

مد در جهان

بورسیه مالی خالقان مد



● شورای مد بریتانیا (British Fashion Council) یک سازمان مردم‌نهاد و غیرانتفاعی مستقر در لندن است که به طراحان مد که استعداد خود را اثبات کرده باشند و توانسته باشند تاییده هیئت ژوری مستقر در شورا را کسب کنند. گرتت مالی (بورسیه حرفه‌ای) اعطا می‌کند. این شورا اقدام به برگزاری فشن‌شوهای سالانه‌ای می‌کند و با هدف نمایش و عرضه محصولات خالقان مد انگلیسی‌تبار، هر سال با دعوت از خریداران و مخاطبان بین‌المللی مد و رسانه‌های بزرگ، اقدام به معرفی ممتازی از هنر طراحی و مد می‌کند. این رویداد سالانه، مختص طراحان بریتانیایی است. شورای مد بریتانیا با هدف تقویت همکاری‌های حرفه‌ای و تجمع پتانسیل‌های طراحان در سال‌های اخیر با مجله ووگ، همکاری‌های تنگاتنگ و جامعی داشته است. در دو دوره اخیر این شورا، طراحانی موفق به دریافت بورسیه مالی برای توسعه کسب‌وکار خود شده‌اند که از فیلتر مجله ووگ رد شده و تایید ووگ را داشته باشند.

۲۸ سالگی یک خلاقیت بی‌پایان



● ماه آوریل - یادآور تولد ویوین وست‌وود (Vivienne Westwood). طراح سرشناس بریتانیایی است. او با طراحی‌های خود برای مالکوم مک‌لارن (Malcolm McLaren) به شهرت رسید و این شهرت را با طراحی تشریفات‌هایی که منقش به جمله «خدایان ملکه را نگه داره» بود، به اوج رساند. ویوین بعدها توانست با طراحی‌های بانگ، بسیار مدرن، لوکس و آوانگارد خود، توجه طرفداران مد را در دربار ملکه انگلیس جلب کند. ویوین برای سریال‌ها و فیلم‌ها و متعددی لباس طراحی کرده است و برای سه دوره به‌عنوان طراح برتر بریتانیا (۱۹۹۰، ۱۹۹۱ و ۲۰۰۶) موفق به دریافت جایزه سال شده است. وست‌وود بیش از آنکه به طراحی لباس و خلق مد به‌عنوان یک تجارت سودآور نگاه کند، همواره سعی کرده با طراحی کمپین‌های مفهومی ملی و فراسرزمینی، روایتگر بیان تازه‌ای به زبان مد باشد و همین امر سبب شده که محصولات و طراحی‌های او، در دروازی خاص‌تر و متفاوت‌تر از دیگر خالقان مد جلوه کند و مخاطبان زیادی را به خود جلب کند. فشن‌شوهای که وست‌وود برای نمایش لباس‌ها و محصولات خود برگزار می‌کند، جزء جنجالی‌ترین‌ها و نوگراترین نمایش‌های زنده لباس در دنیا است. فراخ از نگاه تجاری که به محصولات طراحی‌شده در کالکشن‌های وست‌وود وجود دارد، پرفورمنس‌های خلاقانه و هنری که او برای نمایش‌های زنده لباس‌هایش کارگردانی می‌کند، با استقبال گسترده‌ای از سوی چهره‌های سرشناس روبه‌رو می‌شود و همین استقبال گسترده و کانسپتی که او برای برند خود تعریف کرده، سبب شده که بلیت حضور در نمایش‌های زنده برند ویوین وست‌وود، جزء گران‌ترین پرفورمنس‌آرت‌های تمام فشن‌شوویک‌ها و هفته‌های مدی باشد که او تمایل دارد حضور داشته باشد.

