



نشریه الکترونیکی انجمن علمی طرازی پوشاک آموزشده دفتران الزهرا(س) مشهد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

IN THE NAME OF ALLAH



هنر، توانایی و مهارت خلق زیبایی و وسیله ای برای بسط دادن و انتقال احساس و اندیشه است. صنعت مد ارتباط گسترده ای با دنیای هنر دارد چرا که این صنعت ساختار فرهنگی و هویتی تجسم یافته ای را در دنیای مدرن خلق می کند. مجموعه ای که در پیش روی شماست نتیجه چندین ماه فعالیت و تلاش مداوم تیم ما می باشد. نشریه مد و لباس بستری برای تجربه، اندیشیدن و آزمودن، برای رشد این صنعت برایمان فراهم کرده تا بکوشیم و قدمی برای افزایش سطح علمی و پژوهشی دانشجویان و علاقمندان این صنعت برداریم و این نشریه گامی استوار در این راستا می باشد. اینکه دیده و خوانده شویم انگیزه شیرینی برایمان فراهم می آورد که با تلاش بیشتری این راه را ادامه دهیم و دغدغه هایمان را درباره این صنعت با مخاطبانمان به اشتراک بگذاریم.

سردبیر نشریه: مهلا عزیزی



▪ صاحب امتیاز:

انجمن علمی طراحی پوشاک دانشکده فنی و حرفه ای الزهرا(س)مشهد

▪ استاد مشاور:

سرکار خانم مهندس سلماز آخوندی

▪ سردبیر: مهلا عزیززی یزدی

▪ مدیر مسئول: نوریه حشمت

▪ گرافیک و صفحه آرایی: مهلا عزیززی یزدی، فاطمه شریعتی

▪ ویراستار: نوریه حشمت ، راضیه شافعی

▪ با تشکر از اساتیدی که ما را همراهی کردند

استاد سارا علایی (در بخش طراحی لوگو)

استاد مهناز جهانی (در بخش تاریخ مد و لباس)

استاد عذرا مرادی (در بخش نانو)

▪ هیئت تحریریه:

رویبا ارجمند ، زهرا متجدد، فاطمه شریعتی، راضیه شافعی، وحیده شافعی، فائزه جعفری، فاطمه مرادیان، مهلا عزیززی، نوریه حشمت، صغری ابراهیمی ، طاهره فریور

تاریخ انتشار: بهار ۱۴۰۰

شماره: دوم



دانشکده فنی و حرفه ای
الزهرا(س)مشهد



دانشگاه فنی و حرفه ای



دانشگاه علوم، هنر و تحقیقات مشهد

Fashion

1-3 4-7

paul poiret

Reza Noghre



تأثیر موتیف ها در مد معاصر
معرفی کتاب
8 9-11



12-14
15-17

برند والتینو
دوران بریم بریم

18-20 21

Alexander mcqueen

مرورک بر یک پایان نامه



TECHNOLOGY

- 22-27 ترند های کیف و کفش سال 2021
- 28-30 مصاحبه با آقای جاوید عربشاهی
- 31-34 معرفی نرم افزار مارولوس دیزاینر
- 35 جدول
- 36-37 تکنولوژی نانو در صنعت نساجی





مهلا عزیزی

تاریخچه مد

در این شماره از نشریه در ادامه مبحث تاریخچه مد، ما به معرفی یکی دیگر از طراحان مد می پردازیم که بعد از چارلز فردریک ورت (پدر اوت کوتور)، به عنوان یک قدرت در بین طراحان فرانسوی محسوب می شده است که کمتر شناخته شده ولی تأثیر بسیاری در صنعت مد گذاشته است.

پل پوارو در سال ۱۸۷۹-۱۹۴۴، در دهه های اول قرن بیستم، جهان مد را رهبری می کرد. زندگینامه او، داستان رشد و درخشش او از یک پسر بزاز تا پادشاه مد را روایت می کند. از تلاش های کودکی اش در پاریس تا حضورش به عنوان طراح کوتور و تجربیاتش در جنگ جهانی اول. از استعداد هنری اش به همراه مهارت قابل توجه او در برش و روحیه هنری او برای پوشاک انقلابی، که طراحی می کرد تا خاطراتی که موجب حیرت در دوران زندگی او می شود! این تاجر دانا، گسترش امپراطوری خود را توصیف می کند و تداعی می کند که چگونه اشراف در مهمانی ها، آخرین طراحی های او را می پوشیدند. او همه ی این داستان جذاب را برای اولین بار در سال ۱۹۳۱ آشکار می کند. پوارو، که به عنوان افسانه کوتور شناخته می شود، در ۲۰ آوریل ۱۸۷۹ در پاریس به دنیا آمد پدرش تاجر پارچه بود و او با پدر، مادر و سه خواهرش در یک آپارتمان، در بالای مغازه ای زندگی می کردند. پدر و مادر پوارو به هنر علاقه داشتند و خانه خود را با هر اثر هنری که توانایی خرید آن را داشتند، تزئین می کردند. این خانواده همچنین دارای یک خانه روستایی در خارج از پاریس، در بیلانکورت بودند، جایی که پوارو اوقات فراغت خود را با تماشای چشمه ها، لمس کردن گلبرگ ها از باغ و جمع آوری قطعات اوراق و شکسته عجیب و غریب آهن در مجموعه ای که او مجموعه عتیقه خود نامیده بود، سپری می کرد. او از اوایل کودکی به مد علاقه داشت و از اسکن مجله ها، کاتالوگ ها و رفتن به تئاتر و نمایشگاه های هنری لذت می برد. پس از فارغ التحصیلی، در سن ۱۸ سالگی، پدرش او را به یک چتر سازی فرستاد تا این تجارت را یاد بگیرد. اما پوارو علاقه ای به این تجارت نداشت و با استفاده از مانکن های کوچک چوبی، که خواهرانش به او هدیه داده بودند، در اوقات فراغت خود با طراحی و دوخت، علاقه خود را دنبال می کرد.



King of Fashion

Paul Poiret

نقطه آغاز فعالیت در صنعت مد برای پوارو زمانی رخ داد که یکی از دوستانش او را ترغیب کرد که برخی از طراحی های خود را به زنی به نام مادامزل چورویت، در خانه مد **Raundnizt** ببرد. مادام چورویت تحت تأثیر کارهای پوارو قرار گرفت و ۱۲ طرح از او را خرید و او را ترغیب کرد که کارهای بیشتری را طراحی کند. مدتی بعد طراحی به نام **Doucet** به پوارو کار تمام وقت پیشنهاد داد. پوارو در استودیو **Maison Doucet** در اوج شکوفایی بود و هر هفته طرح های جدیدی را خلق می کرد. اولین طراحی او یک روپوش قرمز بود که ۴۰۰ عدد از آن به فروش رسید و مشتریان، خواستار طراحی او در رنگهای دیگر شدند. بنابراین موقعیت پوارو، در این تجارت تضمین شد. مردم شروع به شناختن نام و طرح های او کردند و او ترغیب شد که کمی بیشتر خود را در جامعه پاریس معرفی کند. سپس، از استودیو **Doucet** جدا شد و در ارتش استخدام شد. پس از انجام تعهدات نظامی، پوارو به پاریس بازگشت و در مدت کوتاهی در خانه مد ورث مشغول به کار شد. چندی بعد با کمک مالی از مادرش، خانه مد خود را در خیابان اوبر، افتتاح کرد. ویتترین های رنگارنگ او مورد توجه عابرن قرار گرفت و در عرض یک ماه، خانه مد او محبوب شد. دوره فعالیت پوارو، مصادف بود با زمانی که مشرق زمین و آفریقا توسط غرب کشف شده بود و فرهنگ ناآشنای این مناطق برای پوارو جذابیت ویژه ای داشت. سبک های متفاوت لباس پوشیدن در شرق مثل چین، ژاپن و خاورمیانه؛ ایده های جالبی برای طراحی لباس به او می دادند. پوارو محبوبیت روز افزونی در بین مردم پیدا کرد و به عنوان یک قدرت در بین طراحان فرانسوی و به عنوان "پادشاه مد" محبوب شد. این طراح ادعا می کرد که تنها کسی است که از مد رفتن کرسنت های ساعت شنی و پذیرش لباس های آزاد با فرم های ساده را ممکن کرده است. او زن مدرن را از محدودیت لباس تنگ، کمر باریک و دامن بلند آزاد کرد و لباس های گشاد و راحتی را که منحصر به فرد و مجلل بودند جایگزین آن کرد. پوارو با جلب توجه رسانه ها، مجموعه های جدید خود را معرفی می کرد. او همچنین با عنوان "پسر مهمانی پاریسی" مشهور بود چرا که معروف بود به اینکه مهمانی های بزرگی مانند جشن هزاره دوم، را برگزار کند. این طراح نام خود را با کت های بحث بر انگیز کیمونو و طرح های مشابه آن با فرم های متنوع و آزاد که به طور خاص برای کسانی که لباس های تنگ نمی پوشیدند طراحی شده بود بر سر زبان ها انداخت.



paul poiret

ویژگی های مدی که پوآرو معرفی کرد به شرح ذیل است:

- او از دیتیل های حاشیه دار، منگوله دار، کمربندهای تزئینی نگین دار، انواع کیمونو، کلاه و شنل های خز دار، گلدوزی های سنگین، پره های چند رنگ، رشته های مروارید و خز روباه برای لباس های اوت کوتور استفاده می کرد.
- پوآرو پارچه های پر شور و هیجانی را تصور می کرد، مانند آتش و برای برافروختن این آتش در طراحی های خود، از رنگ های زنده ای مانند بنفش، قرمز پررنگ، نارنجی گرم و سبز های روشن استفاده می کرد.
- لباس های کیمونوی او شهرت زیادی داشتند. همین سبک متفاوت شرقی باعث شد، روش های الگوسازی را تا حد زیادی کنار بگذارد و از مولاژ برای ساخت و طراحی لباس استفاده کند. اکثر الگوهای او فرم مستطیلی داشتند، و لباس های او فرم بدن را دنبال نمی کردند. فرم ساختاری ساده این لباس ها نقطه اوج مدرنیسم در صنعت مد را شکل داد؛ که مسیر این صنعت را برای همیشه تغییر داد.
- در سال ۱۹۱۲، پل پوآرو با الهام از طرح های ایرانی، لباسی عرضه کرد، به نام " گل دسته " که تونیک بود کمردار تا زانو که پایین آن گشاد بود و در حاشیه اش مفتولی فلزی دوخته شده بود، تا قسمت پایین آن، دور از بدن بایستد. این تونیک روی دامنی باریک و بلند پوشیده می شد.

اگر چه طرح های پوآرو اغلب از پارچه های مجلل ساخته می شد اما بر اساس اشکال کاملاً ساده و یک ساختار اولیه طراحی شده بود. از سبک های محبوب او می شود به لباس های ساده و گشاد با گردنبندهای عریض اشاره کرد. مدتی بعد پل پوآرو با یک مدل زیبا به نام دنیز ازدواج کرد. دنیز لباس های طراحی شده اش را می پوشید، که همین امر باعث تبلیغ کارهایش می شد. آنها صاحب دو فرزند به نام روزین و مارتین شدند. پوآرو همچنین یکی از نمایندگان برجسته آرت دکو بود که هنرمندان مشهور آن زمان را به تصویر می کشید و اولین طراح مدی بود که هنرمندان آن دوران را مأمور می کرد، که کاتالوگ های خاصی از کارهای او بسازند. طراحی های او، الهام بخش بسیاری از بهترین تصویرگران آن دوران مانند: ژرژ لپایه، جورج باریبه، پل ایریب و طراحان تئاتر قرار گرفت و بسیاری از تصویرسازی های او در مجلاتی مانند: *Gazette du Bon Ton* و *Les Robes de Paul Poiret* و *racontees par Paul Iribe* ظاهر شدند. این آثار کلاسیک به عنوان آرت دکو معرفی شد و از آن دوران به عنوان پوستر در کتاب های بیشماری چاپ و باز تولید شدند. این طراح سالهای آخر زندگی خود را با عشق به نقاشی سپری کرد. متأسفانه وی سرانجام در سال ۱۹۲۵، ورشکست شد و طراحان جدیدی مانند کوکو شنل و ژان پاتو به شهرت رسیدند. او پس از ۱۵ سال فقر و گمنامی در ۳۰ آوریل ۱۹۴۴، در گذشت. زندگینامه او هرچند پایان تلخی داشت اما اثری که او در دنیای مد گذاشت، تکرار شدنی نیست. نوآوری های پوآرو که لباس ها را از فرم سنتی خود، که در زمان چارلز فردریک ورث مرسوم بود، خارج کرد و کرست را که نوعی لباس زیر برای فرم دادن به بدن زنان بود از لباس ها حذف کرد انقلابی بود که او در زمان خودش در صنعت مد رقم زد.

Paul Poiret

le minaret
گل دسته



نوریه حشمت

مصاحبه با استاد نقره

در شماره اول نشریه شاهد قسمت اول مصاحبه با استاد نقره، مبدع متد سیلور، حول محور تعریف متد و زندگی‌نامه و دیدگاه‌های ایشان بودیم و در این شماره از نشریه، این مصاحبه ارزشمند را حول محور آموزش در رشته طراحی لباس ادامه می‌دهیم.

استاد، در سالهای اخیر شاهد تغییر و اصلاح متد‌های آموزشی در دانشگاه‌ها هستیم اما با این وجود، به نظر می‌رسد زمانی که یک دانشجوی تازه فارغ التحصیل شده، وارد بازار کار می‌شود از سمت صاحب کاران جدی گرفته نمی‌شود و نسبتاً توانایی خودش هم به نظر کافی نمی‌آید. علت این پدیده را چه می‌بینید؟ به نظر شما این حلقه گمشده آموزش دانشگاه‌ها کجاست؟ اولاً که من این مشکل را اصلاً به متد مربوط نمی‌دانم. هر متدی درست کار شود خروجی قابل قبول را برای بازار کار، خواهد داشت. اما چرا خروجی دانشگاه‌ها مورد قبول مشاغل حرفه‌ای نیست؟ اول اینکه به نظر من کسانی که برای دانشگاه برنامه ریزی می‌کنند، در حدی نیستند که بدانند "یک دانشجوی چه نیاز دارد" و بعد از خروج از دانشگاه "قرار است برای او چه اتفاقی بیفتد". وقتی نمی‌دانیم که قرار است "چه اتفاقی بیفتد"، در مسیر هم نمی‌دانیم "چه کنیم". از طرفی گویا خود دانشجوی هم دقیقاً نمی‌داند چه اتفاقی قرار است رقم بخورد و گویا هدفی در ذهن دارد، اما هرچه جلوتر می‌رود احساس می‌کند از هدفش دورتر شده است و این بسیار بد است. پس مشکل، از سویی برنامه ریزهایی هستند که برای این رشته برنامه ریزی می‌کنند که یا مهارت کافی و تخصص ندارند، یا اگر دارند شرایط را نمی‌توانند با آن مسیر هماهنگ کنند. ظاهراً در سیستم دانشگاهی یک برنامه‌ی مدون داریم اما این برنامه خروجی ندارد و اگر یک برنامه ۵ سال یا ۱۰ سال خروجی نداشت، باید عوض شود. بنظر من در بخشهای عملی دانشجویان باید خیلی بیشتر فعالیت کنند، تا حداقل به استقلال در کسب تجربه برسند. همینطور از کارهای هنری باید مقداری این حال و هوای مدرک را دور کرد و شور و حال عملی بیشتری به کار بدهیم. نکته دیگری که برای من جالب است اینست که هنوز ما در حوزه‌های طراحی بیشتر راغب داریم تا حوزه‌های عملی! چون دانشجویان وقتی که خودشان را معرفی می‌کنند با ناراحتی می‌گویند: "من خیاطم" و با افتخار می‌گویند: "من طراحم". چه کسی گفته است مهارت یک طراح بیشتر از یک خیاط است؟ من نمی‌گویم که کسی برتر یا بدتر است من می‌گویم: ما هنوز در واژه‌ها مشکل داریم، یعنی یا با واژه‌ها کسر شأنمان می‌شود یا پز می‌دهیم. وقتی اینگونه است خب پس بخش عملی هم در نهایت می‌شود خیاط و خب خیاط، رهاش کن! شما در طی یک هفته در همان ساعاتی که یک رشته تئوری دارد باید کارهای عملی زیادی هم بکنید و از نظر من یک فرد چهارسال زمان می‌برد که تنها یک شلواردوز ماهر شود، چطور میتوان توقع داشت در چهار سال در این همه مهارت به جایی برسیم که بازار کار ما را قبول کند. اینست که من می‌گویم مشکل از برنامه ریزهای این رشته است. یک دوره چهار ساله طول می‌کشد که فردی بخواهد حتی در حوزه عملی خیاطی به استقلال برسد نه به استادی! جالب است بگویم سالها پیش بخاطر شکایتی به سازمان فنی و حرفه‌ای رفتم، در آنجا از آنان خواستم که به من اجازه بدهید یک مدرسه خیاطی بزنم، نه طراحی بلکه خیاطی. خواستم جایی را داشته باشم که فرد قبل از آنکه وارد مبحث الگو شود، دوره‌های چرخ کاری گذرانده باشد. در حوزه دانشگاهی ما دوره چرخ کاری داریم؟ خیر. این دقیقاً مثل این است که به فردی به لحاظ تئوری بگویم رانندگی اینگونه است و بعد بگویم برو رانندگی کن! همچنین چیزی اصلاً ممکن است؟



