

مد در جهان

متانف در کالکشن ویکتوریا بکهام



● بخش بین المللی گروه مد: ویکتوریا بکهام (Victoria Beckham) فشن‌دیزاینر شهیر بریتانیایی و همسر دیوید بکهام، در هفته مد لندن (LFW) کالکشنی از لباس‌های آزاد و بلند زنانه را به معرض نمایش گذاشت. او که به دلیل شهرت ناشی از دیوید بکهام همواره مورد استقبال و توجه رسانه‌ها بوده است، در مدت کوتاهی بعد از راه‌اندازی کمپانی مد خود، به دلیل دارا بودن روح خلاقه و تزریق روحیه سنتی بریتانیایی در مجموعه آثارش، توانست به امضای مستقلی در آوازه خود دست یابد. برای هفته مد لندن که به تازگی در موزه بریتانیا دایر بود، مجموعه جدید او که نمایشی از ابتکار عمل و خلاقیت در خلق لباس‌های الوان زنانه بود، بار دیگر نام او را به رأس خبرها نشاند. طراحی‌های مدرن، بلند و باتمات که از خواسته‌های مشتریاناش الهام گرفته و به مجله ووگ بریتانیا گفته است که رنگ و طرح و راحتی بانوان برای پوشیدن این محصولات، از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که من برای انتخاب‌هایم در نظر می‌گیرم.

ویکتوریا در گفت‌وگو با ووگ بریتانیا از مؤلفه‌هایی صحبت کرده است که در کلکسیون جدید خود مورد توجه قرار داده، کلاسیسم همراه با مدرنیته یا رگه‌هایی از سنت انگلیسی از ارزش‌هایی است که سلبریتی‌های بریتانیایی در تمام حوزه‌ها دنبال می‌کنند.

نوگرایی خیره‌کننده در شوی زیوانشی



● برند معروف و ممتاز ژیوانشی (Givenchy) در هفته مد پاریس (PFW)، با ارائه کلکسیونی از بیش از ۶۰ دست لباس زنانه و مردانه، بار دیگر نوگرایی و محوریت مدرنیته در آثار فشن این کمپانی مد را به معرض نمایش گذاشت. آوانگاردیسم، پوشیدگی شرقی، استفاده از کنتراست بالای رنگ‌ها و حفظ روحیه زنانگی و مردانگی در هر یک از کلکسیون‌ها، از مهم‌ترین ویژگی‌های کلکسیون پاییز و زمستان ۲۰۱۹ ژیوانشی است. انتخاب لوکیشن فشن‌شو هم خود بر الهام‌بخش‌بودن و چشمگیربودن این شو دامن زده بود. مینی‌مالیسم حاکم بر قاره سبز و ساده‌گرایی همراه با مدرنیته بسیار خلاقانه، از مهم‌ترین نقاط قوت و محاسن برجسته این کلکسیون بود. گردش مالی ژیوانشی بالغ بر ۹۱۷/۷ میلیون یورو برآورد شده است.

بازگشت به سنت



● چشمگیرترین کلکسیونی که در هفته مد نیویورک (NYFW) مورد توجه مخاطبان خاص و عام قرار گرفت، کلکسیون سندرا باروس (Sandro Barros)، طراح مد شهیر برزیلی بود که خیلی خوب توانسته بود با دست‌مایه قراردادن مؤلفه‌های مورد انتظار در هفته مد نیویورک، چند پله بر شهرت خود بیفزاید و از حضور پررئزیه و پرخرج خود در این رویداد مهم جهانی، بهره‌برداری لازم را بکند. استفاده از کالیته‌های سنتی و نوستالژی آمریکای‌لاتین و اجرای مدرنی از طراحی‌ها روی پارچه‌های منقش و الوان به همراه کارگردانی شوی زنده‌اش با موزیک خاطره‌آفرین کانوما (Kaoma)، خواننده اسطوره‌ای برزیلی‌فرانسوی، همه دست به دست هم داد تا تماشاچیان فشن‌شوی طراح برزیلی با رضایت استیج را ترک کنند. توجه به ارزش‌های سنتی و فولکلوریک کشورها، در چندسال اخیر مورد توجه ویژه فشن دیزاینرها، به‌خصوص دیزاینرهای آسیایی و آمریکای‌لاتین قرار گرفته است.

