

مد در جهان

بازگشت به امید و آزادی در هفته مد پاریس



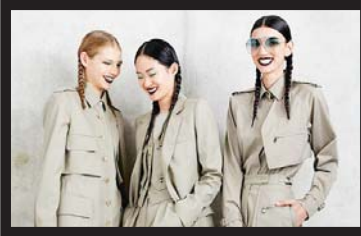
● **گروه مد، بخش بین الملل:** یادآوری مفاهیم امید و آزادی با کانسپتی از پوشش پابلیک در اروپای دوران جنگ سرد، توسط طراح فرانسوی، توجه رسانه‌ها را به خود جلب کرد. تمرکز و توجه رسانه‌ها در فشن‌شوی متفاوت و مدرن ماسون مارزیلا (Maison Margiela)، طراح نوآندیش از خانه مد پاریس، زمانی بر سر ریان‌ها افتاد که بازتاب حضور مدل جوان آلمانی، بازتاب گسترده‌تری از حضور جنیفر لوییژ در فشن‌شوی ورساچه (میلان- جمعه گذشته) داشت. ووگ بریتانیا گزارش داده شوی متفاوت خانه مد پاریس به یادآوری دو مفهوم کلیدی امید و آزادی با زبان پوشش و کالکشن جدید این‌ برند پرداخته بود. کفش‌های مردانه آوانگارد طراحی‌شده توسط این برند با پاشنه‌های بلند و سبک رانوی مدل‌ها روی استیج که با صلابت و با گویندگی گام برمی‌داشتند، سبب شد که حضاران عکس‌العمل‌های متفاوتی از خود نشان دهند و انرژی متفاوتی در قیاس با هفته‌های مد در دوره‌های گذشته داشته باشد. در این میان، حضور لئون دامه (Leon Dame) سوپرستار بسیار جوان و مدل آلمانی که با ری‌اکشن و انرژی بسیار خاصی روی استیج حاضر شد و برخلاف استاندارد مدل‌ها که با میمیک خنثی و سرد روی استیج راه می‌روند، صمیمیت خاص توأم با جدیت بسیار بالای او در ارائه ری‌اکشن به تماشاچیان از نگاه هیچ رسانه‌ای پنهان نماند.

تلاش برای یادآوری نام دایانا



● **پرنس هری و پرنسس مگان مرکل، پسر و عروس پرنسس دایانا،** با حضور در آفریقا و سفر به کشورهای متعدد، علاوه بر همراهی با کمپین‌های بشری سازمان ملل در آنکولا و تبلیغ آب سالم برای قاره سیاه، با پوشیدن لباس‌هایی از آرشو سلیقه و ذوق پرنسس دایانا، تلاش هدفمندی را برای یادآوری تلاش‌های عام‌المنفعه پرنسس دایانا آغاز کرده‌اند. پرنس هری در اقدامی تازه، استایل نادر را در سفر به آفریقا کپی کرده و دقیقاً در لباسی شبیه به لباس پرنسس دایانا در کمپین بشری قاره آفریقا، مقابل عکاسان تحت امر حاضر شده است. ووگ بریتانیا در تازه‌ترین گزارش خود از زوج ساسکس، به سفرهای این دو اشاره کرده است. به گزارش گروه مد «شرق» به توجه به اینکه هیچ اقدامی از سوی دربار بریتانیا بدون گذشتن از فیلتر ملکه، در اختیار رسانه‌های مورد تأیید ملکه قرار نمی‌گیرد و با توجه به اختلافات اساسی ملکه و پرنسس دایانا در زمان حیات دایانا، این سوال مطرح است که چه انگیزه یا دلایلی سبب شده که ملکه به تلاش نوه‌های خود برای زنده‌نگاه‌داشتن نام عرووش واکنشی تدافعی نشان ندهد و اجازه دهد دو نوه او و همسرانشان (مگان مرکل و کیت میدلتون) به تبلیغ منش و افکار پرنسس دایانا بپردازند و با کپی از استایل او در انتخاب پوشش‌هایشان، زیراکسی فرمایشی از پرنسس کشته‌شده بریتانیا باشند.