فستیوال مد در دوی



● جشنواره خرید - دوی (Dubai Shopping Festival)، یکی از رویدادهای سالانه و مهم در حوزه مد است که از سال ۱۹۹۶ راه‌اندازی شده و در سال‌های اخیر با تغییر رویکرد خود به فروش محصولات لاکچری و فوق لوکس در حوزه مد و زیبایی، توانسته نظر خریداران بین‌المللی علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در حوزه این محصولات را به خود جلب کند. این جشنواره یک‌ماهه است و دسترسی گسترده‌ای از برندها را برای کسانی که راغب هستند در حوزه تجارت عمده سرمایه‌گذاری کنند، باز می‌کند. حضور بسیاری از برندها در این مارکت یک‌ماهه، به صورت انحصاری است و سود درخور توجهی را برای امارات متحده عربی رقم می‌زند. طراحان جواهرات و طراحان لباس، با برگزاری فشن‌شوهای چشم‌گیر اقدام به معرفی ممتازی از خدمات و طراحی‌های خود می‌کنند. جشنواره خرید در دوی، سالانه هزاران گردشگر را با هدف شرکت در این رویداد تخصصی حوزه مد به دوی می‌کشاند.



ستاره جاوید

خالطه دو فصل هفته مد تهران و انگیزه‌ای که برای خالقان مد ایرانی و اسلامی رقم زد، در دومین ماه بهار ۱۳۹۸ به خاموشی می‌گراید و خالطه این رویداد مهم و تعیین‌کننده نرم نرمک می‌رود که از آذهان عمومی طرفداران مد خارج شود با این حال، بر هیچ کس پوشیده نیست که نبود این چرخ‌دنده اساسی بازارپای و فروش مد و محصولات مبتنی بر مد، چه آسیب‌هایی می‌تواند متوجه بدنه مد حرفه‌ای کند. مد با محدودیت‌های فراوان و خط‌قرمزهای متعدد، در ایران معاصر رشد می‌کند و به پیش می‌رود. با وجود تکاپوی بسیاری از طراحان هر سال جامعه مدیست‌ها و خالقان مد در دنیا را تسخیر می‌کند؛ بهار ۹۸ در تهران، با چراغ‌هایی خاموش و کم‌کاری عجیبی از سوی طراحان لباس شروع شده است. برخی بر این باورند که تأثیر تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی بر روند عرضه و نمایش محصولات مد ایرانی هم بی‌اثر نبوده اما به اعتقاد نگارنده، برخلاف آیه پاسی که از سوی جامعه ایرانی و افکار عمومی به تمام حوزه‌های فعال اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مخابره می‌شود، علت رکود و کم‌رونقی مدیوم پویا و آتیه‌داری نظیر مد، نمی‌تواند متأثر از تحریم‌ها و محدودیت‌های فراسرزمینی باشد. چراکه وقتی مد ایرانی - اسلامی به اعتقاد مقام معظم رهبری باید «جوششی از درون» باشد، دیگر تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی تحمیلی فراسرزمینی در مسیر

۹۳ درصد پارچه چادر مشکی وارداتی است

شک دست‌هایی در کار بود که این اتفاق رخ نداد و روزبه‌روز شاهد گران‌تر شدن چادر مشکی بودیم تا جایی که امروز قیمت چادر مشکی در زمان مشابه سال گذشته به رقمی بالغ بر چهاربرابر رسیده است. مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب و عفاف افزوده: بسیاری تصور می‌کنند که ما چون تولیدکننده محصولات عفاف و حجاب هستیم، سنگ خود را به سینه می‌زنیم این در حالی است که ما خیر داریم اشتغال ۲۰ تا ۲۵ هزار نفری چگونه در سال گذشته رو به رکود گذاشته و کارگاه‌ها و کارخانه‌های این بخش، حدود ۳۰ درصد تعدیل نیرو داشته‌اند. او با تأکید بر اینکه امروز برخی بانوان مقید به استفاده از چادر مشکی در بحث حجاب به دلیل گرانی، این پوشش را کنار گذاشته‌اند بیان کرد: هرچند انقلاب



