوانان و شناسایی افراد مستعد و معرفی آنها به مراکز تولیدی و صنعتی، کمک به تجاری‌سازی و تولید طرح‌های منتخب تن‌پوش اشاره کرد. این جشنواره در دو بخش اصلی (مسابقه) و برنامه‌های بخش جانبی برگزار شده و محورهای اصلی آن شامل فرهنگ، هنر و تمدن ایرانی (مظاهر و مؤلفه‌های فرهنگ و تمدن ایرانی، مکان‌های تاریخی و گردشگری، اعیاد ملی و مذهبی (نوروز، پلدا و...)، دانشمندان، مشاهیر و اساطیر ایرانی، صنایع‌دستی ایران، دستاوردها و فعالیت‌های علمی، فناوری و صنعتی کشور و... (است) همچنین بخش اصلی این جشنواره شامل یک بخش آزاد نیز هست. محورهای بخش جانبی این جشنواره نیز شامل برگزاری کارگاه‌های همسو با محورهای بخش اصلی، نمایشگاه آثار طراحان و هنرمندان خلاق در زمینه طراحی تن‌پوش، بازدید از مراکز تاریخی، گردشگری و صنعتی است.



● دبیر هفتمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر می‌گوید ارزش جشنواره دانشجویی مد و لباس زمانی عیان می‌شود که بخش صنعت به این رویداد روی خوش نشان دهد چراکه دانشجویان سرمایه‌های صنعت مد و لباس هستند. صدیقه یاک‌بین، مدرس طراحی مد در دانشگاه درباره کیفیت برگزاری جشنواره ملی دانشجویی مد و لباس گفت: زمانی این نیاز در تفکیک بخش دانشجویی از جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر احساس شد که متوجه شدم بخش دانشگاهی دچار تحولی چشم‌گیر در مسیر توسعه اهداف حوزه مد و لباس در کشور شده و خرسندیم این رویداد در سه دوره متوالی به شکل مستقل موفق شد نمایشی هرچند کوچک از توان دانشجویان طراحی پارچه و لباس را به منصفه ظهور رساند. یاک‌بین به موضوع همراهی نکردن سایر دانشگاه‌های کشور با جریان‌های جشنواره‌ای اشاره کرد و گفت: متأسفانه هنوز هم اهمیت جشنواره دانشجویی برای دانشجویان تبیین نشده است و همین امر سبب شده آنچه در بخش نمایشگاهی رویداد به چشم می‌خورد، بخش مهمی از دستاوردهای دانشجویان دانشکده شریعتی یا برخی دیگر از دانشگاه‌های پایتخت باشد. از سوی دیگر، ارزش جشنواره دانشجویی مد و لباس زمانی عیان می‌شود که بخش صنعت به این رویداد روی خوش نشان دهد چراکه دانشجویان سرمایه‌های صنعت مد و لباس هستند. او به کم‌توجهی صنعتگران و تولیدکنندگان به خروجی جشنواره‌های مد و لباس اشاره کرد و گفت: آنها باید بدانند شرط نوآوری و شکوفایی در هر صنعتی، استفاده از توان بالقوه خنیکان آن عرصه است و بدون شک دانشگاه‌ها می‌توانند یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌ها و شروط پیشرفت در حوزه صنعت را فراهم کنند. یاک‌بین در پاسخ به این پرسش که آیا بهتر نیست به ابعاد رقابتی جشنواره‌های مد و لباس توجه بیشتری شود، گفت: واقعیت آن است که ایده برگزاری مسابقات از ایده تا اجرا نیز از همین‌رو به ذهن برگزارکنندگان جشنواره‌های مشابه خطور کرد و به‌نظر من نیز بهتر است تمرکز جشنواره‌ها از شکل نمایشگاهی به شکل مسابقه در ابعاد وسیع ملی و بین‌المللی سوق یابد.



«شرق» به صداوسیما پیشنهاد می‌دهد

فشن‌تی‌وی ارزش سرمایه‌گذاری و اعتماد را دارد

به مردم ایران و جهان معرفی شود، تمام جزئیات و محتوا را به یوته نقد و تحلیل بگذارند. ضمن اینکه تیم بازیینی و ممیزی صداوسیما نیز تیمی به‌جد سخت‌گیرانه و موشکاف است و بی‌نیاز از این اعلام آمادگی، به‌راحتی می‌تواند اساسنامه و منشور فنی‌وحرفه‌های مدنظر خود را برای محتواسازی در شبکه مستقل فشن‌تی‌وی ایران، در اختیار تهیه‌کننده و برنامه‌سازان مدیوم مد قرار دهد و در صورتی‌که کوچک‌ترین عبوری از خط قرمزها و اساسنامه و منشور صورت گیرد، از خان ممیزی مردود شده و شانس راهیابی به واحد پخش را از دست خواهد داد.

