

مد در جهان

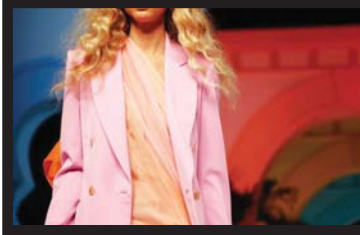
تحسین ووگ بریتانیا
از هفته‌های مد محبوب

● **گروه مد بخش بین الملل:** ووگ بریتانیا در تازه‌ترین گزارش خود، هفته‌های مد پاریس، لندن و میلان را از تیغ نقد گذرانده و با نقی به حضور برنده‌های مطرح و بزرگ نظیر میومو (MiuMiu)، پرادا (Prada)، شنل (Chanel) و... بر خلاقیت و مینی‌مالیسم مدرنی که دیزاینرهای حاضر در هفته‌های مد از خود بروز داده‌اند، صحه گذاشته است؛ اما نکته حائز اهمیت در نقد اخیر ووگ بریتانیا، تحسین این مجله مشهور جهانی از مد محبوب و پوشیده‌ای است که برخی دیزاینرها با خلاقانه‌ترین شکل ممکن کوشیده‌اند حال‌وهوای یک بانوی باوقار و لطیف را به زبان پوشش به تصویر بکشند. ووگ نوشته است بانوان اروپایی در این استایل احساس راحتی بیشتری دارند و دوست دارند کمی شرقی به نظر برسند. به گزارش «شرق»، اقبال از مد محبوب و لباس‌های فاخر و بلند از سوی بانوان اروپایی مدتی است که در هفته‌های مد متعدد در سطح اروپا به اوج خود رسیده است. بانوان اروپایی نه برای بزرگ‌نمایی‌کردن حالت زنانه خود، بلکه برای استقبال از احساس راحتی بیشتر در لباس، ترجیح می‌دهند لباس‌های بلند و نسبتاً گشادای را که رنگ‌بوی شرقی دارد، به مجموعه لباس‌های تیره و کوتاه اروپایی خود بیفزایند.

درآمد مَد نویس یا استایلیست
در دنیا چقدر است؟

● استایلیست‌ها اغلب برای خودشان کار می‌کنند؛ یعنی نه‌تنها می‌توانند نرخ دستمزدشان را خودشان تنظیم کنند، بلکه می‌توانند به روش‌های مختلف دریافتی داشته باشند. به بعضی‌ها دستمزد ساعتی پرداخت می‌شود و بعضی از آنها به‌روز دریافتی دارند. یک استایلیست در سطح ابتدایی می‌تواند حدود ۲۰ دلار در هر ساعت یا ۱۵۰ تا ۲۰۰ دلار در روز درآمد کسب کند. افراد باتجربه‌تر ممکن است بین ۵۰۰ تا پنج هزار دلار در روز درآمد ایجاد کنند؛ درحالی‌که کسانی که برای افراد مشهور و سلبریتی‌ها کار می‌کنند، بیش از پنج هزار دلار در روز یا صد هزار دلار در سال کسب می‌کنند.

برخی نویسندگان مد برای هر صفحه مطلبی که می‌نویسند، دستمزد می‌گیرند. ویراستاران مد معمولاً این نرخ را به صورت سالانه مذاکره می‌کنند و در طی زمان انتشار، تعداد مشخصی از صفحات پروژه را تکمیل خواهند کرد. یک استایلیست می‌تواند فعالیت‌های متفاوتی انجام دهد که نرخ دستمزد هرکدام با توجه به شرایط پروژه متفاوت خواهد بود و بر اساس توافق بین طرفین قرارداد بسته می‌شود.

طرح‌های خلاقانه
کالکشن ۲۰۲۰ اسکار دلارنتا

● برند اسکار دلارنتا (Oscar de la Renta) با تنوع در انتخاب پارچه‌های این کالکشن و رنگ‌های زنده، با طراحی لباس‌هایی زیبا، یک ترکیب عالی را خلق کرده است. انتخاب هوشمندانه پارچه‌های تافته‌ابریشم، حریر، پارچه‌های گلدار، پلیسه‌های براق، شیفون ابریشم و... در این کالکشن دیده می‌شود. شاید بتوان گفت در انتخاب کالیتنه مربوط به این کالکشن، انتخاب چندان خلاقانه‌ای وجود ندارد، بلکه نوع نگرش به کالیتنه‌ها و استفاده بسیار حساب‌شده از هر کالیتنه و تغییر کاربری آن است که به این کالکشن رنگ‌بوی خلاقانه‌ای داده است. ترتینات روی لباس‌ها، گل‌دوزی‌هایی به رنگ‌های طلایی، نقره‌ای و زرکلبه، به صورت ایلک‌ه‌شده روی پارچه‌های متنوع و چین‌های سوزنی و پارچه‌های چندلایه (Layer) از ویژگی‌های برجسته این کالکشن است.