فصل یک هفته مد تهران زمستان ۱۳۹۴

بهاری خاموش برای هفته‌های مد تهران

همه کشورهایی که داعیه طراحی و خلق مد را دارند و آفرینش هنری برای آنان نوعی جوشش فرهنگی و بیان استراتژیک است، خلا نبود روحیه تیمی و همکاری جمعی، به شکل فزاینده‌ای رخ می‌نماید. هفته مد تهران به مثابه یک شخصیت حقوقی و پلتفرم حرفه‌ای علاوه بر ایجاد فرصت‌های هدایت‌شده و منسجم برای حضور و معرفی طراحان، خود ساختاری هنجارمند برای مدیریت آن دسته از دغدغه‌هایی است که از سوی متولیان مد، دنبال می‌شود و عاری از اتهام ساختارشکنی است. در حال حاضر شخصیت حقوقی هفته مد تهران، مهم به ساختارشکنی و گشودن درهای تهاجم فرهنگی به روی استعدادها و جوانی است که خود را در مسیر خلق مد، بازتعریف کرده و شخصیت کاری خود را در این فضا یافته‌اند. اثبات صحت و سقم این اتهام، از حوصله این مقاله خارج است و خود روایت دیگری را می‌طلبد. اما لب کلام این است که در شرایطی که مد دچار سندرم جشنواره‌زدگی شده و در گوشه و کنار کشور و در زمان‌های بی‌کانسپت، شاهد برپایی جشنواره‌های قارچ‌گونه مد و لباس هستیم بی‌آنکه بدانیم هدف حرفه‌ای از برگزاری این رویدادهای قارچ‌گونه چیست! چه انتظار اصلاحی می‌توان از این رویدادهای آمارآفرین و بی‌حاصل داشت جز یاس روزافزون

کدام صحیح است؟ مد یا فشن؟

مد ایرانی امروز، کلمه مد (Mode) و فشن (Fashion) در کنار هم استفاده می‌شود. کلمه مد همان فشن است با این تفاوت که مد، به معنای رایج شدن و فراگیر شدن ریشه‌ای فرانسوی دارد و در معنا، همان فشن است که ریشه انگلیسی رایج شدن و فراگیر شدن یک سبک یا یک محصول را بیان می‌کند. استفاده از ترکیب مد و فشن در کنار هم، به همان اندازه اشتباه

کدام صحیح است؟ مد یا فشن؟

بازم‌های است که بخواهیم به مثال معروف سنگ «حجرالاسود» اشاره کنیم که در ترجمه فارسی آن به این شکل خوانده می‌شود: سنگ «سنگ سیاه». توصیه می‌شود پیش از ورود به هر حوزه تخصصی، ابتدا بیاموزیم زبان تخصصی و واژگان تخصصی آن حوزه را فراگیریم که بتوانیم به طراحی صحیح و دقیقی از مفهوم یک برند نائل شویم.

کسانی که در پی فضای حرفه‌ای و دنبال‌کردن مد حرفه‌ای هستند. اگر قرار است مد به عنوان مدیومی لوکس و اقتصادی با گردش مالی بالا، نقشی مؤثر در کم‌کردن فشارهای اقتصادی مبتنی بر نفت داشته باشد و به عنوان بستری اقتصادی، خود روند پویایی را عهده‌دار شود، باید به جد از پلتفرم‌هایی که وضعیت سختی و غیرفهرنگی به این مدیوم می‌دهد، اجتناب کرد. توصیه می‌شود بنیاد ملی مد و لباس در رأس جریان دولتی که متولی فقره مد در کشور شده است، بار دیگر و برای چندمین بار، بازگردد به اصل خویش و مانیفست جریان را مطالعه کند که در سال‌های خیلی دور از ایران آغاز شده و به کشورهای دیگر تسری یافته است. رسانه‌ای آوانگارد و ریشه‌دار، الگوی خلق نوعی مدرن از مد در نقاط دیگر جهان شده بود، نه تنها به عنوان محصولی لوکس و هدیه‌ای فاخر میان دولت‌مردان و دولت‌زنان پیشکش می‌شد، بلکه به شدت از روزمرگی و دم‌دست قرارگرفتن و دست‌چندم‌شدن واهمه داشت و از این فضا، دوری می‌کرد. ویژگی شاخص مدیوم مد، بر لوکس بودن، وجهه فرهنگی داشتن و مجهز به مانیفست فکری و اندیشه فاخر خالق خود بودن استوار است و برپایی جشنواره‌های قارچ‌گونه برای پرکردن خلا شخصیت حقوقی تعیین‌کننده‌ای نظیر هفته مد تهران، نه تنها مرمهی برای این زخم کهنه نیست بلکه نمی‌تواند شمع‌ری هم برای بهار خاموش مد ایران روشن کند. باید دید کدام انتخاب را با کدام میزان هزینه‌ها دنبال می‌کنیم.