مُد ایرانی – اسلامی



عکس/آرشو تسنیم / نمایشگاه مد و لباس

واکنش مدیرعامل بنیاد مد به گزارش گروه مد ایرانی و اسلامی روزنامه «شرق»

یک گام روبه‌پیش در مسیر مُد ایرانی – اسلامی



ستاره جاوید

۱۳۹۸ ابلاغیه‌ای در اختیار سایت خبری هنرآتلاین که بازوی رسانه‌ای معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، قرار گرفت. در این ابلاغیه به «تغییر روند صدور مجوز برای انجام فعالیت‌های تجاری حوزه مد و لباس» اشاره شده و تصریح شده «مجوز برگزاری فعالیت‌های حوزه مد و لباس که صرفا جنبه تجاری و فروش دارد، ازاین‌پس از سوی کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور صادر نمی‌شود». تاریخ صدور ابلاغیه ۲۳ شهریور عنوان شده؛ اما تاریخ رسانه‌ای‌شدن آن، ۲۶ شهریور بوده که از سوی مجتبی حدیری، مدیر امور استان‌ها و واحد نظارت و ارزشیابی کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، در اختیار هنرآتلاین قرار گرفته است. این ابلاغیه به تمام مدیران کل و سرپرست‌های ادارات کل ارشاد استان‌های کشور ارسال شده و اعلام شده دیگر مجوز برگزار

ی در مشروح این ابلاغیه ذکر شده است: «به اطلاع می‌رساند در راستای اجرای مفاد قانون ساماندهی مد و لباس اسلامی ایرانی مصوب ۱۳۸۵/۱۰/۱۲ مجلس شورای اسلامی و مصوبات کارگروه مربوطه و به منظور رویه قانونی ثابت در صدور مجوز، فعالیت و نحوه نظارت بر جشنواره یا نمایشگاه‌های مد و لباس ایرانی-اسلامی و افزایش سطح کیفی و محتوایی آن، اعطای مجوز برگزاری فعالیت‌های مد و لباس که صرفا جنبه تجاری و فروش داشته و در قالب برگزاری ایونت صورت گرفته است، خارج از چارچوب مجوزهای قانونی بوده و متقاضیان برای اخذ مجوز فروش باید از مراجع ذی‌صلاح مانند وزارت صمت، اتحادیه اصناف و پوشاک اقدام لازم را به عمل آورند. مهدی سیف‌جمالی، سرپرست دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور».

به دور از انصاف است رسانه‌ای‌کردن ابلاغیه‌ای را که به دلیل شخصیت نومحافظه‌کار سیف‌جمالی از دسترس رسانه‌ها دور مانده بود، نادیده بگیریم و از محاسن این اقدام چشم‌پوشی کنیم. نفس کار رسانه‌ای‌شدن این ابلاغیه، شمع امیدی را فراوری تمام فعالان حرفه‌ای و دغدغه‌مند حوزه مد و لباس روشن می‌کند؛ چراکه بسیاری از این فعالان حرفه‌ای و جامعه دغدغه‌مند مد و لباس کشور از این امر مأیوس و کمی افسرده بودند

مد و لباس ایرانی-اسلامی و افزایش سطح کیفی و محتوایی آن، اعطای مجوز برگزاری فعالیت‌های مد و لباس که صرفا جنبه تجاری و فروش داشته و در قالب برگزاری ایونت صورت گرفته است، خارج از چارچوب مجوزهای قانونی بوده و متقاضیان برای اخذ مجوز فروش باید از مراجع ذی‌صلاح مانند وزارت صمت، اتحادیه اصناف و پوشاک اقدام لازم را به عمل آورند. مهدی سیف‌جمالی، سرپرست دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور».

مد و لباس ایرانی-اسلامی و افزایش سطح کیفی و محتوایی آن، اعطای مجوز برگزاری فعالیت‌های مد و لباس که صرفا جنبه تجاری و فروش داشته و در قالب برگزاری ایونت صورت گرفته است، خارج از چارچوب مجوزهای قانونی بوده و متقاضیان برای اخذ مجوز فروش باید از مراجع ذی‌صلاح مانند وزارت صمت، اتحادیه اصناف و پوشاک اقدام لازم را به عمل آورند. مهدی سیف‌جمالی، سرپرست دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور».

