

سر رسید مد

پیدایش مد مشرق زمین در اروپا



● اواخر قرن هفدهم به دلیل ارتباط بازرگانی اروپا و خاور دور، ورود صنایع دستی و منسوجات بسیار زیبا به اروپا و استفاده از لباس فرهنگ‌های دیگر در صنعت تئاتر که آن دوران از محبوبیت خاصی در اروپا برخوردار بود، کالاها، منسوجات و هنر خاور دور با سرعت جای خود را در بین لباس‌های تکراری و خسته‌کننده اروپاییان باز کرد و آنها به سبک بیگانه‌گرایی روی آوردند. مد اروپا بعد از دو دوره پرزرق‌وبرق باروک و روکوکو دنبال تغییر و تازگی بود، به همین دلیل جای خود را به پارچه‌های ابریشمی گران‌قیمت چینی و شرقی با نقش‌های زنده و دلنواز پرندگان، حیوانات، گل و برگ گیاهان و رنگ‌های زیبای مشرق‌زمین داد. سبک بیگانه‌گرایی بیشتر طرح، نقش و نوع پارچه‌ها را تغییر داد تا مدل لباس‌ها! و توانست با سادگی و ظرافت هارمونی خاصی ایجاد کرده، به تدریج زیورآلات و جزئیات تجملاتی سبک‌های قبل را از لباس‌ها حذف کند. منسوجات مشرق‌زمین چنان بازار پررونق اروپاییان را در دست گرفت که باعث تحولی بزرگ در صنعت نساجی اروپا شد و انگلیس، فرانسه و ایتالیا را واداشت تا منسوجات شرقی به‌خصوص پارچه‌های ابریشمی با طرح و رنگ خاور دور را با قیمت کمتر تولید کنند که البته ردپای باروک تا حدودی در میان آن دیده می‌شد. فرانسه پارچه‌ای به نام ژوی و انگلیس پارچه‌ای به نام چیت که برگرفته از کلمه هندی چیتتر به معنای پارچه نخی با نقاشی دست بود را تولید کردند.

