

مد در جهان

امپراتوری میچی به روایت اسکار دلارنتا



● برنبد ممتاز اسکار دلارنتا (Oscar de la Renta)، مجموعه ۲۰۲۰ خود را به معرض دید گذاشته است. شهرت طراحی‌های این برند ممتاز دنیای مد، به سبک کلاسیک آوانگارد بازمی‌گردد. همه آثار این کالکشن با تلفیق فرهنگ ژاپن مدرن و اروپایی معاصر و با تمرکز بر آغاز دوران امپراتوری میچی (Meiji Era) که به نوعی دوران امپراتوری تجددخواهان در تاریخ ژاپن (۲۳ اکتبر ۱۸۶۸ تا ۳۰ جولای ۱۹۱۲) محسوب می‌شود، طراحی شده است. سنت ژاپنی و روح شرق نهفته در این کشور با تلفیق بر نگاه مدرن اروپایی، جان‌مایه اصلی این کالکشن را تشکیل می‌دهد. اسکار دلارنتا برای نمایش زنده آثار هم، دست به ابتکار عمل زده و به لوکس‌ترین و کلاسیک‌ترین سبک ممکن، لباس‌ها را به نمایش زنده گذاشته است. با اینکه اسکار دلارنتا، فشن دیزاینر شهیر دومینیکنی-آمریکایی و خالق این برند در سال ۲۰۱۴ درگذشت اما کمپانی مد او، همچنان در اوج است و لاین محصولات متعدد مد از سوی این کمپانی به بازار جهان عرضه می‌شود.

آغاز به کار نخستین عمده‌فروشی مارک جاکوبز



● طراح مد شهیر آمریکایی، مارک جاکوبز (Marc Jacobs) از نخستین فروشگاه پاپ‌آپ خود در نیویورک رونمایی کرد. این برند ممتاز آمریکایی، نخستین مرکز عرضه عمده محصولات خود را در نیوجرسی راه‌اندازی و برای نمایش کالکشن جدید طراحی‌های خود در این نمایندگی، فشن‌شوی خلاقانه و قابل‌اعتنایی را در خیابان گرین استریت (Green Street) که به نوعی بورس عمده‌فروشی پوشاک زنان و مردان محسوب می‌شود، دایر کرده است. به گزارش ووگ، او برای این فشن‌شوی جنجالی که به شکلی خبرسازی درباره آغاز به کار نخستین نمایندگی عمده‌فروشی خود بوده است، از همه شاخص‌های برند خود بهره برده و با برگزاری مراسمی پرخرج و پرستاره، سروصدای زیادی راه انداخته است. او برای اجرای این فشن‌شو، روی جزئیات بسیار زیادی متمرکز شده و حتی انجام طراحی برای لیوان‌های سرو کوکتل را هم از یاد نبرده است.

خیز جدید صنعت زیبایی



● سرانجام صنعت زیبایی، از خواب عمیق خود بیدار شده و بر آلودگی زیست‌محیطی محصولات خود صحنه گذاشته است. به گزارش ووگ بریتانیا، از تیوب‌های پلاستیکی تا بطری‌های کوچک آلومینیومی که از عوارض تولیدات این صنعت است و خشنه جدی به سلامتی زیست‌بوم وارد کرده، شرکت‌های تولیدکننده محصولات زیبایی و آرایشی را به این صرافت انداخته است که به فکر راه‌حل جدی برای مهار مضرات این‌های تجاری محصولات خود باشند. بیشتر کمپانی‌های فعال در این حوزه به رویکرد جدیدی در شیوه پکیج‌کردن محصولات خود می‌انديشند که سازگار با محیط زیست باشد و لطمه‌های ضایعات کنونی را نداشته باشد. این گزارش افزوده است علاوه بر تلاش برای فرهنگ‌سازی استفاده مجدد از مواد قابل بازیافت، این کمپانی‌ها خیز جدیدی را برای تولید محصولاتی برداشته‌اند که دیگر سال‌ها در محیط زیست نماند و قابل جذب باشد.