MR. NOGHRE

Method silver Method

silver Method

Method

Method silver Method

همانطور که گفتیم برنامه ریزها خودشان نمی دانند این محتوا چقدر زیاد است. من اگر در زمینه کاری خودم حمایت می شدم مدرسه خیاطی راه می انداختم که حداقل خروجی خیاط به بهترین شکل انجام شود که هیچکس تا به حال انجام نداده است. البته که همین الان هم دارم همین کار را انجام می دهم ولی با دست و پای بسته! من در یکی از سخنرانی های خود که در دانشگاه سبزواری بود، به این موضوع اشاره کردم که: «من تعجب می کنم که هنوز که هنوز است ما به خیاط با یک ذهنیت نه چندان خوب نگاه می کنیم، حتی خودمان که در این رشته هستیم، در صورتی که من می خواهم به شما بگویم که ما مهندسی بی ادعایی هستیم که محتوای فکری و عملی هر کدام از مهندسیین رشته خیاطی و دوخت، ده ها برابر مهندسیین رشته ساختمان است، چون در ساختمان مهندسیین با یک سری اعداد و قوانین مشخص کار می کنند ولی ما باید مهندسی انجام بدانیم، مهندسی الگو و پترن را بدانیم، بعد مهارت های دوختی داشته باشیم و... در نهایت همه دیوارها از تعریف مشخصی از علم مهندسی بیرون می آید اما شما دو تا لباس را دقیقاً به یک شکل نمی توانید برای دونفر بدوزید، این فقط حوزه دوخت، بخش طراحی که یک دنیاست. اما فکر کنید که همه چیز هم اصلاح شود ما چه زمینه ای برای عرضه کارهایمان داریم؟ الان شما به عنوان یک طراح فرض کنید همه مسیر را هم رفتید و همه چیز به بهترین نحو صورت گرفت، در نهایت می خواهید محصولاتتان را در کدام کت واک و شوروم به نمایش بگذارید و اصلاً کدام مؤسسه ثبتي طراحی های شما را ثبت می کند. من یک فرد هستم که متد سیلور را آموزش میدهم، حالا در گوگل سرچ کنید، شاهد خواهید بود که ده ها نفر هستند که این متد را آموزش می دهند و یک ارگان نیست که از من حمایت کند که اگر فردی می خواهد این متد را آموزش دهد من به عنوان طراح متد باید تأیید کنم که فرد اجازه و توانایی این کار را دارد یا خیر. روزی به فردی که این متد را آموزش می داد گفتیم: چرا این کار را می کنید؟ گفت: از مرجع تقلید پرسیدم، گفته است: اشکالی ندارد! اگر شما هم اعتراض بکنید می گویند مگر ما ثبت شما نداریم. یعنی همیشه حرف برای گفتن دارند اما در عمل! پس ما یک سری چیزها را لیست کردیم که بگوییم داریم! دارید، اما وقتی خروجی ندارید، پس ندارید.

-هر جوانی که آینده شغلی خود را به عنوان طراح لباس انتخاب می کند، قطعاً قبل از هر چیزی به دانشگاه برای آموزش این رشته می اندیشد و بعد آموزشگاه ها و البته این بخاطر مدرک دانشگاه هم قطعاً هست و نگاه خانواده ها به داشتن مدرک دانشگاهی فرزندان، و این بسیار تلخ است که دانشگاه آن خروجی قابل قبول را هنوز ندارد. شما این بحث مدرک و دانش را چگونه می بینید؟ یکی از عوامانه ترین صحبت هایی که می توان در این زمینه گفت اینست که ما مدرک گرا هستیم. اما اصلاً مدرک چیست؟ مگر نه اینکه نامه ای است که نشان می دهد شما در این زمینه به مهارت رسیدید یا این مراحل را طی کردید؟ این را من برای اولین بار است که دارم به این شکل می گویم مکانهای مختلفی بوده است که می توانستم بروم و مدرک بگیرم، فقط با نظر به مهارت، از آموزشگاهی گرفته تا دانشگاهی. اما من قسم خوردم توانایی هایم را طوری ثابت بکنم که هیچ مدرکی به این دیوارها آویزان نباشد و مبارزه کنم با این فرهنگ مسخره. مدرک اگر تأیید کند که شما این راه را رفتید و به این نقطه رسیدید و شما واقعاً توانایی تان در این حد باشد عالی است و اصلاً باید باشد اما وقتی خود مدرک مهم می شود قطعاً این بسیار پدیده بد و ضد ارزشی است.

SILVER Method



میگویم اگر استادی را به آنجا می برید و اگر او توانسته موفق شود باید مدرکی معادل رزومه کاری و توانایی اش بگیرد. برای مثال در آلمان زمانی که بحث از فوتبال می شود مدارس فوتبال بهترین بازیکنان را تربیت می کنند، اما در همان آلمان خداداد عزیزی که تحصیلات آنجانی ندارد، آنقدر موفق می شود که می گفت: اگر من در شهر کلن کاندید شوم به عنوان شهردار رأی می آورم. یعنی حتی در جامعه ای که تا این حد مسائل علمی دقیق است اگر یک نفر توانایی داشته باشد بازهم موفق است. می گویند خب ما همه این کارهای را می کنیم که شبیه خداداد شویم خب خداداد خودش خداداد است. ما اگر قرار باشد همه این کارها را انجام دهیم که یک نفر را برسانیم مثل آقای نقره خب آقای نقره خودش آقای نقره است. امثال من بسیارند کسانی که فوق العاده قوی هستند اما هیچ ارزشی به آنها داده نمی شوند و خدا شاهد است نگرانند که جلوی کارشان گرفته شود که بارها گرفته شده است. باز هم می گویم من نمیخواهم گله کنم همه این انتقادات، حقوقی است. به این سیستم ضعیف که نمی دانم چرا حتی تصمیم به قوی شدن نمی گیرد و وقتی به آنان اشتباهاتشان را گوشزد می کنی گویی کسی که آنجا نشسته فقط برای مخالفت با تو پشت میز نشسته است و برای کمک آنجا نیست. من نکته ای را به شما می گویم: زمانی من و شما مقابل هم می شویم که به شما می گویند فردی با لیسانس طراحی و به شما مجوز آموزشگاه می دهند و به من هیچ نمی گویند و جایگاهی ندارم. فرض کنید من نوعی (که امثال من زیاد است) را به جای اینکه مقابل شما قرار دهند کنار شما قرار دهند، من دیگر با شما احساس صمیمیت می کنم چون می بینم با تلاش و پشتکارم شده ام همکار شما نه مقابل شما. از نظر من کنار هم بودن کسانی که به لحاظ علمی به جایگاهی رسیدند و کسانی که به لحاظ تجربی به جایگاهی رسیدند، سرعت رشد را چندین برابر می کند.

-من به عنوان یک دانشجو به شما می گویم که جای حضورتان در محیط دانشگاه بسیار خالیست. چرا در این محیط ها نیستید؟ خدا شاهد است که اگر سختی هایی که یک استاد دانشگاه برای رسیدن به جایگاهش را ۱۰ در نظر بگیریم سختی هایی که من کشیدم حداقل صد است.



ilver

امروزه در هر آموزشگاه، هر فردی یک دیوار برای مدارکش دارد. این بد نیست و من مشوق علم و کار آکادمیک هستم اما اگر این سیستم دانشگاهی صرفاً شما را می خواهد برساند به خانم مهندس، بدون توانایی کاربردی، من میگویم به شما خیانت می شود و اگر جایی شما را به توانایی کاربردی می رساند و هیچ مدرکی به شما نمی دهند در آنجا بهترین اتفاقات می افتد. بنابراین اول اینکه ما مدرک گرا هستیم و دوم اینکه اصلاً به دست آوردن مدرک هم خیلی سخت نیست.

-در این مورد باید بگویم که واقعا این مدرک گرفتن در رشته ما راحت نیست این را حداقل میتوانم در مورد دانشکده الزهرا مشهد بگویم. ما ممکن است واقعا از چهارماه هر ترم حدود یک ماه شب نخوابیم، ولی بعد از دانشگاه زمانی که با افتخار می گویم من لیسانس طراحی لباس از دانشگاه الزهرا هستم آنها می گویند خب که چه و این برای ما بسیار تلخ است. من اگر دارم انتقاد می کنم تنها بخش حقوقی این داستان را انتقاد می کنم به امید اینکه راهکارهایی اندیشیده شود. مثلاً بنگرید در کشورهای دیگر اگر کسی مثلاً از فلان دانشگاه در فرانسه مدرکش را گرفته باشد، بدون هیچ شکی توانایی دارد چون کسی به آموزش این دانشگاه شکی ندارد. یا در قسمتی از دنیا شخصی مثل بیژن پاکزاد که می گوید: من دیپلم را هم به زور گرفتم. می شود جزء برترین ها. او که افتخار ایران بود می گفت: شبکه ای در دنیا نیست که با من به صورت مستقیم یا غیر مستقیم مصاحبه نکرده باشند. این یعنی به مهارت و تجربه این شخص بها داده بودند و ده ها مدرک افتخاری به او تعلق می گرفت. بگذارید بگویم خودم که تنها طراح متد کشور هستم را چه مدرکی دادند با این همه رزومه موفق و با صدها و هزاران شاگردی که به استقلال تجربی رسیدند کسانی که خود اکنون یک پایه آموزشی کشورند و به موفقیت های بسیار زیادی دست یافتند. مثلاً من می گویم میخواهم مجوز برای تأسیس مؤسسه بگیرم میگویند نه باید لیسانس داشته باشی. زمانی که به دانشگاهی برای دوره ای میروم کاش به من نگویند استادکار و به دیگری بگویند استاد و... من عقده این القاب را ندارم که اگر داشتیم اینجا را بر می کردم از مدارک.

silver Method

برای مثال زمانی که در یک دامن ساده یک محتوای دو سه ساعته برای توصیف داریم حالا شما فکر کنید دامن ها، بالاتنه ها و.... یک مثال برای شما می زنم ما یک مبحثی داریم با نام پنس مضاعف چهارسال تمام من روی این کار کردم یک جمله سه کلمه ای است می گوئیم حاصل تفریق اختلاف واقعی و اختلاف جدول، ضربدر یک و نیم. روزی که من این فرمول را به دست آوردم احساس کردم واقعا اتم را شکافتم و بسیار خوشحال بودم بعد بعضی می پرسند چگونه اینها را به دست آوردی و این تازه یک فرمول ساده بود حالا ببینید در پشت یک متد با این همه ریزه کاری و محتوا چقدر فکر بوده است و چقدر پشت آن تلاش و خاری بوده است شما باید کارت را محدود می کردی و روی این متد کار می کردی. بعد نتیجه آن تنها طراح متد کشور که به صورت مستقل است و بعد چنین شخصیتی زمانی که یک همچین دستاوردی را برای اولین بار دارد الان رسیده به جایی که احساس می کند الان باید دیگه برداشت کند بعد می بینید که نه تنها چنین اتفاقی نیفتاده بلکه صبح می بیند دم آموزشگاهش...

- در چند سال اخیر و حداقل یک و دو سال اخیر شاهد استقبال بسیار گسترده ای از طرف نسل جوان تر به سمت این رشته بوده ایم که گاه شبیه تب خودنمایی می کرده است و گاه باعث به وجود آمدن استعداد های فوق العاده ای شده است. شما این پدیده را چگونه ارزیابی می کنید؟ بخشی از این داستان یک تب است و چون متأسفانه مسائل در کشور ما خیلی سیستماتیک پییده نشده اند که بالانس های زیادی داشته باشند برای همین وقتی چیزی بالانس بالایی دارد همه هجوم می آورند آن طرف. بخشی از جریان اینست که وقتی شاهد بودند که در دنیا چقدر بحث طراحی اعتبار دارد و افراد سوپر موفق دنیا در این زمینه فعالیت دارند گفتند چرا ما نه؟ ما ذوق و سلیقه اش را هم داریم و... تا اینجا ما می گوئیم ۵۰ درصد به خاطر این داستان است اما پنجاه درصد دیگر نه! شرایط را مهیا دیدند و علمش هم علمی بوده است که بیشتر برایشان مهیا شده است. من همش را تب نمی بینم و همش را هم شرایط نمی بینم اما اگر مدیریت شود، از این همه پتانسیل و توانایی فوق العاده استفاده می شود و اگر مدیریت نباشد همه این استعدادها سرخورده می شوند.

- چقدر به آینده صنعت پوشاک امید دارید و صنعت پوشاک ایران را چطور صنعتی می بینید اصلا آینده ای دارد؟ من در این سیستم هیچ آینده ای نمی بینم چون این سیستم صنعت مد و فشن و صنعت شو را نمی تواند بپذیرد. پس ما عملاً فقط داریم دوخت و دوز می کنیم و زمانی که آن صنعت نباشد عملاً طراحان باید خیاطی هم یاد بگیرند تا بتوانند طراحی کنند. من نمی بینم هم به لحاظ اینکه محتوای مد و فشن خیلی هم راستا نیست با نظر مسئولان و دوم بخش های اقتصادی است که اصلا حمایت آنچنانی در حوزه اقتصادی از هیچکدام از تولیدات نمی شود و این حوزه هم متأثر از همین سیستم اقتصادی است.

- سؤال آخر اینکه توصیه ای برای دانشجویان این حوزه دارید؟ توصیه من فقط به دانشجویان این حوزه نیست من این توصیه را به همه دانشجویان و هنر آموزان می کنم. شما در هیچ زمینه ای نمی توانید صد در صد مطالب را یاد بگیرید. قبلاً در صحبت هایم از اصطلاح استقلال در کسب تجربه استفاده کردم و الان می گویم از قانون ۸۰-۲۰ استفاده کنید، یعنی در سیستم آموزشی تان روی ۲۰ درصد هایی که نکات کلیدی آموزش هست متمرکز شوید. من همیشه به شاگردانم می گویم به فکر خیاط شدن باشید نه لباس دوختن. یعنی اگر یک تکنیک در این درس هست، آن تکنیک مهم است نه اینکه شما لباس بدوزید. ۲۰ درصدی که برای شما در آینده نتیجه خواهد داد، کلیدواژه اش علم و تکنیک هست. این یک علم است که می گوید: نتیجه ی ۲۰ درصد از تمامی علوم می شود ۸۰ درصد و الباقی آن ۸۰ درصد نتیجه اش می شود تنها ۲۰ درصد. بنابراین کسی که میخواهد موفق شود باید از این قانون استفاده کند و من خودم هم از این قانون استفاده می کنم یعنی ۲۰ درصد های کلیدی و کلیدواژه های آموزشی را پیدا کرده ام و در اختیار بچه ها قرار داده ام تا آنان با این کلیدواژه ها برسند به جایی که استقلال در کسب تجربه را به دست می آورند و بعد که وارد حوزه تجربه می شوند خیلی راحت می توانند از پس این کار بر آیند و باز اگر نیاز به حمایت داشتند ما حمایتشان می کنیم. نکته آخری که همیشه می گویم اینست که خارج از هیاهوها و اینکه چه چیزی صدای بیشتری کرده است سعی کنید که روی کلیدواژه ها متمرکز شوید تا شما را به مهارت برسانند.



