

رناوی

مد فاخر ایران در جنگل اقتصاد سخت



محبوبه موحدی
طراح و مدرس مد

● در پاسخ به پژوهش «شرق» مبنی بر اینکه مد ایران چه جایگاهی در کلاس جهانی دارد، معتقدم مد در ایران سابقه طولانی دارد و ایرانیان همواره در طول تاریخ و در تمام فصول سال، به لباس اهمیت می‌دادند و متناسب با هر فصل، مد همان فصل را دنبال می‌کردند. با اینکه علم یا تحصیلات آن چنانی نداشتند که به نام مد، لباس طراحی کنند اما متناسب با هر فصل، شما شاهد تغییرات قابل توجهی در نوع پوشش اقوام ایرانی بودید.

هر قسمت از ایران در این زمینه، فرهنگ و پوشش خاص خود را دارد و لباس‌های سنتی ایران از دیرباز به عنوان پوشش رسمی کاربرد داشته اما به شکل مدرن و امروزی آن، حضور و تأثیر مد ایران در مد جهان را زمانی پررنگ یافتم که متوجه استقبال بانوان کشورهای دیگر از لباس اجتماع بانوان ایرانی شدم.

در پنجاه‌واندی سال حکومت پهلوی، اروپا در ترویج مد در جهان پیشتاز بود و ایران هم به دلیل نگاهی که دنبال می‌شد، دنباله‌رو مد اروپا بود. بعد از انقلاب به دلیل شرایط انقلاب و جنگ، مد کم‌رنگ شد اما کماکان مورد توجه مردم بود. شاید خودشان پایه‌گذار مد نبودند اما هنوز مسئله پوشش جزء اولویت‌ها بود. به نظرم در دو دهه اخیر، در حوزه لباس اجتماع و طراحی‌های به نسبت خوبی که در این حوزه دیدم، می‌توانیم پایه‌گذار نگاه جدیدی در پوشش بانوان در کلاس جهانی باشیم؛ یعنی کارهایی ارائه کنیم که فراتر از ذائقه بانوان ایرانی، بتواند سلیقه زنان در سرزمین‌های دیگر را جذب کند. با توجه به پتانسیل خوبی که در لباس اجتماع دیدم و اتفاق حمایت‌هایی که حکومت و دولت ایران از این گزینه دارد از یک سو و استقبال برندهای خارجی از گنجاندن لباس اجتماع ایرانی در کالکشن‌هایشان از سوی دیگر، معتقدم این هدف، دست‌یافتنی است و مد ایران در حوزه لباس اجتماع می‌تواند در کلاس جهانی تعیین‌کننده باشد.



ایران پایه‌گذار هر نوع مد و زیبایی‌شناسی است اما اینکه چرا در روزگار کنونی آن تأثیرگذاری گذشته را ندارد، مربوط می‌شود به توان تکنولوژیک اروپا، آمریکا و حتی خاور دور. آنها توانستند فرایند پارچه‌سازی را که در ایران کاملاً به صورت دستی انجام می‌شد به صورت پیشرفته‌تر عرضه کنند و با نوسازی، نگاه متفاوتی داشته باشند. آنها خیلی باهوش هستند و توانستند آثار دست‌بافت ایرانی را به شکل مدرن‌تری تولید و به خود ما ارائه کنند. اما پایه‌گذاری و خاستگاه علم از آن ایران بوده است. شاید در گذشته‌های دور، ما در زمینه مد همیشه پیرو و مقلد بودیم اما ایرانی‌ها اکنون پیشرو هستند.

آنچه به عنوان لباس اجتماع با مانتو توسط زنان ایرانی استفاده می‌شود و در دو دهه اخیر که فضای سیاسی و اجتماعی ایران بازنر شد و این نوع لباس، از طراحی‌های الوان و طرح‌دار، سود جست، اتفاقا به مذاق بانوان غربی هم خوش آمد. بارها شاهد بودم که همان مانتوی شکیل و هنری که بانوان ایرانی روی لباس می‌پوشند، توسط بانوان غربی هم انتخاب شده و به عنوان کاوروی روی لباس اصلی می‌پوشند و بیرون می‌روند. خارجی‌ها، لباس اجتماع ایرانی را به عنوان کاوروی روبی استفاده می‌کنند. لباس زیرین را ست می‌کنند و لباس اجتماع ایرانی را به‌عنوان کاور روبی روی لباس‌های خود استفاده می‌کنند. اما این کافی نیست. مد ایران برای حضور مقتدرانه در کلاس جهانی نیازمند حمایت اقتصادی است.