ستاره جاوید



با رفتن «حمید قبادی»، دبیر سابق کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور و مشاور اجرایی کنونی معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از بنیاد مد، هیچ آتیه روشنی درباره تمام برنامه‌ها و استراتژی‌هایی که در دستور کارگروه ساماندهی مد و لباس قرار داشت و توسط او پیگیری می‌شد، متصور نمی‌شود. قبادی در ۷ خرداد ۱۳۹۸ (با عنوان ضرورت روزنامه‌نگاری مُد هویدا شده است، روزنامه شرق، شماره ۳۴۳۸ صفحه۹) از برگزاری ۱۵۰ نمایشگاه مد و لباس در سال ۹۸ و پیگیری مد سریع (Fast Fashion) در سال جاری خبر داده بود. در همان گفت‌وگو از اخذ ۳ میلیارد تومان بودجه سالانه برای حوزه مد و لباس کشور، سخن گفته بود. بودجه‌ای که هرچند در مقایسه با بودجه اختصاص یافته به حوزه‌های فرهنگی، بسیار اندک و ناچیز به نظر می‌رسد اما در قیاس با پیشینه حوزه مد که از صفر شروع کرد و ردیف بودجه‌ای هم در اختیار نداشت، گامی رو به جلو بود. حال قبادی از بنیاد رفته است. در رفرنس به مانی‌تورینگ و رصد فعالان جامعه مد، از آغاز تابستان تاکنون، نه‌تنها شاهد حرکت‌های پویایی در عرصه مد نبوده‌ایم بلکه رؤیای برگزاری ۱۵۰ نمایشگاه فاخر در عرصه مد که عرصه‌ای پویا

و مرتبط با پوشاک که یکی از سه نیاز اساسی حق حیات است، رؤیایی دست‌نیافتنی به نظر می‌رسد. هرچند یکی از منتقدان طرح اجرای ۱۵۰ نمایشگاه در سال، گروه مد روزنامه شرق بود و شورای سیاست‌گذاری این گروه از آغاز معتقد بود و هست که مد، به‌عنوان مدیومی فاخر باید دارای کانسیتی فراتبلیغاتی و مفهومی فرهنگی باشد و نمی‌تواند سالانه در ۱۵۰ فقره خود را بازتولید کند، باین‌حال به دلیل استراتژی‌های تعیین‌شده در سطح کلان و بدنه سیاست‌گذار برای پیکره مد، با این منطق که ۱۵۰ نمایشگاه فاخر به‌صورت مشارکتی به کمک حوزه مد می‌آید و سبب ارتقای آن خواهد شد، به اندازه کافی متقاعدکننده بود و ارزشی را ایجاد می‌کرد که فعالان جامعه مد منتظر باشند و بازتاب‌ها را بسنجند.

دو ماه از خداحافظی قبادی گذشته و هیچ‌یک از استراتژی‌های تعیین‌شده به منصفه ظهور نرسیده و شانس تحقق را به دست نیاورده است.

هیچ سفر خارجی تعیین‌کننده‌ای که شعله امیدی برای توسعه بازار مد فراوری فعالان قرار دهد، در فصل گذشته انجام نشده است. مدیران کنونی بلندپروازی چندانی در این عرصه ندارند

تکلیف ۱۵۰ نمایشگاه مد و لباس چه شد

بودجه امسال مد و لباس صرف چه اموری می‌شود

و مانیفست برگزاری ۱۵۰ نمایشگاه به دو، سه جشنواره غیرمرتبط که خود را پشت نقاب جشنواره مد استتار کرده و موج‌سواری می‌کنند و یک سمپوزیوم نوپا و تفاهم‌نامه‌های نه‌چندان کارآمد تقلیل یافته است. رویدادهایی که از سوی بخش خصوصی دنبال می‌شود و شانس چندانی برای دریافت سهمی از ردیف بودجه

مد ندارند.