فائزة جعفری

معرفی کتاب

کتاب پیش روی شما عزیزان و کتاب دوستان کتابی است با عنوان "اصول و مبانی طراحی پارچه" نوشته حسین صدیقی که در ارتباط با بحث جذاب طراحی پارچه است. جذابیت این هنر از جنس و نقش و رنگ نشأت می گیرد و سالهاست به عنوان یک رشته مجزا و پرطرفدار برای علاقه مندان به رشته های هنری، خصوصاً طراحی لباس، در دانشگاه ها تدریس می شود. طراحی پارچه یکی از قدیمی ترین رشته های هنری می باشد؛ گویی انسان پس از آشنایی با هنر بافت، نگاه خود را به طرح و رنگ پارچه انداخته است چرا که ذائقه تنوع طلبی انسان اقتضا می کرد که پس از لطافت و استحکام، به جذابیت و رنگارنگی یک پارچه توجه نماید. در این کتاب پربار، در ابتدا گریزی به بخش «رنگ» و «بافت» زده می شود، تعاریف رنگ ها، رنگ در طراحی پارچه، رنگ در عکاسی، بافت و انواع بافت های بصری-تصویری به طور مختصر مورد بررسی قرار گرفته است. از بخش های اصلی کتاب هم پرداختن به طراحی پارچه از منظری است که توضیح می دهد که چه طرحی برای چه سن و لباسی مناسب است و پارچه باید دارای چه ویژگی های و خصوصیات باشد. یکی از بخش های جالب کتاب پرداختن به نقش مایه ها و موتیف هاست. این نقش مایه ها به نقوش هندسی، گیاهی، حیوانی، سنتی، اساطیری، دفرمه شده و کاریکاتوری، عروسکی و کارتونی و حروف به همراه نمونه های تصویری تقسیم بندی شده است. کتاب راهنمای پایه، برای آشنایی با چگونگی طراحی و رنگ آمیزی پارچه با توجه به نوع کاربرد آن اعم از پارچه های پیراهنی، ملحفه ای و پارچه های با کاربرد در دکوراسیون داخلی و موارد دیگر با اشاره به مبانی و عناصر بصری و تأکید بر رنگ شناسی، می تواند منبع خوبی باشد. این کتاب به زبان ساده و روان بیانگر مراحل شکل گیری اثری هنری به نام پارچه را برای ما روشن می کند اثری که انسان همواره با آن در ارتباط است و می توان از طریق آن، به عنوان زبان گویا، با دیگران ارتباط برقرار کرد.

این کتاب دارای پنج فصل به شرح ذیل می باشد:

۱. مبانی هنرهای تجسمی در طراحی پارچه
۲. طراحی پارچه
۳. مفاهیم بصری و چیدمان در طراحی پارچه
۴. ترکیب بندی (کمپوزیسیون) طراحی پارچه
۵. نقشه مایه (موتیف) در طراحی پارچه

اگر علاقه مند به دنیای پر رنگ و نقش پارچه ها هستید و می خواهید به عنوان طراح در این دنیا دستی داشته باشید، به هیچ عنوان این کتاب جذاب را از دست ندهید!





فاطمه شریعتی

تأثیر موتیف‌ها در مد معاصر

موتیف‌های فرش‌های ایرانی در برند‌های دنیا

با توجه به پیشینه فرهنگی کشورمان که در طی دوره‌های مختلف تحت تأثیر مظاهر فرهنگ غرب در عرصه فرهنگ عمومی بوده، هنگامی که صحبت از تأثیرپذیری و تأثیرگذاری کشورمان به میان می‌آید، تأثیر فرهنگ غرب در ایران است که بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد و به جلوه‌های هنر و فرهنگ ایرانی در جوامع غربی آنچنان توجهی که باید، نمی‌شود. این در حالی است که تنها در عرصه مد و فشن، خانه‌های مد بزرگی مانند hermes ، gucci ، givanchy ، tory burch و دیگر طراحان، گاهاً هنر فارسی را منبع الهام خود قرار می‌دهند. یکی از آن مظاهر هنر ایرانی، که درآمیخته با انحای بته جقه و پیچ و تاب خطوط اسلیمی و ختایی است فرش نام دارد. فرش هنری است که شاید هیچ یک از هنرهای ایران در عرصه جهانی به آن اندازه مهم و چشمگیر نباشد. اما این صنعت دستی، با طرح‌های پیچیده و رنگ‌های مجلل و روح ایرانی تکرار نشدنی‌اش، بیش از آن است که تنها به زیر پای ایرانیان قرار بگیرد. این هنر با دربر داشتن رنگ قرمز که تداعی کننده شجاعت، زیبایی، شادی و لذت است، به همراه قداست و نوزایی سبز، باروری و حاصلخیزی قهوه‌ای و آبی که اعتماد را به همراه دارد، پارسایی نارنجی و پاکدامنی و صلح سفید و آرامش و سکون مشکی، سخن از غنی و بی نظیر بودن این هنر که پیشینه‌ای چند هزار ساله دارد، به زبان می‌آورد. گرچه اولین فرش جهان در ایران امروز کشف نشده اما داستان آن فرش به ایران مربوط می‌شود. علاوه بر این بسیاری از نویسندگان و مورخان یونانی مانند گزنفون (Xenophon) تصدیق می‌کند که «پارسیان به خاطر فرش‌هایشان معروف بودند». ایرانیان با تمام فراز و نشیب‌هایی که در تاریخ از سر گذراندند، این هنر را همواره زنده نگه داشتند و با فرهنگ بومی خود به آن روح تازه‌ای دمیدند تا روز به روز نه تنها از ارزش او کاسته نشود، بلکه محبوبیتش را در جوامع دیگر به دست آورده و حفظ کند. اما عصر طلایی فرش ایرانی در زمان شاه عباس بوده است که باعث شد فرش ایرانی، "فرش ایرانی" شود. در این دوره به دلیل قراردادهایی که شاه عباس با اروپا می‌بست، بخش زیادی از فرهنگ و هنر فارسی از جمله فرش، نقوش و طرح‌هایی از جمله بته جقه را به اروپا معرفی کرد. به همین منظور طبق گفته دکتر aimee froom (موزه دار هنرهای جهان اسلام در موزه هنرهای زیبای هوستون) «صنعت تولید فرش از زمان شاه عباس صفوی احیا شد». یکی از امضاهای فرش ایرانی نقش بته جقه است که از سرو ایرانی ریشه دارد و سروی است که نشانه‌آزادگی ایرانیان بوده و از سر فروتنی سر خم کرده است و از نمادهای زرتشتی است. تا اینجا از ریشه این هنر در ایران و نزد پارسیان گفتیم. حال حضور این هنر اصیل و غنی را در هنر و فرهنگ غرب، از جمله مد و فشن مورد بررسی قرار می‌دهیم. اولین ظهور هنر ایرانی در قالب طرح و نقش‌های ایرانی از جمله بته جقه در دنیای فشن غرب در کروات‌ها و دستمال‌گردن‌های مردانه دیده می‌شد. ولی کم‌کم نقوش و حتی بافت فرش ایرانی راه خود را در لباس، پیراهن و اکسسوری‌ها پیدا کرد و این هنر را در بسیاری از کالکشن‌های طراحان غرب می‌بینیم.



Marlou breuls

Hermes

در سال ۲۰۱۳ hermes مجموعه جدیدی را به نام مجموعه تبریز در هفته مد نیویورک منتشر کرد. همانطور که از نامش پیداست این مجموعه با الهام از فرش زیبای تبریز طراحی شده بود. استفاده از رنگ های شدید، خلق نقوش برجسته با جزئیات کامل و اساسی و استفاده از متریال های متضاد با پارچه لباس مثل چرم، این مجموعه چشم نواز را لوکس و بی نظیر کرده بود .

اما این اولین باری نبود که برند hermes، هنر ایرانی را منبع الهام خود قرار داده بود . این برند روسری ای را به طراحی Cathrine Baschet به نام قلمدان تولید کرده است که بر روی آن نقوش قلمدان ها و طرح و نقش های ایرانی نمایان بود.

marlou breuls

Lichting، رویدادی بود که در سال ۲۰۰۷ تأسیس شد تا شکاف بین دانشگاه ها و استعداد های مورد نیاز صنعت مد و فشن را پر کند. مجموعه de(non)conformist که توسط marlou breuls طراح جوان هلندی خلق شده بود، در این جشنواره برنده جایزه منتخب از نگاه مردم شد. این مجموعه که شامل پنج لوک، با استفاده صریح از رنگ قرمز و متریال های متضاد مانند ابریشم، لاتکس، چرم و فرش ایرانی بود بسیار خوش درخشید. مارلو بر این باور است که انسجام در یک اثر هنری زمانی حاصل می شود که تنوع و وحدت همزمان با هم حفظ شود. این تعادل به همه فرهنگ ها اجازه می دهد خود را در کنار هم با شکوه و جلال به نمایش بگذارد.

Tim coppens

Tim coppens اولین حضور خود را در هفته مد نیویورک (در سال ۲۰۱۲) خیلی عالی پشت سر گذاشت. او در این مجموعه مردانه خود از فیلمی فرانسوی به نام un prophete الهام گرفته بود با اینکه نقش اصلی فیلم عرب است با این حال نقش فرش شرقی در برخی از لباس های این مجموعه نمایان است. در این مجموعه لوک ها، مینیمال و در رنگ های خنثی بودند اما یک ژاکت و یک کت با نقش فرش با ترکیب چرم سفید در کت، سطح انرژی کالکشن را به صورت چشمگیری افزایش داده بود و احساس لوکس بودن را به بیننده القا می کرد .

tory burch

محل نمایش گویی فرودگاهی بود به مقصد مراکش. برای تزئین ، مسیر کت واک ، دیوار ها ، صندلی ها و جای جای محل برگزاری مراسم را ، با فرش های دوره صفوی دگرگون کرده بودند. tory burch در کالکشن RTW/FW 2015 تصمیم گرفت زمانی که مشخصه های قومی مراکش و بوهو چلسی انگلستان در اواخر دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ با هم ادغام می شوند را به نمایش بگذارد. او در این مجموعه از نقوش فرش های شهر صوبه مراکش الهام گرفته بود اما تزئینات محل برگزاری که از فرش دوره صفوی بود این هنر و زیبایی را در لباس ها دوچندان می کرد.



Hermes



Alexander
McQUEEN

Maison martin margiela

در حالی که اولین مدل در مسیر کت واک که تماماً با فرش های زیبای ایرانی پوشیده شده بود قدم می گذاشت ، لباس ابریشمی نقره ای او بسیار ساده اما در عین حال زیبا با طراحی متفاوت و ساختار شکن به چشم می خورد . به نظر می رسيد تیم طراحی **Maison martin margiela** به این سبک علاقه زیادی دارند. اکثر لوک های کالکشن بهاره سال ۲۰۱۲ این برند، با لباس هایی بلند و با رنگ خنثی به همراه شنل در پارچه هایی ساده با رنگ های سرد خاکی ، سورمه ای، نقره ای ،مشکی و سفید به روی صحنه آمدند. لباس هفدهمین مدل هم همین مشخصات را داشت اما بوت های مدل بسیار چشمگیر بود. بوت هایی با نقش و نگار و بافت فرش های ایرانی. در اواسط نمایش بود که سه مدل با سه لباس متفاوت ، با رنگ و لعاب غنی فرش های ایرانی ظاهر شدند. نقوش فرش ایرانی روی پارچه هایی براق چاپ شده بود اما ریشه های سفید فرش در این سه لباس حس یک فرش ابریشمی لطیف و بی نظیر را به بیننده القا می کرد. شنل های پلاستیکی شفاف که مدل ها بر روی این لباس ها پوشیده بودند طوری بود که گویی فرشی بسته بندی شده و آماده فروش به دور مانکن پیچیده شده است. به طور کلی در نمایش این کالکشن این سه لوک نقطه اوج درخشانی بود.

Alexander mcqueen

مجموعه مردانه پاییز- زمستان سال ۲۰۱۷ که توسط سارا براتون، طراح امروز برند الکساندر مک کوئین، طراحی شده است از مجموعه های جذاب این برند بود. این مجموعه الهام گرفته شده از شخصیت و زندگی تأثیرگذار شاعر و نویسنده ایرلندی اسکات وایلد می باشد و به لحظات و وقایع مهم زندگی او اشاره دارد. در این مجموعه مردانه یکی از لوک ها کت و سلوار به همراه پالتویی از جنس فرشی فرسوده پوشیده است. فرشی به رنگ های قرمز، قهوه ای، کرمی و کمی سورمه ای که نقوش اسلیمی و بتنه جقه ، بر روی آن به وضوح به چشم می خورند. ایده فرش های فرسوده شاید از پدر اسکات وایلد که علاوه بر چشم پزشکی بودن، از عتیقه شناسان برجسته ایرلند بود به ذهن طراح رسیده باشد. با این حال نقش فرش در این لباس حس شیک پوشی، اشرافیت و عاشقانه بی نظیری را القا می کند

Roberto cavalli

لاین **just cavalli** از زیر برند های طراح مطرح ایتالیایی **Roberto cavalli** است که در سال ۲۰۰۰ آنرا راه اندازی کرد و ویژه طرفداران جوان این برند است . در مجموعه های **just cavalli** معمولاً از عکس های سفر های **Roberto cavalli** الهام گرفته می شود که در مجموعه **PRE-FALL 2014** طرح و نقش های مجلل فرش ایرانی و ترکیه ای منبع الهام این برند بود . با توجه به این مسئله در این کالکشن نقوش زیبای فرش که بر روی پارچه چاپ شده بود، به همراه متریال های متفاوتی مانند چرم ، پولک، ابریشم، پارچه فلزی و همچنین نوار های تزئینی ریشه های چرمی و امضا برند که پترن پوست ماری و پلنگی است، با چاشنی سبک بوهو اثر خارق العاده ای را بوجود آورده بود.

مواردی را که ما در این مقاله مطرح کردیم بخش کوچکی از مظاهر هنر ایران است که در عرصه مد و فشن جهان غرب به کار برده شده و استفاده از آن توسط طراح و یا منتقدان بیان شده با این وجود چه بسا طراحانی بوده و هستند که با الهام از این هنر غنی و با قدمت آثاری خلق کرده اند و هیچ نامی از این هنر و پیشینه نبرده اند.



valentino garavani

برند والتینو



وحیده شافعی

زهرا متجدد

داستان با والتینو گاراوانی آغاز می شود، والتینو با نام خانوادگی **Valentino Clemente Ludovico Garavani** (جای تعجب نیست که او سه نام دیگر را کنار گذاشت!) در ۱۱ مه ۱۹۳۲ در Voghera ایتالیا متولد شد. او از جوانی به دنبال طراحی مد بود، وی آموزش رسمی خود را در پاریس در **olecole des Beaux (Arts and the Chambre Syndicale de la Couture Parisienne)** به پایان رساند، در حالی که زیر نظر طراحان محلی شاگردی می کرد که شامل عمه او رزا و کار در سالن های «ژان دس» و «گای لاروش» بود. والتینو پس از اتمام تحصیلات، به ایتالیا بازگشت تا در سال ۱۹۵۹ خط تولید پوشاک خود را در رم راه اندازی کند. سال بعد، وی با جیانکارلو جیامتی در رم آشنا شد، اتفاقی که زندگی او را برای همیشه تغییر داد. والتینو و جیامتی به سرعت شراکت خود را آغاز کردند. آن دو با همراهی همدیگر **Valentino SpA** را به یک مارک معتبر بین المللی تبدیل کردند. هنگامی که در سال ۱۹۶۲ والتینو اولین شوی خود را در کاخ **Pitti** در فلورانس برگزار کرد به سرعت با لباس های کوتاه -بلند و لباس های قرمز پر زرق و برق مشهور شد (تصادفی نیست که نام خط تولید و نام تجاری از رنگ خاصی گرفته شده است). خیلی زود، افراد سوسیالیست و زنان اشرافی از سراسر جهان برای لباسهای جذاب و خلاقانه و لباسهای عروسی به سراغ او آمدند. این جاذبه با استفاده از ۱۰۰٪ از رنگ قرمز، ۱۰٪ زرد و ۱۰٪ سیاه است که با طراحی های او ارتباط زیادی داشت. گفته می شود این رنگ ها از اپرای بارسلونا الهام گرفته شده است. از وی نقل شده است که قرمز تنها رنگی است که قابل رقابت با سیاه و سفید است. این نمایش باعث شد اعتبار والتینو به عنوان یکی از طراحان آن زمان تقویت شود و همچنین باعث آشنایی والتینو با جکی کندی شد که این اتفاق نقطه عطفی برای این برند به حساب می آید. در سال ۱۹۶۷ والتینو به اوج شهرت در ایتالیا و هم در سطح بین المللی رسیده بود، و همچنین با داشتن یک لیست مشتری شامل برخی از تأثیرگذارترین افراد برای پوشیدن یک لباس و نمایش یک برند، مانند ملکه پائولا از بلژیک، ستاره های سینما الیزابت تیلور و آدری هپبورن، افتخار کسب جایزه معتبر مد «نیمان مارکوس» را از آن خود کرد. آدری هپبورن و همچنین جکی کندی بسیار طرفدار این برند بودند. این طرفداری برای کندی تا آنجا بود که در سال ۱۹۶۴ شش لباس سیاه و سفید سفارش داد. وی همچنین به والتینو سفارش لباس عروسی خود با ارسطو اوناسیس، را در سال ۱۹۶۸ داد.