مُد ایرانی – اسلامی



نمایش زنده لباس ایرانیان در بصره عراق – سال ۱۳۹۵ / عکس: ایرنا

پس از ۶ سال بی‌خبری؛ «شرق» پیگیری می‌کند

سرانجام «تهران، پایگاه مُد کشورهای اسلامی» چه شد



ستاره جاوید

رویدادها هدفمند نیستند

باشنه آشیل عدم تحقق این مسئله، با وجود سال‌ها رؤیاپردازی، هدف‌دارنبودن رویدادهای برگزارشده در حوزه مد است. رویدادهایی که در سه سال اخیر در حوزه مد برگزار شده نه ریشه در خاک داشته نه شاخه در آسمان. همگی رویدادهای متفرقه‌ای بودند که تعداد دوره‌های برگزاری‌شان حتی به دو دوره یا به سه دوره قد ن داده است. یک بار برای همیشه برگزار شده‌اند و بانی آن رویداد هم به نیت پول‌پاروکردن از این عرصه که تب آن به شدت جامعه را فراگرفته، ناخنکی به کیک به ظاهر گوارای مد زده و بعد از اینکه دانسته این‌کاره نیست و برای این حوزه ساخته نشده، عطایش را به لقایش بخشیده و بی معیشت خویش رفته است. اما در پس تمام این آزمون‌ها، همچنان بنیاد ملی مد بر این سیاست ناصحیح و ارائه مجوزهای فله‌ای، پافشاری می‌کند و هنوز شفاف نشده که بنیاد ملی مد در پس این همه رویداد و همایش یک‌روژه بی‌حاصل، در پی اثبات چیست؟

افراد حقیقی روی جریان مد، موج‌سورای می‌کنند

بیشتر رویدادهای آماری و بی‌هدف حوزه مد که به صورت سالانه تعریف می‌شود و تأثیر

چندانی هم در رشد کیفی مد و لباس ندارد، توسط افراد حقیقی و حقوقی‌ای دنبال می‌شود که مرادوات حسنه‌ای با بنیاد ملی مد و لباس دارند و نورچشمی هستند و به راحتی می‌توانند با تکررن لب، مجوز برگزاری رویدادها را اخذ کنند. این میان دو یا سه پلتفرم جدی که تهران را به پایگاهی برای مد حرفه‌ای تبدیل

می‌کند، ممنوع اعلام شدند و در ازای این دو یا سه پلتفرم، رویدادهای غیرمرتبط به دست افراد غیرمرتبط، کلاف پیچیده مد را به سمت گره‌های سخت پیش می‌راند.

سکان مد، دست این‌کاره‌ها نیست

نقد جدی دیگری که به مسئله مدیریت رویدادهای سالانه وارد است، سکان‌داری افراد غیرکارشناس و ناکارآمدی است که به‌خصوص در چند سال اخیر به حیاط‌خلوت بنیاد ملی مد و لباس رخنه کرده‌اند و میز و صندلی‌ها را همچون میراثی دیرین، شایسته بد بیضای خود می‌دانند و حاضر هم نیستند از اریکه قدرت به پایین بگرند و در ازای عملکرد خود، به سؤالات حقیرانه چند خبرنگار پاسخ دهند. ما در مقابل صحنه بنیاد ملی مد و لباس، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس را می‌بینیم که خیلی منطقی و شیک و علمی صحبت می‌کند

و طبیعی است که تمام کاسه‌کوزه‌های ناکامی مد دولتی را بر سر او می‌شکنیم اما حقیقت این است که حیاط‌خلوت بنیاد ملی مد و لباس و شورای مد که اصلا در مقابل رسانه‌ها حضور ندارند و پاسخ‌گوی تصمیمات لحظه‌ای و استراتژی‌های زودگذر خود نیستند، در حاشیه امن مانده‌اند و دست از سر مد برنمی‌دارند. تمنای حرفه‌ای جامعه مد ایران از این جامعه کوچک چندنفره این است که اگر حیاط‌خلوت بنیاد ملی مد و لباس را میراث دیرینی می‌پندارند، دست‌کم اجازه دهند که فضای تعامل و گفت‌وگو میان رسانه‌ها و ایشان جاری و ساری شود، شاید آن سویی که دچار اشتباه شده و می‌گوید سکان مد دست این‌کاره‌ها نیست، در اشتباهی حرفه‌ای باشد و پاسخ‌های شما خویان بتواند قانع‌کننده باشد.

بنیاد ملی مد و لباس از این شاخه به آن شاخه می‌پرد

کنداکتور اجرایی و رسالت دولتی بنیاد ملی مد و لباس کشور، مثنوی هفتاد من کاغذ شده است. کنداکتوری که بنیاد مد در دست پیگیری و اجرا دارد، خیلی شلوغ و به‌نوعی «شترگاولینگ» است. ضمن اینکه کنداکتور اجرایی هر سال با سال پیش یا سال پس از خود متفاوت است و رویدادها و بند بندهای اجرایی کنداکتور محتوایی که بنیاد دنبال می‌کند، به نتیجه نرسیده، به دست فراموشی سپرده می‌شود و به اصطلاح طرح‌های جدید که در دستور کار قرار می‌گیرد، طرح‌های مسن‌تر و قدیمی‌تر را از گردونه پیگیری و اجرا خارج می‌کند. برای مثال، مانند تبدیل تهران به پایگاه

مد کشورهای اسلامی که استراتژی سال ۹۲ بنیاد محسوب می‌شد و طرحی فراسرزمینی و فراملی به حساب می‌آمد، طرح اجرای «لباس حلال» هم که به‌نوعی طرحی فراملی و فراسرزمینی به نظر می‌رسید و تلاش‌ها بر ارائه الگویی حلال از لباس اسلامی متمرکز شده بود، هم نیامده، از گردونه خارج شد.