اقتصاد جوراب



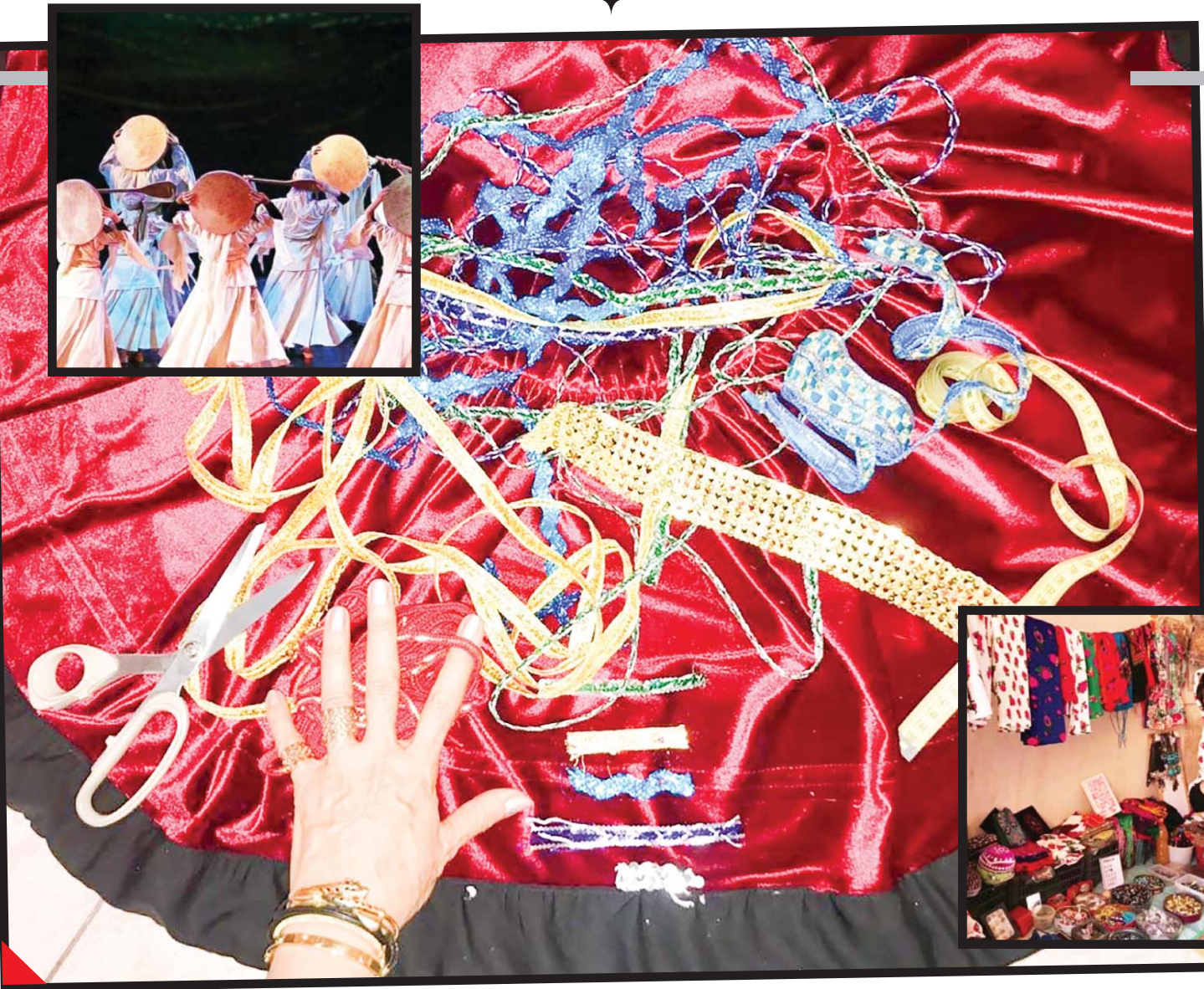
● شرکت «جوراب‌های شاد» (Happy Socks) در سال ۲۰۰۸ در استکهلم سوئد تأسیس شد و سعی کرد طبق استانداردهای لندن طرح‌های جسورانه و رنگارنگ خود را به نمایش بگذارد. در حال حاضر جوراب‌های این شرکت در ۹۰ کشور از جمله ایالات متحده، بریتانیا، اسپانیا، ژاپن، هند، تایوان، کره‌جنوبی، ایران و... صادر می‌شود و از همین محصول نه چندان مهم، گردش مالی قابل توجهی دارد. این شرکت کم‌کم همکاری خود را با هنرمندان مختلف جهان برای تولید جوراب‌های کوتاه و بلند رنگی آغاز کرد. هنرمندانی نظیر ابریس ایفل، Bip Long (بلاگر) گروه بیتلز از سفیران این برند هستند. شاید چند سال قبل‌تر پوشیدن جوراب‌های رنگین همراه با کفش‌های آکسفورد و کت و شلوار مردانه به نظر بچگانه و خنده‌دار بود ولی اکنون به یکی از ترندهای جذاب تبدیل شده به طوری که در بیشتر فشن ویک‌ها، شاهد پوشیدن جوراب با کفش‌های اسپرت یا صندل به همراه نقوش چاپی پاپ آرت روی لباس‌ها هستیم.