قرمز به عنوان یکی از قدرتمندترین رنگ ها، یک نماد مهم برای برند **Valentino Garavani** است. از زمان آغاز فعالیت والتینو در سال ۱۹۵۹، رنگ قرمز بخش جدایی ناپذیری از مجموعه های او بود و خاص و شیک بودن به نوعی امضا کاری او بود. لباس های والتینو با الهام از زرق و برق قدیمی هالیوود، از متریال های فوق العاده و زنانه مانند تور و نوعی پارچه ابریشمی ساخته شده اند و اغلب دارای گلدوزی های ظریف هستند. والتینو شخصیتی است که هر زمان که بتواند زیبایی را تعالی می بخشد. به همین خاطر، طراحی های او به طور منظم از ایده های عاشقانه زنانه بهره می برد: درخشش ها، ابریشم و لایه های توری ظریف که با مفهوم ظرافت صحبت می کنند. لباس های کوتاه او که احساسات دراماتیک، قدرت و رمز و راز را منتقل می کند. چه لباسی در قسمت کمر جمع شده باشد و چه ترکیبات برجسته چاپ حیوانات در آن به کار رفته باشد، اگر کسی را می بینید که به نظر می رسد از رویاهای وحشیانه شما فرار کرده است، احتمالاً او والتینو را پوشیده است! ولتینو معتقد بود که طراحان باید تناسب اندام یک زن را به خوبی بدانند، تا بتوانند به بهترین شکل برای بانوان لباسی طراحی کنند که لطافت و ظرافت آن ها به خوبی نمایش داده شود. طراحی های او ترکیبی از مدرنیسم و رمانتیسم به همراه عناصر سنتی است. او اعتقاد دارد که طراح باید امضا و خط مخصوص به خود را داشته باشد و در طراحی هر کالکشن تفاوت فاحشی وجود نداشته باشد تا امضای شخصی او گم نشود، رویه ای که در آثار خودش مشاهده میکنیم. ولتینو در طراحی هایش بر برش ها و طراحی های پرنرژوی تمرکز دارد. او به گل ها نیز علاقه بسیار زیادی دارد و میتوانیم نمود آن را در طراحی هایش مشاهده کنیم. علاوه بر این در طرح هایش از نقش پوست حیوان ها مثل گورخر، زرافه، پلنگ و ببر استفاده میکرده است. همچنین او از جزئیات خاصی مانند پایون، لبه های دالبری شکل، آستین های گشاد، چین های دایره ای و نیز ترکیب خاص پارچه هایی مانند تور و مخمل استفاده میکرده. به مرور زمان طرح های ولتینو ساده تر شدند. از تزئین های غیر ضروری اجتناب شد و آستر نیز از لباس ها حذف شد و لباس های سبک تری شکل گرفتند. والتینو در طول حرفه خود، خطوط اصلی برند را شامل **Valentino**، **Valentino Roma**، **Garavani** و **R.E.D** راه اندازی کرد. والتینو و جیامتی پس از بازنشستگی در سال ۱۹۹۸، شرکت خود را به قیمت بالایی به مجتمع ایتالیایی **HdP** فروختند، سپس مارک والتینو را به گروه مارزوتو در سال ۲۰۰۲ فروختند. پس از بازنشستگی آنها خانه هایی را در سراسر جهان مملو از آثار هنری نگه داری می کنند. این برند در رده های مختلفی همچون لباس، کفش، عینک، عطر، ساعت، اکسسوری فعالیت دارد و شعبه های این برند در کشورهای مختلف به شرح ذیل است: اروپا: اتریش، بلژیک، بوسنی و هرزگوین، بلغارستان. آمریکا: آرژانتین، کانادا، شیلی، کلمبیا. آفریقا: مصر، آفریقای جنوبی، تونس. آسیا: چین، هنگ کنگ، هند، اندونزی. آسیای میانه: قطر، عربستان، کویت، امارات متحده عربی. اقیانوسیه: استرالیا، نیوزیلند. گاراوانی پس از ۴۰ سال فعالیت اعلام کرد که در حال بازنشستگی است. آخرین نمایش لباس آماده (**ready to wear**) او در هفته مد بهار / تابستان در پاریس ارائه شد و در آن تعداد زیادی از سوپرمدل ها از جمله نانومی کمپبل، کلودیا شيفر و اوا هرتزیگوا حضور داشتند. از سال ۲۰۰۸، ماریا گراتزیا و پیریائولو پیکولی ریاست این خانه مد را به عهده گرفتند. این زوج در **Istituto Europeo di Design** در رم تحصیل کردند و به مدت بیست سال همزمان با کار مشغول تحقیق و تحصیل و افزایش اطلاعات خود بودند و قبل از اینکه والتینو به آنها مراجعه کند با هم در **Fendi** کار کردند و در آنجا به طراحان اکسسوری تبدیل شدند. اکنون مدیران خلاق مشترک والتینو هستند که روح تازه ای را در این برند دمیده اند، با همان زرق و برق و ظرافتی که والتینو به آن شهرت دارد، اما در سطح ظریف تری، آن را برای نسل جدید بازآفرینی و مدرنیزه می کنند. **RED Valentino** در سال ۲۰۰۹ به عنوان یک خط جوان، عجیب و غریب به این برند اضافه شد. این خط رو به جلو، معاصر و رمز شکن است، در حالی که رمانتیک و رویایی است و به فمینیسم و زرق و برقی که خانه مد به آن شهرت دارد وفادار مانده است. از سال ۲۰۱۲ شرکت ولتینو توسط **Mayhoola** کنترل می شود. (**Mayhoola**) یک شرکت برگزار کننده، تحت حمایت گروهی از سرمایه گذاران خصوصی از قطر است. این امر موجب رشد سریع در پتانسیل برند ولتینو شده است و برند ولتینو همچنان پر افتخار در حال طراحی و اجرای طرح های لوکس خود است.



valentino

Valentino

امروزه مجموعه عظیم برند والتینو محصولات بسیار زیاد و متنوعی از جمله لباس، کیف، کفش، عطر و اکسسوری تولید می‌کند و در طی سال‌های گذشته برندی بسیار موفق بوده است. برند Valentino تا کنون در مراسم‌های بسیار مهمی همچون گلدن گلوب و اسکار در درخشش ستاره‌های سینما و تلویزیون نقش انکار ناپذیری ایفا کرده است.

قدرت اقتصادی برند:

درآمد سالیانه والتینو در حال حاضر ۱۹۱ میلیون دلار در سال است.

بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۹، ارزش فروش سالانه برند Valentino افزایش یافت. طبق داده‌ها، ارزش فروش این شرکت از یک میلیارد یورو در سال ۲۰۱۵ به بیش از ۱.۲ میلیارد یورو از سال ۲۰۱۹ رسیده است.

جایگاه برند به لحاظ مد پایدار:

رتبه محیط زیست Valentino به اندازه کافی خوب نیست. هیچ مدرکی مبنی بر کاهش ضایعات نساجی و یا کاهش انتشار کربن دی‌اکسید و دیگر گازهای گلخانه‌ای و کاهش مصرف آب در مورد این برند وجود ندارد. این برند ضرب‌الاجلی را برای حذف مواد شیمیایی خطرناک تعیین کرده است، اما هیچ شاهد و مدرکی برای عملی کردن این ادعا وجود ندارد.

بیشترین مراحل نهایی تولید این برند در ایتالیا است که یک کشور با ریسک متوسط برای سو استفاده از نیروی انسانی است. این گروه در شاخص شفافیت مد، امتیاز ۰ تا ۱۰ درصد را کسب کرده است. این برند اطلاعات بسیار محدودی درباره سیاست‌ها و حسابرسی‌های تأمین‌کننده خود منتشر می‌کند. این برند هیچ اطلاعاتی در مورد کار اجباری، برابری جنسیتی یا تداعی آزادی فاش نمی‌کند. هیچ مدرکی مبنی بر تضمین پرداخت دستمزد آئی در زنجیره تأمین آن وجود ندارد. این سازمان هیچ سیاست یا حفاظتی را برای محافظت از تأمین‌کنندگان و کارگران مشغول به کار در زنجیره تولید خود، از مشکلات ناشی از covid-19 افشا نمی‌کند. رتبه این برند از نظر استفاده از حیوانات نیز به اندازه کافی خوب نیست. این برند از چرم، پشم، پر، خز و پوست حیوانات نادر استفاده می‌کند. این برند از موی خرگوش استفاده نمی‌کند. و هیچ مدرکی وجود ندارد که هیچ محصول حیوانی را از اولین مرحله تولید نشان دهد. در این مقاله از نشریه سعی کرده ایم تمامی مزایا و معایب این برند را بررسی کنیم و هرچه بیشتر این برند را بشناسیم و حالا با جمله ای از والتینو گاراوانی این مقاله را به اتمام می‌رسانیم:

فقط لباسهایی بپوشید که باعث زنده شدن شما شود. "والتینو"





فاطمه مرادیان

دوران بریم بریم

2

بریم بریم به رشته های انسانیوس و معلم و استاد بشدندی.

3

بریم بریم تجربیوس و دکتر و دندانپزشک بشدندی از مردم پول زیاد گرفتندی و پولدار شدندی.

4

بریم بریم ریاضیوس، تا مهندس هوافضا بشدندی و بریم که در آسمانها پرواز، بکردندی.

5

روزی از روزگارهای جدید در سرزمین بریم بریم، در جمع دوستانه ای دختر بهلول و دختر فامیل دور و دختر همساده در مورد رشته انتخابی خود صحبت می کردندی.

1

سرزمین بریم بریم سرزمینی بودندی که در آن همه دختران و پسران میگفتندی:

7

دختر فامیل دور گفتندی: من همی ریاضیوس انتخاب کردندی تا مهندس فیزیک اتمی بشدندی تا ذرات مولکولی را کشف کردندی و معروف شدندی و اسمم در همه جا پیچیدندی و مانند بمبی پترکانندی. دختر بهلول با ادب حرفهای آن دو را گوش دادندی.

6

دختر همساده به دختر فامیل دور گفتندی: من همی رشته تجربیوس انتخاب کردندی تا دکتر شدندی کلاسش بالابودندی و وجهه ی خوبی در جامعه داشتندی و میتوان از مردم پول زیاد گرفتندی و پولدار شدندی.

8

آن دو نگاه به دختر بهلول انداختندی و پرسیدندی که: تو همی چه رشته ای انتخاب کردندی ای دختر بهلول؟ دختر بهلول بگفتندی که: من همی طراحی و دوختیوس را انتخاب کردندی تا طراح لباس شدندی و لباس های زیبا و جدید طراحی کردندی و برند مخصوص به خودم را ثبت کردندی.

او گفتندی: که من علاقه داشتندی و خود سر نوشت خود را انتخاب کردندی و این انتخاب من بودندی. دختر همساده گفتندی: برو به خیاط خانه ای و در سه ماه خیاطی یاد گرفتندی! دختر بهلول ناراحت شدندی و گفتندی که: اولاً خیاطی نه و رشته طراحی دوخت و پوشاکبوس که شامل طراحی و دوخت و ایده پردازی و ... بودندی. دوماً اینرشته در سرزمین ما غریب بودندی ولی در سرزمین های غربی سرو صدای زیاد داشتندی و برندهای زیاد داشتندی و می توان از این رشته پول خوب در آوردندی و نیاز به استخدام و مدرک و دکترا و پارتنی نداشتندی! آنان همچنان به خنده های خود ادامه دادندی و دختر بهلول را بخاطر اشتباهش سرزنش کردندی.



11

دختر فامیل دور
گفتندی: خیاطی چه
رشته ای است که
انتخاب کردندی ای
دختر بهلول این
همه رشته های
خوب بودندی
(معماربوس،
عمرانیوس،
دندانپزشکیوس و
....) تو که معدلت
خوب بودندی چرا
رفتندی کار دانش و
این رشته که ارزش
دانشگاه رفتندی و
پول دادندی و درس
خواندندی
نداشتندی انتخاب
کردندی! حیف تو و
معدلت نبودندی؟

9

آن دو همزمان بهم نگاه کردند و گفتندی:
خیایا! ططططی؟! پخش زمین شدندی و اورامسخره
کردندی و از خنده مردندی و دختر بهلول فقط آنها را نگاه
کردندی و هیچ نگفتندی. دختر همساده گفتندی: آآه ه ه ه
... مگر خیاطبوس هم رشته است؟

10

دختر بهلول بگفتندی: بلی



13

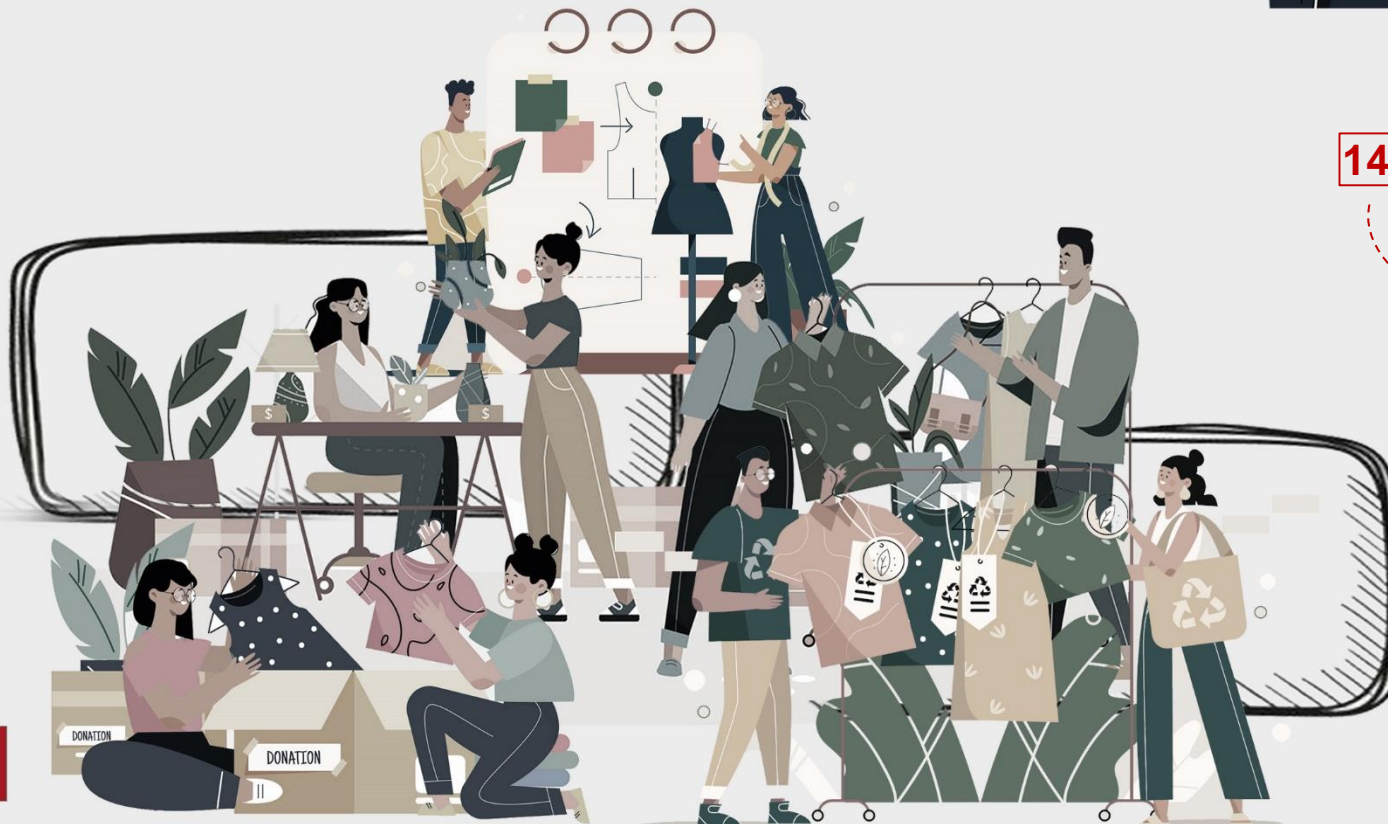
مدتها گذشتندی و آنها همدیگر را ندیدندی تا زمانی که اخبار، طراحی های دختر بهلول را نشان دادندی و همه جا حرف از کارها و کالکشن های او بودندی.