رسانه‌ای‌کردن ابلاغیه‌کامی‌رو به جلواست سیف‌جمالی جزء تیپ‌های شخصیتی محافظه‌کار و اغلب کم‌سخن با رسانه‌هاست. او ترجیح می‌دهد چراغ‌خاموش حرکت کند و به‌دور از هیاهوی حضور در پشانی رسانه‌های تصویری یا نوشتاری، در بک‌استیج بنیاد به رتق‌وافتق امور بپردازد و از مدیران زیرمجموعه خود گزارش نخواهد. این ویژگی به‌واقع نكوهیده یا تقدیرانگیز نیست؛ اما حساسیت روی این ویژگی زمانی مشهودتر می‌شود که نگاهی به وضعیت اعتباری و اجرایی بنیاد ملی مد و لباس کشور و رسالت خطیر آن در تعالی مد ایرانی و اسلامی و تحقق مانیفست اجرایی برای افق ۱۴۰۴ و سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ ببنداریم. بنیاد مد و لباس در مسیر پرفرازووفرد پیش‌رو، به مدیرعامل و سرپرستی پویاتر از آنچه سیف‌جمالی را راضی نگه می‌دارد، نیازمند است. کنه این سخن این نیست که خواهان رفتن سیف‌جمالی یا حضورنداشتن او باشیم؛ بلکه کنه سخن بیشتر متوجه مسئولیت اجرایی سرپرست است که نیاز به انرژی مضاعف و اقدامات اجرایی‌تری از مدیریت عاملی بنیاد دارد و سرپرستی که به هر کرسی‌ای تکیه می‌زند، نیازمند تقویت رگه‌هایی از سیستم برونگرایی و انرژی‌دهی به فرایند پیگیری‌ها و اقدامات محوله است.

به دور از انصاف است که این اقدام رو به جلو و رسانه‌ای‌کردن ابلاغیه‌ای را که به دلیل شخصیت نومحافظه‌کار سیف‌جمالی از دسترس رسانه‌ها دور مانده بود، نادیده بگیریم و از محاسن این اقدام چشم‌پوشی کنیم. نفس کار رسانه‌ای‌شدن این ابلاغیه، شمع امیدی را فراوری تمام فعالان حرفه‌ای و دغدغه‌مند حوزه مد و لباس روشن می‌کند؛ چراکه بسیاری از این فعالان حرفه‌ای و جامعه دغدغه‌مند مد و لباس کشور از این امر مأیوس و کمی افسرده بودند که سیف‌جمالی از نظر حرفه‌ای جزء تیپ‌های درون‌گرا و نوعا کم‌سخن با رسانه‌هاست و دیگر جریان فعال

و پویای مد و لباس کشور، موج‌های هیجان‌انگیز تلاش برای تعالی و تلاش برای برنامه‌ریزی در راستای رخدادهای نو و جریان‌ساز را به خود نخواهد دید و شاید مد و لباس نمیرد و تمام نشود؛ اما در سکونی برکه‌وار به حیات خود ادامه خواهد داد. رسانه‌ای‌شدن این ابلاغیه و واکنش بجایی که سرپرست جدید کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور به گزارش مد ایرانی و اسلامی روزنامه «شرق» نشان داد، اثبات کرد آن آراش، نه سکون برکه‌وار، بلکه به نوعی آراش قبل از توفان بوده است و به نظر می‌رسد که سیف‌جمالی در حال رصد نامحسوس حوزه و مانیئورینگ تبعاتی است که بخش‌نامه‌ها در این سال‌ها ایجاد کرده‌اند.