عطر «نیش» چیست؟



● خلاقیت و هنر، عناصر اصلی سازنده عطرهاي نیش هستند. «نیش» اصطلاحی است که برای عطرهاي نادر به کار برده می‌شود. این عطرها رایحه ویژه و بسیار هیجان‌انگیزی تراوش می‌کنند که تشخیص و یافتن رایحه آن در میان سایر رایحه‌ها، بسیار مشکل است؛ این ویژگی سبب گران‌قیمت‌بودن این گونه عطرهاست. علت دیگر خاص‌بودن این عطرها، تعداد محدود (Limited Edition) ساخت آنهاست. این در حالی است که عطرهاي دیگر به تعداد انبوه تولید می‌شوند. کسانی که عطر نیش به خود می‌زنند همیشه رایحه مخصوص و یونیک خود را دارند. عطرهاي نیش سال‌ها پیش از عطرهاي موجود، ساخته شده بودند و توسط خانواده‌های سلطنتی و اشرافی مورد استفاده قرار می‌گرفتند. این عطرها دست‌ساز هستند و از مواد مرغوب و نادری برای ساخت آنها استفاده می‌کنند. عطرهاي بیابکر تفکرات و شخصیت یک فرد هستند، پس چه بهتر که این رایحه از عطری خاص و کمیاب استشمام شود و مردم را برای خرید عطرهاي نیش تشویق کند.

ویژه مد ایرانی – اسلامی



عکس: هیدر آنتالین

نقش گروه‌های حرکت در ترویج مد فولک ایرانی

به دلیل برخورداری از غنای فرهنگی و تنوع طرح و رنگ و تاریخ کهن، هنوز پس از سده‌ها، در تبریس نگاه طراحان ایرانی و خارجی قرار دارد و ارانه‌های کلاسیک و مدرنی از این مؤلفه فرهنگی کهن را شاهد بوده‌ایم.

آتجه تلاش گروه‌های حرکت نظیر گروه حرکت «فرزانه کابلی» را از سایر اجراها متمایز می‌کند، نگاه تخصصی و متمرکز این بانو بر لباس فولک ایرانی و رقص‌های محلی ایرانی است. «من ایرانم» تازه‌ترین اجرای بانوان گروه حرکت به کارگردانی فرزانه کابلی، ۱۲ بهمن

در تالار وحدت روی صحنه رفت. تأثیرگذاری و استمرار اثر اجراهای تخصصی حوزه مد، با استمداد و استاد به لباس اقوام ایرانی که ابزار تخصصی این حوزه است، در قیاس با اجراهایی که از سوی گروه‌های جنرال ارائه می‌شود، بسیار مؤثرتر است و توصیه می‌شود بنیاد ملی مد و لباس که می‌کوشد خوانش‌های به‌روز

از لباس اقوام ایرانی باشد، به جای پرداختن به وجهه‌های فرعی این عنصر کهن، از گروه‌های اجرایی حرفه‌ای حمایت کند و بیان هنری مانیفست اجرایی خود را به این گروه‌ها بسپارد. با تجربه‌های موفقی که گروه حرکت در اجرا و در خوانش داشته

گروه‌های حرفه‌ای تخصصی، درس خود را نسبت به استانداردها و کارگردان صاحب‌نام آن برخوردار است و همچنین نگاه تخصصی مبتنی بر پژوهش‌های میدانی و روزآمدشدن تمام اجراهای این گروه، میرهن است که وقت آن رسیده رسالت احیای پیراهن ایرانی و لباس فولک اقوام ایرانی،

به دست گروه‌های تخصصی، متمرکز و دغدغه‌مند مد، برون‌سپاری شود. از مهم‌ترین تبعات فرهنگی این برون‌سپاری بجا و رزینیانه، مدیریت دودجه و هزینه‌های حوزه‌ای است که به ذات سهم دهان‌پرکنی از ردیف دودجه ندارد و تقریباً با تعریف ناچیزی اداره می‌شود. حاصل دوم، استفاده

از ظرفیت‌های غنی فرهنگ ایرانی از منابع صحیح و هدایت‌شده و مبتنی بر دانش، تجربه و تخصص است و از فضای سعی و خطا که دست و پای کودک مد را بسته نگاه داشته، فاصله خواهیم گرفت.