استقبال از مینی مالیسم مکس مارا



● **مکس مارا (Max Mara)** کمپانی مد ایتالیایی در هفته مد میلان با کمک مدل‌های بسیار مشهور، از کالکشن بهار و تابستان ۲۰۲۰ خود رونمایی کرد. مدل‌های بسیار معروفی از جمله جی‌جی حدید، بلا حدید، کایا گریز، داتوسن کروس، کندیس سوانیپول و... بودند که لباس‌های این کالکشن را به زیبایی بسیار به نمایش درآوردند. نوع حضور مدل‌ها و سلبریتی‌ها در فشن‌شوی این برند نقش تعیین‌کننده‌ای در تقویت اعتبار آن و بهتریزگرزاشدن فشن‌شو داشت. لباس‌های این کالکشن، با طراحی‌های منحصربه‌فرد، با رنگ‌های طریف پاستلی و به صورت مونوکروم، با پارچه‌های لطیف ابریشمی طراحی شده است. این کالکشن به سبک مینی‌مال مدرن با جیب‌هایی روی لباس، با المان‌هایی از خیاطی سنتی و لباس‌های مردانه، اما به شیوه‌ای طریف، زنانه و مدرن طراحی و آماده شده است.

مُد ایرانی – اسلامی



نمایشگاه مد و لباس فجر - عکس: آرشو مهر

سکوت خبری و کم‌کاری مُد کشور را عقب نگاه داشته است

مُد کشور آبستن چه رویدادهایی است؟!

است. حال او در گفت‌وگو با مهر تأکید کرده که هیچ جریان مدسازی در کشور وجود ندارد. **نهادهای بی‌ربط ورود نکند**

مهدی محمودی رئیس انجمن مؤسسات مد و لباس کشور است که در توسعه کسب‌وکار پوشاک فعالیت دارد. او درباره جریان مُدسازی در جامعه معتقد است اگر ما بتوانیم جریان برگزاری رویدادها را تبدیل به جریان دیده‌شدن کنیم، مُدسازی اتفاق می‌افتد و بعد می‌توانیم تأثیر آن را در سطح جامعه و نوع پوشش مردم ببینیم. تا وقتی که نگرش در حوزه مد و لباس تنها بنگاه اقتصادی باشد که فقط برای مجری یا شرکت‌کنندگان در آن رویداد الزاماً تولید ثروت می‌کند، نمی‌توانیم تأثیرش را در جامعه ببینیم. محمودی حتی ذائقه‌سازی در همان جریان مُدسازی می‌داند و اعتقاد دارد مُدسازی در تمام دنیا روشی مخصوص به خود دارد. باید ببینیم اول چه کسی مُد را می‌سازد؛ در دنیا رسانه‌ها مُد می‌سازند، شبکه‌های مجازی، سلبریتی‌ها، برندها و فیمس‌ها مُد می‌سازند پس در درجه اول باید در جریان مُدسازی کار کنیم. مجموعه‌ی لباسی که خیلی خوب طراحی شده است، باید میلیون‌ها نفر آن را ببینند تا مُدسازی صورت بگیرد. مهدی محمودی با گسست میان مردم و نهادها و سازمان‌های دولتی در حوزه مد و لباس موافق است. در ادامه گفت‌وگوی او در همین رابطه با برگزاری مهر می‌آید.

● **با توجه به اینکه نهادهای**

و سازمان‌های متولی در امور فرهنگی در حال انجام پروژه‌ها، برنامه‌ها، کنگرها و فرهنگ‌سازی هستند،

اما دیده می‌شود که با دغدغه‌های سوزه‌های طبقه متوسط شهری در کشور همخوانی ندارد و سوزه‌های اجتماعی دنبال دغدغه‌های فرهنگی و ارزشی خاص گدشتان هستند و در اینجا کسب‌تای ایجاد شده است.

از همین‌رو می‌بینیم که الگوهای ارائه‌شده از سوی برخی نهادهای و سازمان‌ها، از سوی مردم قابل تأیید و تبعیت نیست یا تأثیر عینی آن الگوها را شاهد نیستیم،

دیدگاه شما درباره این پیش‌فرض چیست؟

در درجه اول باید به این موضوع اشاره کنم که ما نهادهای برگزارکننده رویدادهای مد و لباس کم داریم؛ غیر از نهادهای حاکمیتی مثل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که آن هم تنها یک جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر را برگزار می‌کند و بعضی اوقات هم آموزش و پرورش رویدادی به‌عنوان پوشاک مدارس دارد که باز هم می‌بینیم جشنواره‌ها در این حوزه بسیار کم هستند. اما مسئله مهم این است که رویدادهای برگزارکننده مد و لباس زیاد هستند؛ یعنی گاهی اوقات دیده‌ایم در سال بیش از صد رویداد داریم که مزون‌های مختلف جمع شدند و آن نمایشگاه را برپا کردند. ولی متأسفانه ماهیت این رویدادها از مُدسازی خارج شده است و بیشتر ماهیت اقتصادی بصری برگزارکننده و شرکت‌کنندگان دارد.