حال باید صبر کرد و منتظر ماند تا حرکت‌های بعدی سیف‌جمالی و استراتژی‌های او برای مانیفستی که در اختیار دارد، از پشت شخصیت آرام و کم‌سخن او، شانس بروز یافته و سیاست‌های بنیاد ملی مد به جامعه هدف در گام نخست و عموم اجتماع در گام ثانویه تزریق شود. همچنان که توصیه می‌شود مدیرعامل بنیاد ملی مد و لباس و سرپرست جدید کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در نشستی رسانه‌ای در دور از حبا‌ها و بغض‌ها رودروی رسانه‌ها بنشیند و از برنامه‌ها و تاکتیک‌های خود سخن بگوید و از فعالان دغدغه‌مند حوزه مد و لباس که داعیه ایران را دارند و دلسوزانه با تمام مشکلات در کشور مانده‌اند و تا تلاش دست نمی‌کنند و جزء هیچ باند و گروهی نیستند و محاس با دغدغه ایران و مد تمایل دارند با سیف‌جمالی دیداری داشته باشند، دعوت به عمل آورد که در نشستی سه‌جانبه با حضور رسانه‌ها، ایده‌ها، نظرات و آسیب‌شناسی‌های فنی و تجربی خود را با رسانه‌ها و مدیران بنیاد به اشتراک بگذارند. اقدامات رو به جلو، همواره هزینه‌تراش نیستند و خیلی وقت‌ها از اتلاف هزینه، زیان و حیف‌ومیل بودجه‌های اندک پیشگیری می‌کند؛ چراکه شاید بتوان گفت یکی از اقدامات بجا و صحیح سرپرست کم‌سخن کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، توقف صدور مجوزهای فله‌ای به رویدادهای صرفا نمایشی و تبلیغاتی و نه هدف‌دار بود که به قول پیشینیان «جلوی ضرر را از هر کجا بگیري منفعت».

جانی تازه به پیکر نساجی یا تبلیغاتی فرمالितه برای خاطره‌سازی



جذب دانشجویان و دانش‌پژوهان، صنعتگران، بازرگانان، گردشگران صنعتی و همچنین عامه مردم در دست انجام است. محورها و زیرمحورهای همایش شامل: ریسندگی، بافندگی و بی‌بافت؛ منسوجات هوشمند و فن؛ منسوجات هوشمند؛ منسوجات فنی؛ رنگ، رنگریزی، چاپ و تکمیل؛ فیزیک رنگ؛ رنگریزی و چاپ؛ تکمیل کالای نساجی؛ نانو و زیست‌فناوری؛ نانو فناوری در نساجی؛ زیست‌فناوری در نساجی؛ محیط زیست و انرژی؛ محیط زیست؛ انرژی؛ پلیمر، الیاف و الکتروریسی؛ صنعت پوشاک، مد و طراحی پارچه و لباس؛ مهندسی و مدل‌سازی پوشاک؛ طراحی طرح پارچه؛ طراحی لباس و مد؛ مدیریت و کنترل کیفیت در نساجی؛ مدیریت نساجی و پوشاک؛ کنترل کیفیت؛ فرش، بافته‌های سنتی، کف‌پوش‌های ماشینی و چرم؛ فرش دستبافت و منسوجات سنتی؛ (زیلو، ترمه دستبافت و...) فرش و کف‌پوش‌های ماشینی بافته‌شده؛ چرم (فراوری، رنگریزی و تکمیل) است.

به گزارش «شرق»، محوره‌های این کنفرانس بسیار کلی و کلان است و با توجه به شرایط تولید در سال جاری و چالش‌هایی که بخش سخت‌افزاری تولید را درگیر کرده است، محورها و زیرمحورهای کلان که در این کنفرانس مورد توجه قرار گرفته‌اند چگونه قرار است در دنیای واقعی صنعت نساجی مورد بهره‌برداری قرار گیرد و درحالی‌که حجم عظیمی از ماشین‌آلات این صنعت، وارداتی است و زیر تاثیر تحریم‌ها قرار گرفته، مباحث تئوریک این کنفرانس چه کمک شایان‌توجهی به این پدیده خواهد داشت. با استناد به متن فراخوان، برگزارکنندگان لازمه برگزاری همایش پربار را که درخور تلاش‌های

روی خط مد

اجرای طرح ساماندهی بانک اطلاعاتی طراحان مد



● طرح ساماندهی بانک اطلاعاتی طراحان مد و لباس کشور به‌زودی از سوی بنیاد ملی مد و لباس اجرایی می‌شود. در راستای طرح ساماندهی اطلاعات فردی و هنری طراحان مد و لباس و همچنین طرح‌هایی که در سامانه مد و لباس موفق به دریافت نشان «شیم» شده‌اند و قابلیت معرفی به جامعه هنری و تولیدکنندگان را دارند، طرح ساماندهی بانک اطلاعاتی طراحان مد و لباس به‌زودی از سوی بنیاد ملی مد و لباس اجرایی می‌شود. بنا به ابلاغیه منتشرشده از سوی بنیاد، متقاضیان می‌توانند فرم مندرج در خبر را که روی خروجی هنرآتلاین قرار گرفته است، تکمیل کرده و به شماره واتس‌آپ اعلام‌شده ارسال کنند.