سوم، گروه‌های حرفه‌ای تخصصی، درس خود را نسبت به استانداردها و ممیزی‌های لازم و ضروری، پس داده‌اند و به‌اندازه کافی دیده شده‌اند و دغدغه دیده‌شدن و کسب نام را ندارند. همین جویای نام‌نبودن، خود نقطه قوتی است برای اجرایی حرفه‌ای و ارائه‌ای تخصصی از مد فولک ایرانی که در پستوی اولویت‌های گروه‌ها و محفل‌های جویای نام‌گونی، گم شده است. دغدغه رسیدن به خوانش‌های حرفه‌ای و انتقال تمام بضاعت پژوهشی و فرهنگی نهفته در لباس‌ها و رقص‌های محلی اقوام ایرانی که در «من ایرانم» به وضوح حس می‌شود، می‌تواند خیال‌متولیان و فعالان مد را از این بابت که این گروه‌ها نیامده‌اند خود را مطمئن کند بلکه به‌واقع می‌خواهند بیابکر پتانسیل‌ها و قابلیت‌های فرهنگی مد فولک ایرانی باشند، آسوده کند.

رئیس کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در پاسخ به «شرق»

ترکیه با ۵ طراح ایرانی به عقد قرارداد همکاری رسیده است



طراحی کالکشن از دیگر مباحث مطرح در جشنواره امسال است و می‌کوشیم تا بتوانیم کالکشن‌ها را به خارج از کشور نیز ارسال کنیم، چراکه در غیر این صورت برگزاری جشنواره فایده‌ای ندارد. به گزارش دبیر علمی جشنواره حضور «شرق»، امسال سومین سال پیاپی است که جشنواره فجر، درباره موضوع خاصی برگزار می‌شود. موضوع

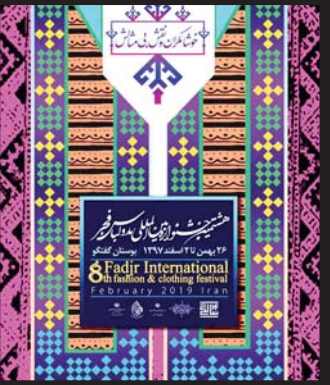
تفاوت‌های شاخصی دارد، اما هدف ما، معرفی ایده‌آلی از مد ایرانی و اسلامی مطابق با هنجارهای ملی و مذهبی خودمان است. در این نشست حمید قبادی، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس، صدیقه پاک‌بین، دبیر هفتمین جشنواره مد فجر، ابوالقاسم شیرازی، رئیس اتحادیه پوشاک و انسیه زاهدی، دبیر علمی جشنواره حضور

داشتند و به سؤالات خبرنگاران پاسخ دادند. به گفته صدیقه پاک‌بین، برنامه‌های متعددی برای جشنواره مد فجر در نظر گرفته شده و برگزاری مسابقه زنده در بخش‌های پوشاک بانوان و آقایان در اجتماع، طراحی پارچه، طراحی پارچه روسری، کیف و کفش، جواهرات، مجموعه‌سازی و حجم در دستور کار قرار دارد. همچنین مسابقه طراحان لباس، صنعت، بین‌الملل، مسابقه زنده طراحی پارچه و کیف و کفش نیز در این دوره بر پا خواهد شد.

دبیر هفتمین جشنواره مد و لباس فجر ادامه داد: در این دوره برپایی نشست‌های تخصصی و ورک‌شاپ‌ها را در دستور کار داریم و در برپایی آنها سعی شده از دانش مورد نیاز طراحان و مزون‌داران استفاده شود.

روی خط مد

رونمایی از پوستر مد فجر



● دیروز، در حاشیه نشست خبری هفتمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر از پوستر این جشنواره رونمایی شد. حمید قبادی، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس، صدیقه پاک‌بین، دبیر هفتمین جشنواره مد فجر، ابوالقاسم شیرازی، رئیس اتحادیه پوشاک و انسیه زاهدی، دبیر علمی جشنواره در نشست حضور داشتند و به سؤالات خبرنگاران پاسخ دادند. به گزارش «شرق»، این پوستر با الهام‌گرفتن از لباس محلی مردم مکران و سوزن‌دوزی‌های زنان بلوچ استان سیستان‌وبلوچستان طراحی شده و بر اساس لباس مردم منطقه مکران، از طیف رنگ‌های مختلف بهره برده است. همچنین تمام جاذبه‌های فرهنگی، هنری، مردم‌شناسی و جغرافیای منطقه مکران، خلیج فارس و دریای عمان جان‌مایه طراحی پوستر بوده است. هفتمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر با شعار «خوشا مکران و نقش بی‌مثالش» ۲۶ بهمن تا دوم اسفند در «بوستان گفتگو» برگزار می‌شود.