14

آنان بالاخره روزی همدیگر را در کالکشنی دیدندی، دختر بهلول در آنروز دیگر بسیار معروف بودندی و لباس هایی که او طراحی کرده بود را همه دوست داشتندی و دیگر همه او و برندش را می شناختندی، زمانی که آنان دختر بهلول را دیدندی تنها به ابرهای سفید بالای سرشان خیره شدندی و به حرفهایشان فکر کردند!

قصه ما به سر رسیدندی اما داستان سرزمین بریم بریم هرگز تمام نشدندی و مردم آن سرزمین هنوز یاد نگرفتندی که در مقابل انتخاب هنر و هر نوع انتخابی سکوت و احترام پیشه کردند و بریم بریم نگویندی و فکر و تحقیق و سکوت را پیشه خود نکردندی و هنوز بسیاری از آن مردم بر پایه «بریم بریم» تصمیم گرفتندی و حتی قضاوت کردند!





رویا ارجمند

زندگی نامه الکساندر مک کوئین

مقام طراح ارشد ژيوانشی، شلووارهای بامستر، فضای دارک و گوتیک، دریافت کننده چهار جایزه طراح سال از شورای مد بریتانیا، استفاده از موتیف جمجمه، سیلوئت های منحصر به فرد، همین چند مورد کافی است برای دانستن اینکه در این شماره از نشریه، قرار است با زندگی چه کسی آشنا شوید.

بله درست حدس زدید. الکساندر مک کوئین!

الکساندر متولد ۱۷ مارس ۱۹۶۹ در لویشام لندن بود. بزرگ شده در خانواده ای از قشر کارگر، و دارای ۵ خواهر و برادر. پدرش "رونالد" راننده تاکسی و مادرش "جویش" مدرس علوم اجتماعی بود. الکساندر، از دوره کودکی با طراحی و دوخت لباس برای خواهرانش علاقه خود را به دنیای مد ابراز کرد. پس از ترک تحصیل در سن ۱۶ سالگی، در Savile row (خیابانی در لندن که به فروشگاه های لباس مردانه اختصاص دارد) مشغول به کار شد. ابتدا در خیاطی Anderson & Shephard به عنوان دستیار کار خود را آغاز کرد. اما او که شغل ساخت و طراحی لباس را انتخاب کرده بود، برای پیشرفت در این حرفه از Savile Row نقل مکان کرد و پس از مدتی به Gieves & Hawkes فروشگاه لوکس لباس مردانه، منتقل شد. در نهایت، کار خود را با طراحان صحنه و لباس تناثر Angels و Bermans آغاز کرد. مک کوئین، با گذشت زمان برش لباس های تاریخی و سنتی را یاد گرفت و همزمان برای کمپانی Bermans & Nathans کار می کرد. سپس برای Koji Tasuno، طراح آوانگارد، مشغول به کار شد. پس از آن الکساندر برای یک دوره کوتاه لندن را ترک و به میلان رفت. او در میلان به عنوان دستیار طراح مد ایتالیایی به نام "رومنو گیگلی" مشغول به کار گردید. پس از بازگشت به لندن او در "کالج مرکزی سنت مارتین" در رشته هنر و طراحی ثبت نام کرد و توانست در سال ۱۹۹۲ مدرک کارشناسی ارشد در رشته طراحی مد را کسب کند. مک کوئین، کالکشنی با الهام از Jack the Ripper (قاتل زنجیره ای انگلیسی) را به عنوان پایان نامه اش ارائه داد. این مجموعه که، شامل کت و شلووار مشکی همراه با ژاکتی دارای کمر تنگ و یک Frock Coat صورتی با نوارهایی به شکل شاخه های خار چایی و خط هایی از سوی انسان که روی آن دوخته شده بود، سرآغازی بود برای آشنایی با ایزابلا بلو (طراح معروف و استایلیست لندن) و شکل گیری یک رابطه دوستانه بسیار صمیمی. مک کوئین کمی بعد از دریافت مدرکش، تجارت خود را به عنوان طراح لباس زنانه آغاز کرد. وی شرکت خود را در سال ۱۹۹۲ میلادی با نام برند الکساندر مک کوئین بنا نهاد.



Alexander McQUEEN

این کالکشن با الهام از مجروحان و جانبازان جنگ جهانی اول طراحی شده بود. رنگهای نود مثل کرم و استخوانی رنگ های غالب این مجموعه بودند و استفاده از چرم، فلز و بندهای تنگ و بخیه های بزرگ و متعدد حس خشونت و درد را به خوبی منتقل می کرد. اما نقطه عطف این کالکشن انتهای آن بود. هنگامی که یک رقصنده باله با پیراهنی سفید و پرچین که با کمربندی که روی سینه محکم شده بود و یک کمربند دیگر هم از پشت روی آن بسته شده بود، به روی صحنه آمد و روی یک دایره چرخان ایستاد و دو ربات که یکی اسپری مشکی و دیگری اسپری زرد نئونی حمل می کردند شروع به پاشیدن رنگ به روی لباس و بدن این رقصنده کردند.

VOSS یکی از مشهورترین کت واک های مک کوئین:

از دیگر کالکشن های مهم الکساندر مک کوئین کالکشن **VOSS** بود. در این کلکسیون (کلکسیون بهار/تابستان سال ۲۰۰۱) در مرکز صحنه ی کت واک، اتاقی ساخته شده بود که از تعداد زیادی جعبه ی شیشه ای تشکیل شده بود! از بیرون یک طرف و از داخل دو طرف قابل مشاهده بود. زمانی که برنامه شروع شد، نورهای داخل جعبه روشن شد و بلاخره درون جعبه قابل مشاهده شده بود. این کلکسیون با الهام از فیلم درخشش (The Shining) ساخته ی استنلی کوبریک ساخته شده بود و وقتی داخل جعبه قابل مشاهده شد دیدیم که مدل ها همه داخل آن گیر افتاده اند. صحنه ی دراماتیک اصلی این شو در پایان آن بود! زمانی که شیشه های اتاق فرو ریخت و یک مدل مرد به نام میشل اولی (Michael Olay) که یه ماسک روی صورتش داشت و عریان بود، نمایان شد! الکساندر، در سال ۲۰۰۵ با برند پوما (Puma) همکاری کرد و یک لاین ویژه برای کفش های ورزشی ایجاد کرد. در سال ۲۰۰۶ لاین **McQ** را راه اندازی کرد، که شامل لباس هایی با قیمت پایین تر برای خانم ها و آقایان جوان بود. مک کوئین همچنین یکی از چندین طراح بود که با برند آرایشی مک (MAC) همکاری کرده است. این طراح به عنوان یکی از جسورترین و دیوانه ترین های دنیای مد مشهور بود و سبک دراماتیک موجود در لباس های تهیه شده توسط او بعد ها به امضای او تبدیل شد. همچنین مک کوئین به خاطر استفاده از جمجمه به عنوان موتیف (طرح تکرار شونده) در طراحی هاش مشهور بود. روسری های جمجمه ای به سرعت یکی از آیتم های محبوب سلبریتی ها شد و در سرتاسر دنیا از آنها استقبال و تقلید شد.



الکساندر اولین مجموعه رسمی خود را در هفته مد لندن ۱۹۹۳ با الهام از فیلم راننده تاکسی ارائه داد. کالکشن او بسیار هنرمندانه بود و با شیوه های خاص و پرفورمنس گونه به نمایش گذاشته شد و در زمان خود بسیار درخشید. شلوارهایی که الکساندر مک کوئین با عنوان **بامستر (Bumster)** طراحی کرد، شهرت فوق العاده ای را برایش رقم زد. این شلوار ها به دلیل طراحی متفاوت (عمدتاً فاق کوتاه) مورد استقبال قرار گرفت و تنها ۴ سال بعد از فارغ التحصیلی اش توانست به سمت طراح ارشد برند ژیوانشی که از زیر مجموعه های برند برتر لویی ویتون است دست یابد و از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۱ در این پست فعالیت نمود. او در تعریف خود از مد با محدودیت ها در تضاد بود و نوآوری های زیادی را وارد عرصه مد و لباس کرده بود و تصور مردم درباره مد و لباس را کاملاً تغییر داده بود، اما همواره احساس می کرد بجای پیشرفت در حال بازگشت به عقب است. الکساندر به هیچ وجه از کار در مجموعه ژیوانشی راضی نبود چرا که به عقیده خود او کار در آن مجموعه خلاقیتش را محدود ساخته بود. در سال ۲۰۰۰ شرکت معتبر گوچی ۵۱ درصد از سهام شرکت خصوصی الکساندر را خریداری کرد و سبب شد تا الکساندر سرمایه لازم برای گسترش کسب و کار خود را بدست آورد و کمی بعد از این اتفاق، مک کوئین، برند ژیوانشی را ترک کرد. در سال ۲۰۰۳ الکساندر توسط شورای طراحان مد آمریکا طراح بین المللی سال برشمرده شد و ملکه انگلیس نیز در این سال او را به عنوان فرمانده عالی امپراتوری بریتانیا معرفی کرد. همچنین مک کوئین در سال ۲۰۰۳ یک بار دیگر جایزه طراح سال انگلیس را از آن خود کرد. در کل مک کوئین چهار بار جایزه بهترین طراح مد و فشن سال را از شورای مد انگلستان دریافت کرده است. مک کوئین، در سال ۲۰۰۴ خط تولید شخصی خودش را تأسیس کرد و از اولین کالکشن لباس های مردانه خود رونمایی کرد. در همین حال مک کوئین فروشگاه هایی در شهرهای نیویورک، میلان، لندن، لاس وگاس و لس آنجلس افتتاح کرد. در واقع او به کمک سرمایه گذاری گوچی توانست بسیار موفق تر از پیش به کار خودش ادامه دهد و مجموعه های بی نظیر و خلاقانه ای را طراحی کند. اطرافیان لی (دوستان و خانواده، او را به این نام صدا می زدند) بسیار درباره ی خلاقیت فوق العاده و سرعت بی نهایت بالای او گفته اند. الکساندر به قدری خلاق بود که یکی از کلکسیون هایش را به طور کامل در یک بعد از ظهر طراحی کرد! اغلب سعی می کرد تا بخشی از شو های خود را به اجراهای مفهومی اختصاص دهد. اما مهم ترین این دسته از کارهای او کالکشن بهار ۱۹۹۹ بود. در ادامه به بررسی چند مورد از مهمترین کالکشن های او می پردازیم.

سیلوئت هایی (فرم و ساختار کلی لباس) که برای طراحی هاش استفاده می کرد را خودش ابداع کرده بود. او به آنها نمایی طغیان آمیز داد که همیشه در طراحی های مک کوئین دیده می شود. ولی از هیچ کاری در دنیای مد واهمه نداشت و راجع به او گفته اند که یک طراح بی حد و مرز بوده است. ویژگی مهم کارها و برنامه هایش این بود که همیشه روی صحنه حس خطر و اضطراب ایجاد می کرد. حتی یک بار چند حیوان وحشی (البته این حیوانات خطرناک نبودند چون سم زدایی شده بودند) را به روی صحنه آورد در حالیکه خودش لباسی به شکل خرگوش پوشیده بود. در سال ۲۰۰۷ با خود کشتی دوست صمیمی و حامی الکساندر یعنی "ایزابلا بلو" ضربه شدیدی به او وارد شد. مک کوئین طراحی مجموعه بهار و تابستان ۲۰۰۸ را به "بلو" اختصاص داد و گفت: "مرگ او با ارزش ترین چیز در دنیای مد را به من آموخت". دو سال پس از این ماجرا در ۲ فوریه ۲۰۱۰ مادر مک کوئین در گذشت و یک روز قبل از تشییع جنازه، الکساندر مک کوئین در ۱۱ فوریه ۲۰۱۰ در حالیکه از افسردگی شدید رنج می برد در منزل شخصی اش به زندگی خود، با حلق آویز نمودن خود، پایان داد و در این روز دنیای مد یکی از عجیب ترین و خلاق ترین طراحانی که به خود دیده بود را از دست داد. آخرین مجموعه لباس های ناتمام او که در دوران افسردگی طراحی کرده بود تماماً درباره زندگی پس از مرگ است. در حال حاضر "سارا برتون" طراح و شریک قدیمی اش اداره شرکت الکساندر مک کوئین را به دست گرفته و با قدرت آن را اداره می کند.



مروری بر یک پایان نامه



مهلا عزیزى

آموزش تفکر به کودکان از اهداف و برنامه های آموزشی است که مورد توجه بسیاری از دست اندرکاران تعلیم و تربیت کودک، قرار گرفته است. در این برنامه داستان به عنوان ابزار اصلی آموزش مورد استفاده قرار می گیرد، زیرا عقیده بر این است که داستان ها می توانند مهارت های شناختی و توانایی پرسشگری را در کودک بالا ببرند و در نتیجه او را در ارزیابی استدلال ها، درک روابط علت و معلولی، کشف و تحلیل مفاهیم و همچنین نتیجه گیری درست از رویداد ها یاری کنند. ادبیات کودکان با این تعریفی که گفته شد، تمام مسائل مربوط به زندگی را در بر می گیرد و کودک و نوجوان را در تمام مراحل زندگی کمک می کند، قدرت تخیل را گسترش می دهد، تجربه های متعدد و متنوعی را در اختیارشان قرار می دهد، قدرت خلاقیت آن ها را برانگیخته و پرورش می دهد و آن ها را به طور غیر مستقیم برای مواجهه با مسائل آماده می کند. سیر تحول ادبیات کودکان و نوجوانان در کشور های مختلف کم و بیش یکسان بوده و از قوانین خاص تحول اقتصادی و اجتماعی هر دوره پیروی کرده و افکار، ارزش ها، آداب و سنن، هدف ها و آرمان های هر دوره را دربرداشته است. لالایی ها، مثل ها، ترانه های کودکان، افسانه های خردسالان، اسطوره ها که همه زاینده تخیل و تفکر مردم دوره های گوناگون هستند که بنیاد و اساس ادبیات کودک و نوجوان را تشکیل می دهند و در طی زمان بس طویل، سینه به سینه، به نسل های بعد منتقل شده است. یکی از موضوعات اساسی و مهم که طراحان لباس کمتر به آن توجه نموده اند، طراحی لباس کودکان و نوجوانان است. ما در این پایان نامه با عنوان «طراحی لباس کودکان تا ۶ سال با الهام از داستان شازده کوچولو» سعی نمودیم با توجه به علاقه مندی کودکان به داستان ها و توجه به بُعد آموزشی و تربیتی آنان و نقش آن در رشد شخصیت کودکان، آن ها را در حوزه پوشاک وارد کنیم. علت انتخاب داستان شازده کوچولو این است که این داستان از برجسته ترین آثار نمادین محسوب می شود که به صورت های متعدد توسط مخاطبان بازآفرینی شده و در واقع ماهیت کتاب به گونه ای است که در کتاب شناسی اثر، بر سر رده بندی محتوایی آن توافقی وجود ندارد؛ گاهی در رده داستان های تخیلی و فرا طبیعی قرار می گیرد و گاه در رده داستان های نمادین و گاه جزء ادبیات کودک و نوجوان، و یا حتی وصف کننده نظام اجتماعی و جایگاه های اجتماعی می باشد. این داستان از نظر ترتیب بعد زمانی، از حال به عقب و جلو، به لحاظ زیبایی شناختی بسیار مورد توجه است و از همه مهم تر این داستان به نقد و بازشناسی هستی، بشر و پدیده هایی چون خرد گرایی، اعتبارات و ارزش های جامعه ی متمدن انسانی (آدم بزرگ ها) می پردازد واز فلسفه دوست داشتن و عواطف انسانی سخن به میان می آورد. این افسانه ی معاصر، شخصیت های واقعی دارد و به مشکلات دوران مدرن، کم بود عشق و یافتن آن و همچنین تنهایی افراد می پردازد. این کتاب در مورد تشنگی، حرص و طمع انسان هایی صحبت می کند که قدرت برای آن ها اهمیت و الویت دارد و احساس و معنای عشق را از دست داده اند و... ما در این پایان نامه به تفصیل این مسائل را بررسی کردیم و این خلاصه تنها گوشه ای از دریای تحقیق و تلاش ما در این پایان نامه بود.