محدودیت در تبلیغات لباس ایرانی



● یک استاد دانشگاه با تصریح اینکه محدودیت‌های ما در تبلیغات لباس نسبت به تبلیغات پرزنگ و لعاب غربی باعث کاهش جذابیت لباس برای مخاطب شده است، گفت: تبلیغات در آن‌سوی مرزها مخاطب ما را جذب خود کرده است. زهرا باید در مصاحبه با رادیو «گفت‌وگو» گفته است که بخش حمایتی «قانون ساماندهی مد و لباس» موجب معرفی طراحی لباس به‌عنوان یک رشته در جامعه شد. رشته طراحی لباس با وجود اینکه از قبل انقلاب هم در ایران وجود داشت و در دانشگاه الزهرا(س) نیز تدریس می‌شد، اما کاملا در خفا بود و با تصویب این قانون، این رشته در کشور به رسمیت شناخته شد. جنبه‌های مثبت قانون ساماندهی مد و لباس موجب رشد و پیشرفت و معرفی کارها در جشنواره‌های مختلف شد، اما قوانین بازدارنده برخی فعالیت‌های ضروری را به تأخیر می‌انداختند و مانع ایجاد می‌کردند. این استاد دانشگاه تاکید کرد: بنیاد مد و لباس باید اشکالات قانون مد و لباس را به مجلس گزارش دهد، اما سؤالات اینجاست آیا افرادی که در بنیاد مشغول به کارند، این مشکلات را از نزدیک لمس می‌کنند یا خیر؟

ایجاد برخی مفسده‌ها مهم‌ترین چالش در مدلینگ!



یک عضو هیئت‌علمی دانشگاه مهم‌ترین چالش در حوزه مدلینگ را ایجاد برخی مفسده‌ها عنوان کرد. حمیدرضا توسلی، پژوهشگر و عضو هیئت‌علمی دانشگاه، در مصاحبه با برنامه «گفت‌وگو فرهنگی» با موضوع مدلینگ در ایران و حواشی و چالش‌ها، گفته است: مدلینگ از یک فرهنگ غریب‌ارایی وارد جامعه ما شده است و تبعات خاص خود را دارد. با وجود چالش‌ها در ارائه شکل مدلینگ در ایران، اما حرکت‌های خوبی هم صورت گرفته است. او با اشاره به نحوه برگزاری مدلینگ در کشور مذهبی ایران گفت: برگزاری مدلینگ در زمینه پوشاک باید در سالن‌های بسته یا با شرایط زنانه در معرض دید همگان قرار داده شود که تبعاتی هم دارد. کافی است که یک نفر قلم‌آن را ضبط و به بیرون منتقل کند، در این صورت کل زحمت تیم طراحی به باد خواهد رفت.

عضو هیئت‌علمی دانشگاه مهم‌ترین چالش در حوزه مدلینگ را ایجاد برخی مفسده‌ها عنوان کرد و گفت: نگاه ما در حوزه لباس اجتماعی این است که لباس باید پوشیده باشد که هم‌اکنون مدل‌هایی نیز در مجلات به چاپ می‌رسد، اما برای استفاده همگان از ارائه لباس و مدلینگ می‌توان از ابزارهای سه‌بعدی طراحی لباس نیز استفاده کرد. ما در همه حوزه‌ها اعم از هنر و سینما و فوتبال و... نقد و انتقاد می‌کنیم، اما در حوزه مدلینگ این بستر وجود ندارد؛ بنابراین به‌خصوص دیزاینرهای آسیایی و آمریکای‌لاتین پیشنهاده‌ها بسیار ضروری است.