مد در جشنواره فیلم فجر

کاش شأن مد هم محقق شود



● شرق، گروه مد: جشن حافظ و جشنواره فیلم فجر، سال‌هاست به فرش قرمز مد سلبریتی‌ها تبدیل شده و علاوه بر رقابت در بازی، نوعی چشم‌وهمچشمی و رقابت در استایل بازیگران هم، به چاشنی این مراسم تبدیل شده. سی‌وهفتمین جشنواره فیلم فجر از دهم بهمن شروع شده و تا ۲۲ بهمن ادامه دارد. ۲۵ فیلم سودای سیمرغ دارند و هر روز هنرپیشه‌های مرد و زن، کارگردان و عوامل تولید فیلم‌ها در کاخ جشنواره جمع می‌شوند و به سؤالات خبرنگاران پاسخ می‌دهند. سال‌هاست فرش قرمز جشنواره فجر، به فرصتی برای نمایش مد و لباس سلبریتی‌های سینمای ایران تبدیل شده است. علاوه بر مردم، برای رسانه‌ها هم موضوع پوشش سلبریتی‌ها، جزء سوزه‌های پرحاشیه محسوب می‌شود. پوشش بسیاری از هنرپیشه‌ها در فرش قرمز جشنواره‌های داخلی و بین‌المللی توسط خانه‌های مد داخلی طراحی می‌شود و جزئیات این طرح‌ها در اینستاگرام سلبریتی‌ها قابل مشاهده است، معمولاً طراحان لباس برای مطرح‌شدن و تبلیغ آثار خود، برای سلبریتی‌ها طراحی رایگان انجام می‌دهند و آنان هم در یک همزیستی و تئاتر مسالمت‌آمیز، درباره طراحی لباس خود، برای فالوئر‌ها توضیح می‌دهند. تاکنون تنوع رنگ و طرح لباس سلبریتی‌ها در مراسم اکران فیلم‌های سودای سیمرغ با جواشی زیادی همراه بوده و امسال، عنصر میکاپ سلبریتی‌ها هم، کم‌حاشیه نبوده است. معمولاً لباس سلبریتی‌ها الگوهای حاشیه‌سازی برای طراحی لباس زنان قلمداد می‌شود چون عموم مردم معتقدند سلبریتی‌ها بر اساس دیدگاه‌های استایلیست‌ها، لباس می‌پوشند و این دیدگاه‌ها، در کامل به‌نظر رسیدن آنها، بسیار مؤثر است. از طرفی جشنواره فیلم فجر این شانس و امکان آزادانه را در اختیار سلبریتی‌ها قرار می‌دهد تا به دور از قیدوبندها یا عرف جامعه، خود را ابراز کنند. فرصتی که به صورت برابر در اختیار فعالان مد و لباس قرار نمی‌گیرد تا کسانی که فعالان و محققان اصلی این حوزه هستند، بتوانند در فضایی برابر، خود، هنر و کانسپت خود را ابراز کنند و محدودیت در حوزه مد خیلی بیشتر است. آن‌قدر که در جشنواره فجر آزادی عمل برای ابراز فردی هنرمندان وجود دارد، در جشنواره مد فجر که پلتفرم صحیح و به‌حق عنصر مد است، چنین فرصتی فراهم نیست، خوب است که جشنواره فیلم فجر به جشنواره مد سلبریتی‌ها تبدیل شده ولی ای کاش، شان مد هم رعایت شود و جشنواره مد فجر هم بتواند نقش اصلی خود را بازیابد و ایفا کند.