IT IS ONLY
WITH THE HEART
THAT ONE CAN SEE RIGHTLY;
WHAT IS ESSENTIAL IS INVISIBLE
TO THE EYE*

ترند های کیف و کفش سال ۲۰۲۱



زهرا متجدد

کفش فلت فرم

اصولاً کفش فلت فرم به کفشی گفته میشود که تخت و لژ دار باشد. این کفش ها با فرم های تخت با الهام از دهه نود حال و هوای تابستانی را به ما انتقال میدهد و احتمالاً یکی از محبوب ترین مدل کفش ها در فصل تابستان است و همچنین این مدل کفش میتواند یک گزینه خوب برای استایل بوهو باشد.

Flat form



کفش پاشنه گربه ای

اگر شما هم جزء دسته افراد قد بلندی هستید که علاقه به پوشیدن کفش پاشنه دار دارید، قطعاً این کفش ها مناسب شما هستند. این کفش ها امسال به کرات بصورت پشت باز و با رنگ های شارپ دیده می شوند که میتوانند حال و هوای دهه ۹۰ را به ما منتقل کنند. این کفش ها می توانند آیتم مناسبی برای انتخاب های جسورانه شما در فصل تابستان باشند.

Kitten Heels



کفش نوک تیز

آیتم بعدی که ما در کالکشن ها و نمایش های مد معروف مشاهده میکنیم، کفش های پاشنه بلند نوک تیز است. هرچند صنعت مد به سمت راحتی و آسایش سوق پیدا کرده است، اما این مدل ها همچنان محبوب هستند و تکرار میشوند و میتوانند یک آیتم خیلی خوب در کمد شما برای بهار و تابستان باشند.

pointy heels



THE
SHOE



اسنیکر های سفید بزرگ

قطعاً زمانی که صحبت از ترندهای امسال می شود نمی توان از اسنیکرها چشم پوشید. این اسنیکرها با رنگ سفید و ظاهری متفاوت رونمایی شدند که طرفداران اسپرت پوش خود را دارند. شما می توانید در عین انتخاب پوشش تابستانی و مینیمال از این اسنیکر های سفید بزرگ استفاده کنید و جذابیت استایلتان را دوبرابر کنید.

Chunky White Sneakers



کفش پاشنه دکوری

آیا چیزی رویایی تر از این پاشنه های زیبای دکوری سراغ دارید؟ این آیتم هم مربوط به کفش های نوک تیز است اما در این کفش ها با پاشنه های تزئینی و طراحی شده مواجه هستیم. رنگ های این کفش ها عموماً نود یا شاد هستند که میتوانند برای استایل بهار و تابستان شما گزینه مناسبی باشند.

Ornate Heels



صندل های لا انگشتی

این صندل ها یکی از بهترین گزینه ها برای فصل تابستان هستند تفاوت صندل های امسال مشخصه لا انگشتی بودن آنهاست. شما تقریباً هر نوع صندلی را می توانید با این شکل پیدا کنید و این مشخصه در مدل های مختلف قابلیت اجرایی شدن را دارد. راحتی و کاربردی بودن این صندل آن را لازمه کمد هر خانم خوشپوشی کرده است.

toe loop sandals



صندل های اسپرت

بعد از صندل های لای انگشتی شاهد صندل های اسپرت در مجموعه های طراحان بودیم که میتوانند یک استایل کژوال و نوجوانانه را عرضه کنند. این صندل ها ترکیبی عالی از مد و کاربردی بودن را در قالبی ساده به شما هدیه میدهند و بدلیل راحتی و هماهنگ شدن سریع با لباس ها، پیش بینی می شود که یکی از آیتم های پرفروش در اواخر روزهای گرم بهار و در روزهای داغ فصل تابستان باشند.

Sport Sandals



کفش آکسفورد

کفش های آکسفورد باز هم در مجموعه های لویی ویتون خودنمایی میکنند و برای افراد علاقه مند به استایل های رسمی و کژوال انتخاب را راحت تر کرده اند. شما امسال با کفش های آکسفورد فلت و تخت بدون پاشنه و لژ میتوانید روزهای کاری و شلوغ خود را به بهترین شکل ممکن بگذرانید.



Oxfords Shoes

کفش زنجیری

جالب است بدانید مهم ترین اکسسوری کیف و کفش ترند بهار و تابستان ۲۰۲۱ زنجیرهاست. این کفش ها به همراه کیف های زنجیردار، یکی از پرکاربردترین گزینه های ترند امسال به شمار می آیند. این کفش ها در مدل های مختلف و رنگ های متنوع به بازار عرضه شدند و اگر دنبال یک راهکار برای متفاوت بودن استایل خود می گردید، امسال کفش های زنجیردار را فراموش نکنید!



Chain shoes

کفش چوبی

کفش های چوبی از آیت های جدائی ناپذیر ۲۰۲۱ هستند. اگر شما هم از دوستاناران استایل بوهو هستید باید این خبر خوب را به شما بدهیم که امسال خیلی بیشتر از سال های قبل می توانید از این کفش ها در استایل خود استفاده کنید! معمولاً کفش های Clogs بخاطر پاشنه های چوبی خود بسیار سبک اند. پس با آنها، راحتی در یک کفش پاشنه دار را تجربه خواهید کرد. کفش هایی سنتی، که در گذشته در رقص های مختلف از آن استفاده می شد و هیچ کس تصور نمی کرد که این کفش ها دوباره به روند مد بازگردد، امروز بخش اصلی ترند کفش بهار ۲۰۲۱ به شمار آید.



Clogs

18
E
PARIS

کیف های پفی و بالشتی

کیف های بدون بند و فرم های پفی بالشتی هنوز خیلی ترند هستند و در فشن شوهای امسال زیاد به چشم دیده شده اند. این کیف های دستی کوچک با طرح های متنوع را می توانید با یک دست حمل کنید. این کیف ها معمولاً بدون بند هستند. کیف های کلاچ معمولاً با هر لباسی ست می شوند و مناسب استفاده در مراسم های رسمی و غیر رسمی، قرارهای رسمی و اداری، قرارهای دوستانه و خریدهای روزانه هستند.

Soft Clutch



کیف های کراس بادی

این کیف ها امسال به طرز چشمگیری در کالکشن ها تکرار شدند و مناسب استایل های روزانه و کژوال هستند و یکی از مدل های کلاسیک و برطرفداری هستند که در انواع مختلف و تنوع رنگی ترند شده اند و با توجه به سلیقه فردی خود می توانید آنها را با استایلتان ست کنید.

Cross Body



کیف های زنجیری

زنجیر گزینه ای است که از ترند پاییز و زمستان مجدداً به بهار راه پیدا کرده است. کیف های زنجیری در مدل کیف های کوچک دستی و کیف های رودوشی، بسیار پر کاربرد است. این آیتم می تواند استایل کلاسیک شما را با رنگ و لعاب بیشتری به نمایش بگذارد. این کیف ها در فصل بهار با کانسپت زنجیر های بزرگ ارائه می شوند پس داشتن یک کیف زنجیری از الزامات کمد بهار ۲۰۲۱ است.

Chain Bags



کیف های بگت

ترند بعدی که از دهه ۹۰ مد شده کیف های بگت هستند. این کیف ها برای اولین بار توسط فندی وارد بازار شده اند و کیف هایی هستند مستطیل شکل که بند کوتاهی دارند در حدی که زیر بغل حمل و نقل شوند. در کالکشن های فصل بهار و تابستان شاهد بودیم که طراحان از المنت ها و کانسپت کیف های بگت استفاده کردند. این کیف ها میتوانند گزینه دائمی برای کمد شما باشند.



Baguette

کیف های دسته دار

این کیف ها در کالکشن های مختلفی خودنمایی کردند و معمولاً کیف های بزرگ حالت کاربردی دارند که برای سرکار و دانشگاه مورد استفاده قرار میگیرند. این مدل کیف ها همیشه مد هستند و اگر به دنبال یک کیف شیک برای استفاده روزانه و در محل کار خود هستید این کیف ها گزینه ای عالی هستند. بدلیل فرم خشک و جدی تری که این کیف ها دارند میتوانند برای قرار های کاری و مهم استایل شما را تکمیل کنند.



Top Handle

کیف های بزرگ بالشتی

اگر کیف های دسته دار برای شما خیلی کوچک، سفت و زاویه دار هستند میتوانید با امتحان کردن کیف های **soft shopper** ظاهر متفاوتی به استایلتان بدهید. این کیف ها مانند کیف های بالشتی نرم و مینیمال تر هستند. تبلیغ این کیف ها با این عنوان است که از متریاال کمتری استفاده می شود و برای افرادی که به محیط زیست و حیوانات اهمیت میدهند میتوانند از چرم های گیاهی یا از پارچه های ضخیم استفاده کنند.



Soft Shopper

کیف های حصیری و کار دست

در ادامه بحث حمایت از محیط زیست و حیوانات کیف هایی را میبینیم که به وسیله بافت ساخته شدند و یا حتی میتوانند با بافت متریاال های طبیعی و بازیافت شده ساخته شوند که هم میتوانند برای محیط زیست گزینه خیلی خوبی باشند و هم خرید صنایع دستی و اجناس دست ساز را ترویج بدهند. علاوه بر اینها کیف هایی با بافت حصیری میتوانند حال و هوای تابستان را به خوبی در استایل شما زنده کنند و آنها را با صندل های فلت فرم یا حتی کفش های چوبی ست کنید.



Crafted

کیف های ریشه دار

این کیف ها با تنوع بالا و رنگ های شارپ باز هم در فصل تابستان میتوانند استایل متفاوتی برای شما بسازند. این کیف ها برای ایجاد یک استایل کلاسیک، خاص و منحصر به فرد مورد استفاده قرار می گیرند.



Fringe Bags

کیف های منحنی

این کیف ها که به دور از زاویه و سختی هستند میتوانند آیتیم مناسبی برای فصل بهار و تابستان شما باشند. اگر شما هم به دنبال کیفی هستید که جادار باشد و حمل و نقل آن راحت باشد کیف های منحنی به شما توصیه میشوند.



Curved Carryall

کیف های بولینگ

و در آخر به کیف های بولینگ می رسیم که از اصلی ترین مدل های کیف زنانه به شمار می آیند. این مدل کیف ها همیشه مد هستند که امسال هم آنها را در کالکشن های طراحان مختلف مشاهده کردیم و اگر به دنبال یک کیف شیک برای استفاده روزانه و محل کار خود هستید کیف های بولینگ گزینه ای عالی هستند.



Bowling bags





نوریه حشمت

مصاحبه با آقای جاوید عربشاهی

حول محور فعالیت های پارک علم و فناوری

عربشاهی
علیرضا

مصاحبه با آقای جاوید عربشاهی، مدیر مرکز رشد پارک علم و فناوری برای نشریه ما فرصت بسیار مغتنمی بود که هر آنچه لازم است را در مورد پارک علم و فناوری بدانیم و با این مرکز به عنوان مرکزی برای اتصال دانشگاه و صنعت هرچه بیشتر آشنا شویم. از آنجا که بر آن بوده ایم هر آنچه لازم است در مورد پارک علم و فناوری بدانید را در نشریه پوشش دهیم این مصاحبه در دو بخش و در طی دو شماره از نشریه منتشر می شود.

– در ابتدا خودتان را معرفی کنید و اینکه از چه زمانی و در چه سمتی در پارک علم و فناوری مشغول هستید؟ من علیرضا جاوید عربشاهی هستم و از سال ۱۳۸۸ در پارک مشغول به کار شدم و اکنون به مدت ۱۱ سال است که در پارک علم و فناوری در سمت مدیر مرکز رشد و فناوری مشغول به کار هستم. در ابتدا مدتی را در گناباد مشغول بودم و از سال ۱۳۹۶ هم در مشهد مدیریت مرکز رشد فناوری فرهنگی را عهده دار هستم.

– پارک علم و فناوری به عنوان متصل کننده زنجیره دانشگاه و صنعت دقیقاً چه می کند؟ پارک های علم و فناوری از سال ۱۳۸۱ در کشور راه اندازی شدند، هدف این مراکز تجاری سازی دستاوردهای تحقیقاتی و حمایت از نوآوران است که بتوانند ایده خود را به ثروت تبدیل کنند یکی از بحث های مهمی که در پارک های علم و فناوری وجود دارد این است که در دانشگاه ها، اساتید و دانشجویان علم تولید می کنند اما آن چیزی که برای صنعت مفید است، تکنولوژی یا همان فناوری است. ما سعی می کنیم دانشجویان و اساتیدی که دارای علم و دانش هستند را حمایت کنیم تا با تولید فناوری، علمشان را به ثروت تبدیل کنند. به صورت مستقیم علم قابلیت تبدیل به ثروت را ندارد، شما در ابتدا باید علم را تبدیل به تکنولوژی کنید و آن تکنولوژی در خدمت تولید یک محصول یا خدمت باشد تا بتوانید از این راه ثروت کسب کنید، ما در پارک علم و فناوری این مسیر را تسریع می کنیم. در این مسیر سعی کرده ایم که ریسک های پیش روی کسب و کارها را کاهش دهیم، یک کسب و کار نوپا وقتی که شروع به فعالیت می کند به دلیل اینکه هنوز در بازار جا نیفتاده و رقبای بسیار زیادی دارد قطعاً با مشکلات مالی مواجه است، یا به دلیل عدم آشنایی کامل به بازار نیاز به مشاوره و منتورینگ دارد و از آنجایی که هنوز به سود نرسیده است باید در یک فضای ارزان قیمت مستقر شود که هزینه های ایجاد کسب و کار برایش کاهش یابد، در این دو تا سه سالی که شرکت ها در پارک مستقر هستند ما تمام این شرایط را فراهم می کنیم که بتوانند در مقابل رقبای قدرتمندی که در بازار دارند محصول خود را وارد بازار کنند و بعد از دو تا سه سال که به معیارهای "رشد یافتگی" رسیدند به اصطلاح از مرکز ما فارغ التحصیل می شوند و خودشان می توانند روی پای خودشان بایستند و به عنوان یک شرکت قدرتمند در بازار ادامه کار دهند.

– در این ماجرا کار مرکز رشد چیست؟ مراکز رشد و پارک های علم و فناوری در واقع یک مفهوم هستند. پارک های علم و فناوری فضاهایی هستند که کمک می کنند به این بستر. مثلاً ما در پارک خراسان حدود ۹ مرکز رشد داریم چند تا از مراکز رشدمان در شهرستان ها هستند مثل مرکز رشد نیشابور، گناباد، تربت حیدریه و سبزوار. چهار مرکز رشد شهرستانی داریم و با بعضی از شهرستان ها تفاهم نامه داریم برای ایجاد مراکز نوآوری. یعنی پارک ها رسالت دارند که این اکوسیستم نوآوری را در استان توسعه دهند. در دل پارک خراسان چند تا مرکز رشد تخصصی وجود دارد مثل: مرکز رشد جامع که بیشتر حوزه برق و مکانیک و الکترونیک است، مرکز رشد انرژی که حوزه نفت و گاز است، مرکز رشد فرهنگی که در واقع به نوعی از فناوری های نرم حمایت می کند و... در واقع ماهیت پارک ها همین مراکز رشد هستند که در دل این مراکز رشد، کارشناسان تخصصی هستند که در فرایند جذب، پذیرش و توانمند سازی به رشد شرکت ها کمک می کنند.