سال ۹۵ بنیاد ملی مد و عوامل اجرایی آن سفر پرمطراقی به اسپانیا داشتند. با رسانه‌های اسپانیولی مصاحبه کردند و چند نفر از طراحان همواره در صحنه هم در پائوین جمهوری اسلامی ایران در مادرید، ماتوها و لباس‌های مجلسی خود را با نام حلال به نمایش گذاردند و مدعی شدند که در تلاش‌اند ایران را به پایگاه مد حلال تبدیل کنند. سه سال از آن رویداد گذشته و طرح «ایران، پایگاه مد حلال» در آرشپو بنیاد ملی مد و لباس خاک

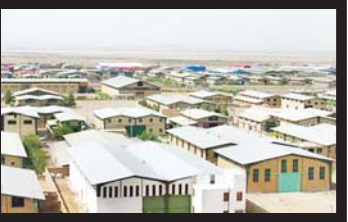
می‌خورد و به فراموشی سپرده شده است. به اعتقاد نگارنده، فراتر از تبلیغات پرهزینه و بی‌حاصل که نتیجه‌ای جز بی‌اعتبارکردن مد ملی ندارد، توصیه می‌شود تا دیر نشده، استراتژی صداقت و هدف‌گذاری را سرلوحه قرار دهیم و مد را که به یک متولی متخصص نیاز دارد، به دست کاربلد و اهل آن بسپاریم. ضمن اینکه ضرورت نگاهی فرهنگی و به‌دور از حب و بغض به مد، بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. نگاه‌های سیاسی به مسئله مد و پوشش، باید از یک‌پره این مدیوم نونهال زوده‌شود و از توانایی مالی و فنی بخش خصوصی که به حاشیه رانده شده است، به صورت هدفمند و نه ابزاری، بهره گرفته شود. تجربه چهار دهه مدیریت نشان داده است که هر جا بخش خصوصی با صداقت و با استراتژی حفظ منافع، برای همکاری دعوت شده، سنگ تمام گذاشته و برای کار، دل سوزانده است.

جشنواره‌زدگی و کمیت‌گرایی؛ آفت‌های مد امروز

در شرایط امروز که هزار جیب برای بودجه اندک مد دوخته شده و دانشگاه‌ها بیش از اندازه ظرفیت‌شان، به فقره مد ورود کرده‌اند و دیگر چیزی در چننه ندارند که به نسل جویای آموزش و نوگرایی آموزش دهند، وقت آن رسیده که متولیان به احیای پلتفرم‌های حرفه‌ای و جان‌بخشی به مد حرفه‌ای بیندیشند و از حرکت‌های شعارگونه و اتلاف همان بودجه اندک نیز بپرهیزند. سازگارنبودن مد آیینی با مد فرهنگی در جامعه ایران معاصر از یک‌سو، بی‌انگیزی تک و توک متخصصان صاحب‌نام و صاحب‌نظر حوزه از سوی دیگر و تکرور طراحان تازه‌به‌دوران‌رسیده، سبب شده که در آغاز تابستان ۹۸ همچنان به رؤیاهای دوردست چشم بدوزیم و تحقق امری را مطالبه کنیم که مقدمات تحقق و اجرای آن را جدی نکرفته‌ایم. در شرایطی که هر کس ساز خود را می‌زند و مد در ایران دچار چندوالدی شده است، جشنواره‌زدگی، همایش‌زدگی و کمیت‌گرایی همچون گل‌مژه‌های چرکین بهاری، دیدگان «کودک نوباوه مد» ایران را پوشانده و او را از نعمت نگرشی واضح به آینده خویش، محروم کرده و دواى درمان آن هم در يد بیضای کسانی است که خود را میراث‌دار مد می‌دانند و تمام مسائل مربوط به این کودک را برای خود مونوپل کرده‌اند.