طراحان قدرتمند هستند که کارهای درخورتوجهی دارند اما به دلیل شرایط سخت اقتصادی کنونی و عدم توان پرداخت هزینه‌های حضور در هفته‌های مد جهان، عملاً از حضور و معرفی خود بازمی‌مانند و کسانی که کار قوی ندارند اما قدرت اقتصادی دارند، می‌روند و معرفی ضعیفی از هنر مد در ایران ارائه می‌کنند.

ویژه مُد ایرانی – اسلامی

تلاش‌های سخت مد ایران

برای حضور در هزارتوی مد جهان



ستاره جاوید

مد ایران سال‌هاست می‌کوشد در هزارتوی مد جهانی، مسیری بگشاید و عرض اندامی کند. تلاش‌های موفق و ناموفق متعددی چه از سوی اشخاص حقیقی و چه از سوی ارگان‌های دولتی و گروه‌های حقوقی توسط فعالان ایرانی انجام شده است. این تلاش‌ها توأم با صراحت‌ها، صداقت‌ها و حتی بزرگ‌نمایی‌های ناصحیح و آکنده به تبلیغات کاذب بوده که اعتماد برخی طراحان را مخدوش کرده است. از حضور در هفته مد ایران در فلورانس که ۱۰طراح ایرانی، کالکشن‌هایی را برای حضور ارسال کردند تا حضور ناکام برخی طراحان ایرانی در هفته مد پاریس که عملاً به جز شوآف و تبلیغات متولی کار، عملاً خروجی دیگری نداشته و پاسپورت طراحان را به مهر ریجکت سفارت فرانسه در تهران مزین کرده است. نتیجه این تلاش‌ها، فارغ از کامیابی‌ها و ناکامی‌ها، بر یک موضوع صحه می‌گذارد و آن، تمایل و پتانسیل‌های مد ایران برای حضور در رقابت‌های جهانی است. به راستی مد ایران در چه اشل جهانی قرار دارد و آیا مد ایران می‌تواند به عنوان مدی خالق و پیشتاز و نه پیرو، در کلاس جهانی حضور یابد؟ توجه به این رغبت و میل وافر که در بخش خصوصی و در بخش دولتی برای حضور در هفته‌های مد استانبول و اروپا وجود دارد، به تلاش‌های ناکامی اشاره دارد که نیازمند آسیب‌شناسی مفصلی است و از حوصله این گزارش خارج. اما می‌توان گفت علت ناکامی‌ها را باید در خود پدیده جست‌وجو کرد. به واقع چرا با وجود تلاش‌های متعدد و هزینه‌های هنگفت، حضور مد ایران در جهان، به نتایج خیلی کوچک و معدود، محدود شده و از آرمان تعریف‌شده خود فاصله گرفته است. فعالان مد پاسخ داده‌اند:

خلأحمایتی گریبان مد ایران را گرفته است



حسین مهدی‌زاده، طراح لباس آقایان می‌گوید: اگر بخواهیم نگاه جزئی‌تر و دقیق‌تری به حوزه مد در ایران داشته باشیم، باید به تلاش‌های مستمری اشاره کنیم که در حوزه مد انجام شده اما حاصلی نداشته است و این رشته سر دراز دارد. اولاً اینکه این موضوع را باید از بعد فرهنگی نگاه کرد و در وهله دوم از منظر اقتصادی مورد واکاوی قرار گیرد. بعد از درنظرگرفتن این دو جنبه، بررسی سلایق افراد و جوامع مردمی چه در ایران و چه در کشورهای دیگر و مقایسه آنها با هم است که تعیین‌کننده است. فرهنگ پوشش در ایران با فرهنگ پوشش در هر کشور دیگری متفاوت است. به فرض برای یک آمریکایی، راحت‌بودن لباس ملاک است اما در اروپا این قضیه کاملاً برعکس است و به زیبایی‌شناسی و طراحی و دیزاین لباس اهمیت داده می‌شود. ایران هم با خاستگاه تاریخی‌ای که دارد، به نظر من حداقل در خاورمیانه به عنوان یکی از کشورهای سرآمد مد محسوب می‌شود و ایرانی‌ها بسیار سخت‌پوش هستند و سلیقه‌های سختی در پوشش دارند و با اروپایی‌ها قابل قیاس هستند. من فکر می‌کنم اگر حمایت‌های دولتی شامل حال طراحان و فعالان مد باشد، مد ایران می‌تواند به نقطه‌ای که تعریف کرده برسد و می‌تواند در منطقه شاخص‌بودن خود را اثبات کند. حمایت‌های مالی، تسهیلات بیمه‌ای و مسائل مالیاتی خیلی دست‌وپاگیر است و متأسفانه کارخانجات نساجی و فعالان مد در ایران را محدود کرده است. برای مثال در ترکیه، شما کار برای پنج نیروی کار، کارآفرینی کرده باشید، یک تعرفه پرداخت می‌کنید و اگر این تعداد به شش نفر برسد تعرفه مالیاتی شما کاهش می‌یابد و اگر به ۱۵ یا ۲۰ نفر نیروی کار برسد دولت به شما طرح تشویقی اعطا می‌کند که خیلی بهتر کار کنید. هزینه اشتغال‌زایی در صنعت مد و پوشاک در ایران بسیار ارزان‌تر از هر صنعت دیگری است. اشتغال‌آفرینی برای هر نیروی کار در صنعت نساجی و مد در ایران ۵۰ میلیون تومان است اما همین هزینه در هر صنعت دیگری بالغ بر صد

میلیون تومان است. من در مد ایران طراحان مبتکر بسیاری دیدم که خلاقیت‌های شایان توجهی عرضه کردند. ایرانی‌ها در صنعت اتومبیل‌رانی، در صنعت هوافضا یا هر حوزه دیگری در اروپا یا آمریکا بسیار حضور خلاقانه‌ای دارند اما وقتی به حضور در کشور خودمان محدود می‌شوند به دلیل محدودیت‌ها و قوانین دست‌وپاگیر خلاقیت آنان با محقق نمی‌شود یا به دلیل نبود سازوکارهای حمایتی کافی. استعدادشان بروز نمی‌یابد و برای رشد ترجیح می‌دهند از ایران مهاجرت کنند.

لباس‌های سنتی ایران، همواره مورد عنایت جهانیان قرار گرفته است. طراحان مد در برخی کشورها، المان‌های مد سنتی ایران را در کارهایشان ادغام کردند و نگاه تازه‌ای به عناصر لباس سنتی ایرانی داشتند. طراحانی هم که مهاجرت کردند، در معرفی جدیدی از مد ایران، بی‌تأثیر نبودند. طراحانی که سنتی کار می‌کنند و تعدادشان هم کم نیست، معتقد هستند طرح‌های ایرانی حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. وقتی برندهای خارجی با الهام از مؤلفه‌های ایرانی کارهای جالبی ارائه می‌کنند چرا خود ما نتوانیم ارائه خلاق و جدیدی از سنت داشته باشیم.

مؤسسه یا سازمان حرفه‌ای عامل نداریم



ابوالفضل رزم‌آرا، مربی مدلینگ، می‌گوید: مد ایران با پتانسیل‌هایی که دارد، هم از منظر فنی و هم از منظر هنری و زیبایی‌شناسی، بسی حرف ناگفته برای عرضه در مد جهان دارد. به‌خصوص اینکه پتانسیل‌های مد ایران، در هر فصل متفاوت از فصل دیگر است و کشور چهارفصل ایران، در هر فصل، دنیای تازه‌ای به روی مخاطب مد می‌گشاید اما مهم این است که مؤسسه یا سازمانی وجود ندارد که برای حضور در هفته‌های مد جهان یا در مراکز مطرح مد و لباس جهان کالکشن طراحان مطرح ایرانی را به نمایش بگذارد. تلاش‌های شخصی طراحانی هم که به صورت انفرادی اقدام کردند، ره به جایی نبرده و نتیجه‌اش در حد یک تلاش فرعی بوده است. چون هر حرکتی در این زمینه احتیاج به مجوز حضور در این گونه