اکتون در برهه‌ای هستیم که بعد از تقریباً یک دهه فعالیت قانونی مد در ایران، این صنعت هنر نتوانسته شمایی از وجهه مردمی و فرهنگی خود را اثبات و تبیین کند. بر اساس باوری که در سیاست‌گذاری‌های بدنه انتظامی کشور دیده می‌شود، اکتون دیگر مانند سخت‌گیری‌های دهه ۷۰ که در سیاست‌گذاری‌های تئاتر و سینما را اهرم تهاجم فرهنگی قلمداد می‌کردند، سایه این اتهام از سر سینما زده‌ده شده و مدیوم نوظهور مد، اکنون زیر سایه سنگین این اتهام قرار گرفته است که مد یکی از مبادی ورود فرهنگ غرب و مسخ فرهنگی است. اگر متولیان فقره مد در هر دو بخش خصوصی و عمومی این اطمینان و امنیت را ایجاد کنند که مدیوم مد در ایران قرار است براساس مانیفستی برگرفته از تبلیغ فرهنگ ایرانی اسلامی، به‌عنوان بازوی تقویت‌کننده این فرهنگ باشد نه عامل تحریف فرهنگی، دیگر جای نگرانی و تردید باقی نمی‌ماند. ما و تمام جامعه فعال مد در کشور بر این باور هستیم که همان‌گونه که

بسیاری از فعالان حوزه مد و لباس که عاشق ایران هستند و فرهنگ ملی و مذهبی را گرامی می‌دارند، آمادگی خود را برای مشارکت در تحقق این طرح عظیم ملی و فراملی اعلام کرده‌اند. جای شبکه تلویزیونی «فشن‌تی‌وی ایرانی» مبتنی بر محتوای مد ایرانی و اسلامی به‌شدت خالی است

مد، اکنون زیر سایه سنگین این اتهام قرار گرفته است که مد یکی از مبادی ورود فرهنگ غرب و مسخ فرهنگی است. اگر متولیان فقره مد در هر دو بخش خصوصی و عمومی این اطمینان و امنیت را ایجاد کنند که مدیوم مد در ایران قرار است براساس مانیفستی برگرفته از تبلیغ فرهنگ ایرانی اسلامی، به‌عنوان بازوی تقویت‌کننده این فرهنگ باشد نه عامل تحریف فرهنگی، دیگر جای نگرانی و تردید باقی نمی‌ماند. ما و تمام جامعه فعال مد در کشور بر این باور هستیم که همان‌گونه که

صورت صد درصد ضروری و اجتناب‌ناپذیر، نیازمند تربیون مستقل تلویزیونی در انبوه شبکه‌هایی است که به نام هر فرهنگ یا خرده‌فرهنگی اقدام به تولید و پخش محتوا می‌کنند. از همین تربیون به صورت شفاف و کارشناسانه، طبق نظراتی که از کارشناسان امر و برخی متولیان در بدنه دولتی استعلام شده است، به صورت رسمی اعلام می‌شود اصلا قرار نیست شبکه ملی و تلویزیونی فشن‌تی‌وی که در پلتفرم تلویزیون ملی ایران راه‌اندازی می‌شود، مطابق با الگوهای محتوایی و الگوهای برنامه‌سازی فشن‌تی‌وی‌های فعال در تمام دنیا حرکت کند. اگر باورها بر این است که ما از فرهنگی غنی برخورداریم و تمام مؤلفه‌های مدیوم مد و لباس را با فرهنگ غنی و بومی خود ایرانیزه کرده‌ایم، به‌طور قطع‌به‌یقین و به صرس قاطع اعلام می‌شود برنامه‌سازی‌ها و تولید محتواهای تلویزیونی نیز دقیقاً و به صورت کاملاً حرفه‌ای مماس با قواعد و قوانین جمهوری اسلامی ایران و اساسنامه صداوسیما خواهد بود و هیچ‌گونه حب و بغض یا کوتاهی‌ای در روند مدیریت و محتواسازی این شبکه صورت نخواهد گرفت.

صداوسیما طبق اساسنامه و منشور سازمانی خاص خود، در تمام شبکه‌ها برای بیش از چهار دهه اقدام به محتواسازی و پخش کرده است. کارشناسان و برنامه‌سازان بخش خصوصی که علاقه‌مند به فعالیت در حوزه محتواسازی مد هستند، به گروه مد روزنامه «شرق» اعلام کرده‌اند به‌طور کامل آمادگی دارند جلسات مشترکی را با متولیان مرکز تولید صداوسیما داشته باشند و در هر تعداد جلسات توجیهی و تحلیل محتوا برای مدیومی به نام مد که قرار است در شبکه‌ای ملی