کدام صحیح است؟ مد یا فشن؟

مد ایرانی امروز، کلمه مد (Mode) و فشن (Fashion) در کنار هم استفاده می‌شود. کلمه مد همان فشن است با این تفاوت که مد، به معنای رایج شدن و فراگیر شدن ریشه‌ای فرانسوی دارد و در معنا، همان فشن است که ریشه انگلیسی رایج شدن و فراگیر شدن یک سبک یا یک محصول را بیان می‌کند. استفاده از ترکیب مد و فشن در کنار هم، به همان اندازه اشتباه

کدام صحیح است؟ مد یا فشن؟

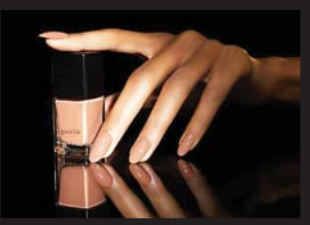
بازم‌های است که بخواهیم به مثال معروف سنگ «حجرالاسود» اشاره کنیم که در ترجمه فارسی آن به این شکل خوانده می‌شود: سنگ «سنگ سیاه». توصیه می‌شود پیش از ورود به هر حوزه تخصصی، ابتدا بیاموزیم زبان تخصصی و واژگان تخصصی آن حوزه را فراگیریم که بتوانیم به طراحی صحیح و دقیقی از مفهوم یک برند نائل شویم.

بالتذکی این مدیوم محلی از اعراب نخواهد داشت و علت را باید در عوامل دیگری جست‌وجو کرد. به اعتقاد نگارنده، در نبود هفته مد تهران و در غیاب یک رویداد اصیل ریشه‌دار و مدیریت‌شده است که بهار پویای مد جهان، با بهاری خاموش و بی‌روصدا در تهران ادامه یافته است. باور داریم که در غیاب رویدادهای حرفه‌ای نظیر «هفته مد تهران» به‌مثابه یک شخصیت حقوقی جان‌مبار و در جریان‌ساز که می‌تواند رقابتی پویا و اقتصادی را در جامعه طراحان مد و خالقان یک جریان فرهنگی ایجاد کند و به عنوان پلتفرمی ساختارمند و بین‌المللی فرصتی باشد برای نمایش حرفه‌ای آثار و محصولات مبتنی بر مد، بنا نوعی بی‌انگیزگی و عدم اقبال طراحان و خالقان مد برای ارائه کالکشن‌های قوی و مایه‌دار مواجه هستیم. در شرایطی که هیچ پلتفرم جذاب رقابتی برای حضور و عرضه هنر طراحی مد وجود ندارد، نمی‌توان انتظاری بیش از این از فعالان داشت که شاید در کام نخست از ترک‌روی‌ها و خودمحوری‌ها راضی بودند اما به تدریج و در مسیر رو به جلو، دیر یا زود این نکته حرفه‌ای را دریافتند که دنیا امروز بر مبنای کار تیمی اداره می‌شود و به‌خصوص دنیای پرتکاپو و سرشار از خلاقیت مد، دنیایی نیست که با اتکا بر یک ذهن و فردیت یک طراح اداره شود به همین دلیل است که در ایران امروز هم مانند