از کالکشن «هریم مهدوی» بزرگ‌هفته از پوشش زنان ایرانیاتی ایران

نمایشگاه‌ها و هفته‌های مد خارج از ایران دارد و می‌بینیم در برخی از این هفته‌های مد، تعدادی از طراحان ایرانی شرکت می‌کنند که یا در ایران زندگی نمی‌کنند یا توان اقتصادی دارند ولی آثار آنها در مقابل آثار برخی از طراحان داخلی، ضعیف است و حرفی برای گفتن ندارد.

افق حضور در مد جهان، خیلی دور است

در چند سال اخیر، رویکرد برندهای جهانی نظیر هرمس، دیور و شنل و به تازگی برند فراکوتار فرانسه به الهام‌گرفتن از مد ایران یا مؤلفه‌های ایرانی، توجه جامعه جهانی را به ارزش‌ها و کانسپت‌های موجود در فرهنگ ایران جلب کرده‌است. به دلیل تمدن کهن و پارچه‌هایی که از گذشته‌های خیلی دور در ایران تولید می‌شده، پارچه‌بافی ایرانی مورد توجه و عنایت خارجی‌ها قرار گرفته اما آنها با مدرنیزاسیون فرایند پارچه‌بافی و به‌خدمت‌گرفتن تکنولوژی روزآمد، توانستند پارچه‌بافی را در چننه خود بگیرند و زیبایی‌شناسی حاصل را در طراحی‌های خود نشان دهند. فارغ از همه این اتفاقات و تلاش‌های متعددی که در تمام زمینه‌ها برای مد ایران انجام می‌شود، به نظر می‌رسد برای اینکه مد ایران بتواند در هزارتوی پیچیده و پرقاب‌ت مد جهان حضور یابد، نیازمند یک متولی دلسوز و بی‌طرف و رها از دغدغه آمارسازی و رزومه‌آفرینی است تا بتواند ابتدا پتانسیل‌ها و استعدادهای صنعت مد در ایران را خوب ببیند و کشف کند و سپس کشف و شهود خود را با نگاهی جهانی و در یک اتاق فکر حرفه‌ای، به روی کاغذ بیاورد و به عنوان مانیفست مد ایرانی اسلامی در اختیار فعالان مد قرار دهد. حضور یک متولی حرفه‌ای و دلسوز که وابسته به هیچ جناح سیاسی نباشد و از موازی‌کاری و باندبازی و سیاسی‌کاری پرهیز کند، بی‌شک می‌تواند در جذب اسپانسر و حامیان مالی مؤثر باشد و تعامل کارآمدی میان کنشگران و بازیگران خلق کند. مد ایران این روزها سخت درگیر تلاش‌های تک‌محور، انفرادی و متفرقه است و دچار سندرم هرج‌ومرج شده است و افق حضور در مد جهانی بسیار دور از دسترس جلوه می‌کند.