علت اینکه ما محصولات جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف را در سطح جامعه نمی‌بینیم، این است که برای طراحی، تولید و... زحمت می‌کشیم، سمینار و کارگاه‌های فروش را برگزار می‌کنیم، اما روی جریان مُدسازی کاری نمی‌کنیم.

● **منظور از ماهیت اقتصادی یعنی چه، پس بُعد فرهنگی در اینجا مغفول مانده است؟**

یعنی آن برگزارکننده، رویدادی را به مرحله اجرا می‌رساند، مهمانی یا افتتاحیه آن رویداد را در هتل لوکس و منطقه خوب می‌گیرد و بعد از لحاظ مالی هزینه‌ها را از مزون‌داران دریافت می‌کند. آن طراح یا به‌نوعی مزون‌دار زمانی که در آن رویداد شرکت می‌کند، تمام تلاشش این است که محصولش را به فروش برساند نه اینکه به‌دنبال مُدسازی باشد.

علت اینکه ما محصولات جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف را در سطح جامعه نمی‌بینیم، در این است که برای طراحی، تولید و... زحمت می‌کشیم، سمینار و کارگاه‌های فروش برگزار می‌کنیم، ولی برای جریان مُدسازی کاری نمی‌کنیم. جریان مُدسازی بسیار متفاوت است و باید با دانش و علم مناسب و خاصی پیاده شود، جریان مُدسازی با برگزاری رویداد رخ نمی‌دهد. بله در دنیا تمام مُد‌ها از کانال رویدادها معرفی می‌شود؛ مثلاً یک برند کالکشن جدید عرضه می‌کند و این مجموعه جدید را در قالب رویداد اجتماعی – فرهنگی به همه عرضه می‌کند، قطعاً این برند یا مجموعه قابلیت مُدسازی را دارد، زیرا در دوران برگزاری این رویداد، بیش از ۲۰ رسانه

و شبکه‌های مجازی به شکل کامل آن را پوشش می‌دهند. پوشش‌دادن هم به معنی این است که همه در دنیا با آن طرح آشنا می‌شوند و می‌بینند، به این مُدسازی می‌گویند. موفقیت آنها را در معرفی طراحی مد و لباس در کنار برنامه‌سازی و تبلیغات معنا می‌کنند. اگر ما بتوانیم جریان برگزاری رویدادها را به جریان دیده‌شدن تبدیل کنیم، مُدسازی اتفاق می‌افتد و بعد می‌توانیم تأثیر آن را در سطح جامعه و نوع پوشش مردم ببینیم. تا وقتی که نگرش در حوزه مد و لباس تنها بنگاه اقتصادی باشد که فقط برای مجری یا شرکت‌کنندگان در آن رویداد الزاماً تولید ثروت می‌کند، نمی‌توانیم تأثیرش را در جامعه ببینیم.

● **موضوع مهم دیگر اینکه در حوزه مد و لباس ورود دولت، حاکمیت، سازمان‌ها، نهادهای عمومی و دولتی به آن ممنوع است، هی به مردم بگوییم «این را بپوش» یا «آن را نبوش»!**

مردم آن پوشاک را انتخاب نمی‌کنند، زیرا حوزه مد و لباس از بازار شکل می‌گیرد، البته درست است که در این زمینه مُدسازی است ولی حاکمیت در این دنیای بزرگ در هیچ‌جای جهان توانسته مُدسازی انجام دهد. در ایران هم همین‌گونه است.

به اعتقاد من، وظیفه حاکمیت‌ها نباید‌هاست نه باید‌ها! یعنی حاکمیت در بخش قانون‌گذاری می‌تواند بگوید برای مثال یک سری از کارها و فعالیت‌ها را انجام دهید و یک سری از مسائل و کارها را فاکتور بگیرید و انجام ندهید، نه اینکه بگوید فلان پوشاک را به این شکل و شستیم.

طراحی نکنید، ببینید این خیلی تفاوت دارد. البته در حوزه ایران هم حاکمیت در حوزه طراحی ورود پیدا نکرده و تنها حوزه‌اش برگزاری جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر است که واقعا برگزاری آن در کشور لازم

است و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی این رویداد را اجرا می‌کند، به نظر من ورود دیگر دستگاه‌ها و سازمان‌ها به این حیطه اصلاً به صلاح جامعه نیست و نباید ورود کنند.