بودجه امسال مد که به گفته قبادی رقمی در حدود سه میلیارد تومان است، صرف ارتقای کدام بخش از پیکره مد خواهد شد؟ یا توجه به روحیه غالب محافظه‌کارانه و قناعت‌پیشهای که در بدنه

کنونی بنیاد ملی مد و لباس مشاهده می‌شود، تمنای حرفه‌ای فعالان مد و لباس این است که به درستی و دقیق تبیین شود که اگر بودجه سالانه مد به شکل ردیف بودجه در اختیار بنیاد ملی مد و لباس قرار گرفته است،

اکنون در فصل‌های کم‌کاری که رگه‌های نبود جاه‌طلبی‌های خاص این عرصه پربرتگت شده، صرف چه خواهد شد؟ هنوز هیچ پاسخ روشنی درباره استراتژی‌ها و سیاست‌های مدیران ملایم کنونی وجود ندارد.

مد به‌عنوان پویاترین هنر صنعت با ارزش افزوده بالا نیازمند جاه‌طلبی‌ها و بلندپروازی‌های اجرایی

کلانی است تا بتواند در اولین دهه پس از میلاد رسمی در کشور، خود را باز یابد، بازتولید کند و سر پا بماند. پویایی بی‌پایان این حوزه اقتضا می‌کند به‌صورت مداوم در معرض نقد، هزینه‌کردن، جلسات هم‌اندیشی، صرف بودجه و تعریف خلاقیت‌های مطابق با هنجارها و فرهنگ‌های

مورد پذیرش کشور قرار گیرد. پرداختن به مباحث تنوری، خاطره‌گویی و پیگیری رویدادهایی که جز مباحث نظری و علمی هیچ ارزش کاربردی و ارزش‌افزوده‌ای ندارد و به جد از سوی بازوی رسانه‌ای معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد دنبال می‌شود، قادر نیست وجهه گم‌شده و مغفول‌مانده مد کشور را نمایان کند و جان دوباره‌ای ببخشد.

شاید منطقی باشد که خاطره‌گویی و پرده‌برداری از اقدامات اشخاص حقوقی در روند شکل‌گیری بنیاد مد و مکاتبات انجام‌شده در یک دهه اخیر بتواند چهره ملایم و مقبولی از بنیاد مد را در اذهان متبادر سازد اما مسئله امروز فعالان جامعه مد، درگیر شدن در عرصه‌های اجرایی و کاربردی مد و فاصله‌گرفتن از تبلیغات و شواف‌های عام‌دانه است. مد امروز کشور می‌طلبد که اندک بودجه موجود صرف بازآفرینی حلقه‌های آسیب‌دیده یا معیوب شود و به‌جای پرداختن به رویدادهای تئوریک که هیچ خروجی عملیاتی و کاربردی‌ای ندارد، رویدادهای مبتنی بر احیای هفته‌های مد که مماس با فرهنگ ایرانی و اسلامی و مطابق با هنجارهای اجتماعی است، در دستور کار قرار گیرد.

نمایشگاه مد و لباس فایر عکس، آرشو تسنیم



روی سر خط مد

نخستین مرکز نوآوری نساجی در یزد



● با عقد تفاهم‌نامه در حوزه نساجی و صنایع وابسته در یزد، تفاهم‌نامه همکاری ایجاد نخستین مرکز نوآوری تخصصی نساجی و صنایع وابسته در کشور به امضا رسید. معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری از هر شرکتی که بخواهد در عرصه‌های مورد نیاز کشور به‌ویژه در صنعت نساجی و در حوزه فناوری‌های نوین متناسب با نیاز جامعه ورود پیدا کند، در قالب قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات از طریق صندوق «نوآوری و شکوفایی» در تأمین منابع این شرکت‌ها کمک خواهد کرد. در همین راستا، تفاهم‌نامه همکاری ایجاد نخستین مرکز نوآوری تخصصی نساجی و صنایع وابسته به امضای پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و محمدعلی طالبی، استاندار یزد رسیده است.

به گفته هنرآتلاین، این مرکز به‌عنوان نخستین مرکز نوآوری تخصصی نساجی و صنایع وابسته در استان یزد راه‌اندازی خواهد شد و هدف از تأسیس آن بسترسازی برای کاربردی‌کردن نوآوری و فناوری در صنعت نساجی و شناسایی و تربیت نیروی انسانی متخصص در این حوزه کاربردی است.