کالکشن زاده‌ری «ژاوازه مسگری» برای نمایشگاه مد ایران در فلورانس، بهار ۲۰۱۸



نگاه

کپی‌کاری

چشم اسفندیار مد ایران



فرزانه فضیلت
طراح لباس از آکادمی مایوا کانادا

● در پاسخ به پژوهش «شرق» مبنی بر اینکه مد ایران در کلاس جهانی چه جایگاهی دارد؟ باید گفت در دنیا دو نوع مد وجود دارد؛ گروه اول طراحی‌ها و لباس‌های مبتنی بر های‌فشن (High Fashion) که بیشتر به آلامد شناخته می‌شود و اصولاً به جز مراسم استیجی یا میهمانی‌های خاص، نمی‌تواند در ایران رشد چندانی داشته باشد و داستان خود را دارد؛ ولی در رویکرد جهانی هیچ ممنوعیتی ندارد. گروه دوم مد که با مد ما هم تناسب دارد و به‌نوعی به مد اسلامی نزدیک است، همان مد رایج در دنیاست و من دیدم که طراحان ایرانی با الهام از طرح‌های ارائه‌شده در هفته‌های بین‌المللی مد، اقدام به ارائه کالکشن می‌کنند. بخشی از طراحان ایرانی هم با الهام از مؤلفه‌های ایرانی، سعی کردند طرح‌هایی ارائه کنند؛ اما به دلیل اینکه این ارائه فاقد هرگونه کانسپت پست‌مدرن یا آوانگارد بود، نتوانسته خودش را به جامعه جهانی تحمیل کند. دست‌کم به اندازه‌ای که طراحان ایرانی از مد جهان الهام گرفتند، نتوانستند بر مد جهان تأثیر بگذارند. به عبارت دیگر، دو کفه این ترازو دوجانبه، برابر نبوده است.

استفاده از البسه و مانتوهای باز که مورد علاقه بانوان ایرانی است، در دنیای بیرون خیلی رواج یافته است. برخی برندها هرساله، بخشی از لباس‌های خود را به طرح‌هایی اختصاص می‌دهند که مخصوص جامعه ایران است؛ یعنی کسانی که قصد سفر به ایران را دارند، با مراجعه به این برندها، می‌توانند لباس‌هایی را که مناسب اجتماع ایران است، یافته و خریداری کنند. این نوع عرضه به شکل حراج ارائه می‌شود و متأسفانه از سوی طراحان داخلی کپی می‌شود.

به چند دلیل معتقدم مد ایران نمی‌تواند در کلاس جهانی خود را تثبیت کند. ۱- بیشتر کارها کپی از کالکشن‌های خارجی است. من دیدهام که ایده‌پرداز یا طراح داخلی، بیج برندها را باز می‌کند و مدل آستین یک برند یا مدل یقه برند دیگر و مدل بدنه لباس در یک برند سوم را کپی و هر سه را با هم تلفیق کرده و به نام طراحی برند خود عرضه می‌کند. حتی طراحان خاص هم نمی‌توانند در این فضا عرض اندام کنند.

دوم اینکه نگاه تخصصی به موضوع طراحی مد در ایران وجود ندارد. حتی درباره لباس سنتی ایران هم، اگر به همین شکل حرکت کنیم،



چشم‌ریزی «ژاوازه مسگری» برای نمایشگاه مد ایران در فلورانس، بهار ۲۰۱۸

نمی‌توانیم امیدوار باشیم که این حوزه هم جای خود را در مد جهان ثبت ببخشد. به خروجی کار طراحان کره‌ای در شکل عرضه لباس‌های سنتی‌شان نگاه کنید. ببینید همان لباس سنتی خودشان را چگونه روزآمد کرده و متناسب با نگاه مخاطب امروز کره و مخاطب جهانی عرضه می‌کنند. ما به چنین تحول و انقلابی در رویکرد عرضه مد ایران حتی در دیدگاه سنتی نیاز داریم.

لباس‌های محلی ایران جذابیت خاص خود را دارد؛ اما این مختص ایران نیست. اکثر کشورهای دنیا لباس‌های فولک دارند و لباس سنتی هندی‌ها، به دلیل غنی‌بودن پارچه‌بافی‌های‌شان، در شوهای بین‌المللی در مقایسه با لباس‌های فولک ایرانی خیلی قوی‌تر ظاهر می‌شود و مخاطبان بیشتری جذب می‌کند.

پارچه‌بافی و پارچه‌سازی، از اصول مهم طراحی مد است. متأسفانه حوزه مد ایران، بیشترین لطمه را از فرایند کپی‌برداری خورده و در این مسیر، بی‌توجهی و نبود نگاه تخصصی به موضوع نساجی و پارچه‌بافی، این مسئله را پررنگ‌تر کرده است. مد ایران هر بضاعتی دارد، متعلق به گذشته است. سوزن‌دوزی‌ها و پارچه‌بافی‌های موجود مربوط به گذشته‌های خیلی کهنه و خیلی دور است که خیلی هم زیباست؛ اما برای مختصات دنیای امروز و نیازهای مخاطب امروز، روزآمد نشده و ما خیلی عقب هستیم.