● **شما اشاره کردید که برگزاری جشنواره‌ها در کشور الزامی است، این درست است اما جشنواره ب‌سا رویدادی که هیچ کارکرد و کاربردی برای مردم ندارد، حتی این نوع جشنواره‌ها را نمی‌شناسند و دنبالش نمی‌کنند و حتی گاهی می‌بینیم که با آن زاویه دارند و این همان گسستی است که میان مردم و متولیان و مسئولان و برگزارکنندگان جشنواره‌است، چه لزومی دارد که با همان سیاست‌های قبلی ادامه‌دار باشد؟**

خب جشنواره‌ها را رویدادهایی که به‌صورت خصوصی برگزار می‌شود، ممکن است برای خیلی از افراد خوشایند نباشد؛ مثل اینکه شخصی به‌عنوان تولیدکننده یا طراح، محصولی را عرضه می‌کند که هزار نفر آن را می‌پسندند ۲۰۰ نفر هم نمی‌پسندند! ما نمی‌توانیم به تولیدکننده خصوصی بگوییم که برگزار نکنند و در این زمینه ورود نکنند.

● **منظور من رویدادها، نمایشگاه‌ها و همان جشنواره‌های دولتی است!**

به اعتقاد من، نهادهای دولتی و حاکمیتی اصلاً نباید در این زمینه ورود پیدا کنند و تنها یک رویداد را باید دولت برگزار کند که هم تأثیرگذاری بهتر داشته باشد، هم مردم آن را دنبال کنند که مثلاً در بخش فرهنگی – هنری در حوزه سینما شاهد این امر هستیم. در حوزه مد و لباس هم جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر را داریم که باید در اثرگذاری جشنواره تلاش کنیم؛ اما ورود سازمان‌های دیگر اصلاً درست نیست؛ مثلاً در دورانی سازمان فرهنگی –هنری شهرداری رویدادی را در حوزه مد و لباس برگزار کرد یا سازمان فلان و... که کار درستی نیست، این نوع نهادها و سازمان‌ها نباید ورود پیدا کنند و هرقدر ورود داشته باشند، باعث حاکمیتی‌کردن حوزه مد و لباس خواهد شد که این خودش آفت است. ما در سال فقط باید یک رویداد مهم در حوزه مد و لباس داشته باشیم.

● **البته مسئله مهم در کنار برگزاری جشنواره‌ها و رویدادها، ذائقه‌سازی است که ما بسیار کم شاهد این امر هستیم! البته معمولاً تولیدکننده‌ها یا طراحان در زمینه ذائقه‌شناسی ورود پیدا کردند و براساس ذائقه مردم و مخاطبانشان طرحی را در بازار عرضه می‌کنند یا معمولاً در انتظار ذائقه مخاطبانشان هستند و می‌بینند که آنان چه طرحی را از فضای مجازی یا ژورنال‌های خارجی می‌پسندند و بعد آن را ارائه می‌دهند، درحالی‌که ما ندیدیم یک نوع ذائقه‌سازی درست و مناسب در حوزه مُد ایرانی داشته باشیم و بتوانیم در ذائقه مخاطب تغییر ایجاد کنیم!**

من ذائقه‌سازی را با همان کلمه مُدسازی معادله‌سازی و بیان کردم، مُدسازی در تمام دنیا یک روش مخصوص به خودش را دارد. باید ببینیم اول چه کسی مُد را می‌سازد؛ در دنیا رسانه‌ها مُد می‌سازند، شبکه‌های مجازی، سلبریتی‌ها، برندها، فیمس‌ها مُد می‌سازند، پس در درجه اول باید در جریان مُدسازی کار کنیم. یک مجموعه لباسی که خیلی خوب طراحی شده است، باید میلیون‌ها نفر آن را ببینند تا مُدسازی شود که متأسفانه ما در زمینه مُدسازی کاری انجام نداده‌ایم و تمام فعالیت‌هایی‌که در حوزه مد و لباس انجام دادیم، به کارهای کوچک اقتصادی تبدیل شده که مخاطب دو یا سه هزار نفری دارد و توسعه پیدا نکرده است.