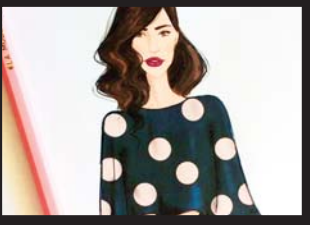
واژه‌یاب مد

نود یعنی چه؟



● بسیاری افراد بدون هیچ مطالعه یا شناختی، مقهور کلمات و کلیه‌واژه‌هایی می‌شوند که در سوشیال‌مدیا بساب می‌شود. اما دانستن معنای دقیق برخی اصطلاحات خارجی که به دلیل کثرت استفاده، به زبان دیگری ورود می‌کند، همان اندازه اهمیت دارد که ندانیم از واژگان زبان مادری خود در کجا استفاده کنیم. کلمه «نود» (Nude) این روزها در سوشیال‌مدیا و در پیج‌های زیبایی زیاد به چشم می‌خورد و در بسیاری موارد، در جای نامناسبی استفاده شده است. بی‌آنکه ادمن پیج از معنای دقیق آن باخبر باشد فقط برای لوکس‌تر دیده‌شدن کپشن مربوط به پست خود، این کلمه را وام گرفته است. به‌طور ساده، رنگ‌ها و میکاپ نود یعنی با استفاده از کم‌ترین رنگ ممکن و به مد رنگ‌های طبیعی یک چهره زیبا و بی‌نقص داشته باشید. رنگ‌های نود بسته به هر نوع پوست و تناژ غالب هر پوستی، متفاوت است. این رنگ‌ها در علم و صنعت کریم سینمایی هم کاربرد بسیاری دارد و بازتابی طبیعی به چهره می‌دهد. بیشتر برندهای لوازم آرایش معروف، خط مخصوصی برای ترکیب رنگ‌های نود دارند.

کانسپت در مد به چه معناست



● کانسپت (Concept) به معنای مفهوم، فکر و تصور کلی است. در واقع کانسپت می‌تواند تشکیل‌دهنده هویت یک برند باشد که سایر اقدامات آن برند در راستای تعریفی از این مفهوم، رشد می‌کند و به مرحله اجرایی می‌رسد. این واژه در حوزه فشن، یکی از کلمات مهم و کاربردی است. برداشت و درکی که برند شما در نگاه نخست در مخاطب ایجاد می‌کند شنست‌گرفته از هویت برند است. شناخت، احساس و درک اولیه‌ای که شما از برند خود در یک مخاطب برمی‌انگیزانید، از هویت برند آغاز می‌شود و اینجااست که مفهوم یا کانسپت، نقش اصلی و سازمان‌ی را در تمام مراحل که برند در ذهن مخاطب متولد می‌شود تا زمانی که او لوگوی شما را ببیند و تبلیغات محیطی یا تصویری را تماشا کند، ایفا می‌کند. کانسپت در بسیاری موارد شالوده اصلی یک تفکر سازمانی را هم شامل می‌شود. در دنیای مد و فشن در جهان، طراحان و خالقان مد به کانسپت به‌منزله یک چرخ‌دنده اساسی و تعیین‌کننده می‌نگرند و گاه دیده می‌شود که شهرت یک برند یا محصول با کالکشن در هفته‌های مد، از کانسپتی آغاز می‌شود که باورها و دیدگاه‌های خالق خود را ابراز می‌کند. مد بدون کانسپت، محصول بی‌هویتی بیش نیست.

ترند چیست؟



● متأسفانه باید بگوییم هنوز هستند کسانی که از کلمه ترند (Trend) که بار معنایی خاص خود را دارد، برای بیان اینکه محصول یا کالایی، به صورت آلامد مورد استقبال مصرف‌کنندگان قرار گرفته است استفاده می‌کنند. ترند اصلا به معنایی نیست که در نسل آنلاین ایران جا افتاده است. ترند نوعی روش یا حالت جدید است که در یک دوره مشخص (چه در زمینه مد و لباس، چه در عرصه‌های دیگر)، بیشترین فرکانس تکرار را از آن خود می‌کند. حالتی که در دوره معینی مورد پیروی واقع می‌شود و در میان مخاطبان و عامه مردم رایج می‌شود به مد تعبیر می‌شود و ترند در این مفهوم، معنای دیگری دارد. ترند معمولاً زمان مصرف کوتاهی دارد و بعد از یک مدت خیلی کوتاه، جای خود را به ترند دیگر می‌دهد و تابعی از شرایط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی عرف کلامی و عرف رفتاری یک جامعه است، درحالی‌که مد زمان مصرف طولانی‌تری دارد و از دهه‌ای به دهه دیگر خود را بازتعریف می‌کند؛ به عبارتی دیگر، ترند، به نوعی مد شفاهی اطلاق می‌شود که تازه شکل گرفته و آن‌قدر میان مردم گسترش نیافته است، هنگامی که یک ترند به مرحله‌ای برسد که همه از آن پیروی کنند، دیگر به آن ترند نمی‌گویند بلکه مد نامیده می‌شود.