نمایشگاه مُد اکس در اصفهان



● دومین دوره نمایشگاه مُد اکس (ModEx) دی‌ماه سال جاری در اصفهان برگزار می‌شود. نمایشگاه مُد اکس عبارت است از یک فضای اقتصادی با یک موقعیت اقتصادی ویژه که در آن عرضه‌کنندگان و بازدیدکنندگان می‌توانند با فعالیت‌های سازمان‌یافته و هماهنگ به مبادله کالاها، خدمات و اطلاعات اقدام کنند. مد اکس از ترکیب دو کلمه «مُد» و «اکسپو» به معنی نمایشگاه تشکیل شده است. این نمایشگاه در تعریف، محل تلاقی بازدیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و نقطه تلاقی و همسوسازی عرضه و تقاضاست. سایت نمایشگاهی اصفهان نیز مرکزی برای تبادل اطلاعات و دست‌یافتن به پدیده‌های نوین علم و صنعت و انتقال فناوری در حوزه صنعت البسه و پوشاک محسوب می‌شود. به گزارش هنرآتلاین، مشارکت در این رویداد باعث می‌شود تا توانمندی واحدها و بنگاه‌های مختلف تولیدی و خدماتی به معرض نمایش گذاشته شود و به تبع آن زمینه برای دست‌یافتن به بازارهای جدید فراهم شود. مشارکت‌کنندگان در این نمایشگاه قادر خواهند بود در یک بازار رقابتی سالم، نوآوری‌ها، خلاقیت‌ها، ابتکارات و ماشین‌آلات خود را عرضه کنند.

برپایی نشست قیمت محصول فشن



● نشست تخصصی استراتژی قیمت‌گذاری محصول فشن از سوی انجمن طراحان لباس و پارچه ایران یازدهم مهرماه در تهران برپا شد. به عقیده برگزارکنندگان، قیمت یکی از اجزای آمیخته با بازاریابی است اما اینکه چگونه بخواهیم کالا یا خدمات‌مان را قیمت‌گذاری کرده و هزینه تمام‌شده به اضافه سود مطلوب را محاسبه کنیم، به این سادگی امکان‌پذیر نیست. با توجه به نوع کسب‌وکار، وضعیت بازار، مخاطب و عوامل مختلف دیگر، شما می‌توانید به سه روش قیمت‌گذاری بر مبنای تقاضا، هزینه و رقابت کالا یا خدمات‌تان را قیمت‌گذاری کنید. مفهوم استراتژی قیمت‌گذاری، تولید محصول فشن و کنترل هزینه‌ها، محصول فشن و چالش‌های قیمت‌گذاری، بررسی موارد کلیدی در انتخاب قیمت صحیح محصول و معرفی و بررسی ۵ استراتژی رایج در قیمت‌گذاری محصول از جمله سرفصل‌های نشست تخصصی استراتژی قیمت‌گذاری محصول فشن بود.

تجاری‌سازی لباس اقوام ایرانی از رؤیا تا واقعیت

فرهنگی و سبک پوشش برپایه ارزش‌های اسلامی-ایرانی و افزایش نقش دانشگاه‌ها و اصول آکادمیک در مدپذیری مناسب جامعه از مهم‌ترین اهداف در برپایی این سمپوزیوم ملی است. او درباره رویکردهای جشنواره گفته است: ستاد برگزاری جشنواره از هنرمندان دعوت می‌کند تا در خلق اثر به مواردی همچون رویکردهای معاصر روشی‌نویز از ریشه‌های کهن، تأثیر هنر طراحی لباس در منظومه جهان معاصر، تفکر انسان معاصر در سپهر اندیشه‌های بومی و ملی، میراث فرهنگ و اندیشه ایران در دوره باستان، هویت ایرانی در چالش مد و هنرهای مرتبط و لباس اقوام و عشایر ایران از نگاه هنرمند امروز توجه کنند. قلی‌زاده با تأکید بر اینکه تولیدکنندگان، مزون‌داران و برندها می‌توانند درخواست حضور در

داشته فرهنگی ما در این عرصه به دست فراموشی سپرده شده است آن هم در شرایطی که امروز تداوم استفاده از لباس اقوام چیزی فراتر از شعار و هشدار بوده و یک نیاز جدی به شمار می‌رود. قلی‌زاده جشنواره بستک را جنبشی در راستای تجاری‌سازی لباس اصیل ایرانی برشمرده و تصریح کرده: بسیاری از ارزش‌های فرهنگی شهرها و روستاهای مختلف بر مبنای پارچه و پوشش آن مناطق تعریف می‌شود درحالی‌که بسیاری از این سرمایه‌ها به دست فراموشی سپرده شده و حتی اهالی بومی هم از لباس سنتی اقوام و پیشینیان خود استفاده نمی‌کنند. تبیین لباس به‌عنوان کالای فرهنگی، فرهنگ‌سازی مد و افزایش سود مد در جامعه، تقویت و افزایش بهره‌وری از هنر- صنعت مد ایرانی- اسلامی، ارتقای سواد