روی سر خط مد

خدا حافظی وکلا با لباس کلاسیک



● **مسابقه طراحی لباس وکیل از سوی مرکز وکلای قوه قضائیه برگزار می‌شود.** مرکز وکلای قوه قضائیه در راستای ایجاد تنوع و ساماندهی به لباس وکلای کشور، اقدام به برپایی مسابقه طراحی لباس وکیل کرده است. به گفته هنرآتلاین، شرایط شرکت در این مسابقه به شرح زیر است: طرح‌ها متناسب با شئون اسلامی و هویت ایرانی باشند. طرح‌ها ابداعی و ابتکاری و برای اولین بار ارائه شده باشند. آثار طراحی‌شده (دستی یا کامپیوتری) باید به‌صورت رنگی از زوایه‌های (روبه‌رو و پشت و پهلو در صورت نیاز) و با نورپردازی مناسب ارسال شود. آثار در قالب عکس یا فایل pdf حداکثر با حجم ۱۰ مگابایت از طریق سایت مرکز ارسال شود. لباس مدنظر باید قابلیت پوشیدن و استفاده در مکان عمومی را داشته باشد و در این فراخوان لباس کلاسیک وکلا مدنظر نیست. مرکز حق استفاده از طرح‌های ارسال‌شده را در طراحی نهایی لباس و شیوه‌های دیگر خواهد داشت. ارسال اثر به‌منزله قبول شرایط این فراخوان است. شرکت برای عموم آزاد و مهلت ارسال اثر تا ۱۵ آبان‌ماه اعلام شده است. جایزه طرح‌های برگزیده نیز به شرح زیر عنوان شده است: برترین طرح لباس آقایان هفت میلیون تومان جایزه نقدی، برترین طرح لباس بانوان هفت میلیون تومان.

دوره آموزشی طراحی مد با رایانه



● **انجمن طراحان لباس و پارچه ایران** اقدام به برپایی دوره آموزشی نرم‌افزار کاربردی CLO3D کرده است. نرم‌افزار CLO3D یک نرم‌افزار طراحی سه‌بعدی مد است که به شبیه‌سازی پوشاک می‌پردازد. به گزارش هنرآتلاین، این دوره آموزشی در روزهای ۸ و ۹ مهر با هدف تسلط بر برنامه، فراگیری ابزارهای مرتبط، کاربردی‌کردن رایانه برای اجرای دلخواه و تحلیل و شبیه‌سازی برپا می‌شود. این برنامه به شما اجازه ایمپورت‌کردن و دوختن الگوهای 2D-CAD روی یک مدل مجازی سفارشی (آواتار) را می‌دهد. طراحی هم‌زمان به‌صورت 2D و 3D، استفاده از مدل‌ها و مانکن‌ها برای مشاهده لباس به‌صورت واقعی، پشتیبانی از انواع خواص فیزیکی پارچه‌ها، هماهنگ‌سازی ویرایش الگو و دراپینگ سه‌بعدی برای طراحی تعاملی، پشتیبانی از برنامه‌های مدلینگ 3D نظیر همچون 3ds Max، Maya، پشتیبانی از الگوهای طراحی، انجام عملیات دوخت و اتصال قطعات طرح، انجام همه عملیات تهیه پوشاک شامل طراحی، دوخت و نمایش لباس به‌صورت مدلینگ و استفاده از طراحی‌های ذخیره‌شده در طراحی‌های جدید از جمله ویژگی‌های نرم‌افزار CLO3D است.

نشست طراحی لباس «نفس»



● **نشست طراحی صحنه و لباس فیلم «نفس»** در سالن عباس کیارستمی فارابی برپا می‌شود. این نشست، روز یکشنبه ۲۱ مهرماه و در حالی که ورود برای عموم آزاد است، از ساعت ۱۷ برپا می‌شود و سخنران آن اصغر ژادایمانی، طراح صحنه و لباس فیلم نفس، خواهد بود. فیلم «نفس» ساخته ترکس آبیار است که در سی‌وچهارمین جشنواره فیلم فجر در بخش بهترین بازیگر نقش مکمل زن سیمرغ گرفت و بهترین فیلم با نگاه ملی شناخته شد. این فیلم در رشته‌های دیگری مانند بهترین موسیقی متن، بهترین طراح صحنه و لباس، بهترین چهره‌پردازی و بهترین جلوه‌های ویژه میدانی و جلوه‌های ویژه بصری نامزد دریافت جایزه بود. نفس در ۱۳۹۶ به نمایشگذاری ایران به آکادمی اسکار معرفی شد اما راهی به فهرست کاندید نیافت. به گفته هنرآتلاین، حال و پس از گذشت هشت سال از ساخت این اثر و البته در روزهای نزدیک به هفته دفاع مقدس، نشست طراحی صحنه و لباس فیلم دفاع مقدسی نفس در سالن عباس کیارستمی فارابی برپا می‌شود.