– آیا شرکت‌ها در ازای این حمایت، به پارک علم و فناوری متعهد می‌شوند؟ ما برخلاف شتاب دهنده‌ها و مراکز خصوصی که در ازای کمک به شرکت‌ها و تسهیلات، بخشی از سهام آنان را می‌گیرند، به هیچ وجه سهام از شرکت‌ها دریافت نمی‌کنیم. ما در قبال خدماتی که ارائه می‌کنیم یک تعهد بازپرداخت از شرکت‌ها می‌گیریم که آنهم با یارانه است. مثلاً مشاوره‌هایمان برای شرکت‌ها ۶۰ درصد تخفیف دارد یا شرکت‌ها پس از پایان دو تا سه سال تعهد بازپرداخت دارند و هیچگونه تعهد معنوی ناظر به سهام و مالکیت حتی فکری برای خودمان متصور نیستیم و صفر تا صد مالکیت معنوی طرح و مالکیت حقیقی شرکت برای خود آن فرد و استارت‌آپ است بنابراین ما صرفاً همان تسهیلاتی را که ارائه کردیم بر اساس قرار دادی که داریم از شرکت پس خواهیم گرفت.

– یک ایده باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد که از نظر پارک علم و فناوری و کارشناسان این پارک قابل اجرا و حمایت باشد؟ یکی از شاخص‌های مهم پذیرش، قابلیت تبدیل شدن ایده به ثروت است یعنی اگر تشخیص دهیم که آن ایده قابلیت تجاری سازی ندارد از آن ایده حمایت نمی‌کنیم. ما از شرکت می‌خواهیم که اگر میخواهید که بر روی ایده شما سرمایه‌گذاری کنیم باید بیزنس مدلی برایمان بنویسید بیزنس مدلی یعنی مدل کسب و کار و مدلی باید باشد که بتواند شرکت را به درآمد برساند. اگر شرکت به هر دلیلی نتواند مدل درآمدی برای ایده خود ارائه دهد و به شورای فناوری ما اثبات کند نمی‌توانیم ایده را پذیرش کنیم. شرط اصلی ما قابلیت درآمدزایی هست از طریق تجاری سازی ایده‌ای که آن فرد ارائه می‌کند

– آیا رشته طراحی لباس اساساً در پارک محلی از اعراب دارد؟ چگونه؟ اتفاقاً ما یک رویداد به نام رویداد ریحانه در سال ۹۸، برگزار کردیم. رویداد ریحانه، رویداد توانمندسازی بانوان خلاق در چند مبحث بود که یکی از موضوعات اصلی، پوشاک بود که قسمت اصلی آن طراحی و تولید لباس بود. اتفاقاً در همان زمان شرکتی، ایده‌ای را به ما ارائه کرد مبنی بر تولید پوشاک ورزشی برای خانم‌ها با شرایطی که در فضای عمومی قادر به ورزش باشند و اتفاقاً تا مرحله مقدماتی هم پیش رفت؛ اما متأسفانه چون تمرکز شرکت روی کار و ایده‌اش نبود و این ایده پردازان شغل دیگری هم داشتند نتوانستند ایده‌شان را عرضه کنند. در اینجا لازم می‌دانم نکته‌ای را اشاره کنم: برخی از افرادی که به ما مراجعه می‌کنند تمرکزی روی ایده خود ندارند مثلاً فرد کارمند دولت است و روزی ۷-۸ ساعت درگیر است و باز ایده خود را به پارک می‌آورد. توصیه ما به افرادی که میخواهند به مرکز رشد وارد شوند، اینست که ایده‌شان را به عنوان شغل اصلیشان در نظر بگیرند تا بتوانند آن تمرکز کافی را معطوف کنند وگرنه اگر تیم مجرب و متمرکزی نداشته باشید، قطعاً ایده شما با شکست مواجه می‌شود. حوزه طراحی لباس یکی از حوزه‌هایی است که کشور به آن نیاز دارد مخصوصاً طراحی پوشاک بانوان در حوزه‌های مختلف، مثلاً حوزه‌های اداری و ورزشی که به نظر من در آن تنوعی وجود ندارد. در این بین بعضی از افراد هم از مدل‌های ترکی و اروپایی و ... استفاده می‌کنند که بخشی از آنها شاید قابلیت پوشش در فضای عمومی برای بانوان را نداشته باشد. اگر تیم‌هایی بتوانند لباس‌هایی طراحی کنند که کمی این آزادی را برای بانوان به وجود آورند و هم پوششی که عرف جامعه است را ارائه دهند، قطعاً حمایت می‌شوند. در ایران به دلیل استانداردهایی که عرف جامعه است و تأکید شده است و از طرفی بدلیل لزوم تناسب پوشاک با شغلی که فرد دارد و کاری که می‌کند خیلی مهم است که عده‌ای به صورت بومی طراحی لباس را انجام دهند و واردات پوشاک با توجه به این مهم، شاید خیلی موضوعیت نداشته باشد و این مسئله حضور این شرکت‌ها را بیشتر و بیشتر برای ما مورد تأکید قرار می‌دهد که البته ما هم قبلاً از این اتفاق استقبال کرده‌ایم. یکی از حوزه‌های پذیرش ما، سبک زندگی ایرانی-اسلامی است یعنی تلفیق آداب و رسوم ایرانی با دین و اینکه خانم‌ها بتوانند در فضاهایی که کار می‌کنند هردو مورد را در برگیرند، این یکی از دغدغه‌های بانوان است. اگر شرکتی بتواند در این زمینه کمک کند مرکز رشد قطعاً از او حمایت می‌کند به شرط آنکه آن کسب و کار یک کسب و کار دائمی برای فرد باشد. برای مثال وقتی من در اینستاگرام، در حوزه پوشاک، سرچ می‌کنم بسیاری هستند که پیچی دارند با عنوان طراحی پوشاک اما می‌بینم که تولیدشان تیراژ بالایی ندارد و حرفه‌ای ورود نکردند و یا خیلی‌های آنان به صورت تفریحی و در کنار مشاغل دیگر به این شغل می‌پردازند که این باعث می‌شود که تمرکزشان بر روی کار کم شود و نتوانند کسب و کار موفق را عرضه کنند.



علیرضا جاوید عربشاهی
رئیس مرکز رشد فناوری‌های فرهنگی و زیارت

- پس همانطور که اشاره کردید برای ارائه یک ایده حتماً باید بوم کسب و کار ارائه شود و تنها طراحی و ... جوابگو نیست؛ بلکه حتماً باید ایده قابلیت فروش و تجاری سازی داشته باشد. ممکن است شرکتی بگوید من صرفاً طراحی لباس می‌کنم و با چند کارخانه قرارداد دارم، این هم برای ما قابل قبول است ولی صرف این که فرد بگوید من طراحی می‌کنم و بعد هیچ مدل درآمدی مشخصی برای توسعه کارش نداشته باشد، این قابل قبول نیست؛ یعنی صرف داشتن ایده نمی‌تواند یک کسب و کار را توجیه کرد حتماً باید یک تیم کاری منسجم و تمام وقت و در کنار آن یک مدل درآمدی وجود داشته باشد.

- پل ارتباطی بین افرادی که می‌خواهند ایده‌هایشان را به کسب و کار تبدیل کنند با پارک علم و فناوری چیست؟ چندین سال است که بخش زیادی از فعالیت‌های ما الکترونیکی است یعنی برای پذیرش اولیه به هیچ عنوان نیاز به رفت و آمد مکرر نیست. در سایت ما به آدرس www.kstp.ir بخشی وجود دارد به نام پورتال که افراد می‌توانند ایده‌شان را در آنجا ثبت کنند برای این کار باید دو فرمی که وجود دارد را تکمیل کنند. بعد ایده کارشناسی می‌شود اگر تأییدیه اولیه انجام شد یک فرمت ارائه برای فرد به صورت فایل پاورپوینت ارسال می‌شود و یک وقت ارائه برای فرد هماهنگ می‌شود و بعد فرد از طریق کارشناس به جلسه کمیته تخصصی مرکز می‌آید تا از ایده‌اش دفاع کند. حدوداً ده تا بیست دقیقه فرصت برای دفاع دارد و از طرفی هم ده تا بیست دقیقه اساتید از او سؤال می‌کنند؛ اگر بتواند به سؤالات و دغدغه‌های اعضای کمیته تخصصی پاسخ دهد ایده‌اش وارد مرحله رشد مقدماتی می‌شود که بین ۶ تا ۹ ماه هست و در این بازه ما به فرد تسهیلات و آموزش و مشاوره و منتورینگ ارائه می‌دهیم و مرحله رشد هم همانطور که در ابتدای صحبتیم گفتیم یک دوره بین ۲ تا ۳ سال است که شرکت می‌تواند آن ایده اولیه را تبدیل به یک محصول قابل عرضه به بازار کند و مستقیماً به عنوان یک کسب و کار موفق در بازار حضور داشته باشد.

- مشارکت دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه‌ای در پارک علم و فناوری چگونه است؟ من فکر می‌کنم چون دانشگاه‌های فنی و حرفه‌ای بستر مناسب‌تری هستند که دانشجویان را با واقعیت‌های بازار آشنا کنند تا مهارت‌های کاربردی را فراگیرند لزوم کمتری وجود دارد که دانشجوی فنی و حرفه‌ای به پارک مراجعه کند چون خودش در بستر آموزش در دانشگاه کم‌کم با بازار آشنا می‌شود. بیشتر رجوع دانشجویان به پارک، از دانشجویان دانشگاه‌های معمولی که آموزش محورند است. دانشجوی فنی حرفه‌ای چون از ابتدا با ادبیات تولید و تجاری سازی و ارتباط با صنعت آشنا می‌شود بعد از اینکه فارغ التحصیل شود، توانمندی بیشتری نسبت به دانشجویانی که در دانشگاه آموزش محور تحصیل کرده‌اند، دارد و کمتر به کمک‌های ما نیاز پیدا می‌کند.

شاهد بخش دوم این مصاحبه جذاب، به زودی در شماره سوم نشریه خواهید بود.





زهرا متجدد

معرفی نرم افزار مارولوس دیزاینر



Marvelous Designer



امروزه با پیشرفت تکنولوژی، صنعت مد و فشن با گذشت زمان تغییرات زیادی پیدا کرده است. یکی از این تغییرات در این صنعت، روند طراحی لباس است. امروزه روش‌های سنتی به دلیل صرف زمان و هزینه زیاد جای خود را به تکنولوژی داده اند، به این صورت که طراحی الگو و لباس از روش‌های طراحی به صورت دستی به طراحی دیجیتال و نرم‌افزارها تبدیل شده است. در طول تاریخ، طراحان لباس با خلاقیت خود طرح‌هایی را به صورت دستی و با مداد روی کاغذ پیاده می‌کردند و بعد از آن الگو ساز باید طرح‌هایی که طراح لباس به تصویر کشیده بود را به الگو تبدیل می‌کرد که تمامی این‌ها مستلزم صرف زمان و هزینه زیاد بود؛ مخصوصاً اگر طرح مورد پسند نبود یا نیاز به تغییر و اصلاح داشت که باید تمامی این مراحل را مجدداً طی می‌کردند و از طرفی هزینه‌های زیادی برای وسایل مورد نیاز مثل کاغذ، مداد رنگی یا آبرنگ مرغوب برای اسکیس و طراحی دستی پرداخت می‌کردند. در چنین وضعیتی بحث طراحی و تصویر سازی لباس به صورت دیجیتال مطرح شد. با استفاده از الگوسازی مجازی برای لباس‌ها و مشاهده تغییراتی که هم زمان بر روی مدل سه بعدی لباس اعمال می‌شد، دنیای مد وارد فاز جدیدی از روند طراحی لباس شد. با توجه به این روند ما تصمیم گرفتیم ستونی با عنوان شناخت ابزارهای دیجیتال به نشریه اضافه کنیم که در این شماره از نشریه به بررسی نرم افزار مارولوس دیزاینر می‌پردازد.

– نرم‌افزار مارولوس دیزاینر چیست؟

مارولوس دیزاینر محصول شرکت **CLO Virtual Fashion**، نرم‌افزاری بسیار قدرتمند برای شبیه سازی پارچه و لباس است. مارولوس دیزاینر یکی از بهترین، جالب ترین و ساده ترین نرم‌افزارها در زمینه طراحی لباس است که ابزارهایی که در اختیار کاربر می‌گذارد این امکان را می‌دهد که با صرفه جویی در وقت از ساده ترین تا پیچیده ترین طراحی‌ها را با کیفیت مطلوب انجام دهد. در این نرم‌افزار می‌توان تمامی مراحل از الگو سازی تا دوخت و شبیه سازی سه بعدی را روی تن آواتار یا مانکن انجام داد. همچنین در این نرم افزار می‌توانید متریال، رنگ و خواص فیزیکی پارچه‌ها از جمله چگالی و ضخامت، سختی و نرمی را بر اساس طرحی که دارید تعیین کنید.

– کاربردهای مارولوس دیزاینر

طراحی لباس – بازی سازی – معماری – طراحی پارچه – طراحی کیف و کفش و کلاه

- طراحی لباس مبتنی بر الگو در نرم افزار مارولوس دیزاینر

در طراحی لباس مبتنی بر الگو، چندین پارچه بر مبنای الگوهای مجزا به هم دوخته می شوند تا یک لباس واحد را ایجاد کنند. در طراحی لباس دیجیتال نیز از همین قاعده استفاده می شود. شما در نرم افزار مارولوس می توانید به سادگی در فضای دو بعدی الگوهای خود را ترسیم و با ابزارهای مخصوص در پنجره دو بعدی الگوها را اصلاح یا تغییر دهید تا به الگوی مورد نظری که می خواهید برسید، بعد از اتمام کار در فضای دو بعدی می توانید الگوها را در فضای سه بعدی به راحتی به هم بدوزید و نحوه دوخت آن ها را کنترل کنید تا شبیه سازی الگوها به صورت همزمان روی تن آواتار یا مانکن انجام شود؛ بعد از شبیه سازی اولیه شما باز هم می توانید هر تغییری که می خواهید روی الگو انجام دهید و این کار را تا جایی ادامه دهید که به نتیجه مطلوب خود برسید و طرح را در تمامی زوایا به صورت سه بعدی مورد بررسی قرار دهید. هر گونه تغییری که در اندازه و فرم الگوها بدهید، نتیجه ی آن را بلافاصله در مدل سه بعدی روی تن مانکن مشاهده می کنید.

- روند طراحی لباس در مارولوس دیزاینر

درست است که بدون نیاز به الگوهای کد (دو بعدی) می توانید در این نرم افزار الگوهای خود را طراحی و ترسیم کنید اما اگر بخواهید الگویی را از نرم افزار دیگری وارد مارولوس دیزاینر کنید نیز این امکان برای شما وجود دارد. حتی می توانید از قابلیت طراحی متقارن برای ترسیم الگو برای سریع تر پیش بردن کار نیز استفاده کنید. در این حالت شما می توانید فقط با استفاده از آن الگوها، مدل سه بعدی لباس را شبیه سازی می کنید. همچنین شما در مارولوس دیزاینر می توانید حین شبیه سازی طرحتان از دکمه یا زیپ هم برای تکمیل طرح هایتان استفاده کنید و از تکنیک های این نرم افزار برای ایجاد پلیسه و دوخت های ظریف بهره ببرید.



- جنسیت سازی پارچه در مارولوس دیزاینر

در این نرم افزار شما می‌توانید با تغییر خواص فیزیکی پارچه از جمله چگالی و ضخامت، شفافیت، سختی و نرمی پارچه را برای طراحی لباس و حتی برای شبیه سازی کلاه و کیف نیز طراحی و در فضای سه بعدی آن را مورد بررسی قرار دهید. یعنی می‌توانید جنسیت پارچه را مثل کتان، حریر، چرم، پلاستیک و... مشخص و با وارد کردن عکس به نرم‌افزار هر نوع طرح و تصویر یا بافتی را که می‌خواهید روی پارچه پیاده سازی کنید؛ حتی با ابزارهایی که در اختیارتان هست می‌توانید انواع کره، پاپیون و کروات نیز ایجاد کنید. با توجه به این ویژگی‌های فیزیکی پارچه در مارولوس قابل تغییر هستند، شما می‌توانید به طور مثال لختی یا براقیت یک پارچه را تغییر داده و با توجه به فرمی که برای لباس طراحی کرده اید، نتیجه را ببینید و اگر آن جنس پارچه روی تن مانکن به صورت سه بعدی خوش حالت نبود، می‌توانید جنس پارچه را تغییر دهید تا بهترین هماهنگی را با فرم طرح تان پیدا کنید. هم می‌توانید از متریا ل ها و پارچه های آماده (اصطلاحاً pre-se آماده) در مارولوس استفاده کنید و هم خودتان طرح و پترن مورد نظرتان را وارد نرم افزار کرده و با آن پارچه و بافت مخصوص خودتان را طراحی کنید.