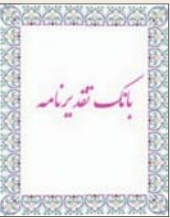
راه‌اندازی فشن‌تی‌وی (Fashion TV) در ایران به پروژه‌ای خیال‌انگیز و دور از واقعیت تبدیل شده است. طرحی که می‌تواند روند تازه‌ای به تمام محاسبات مد بدهد و شکل و شمایل دیگری از مد ایرانی و اسلامی را به فراخور فرهنگ ملی- مذهبی کهنی که داریم، به جهانیان عرضه کند. شاید بتوان گفت راه‌اندازی شبکه نسیم، یکی از آوانگاردترین و منطقی‌ترین اقدامات صداوسیما بود که به فراخور نیاز مخاطبان جامعه ایرانی که متولدان دهه‌های ۷۰ و ۸۰ را در خود جای می‌دهد، تلاش می‌کند نگاهی ساختارشکنی و پیش‌تاز به فرایند برنامه‌سازی تلویزیونی داشته باشد. نسل معاصر به سلاح آپ‌های هوشمند و تلفن‌های چندمنظوره مجهز است؛ ماهواره نمی‌بیند، سینما نمی‌رود، تئاتر نمی‌بیند، در خانه و خیابان، در مترو و پارچو، موبایل را به دست گرفته و در هر لحظه‌ای با این اعتیاد نوسیدکننده، هم‌زیستی خود را ادامه می‌دهد. اگر متولیان مد دولتی معتقد هستند مماس با هنجارهای اجتماعی، فرهنگی، ملی و دینی حرکت می‌کنند، پس سال‌هاست جای یک سؤال اساسی و بی‌پاسخ در این میان باقی مانده است؛ اینکه اگر هنجارها به‌جا رعایت می‌شوند و هیچ‌ک از متولیان را از محاسبه باکی نیست، چرا و به چه دلیل تلاش‌ها برای پیگیری تحقق طرحی که به‌جد می‌تواند جریان دیگرگونه‌ای چه در روند مارکتینگ مد ایران و چه در روند رونق اقتصادی مد ایران در درون مرزها و در فرامرزها داشته باشد، بی‌حاصل رها شده یا اینکه انگیزه عملیاتی درخوری برای تحقق و راه‌اندازی این شبکه احساس نمی‌شود.

مد ایرانی و اسلامی و تلاش‌ها برای نمایاندن «تهران به‌مثابه پایگاه مد کشورهای اسلامی»، به شرق، گروه مد؛ برخی فعالان حوزه مد و لباس در زمینه عفاف و حجاب در اقدامی عجیب، با صدور تقدیرنامه‌ای از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی تقدیر کرده‌اند. در متن این تقدیرنامه که دوم تیر، روی وب‌سایت رسمی بنیاد ملی مد و لباس کشور قرار گرفته و به صورت گسترده در تلگرام هم منتشر می‌شود، آمده است: «در پی حضور پرشکوه مردم در هفدهمین نمایشگاه عفاف و حجاب (گوهر زیبایی ۲) تقدیر و تشکر شرکت‌کنندگان از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شد. شرکت‌کنندگان در نمایشگاه گوهر زیبایی، به پاس زحمات و حمایت‌هایی که از حوزه عفاف و حجاب و برگزاری هفدهمین نمایشگاه عفاف و حجاب گوهر زیبایی شد، از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی قدردانی کردند.



ستاره جاوید

اقدام عجیب فعالان عفاف و حجاب



در اینکه تشکر و قدردانی‌کردن بابت تسهیل امری، اقدامی پسپندیده است، تردیدی وجود ندارد؛ اما گلایه‌ای که به وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی وارد است این است که دست‌کم در چهار رویداد اخیر جشنواره‌های فجر نظیر فیلم با موسیقی، خود ندانستند که به تشابه دیگر جشنواره‌های فجر نظیر فیلم با موسیقی، در ردیف نخست مهمانان بنشینند و برای این جشنواره وقت بگذارند. در شرایطی که توقع فعالان حوزه مد از وزیر فرهنگ خیلی فراتر از یک پاراف و امضا برای تسهیل امری است که بیشتر به نفع شهرداری تهران است، نه به نفع حوزه مد، فعالان مد و لباس به جای این تقدیرهای بدون مناسبت، باید مطالبه‌گر باشند و برای تعالی مد، پیکر مواردی باشند که عقیم مانده است.



جناب آقای دکتر صالحی، مقام عالی وزارت ضمن تبریک عید سعید فطر بدین‌وسیله مراتب قدردانی و سپاس خویش را در مرحله اول از حضرت‌عالی بابت هدایت هوشمندانه و سیاست‌گذاری اثرگذار و کاربردی در حوزه عفاف و حجاب به خاطر برپایی (هفدهمین نمایشگاه عفاف و حجاب گوهر زیبایی) که در بوستان آب و آتش و برای اولین بار و با بیشترین اثرگذاری در منطقه مذکور و اشاعه فرهنگ عفاف و حجاب داشت، اعلام می‌نمایم. بدیهی است مدیریت ارزشمند و دلسوزانه جناب آقای قیادی دبیر اندیشمند کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور که توانستند همکاری مدیریت مجموعه فرهنگی عباس‌آباد را برای این مهم همراه نمایند، قابل تقدیر ویژه است. خداوند به همه خدمت‌گزاران اسلام و مسلمین و مردم ایران عزت و سلامتی دهد». به گزارش «شرق»،