مد در ایران

۶ هزار میلیارد تومان برای تأسیس شهرک تخصصی پوشاک



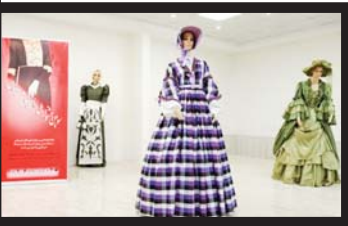
● مدیرکل شهرک‌های صنعتی استان تهران در هفته‌ای که گذشت، با اشاره به ایجاد شهرک تخصصی پوشاک در تهران اعلام کرد که طرح بهره‌برداری از نخستین شهرک تخصصی پوشاک برای نخستین‌بار در خاورمیانه با حدود شش هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد اشتغال برای ۱۵ هزار نفر به‌صورت مستقیم در تهران اجرا می‌شود. صابر پرنیان در حاشیه نشست بررسی مشکلات شهرک‌های صنعتی شهرستان دماوند، با اشاره به فضای حاکم بر کشور و تحریم‌های جدید آمریکا به هنرآتلاین گفته؛ واحدهای صنعتی استان به سمت بومی‌سازی و تهیه مواد اولیه داخل کشور و رفع نیازمندی‌های یکدیگر حرکت می‌کند و به نظر می‌رسد کشور در حال ورود به یک دوره جهش تولید و ایجاد تکنولوژی و تولید علم در حوزه صنعت باشد.

سنگ‌های بزرگ برای نژدن



● هم‌زمان با نام‌گذاری سال ۹۸ با عنوان «رونق تولید» و نظر به نیاز جدی عرصه آموزش و پرورش در حوزه پوشاک مدارس، انجمن فرهنگی، هنری طراحان و تولیدکنندگان پوشاک مدارس ایران با نظارت کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور تشکیل شده و در راستای ثبت‌نام اعضا در بخش‌های مختلف مندرج در آیین‌نامه این انجمن فراخوان داده است. به گفته هنرآتلاین، سایت خبری معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجمن پوشاک مدارس ایران متشکل از بخش‌های طراحان، تولیدکنندگان پوشاک، بافندگان پارچه و نخ، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان ملزومات و خرج کار پوشاک مدارس، فرهنگیان، دانشگاه‌ها، مؤسسات و آموزشگاه‌های مد و لباس، اتحادیه و عضو افتخاری است و با انتشار نخستین فراخوان، درصدد جذب اعضا برآمده است. استعدادیابی، ساماندهی و ارتقای سطح آموزش و مهارت‌های تخصصی اعضا در حوزه پوشاک مدارس، برنامه‌ریزی و پیگیری در جهت توانمندسازی و افزایش ظرفیت‌های تولید و انتقال نوآوری و تکنولوژی، جمع‌آوری مستمر آمار و اطلاعات صنفی و تجزیه‌وتحلیل آن برای بررسی و تحقیق درباره مشکلات و شناخت نیازها و اولویت‌های اعضا و تأمین نیروی انسانی موردنیاز با ایجاد بانک اطلاعاتی در رسانه‌های مجازی و مکتوب برای تمام عوامل حوزه پوشاک مدارس، بررسی و تحقیق درباره مشکلات و نارسایی‌های اقتصادی، شغلی و مهارتی در جهت افزایش بهره‌وری و سطح کیفی خدمات و ارائه پیشنهاد اصلاحی، علمی و عملی به اعضا، مدیران و مسئولان مربوطه و حمایت از منافع صنفی و حرفه‌ای اعضا و استیفای حقوق و خواست‌های مشروع و قانونی آنها از طریق ارائه پیشنهاد و ایجاد زمینه مناسب و جلب پشتیبانی مراجع و سازمان‌های دولتی و ملی از اهداف کلانی است که برای تأسیس این انجمن برنمرده شده.

پایان سومین جشنواره دانشجویی مد و لباس



● سومین جشنواره ملی دانشجویی مد و لباس به میزبانی دانشکده فنی و حرفه‌ای دخترانه شریعتی شبیه به کار خود خاتمه داد. به گزارش مهر، شهیدخت ملاوردی، دبیرکل جمعیت حمایت از حقوق بشر زنان، در این مراسم گفته هنوز هم از اقتصاد تک‌محصولی مبتنی‌بر نفت خارج نشده‌ایم و لازم است کام‌های بلندی در راستای اقتصاد مبتنی‌بر صنایع فرهنگی و خلاق برداشته شود. همچنین حمید قبادی، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، تصریح کرده که هدف‌گذاری‌ها بر اساس مانایی و اثرگذاری این رویداد است. او تأکید کرده ایجاد رفتار مدساز از خواسته‌های ما در راستای برگزاری جشنواره دانشجویی بوده و درعین‌حال نگاه نقدگرایانه را هم مورد توجه قرار می‌دهیم، چراکه معتقدیم با تعارفات پیشرفت نخواهیم کرد. جریان دانشگاهی مد و لباس نیازمند نگاه منتقدانه است و در این راستا باید از تحسین غیرواقعی پرهیز کنیم و دانشجویان هم باید دایره اثرگذاری خود را محدود به دیوارهای دانشگاه نکنند.

شوی اسلامی در جاکارتا با حضور برخی طراحان ایرانی – سال ۱۳۹۵ عکس: ایران