- کت واک و انیمیشن در مارولوس دیزاینر

امروزه در فشن شوها مدل‌ها طرح‌های دوخته شده را می‌پوشند تا به صورت کت واک یا شوی زنده لباس‌ها را در معرض دید بگذارند تا امکان بررسی لباس و طرح از تمام زوایا مهیا شود. یکی از ویژگی‌های جذاب مارولوس دیزاینر قسمت انیمیشن آن است که نباید از آن غافل شد، پس برای جذب شدن کارتان می‌توانید از این قابلیت نرم افزار نیز استفاده کنید تا طرحتان را بهتر بررسی کرده و به نمایش بگذارید.

- بازار کار نرم افزار مارولوس دیزاینر

دیگر لازم نیست با روش‌های قدیمی دنبال مشتری باشید! از آنجایی که دنیای مد و فشن صنعتی پردرآمد و جذاب است، هم در کسب و کارهایی مثل تولیدی‌ها و کمپانی‌های بزرگ و هم در کسب و کارهای کوچک مثل مزون‌ها یا خیاطی‌ها، طراحی لباس با نرم افزار ضرورت دارد. لباس‌هایی مانند مانتو، شال، لباس‌های مجلسی و... همیشه جز پرفروش‌ترین‌ها و پرتفدارترین‌ها هستند و مدام با مد روز تغییر می‌کنند. شما می‌توانید بدون نیاز به سرمایه زیاد و خرج و مخارج‌های اجاره یا خرید دفتر کار شخصی، تنها با استفاده از فضای مجازی مشتریان آنلاین خود را داشته باشید و برای آن‌ها با مارولوس دیزاینر، لباس‌هایشان را طراحی کنید. برای کسب درآمد در طراحی لباس حتما باید آموزش‌های لازم را دیده باشید، یکی از قسمت‌های مهمی که نباید آن را فراموش کرد یادگیری نرم افزارهای طراحی لباس هست که به طراح کمک می‌کند تا در بخش‌های طراحی، الگو، برش و دوخت، کار را سریع‌تر به بازار یا مشتری عرضه کند. در این حالت شما می‌توانید به صورت فریلنسری با استفاده از نرم افزار مارولوس دیزاینر برای خودتان یا مجموعه‌های دیگر، طراحی لباس را با انواع طرح و رنگ ارائه و بعد از تایید، آن را به صورت دوخته شده در بیاورید؛ یا این که فقط مدل سه بعدی و الگوهای دو بعدی آن را ارائه کنید.

MARVELOUS

Designer



Minimum system

ویژگی های سیستم مورد نیاز



Marvelous Designer

WINDOWS

OS: Windows 7

CPU: Intel Processor, Core i5 2.4 GHz

RAM: 8GB

4GB can run Marvelous Designer
but errors are highly likely when
processing heavier files

GPU: NVIDIA GeForce GTX 560

Hard Drive: 10+ GB disk space
available for full content installation

Pointing Device: Three-button mouse

MAC

OS: Mac OS X Mountain Lion

RAM: 8GB

GPU: Intel graphic card 4000

Pointing Device: Three-button mouse

Officially Supported Models

MacBook Pro 13" 2011 and later

MacBook Pro 15", and 17" 2011 and
later

iMac 2011 and later

Mac Pro 2012 and later

Officially Supported OS

WINDOWS: Microsoft Windows 10
(64-bit) 1809

Windows 10 1909 build recommended

MAC: MAC OS 10.14 (Mojave),
10.15 (Catalina), 11.2 (Big Sur)

Recommended

PROCESSOR: 64-bit Intel® or AMD®
multi-core processor

Intel 6th-Gen i5 or higher, AMD 3rd-
Gen Ryzen 5 or higher

MEMORY: 8 GB or more of RAM (16
GB recommended)

GPU: Nvidia® GeForce GTX 960 or
Quadro P1000 or equivalent
Marvelous Designer utilizes Nvidia
CUDA acceleration technology for
GPU-Simulation

HARD DRIVE: 2 GB for installation
(20+ GB recommended)

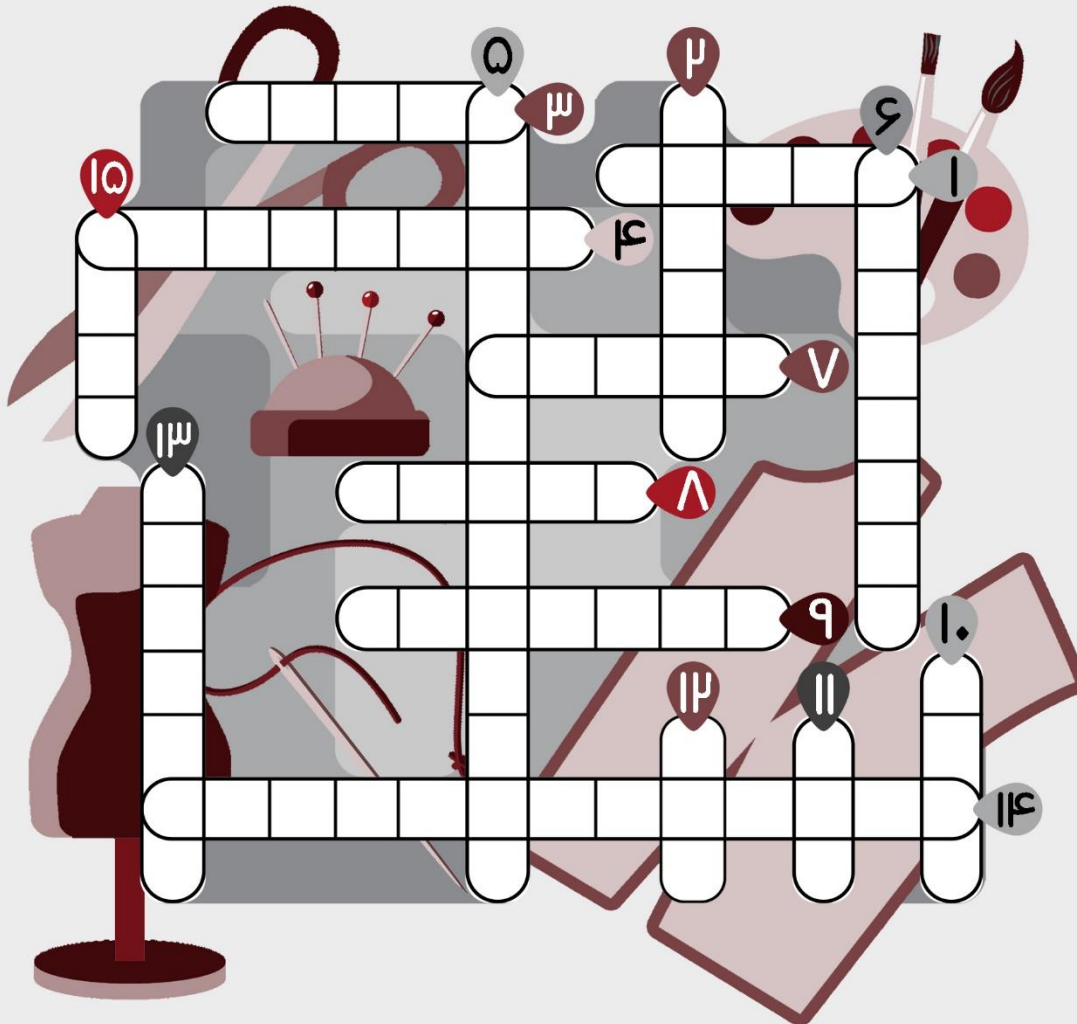
SCREEN RESOLUTION: 1920x1080
(2560x1440 recommended)

POINTING DEVICE: Three-button
mouse



فاطمه شریعتی

جدول



۱. از مدرنترین روش های خلق لباس
۲. از ترکیب دو رنگ اولیه به مقدار مساوی به وجود می آید.
۳. خطوطی در لباس که احساس ابهت و شکوهمندی را ایجاد می کند.
۴. از رایج ترین ابزارهای تصویرسازی و اسکچ.
۵. نشانه هایی در الگو برای سهولت در برش پارچه.
۶. جنبشی برای نجات زمین از آلودگی های ناشی از مد.
۷. رنگ های بدون ماهیت رنگی.
۸. از سبک قرن هفدهم که خاستگاه آن دربار سلطنتی فرانسه بود.
۹. دایره ای که به کوشش ایتن شکل گرفت.
۱۰. رنگهایی که در حال مقابله با هم هستند.
۱۱. رنگ پر از انرژی و شادی و گاهی منفور
۱۲. نوعی قد شلوار که نام آن از روی یک ورزش گرفته شده است.
۱۳. اندام X
۱۴. یکی از بهترین نرم افزار های طراحی لباس ۲۰۲۰.
۱۵. لقب نقشه کشور ایتالیا



صغری ابراهیمی



طاهره فریور



راضیه شافعی

فناوری نانو یک تکنولوژی در حال رشد است که اغلب به عنوان یک انقلاب صنعتی جدید شناخته می شود. این تکنولوژی به عنوان دانشی نو ظهور و فراگیر تأثیرات بسیاری را در صنایع مختلف، خصوصاً منسوجات اعمال کرده است، از این رو گروه تحریریه ی نشریه، در پی آنند که به این دانش و کاربرد آن در صنعت مد و مزایا و معایب آن به عنوان یک موضوع ادامه دار در نشریه بپردازند. در این شماره از نشریه تنها با مفاهیم اساسی و پایه نانو آشنا می شوید.

نانو چیست؟

فناوری نانو واژه ای است کلی که به تمام فناوری های پیشرفته در عرصه کار با مواد در مقیاس نانو اطلاق می شود، منظور از مقیاس نانو، ابعادی در حدود یک تا صد نانومتر می باشد. هر نانومتر برابر با یک هشتاد هزارم قطر موی انسان یا رشد ریش یک انسان در طول زمان بلند کردن تیغ از صورتش می باشد. وقتی ابعاد به مقیاس نانومتر کاهش پیدا می کند ویژگی های ماده نیز به صورت قابل توجهی تغییر می کند.

الیاف نانو چیست؟

الیاف نانو به دسته ای از فیبرها گفته می شود که قطری برابر با صد نانومتر یا کمتر دارد، این در حالی است که قطر الیاف پنبه بین ۱۵ تا ۲۰ میکرون متغیر است. نانو همچنین خصوصیتی چون استحکام کششی بالا، ساختار سطحی منحصر به فرد، نرم بودن، ماندگاری، دفع آب، بازدارنده بودن در برابر اشتعال و خصوصیات ضد میکروبی را در اختیار ما قرار می دهد. از جمله کاربردهای دیگر نانو در حوزه های مختلف همچون غذا و دارو، تشخیص پزشکی و بیولوژیکی تا الکتروسیسته و کامپیوتر، ارتباطات و حمل و نقل و انرژی و محیط زیست است که آن را به عنوان یک زمینه فرا رشته ای و فرابخشی مطرح نموده است. صنعت نساجی در حد تمدن بشری قدمت دارد و کاربرد آن از تولید لباس گرفته تا پرده اتاق و کاپت های تفریحی و... گسترده است و به بخش های مختلفی مانند پوشاک، پوشاک ورزشی، منسوجات خانگی، منسوجات نظامی، منسوجات پزشکی و منسوجات غیر متعارف تقسیم میشود که تکنولوژی نانو در تمام این بخش ها در جهت بهبود خواص منسوجات انقلابی ایجاد کرده است.

کاربرد فناوری نانو در صنعت نساجی، که موضوع اصلی این ستون از نشریه ماست، در سه بخش بیان می شود:

۱. کاربرد در بخش های هوشمندانه
۲. کاربرد در خواص مواد نساجی
۳. کاربرد در صنعت پوشاک

کاربرد فناوری نانو در بخش های هوشمندانه
تحقیقات نشان میدهد که فناوری نانو سبب بهبود عملکرد یا ایجاد کارکرد های بی نظیر برای مواد پارچه ای می
شود که این کارکردها به شرح ذیل است:

۱. فناوری نانو در تولید الیاف کامپوزیتی
۲. فناوری نانو در عملیات تکمیل منسوخ

کابرد فناوری نانو در پوشاک

فناوری نانو در پوشاک باعث دستیابی به خصوصیات زیر می شود:

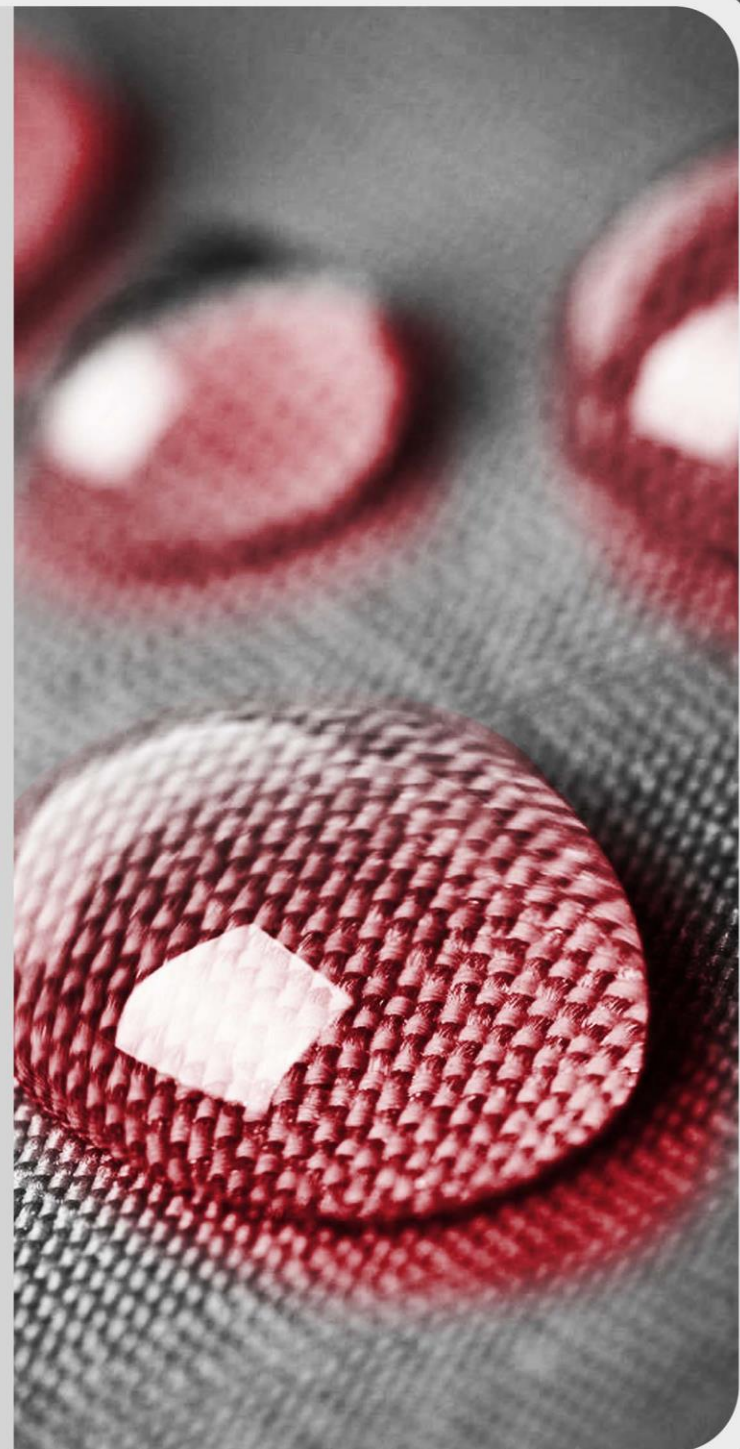
۱. رتقاء سطح بهداشت: پوشاک ضد میکروبی و ضد قارچ و ضد بو
۲. محافظت در برابر پرتو خورشیدی
۳. سهولت استفاده: پوشاک دافع آب، ضد الکتریسیته ساکن ، ضدچروک
۴. بهبود میزان راحتی :کنترل تعریق
۵. ظاهر خلاقانه و تأثیرگذار بر مد
۶. مبارزه با تقلب در نام های تجاری
۷. پوشاک الکتریکی
۸. صنعت ورزش
۹. محصولات مراقبت از پوست

نمونه های جذاب منسوجات بهبود یافته توسط نانو در بازار عبارتند از :

۱. بافت ضدلک و الیاف مقاوم در برابر چروک در منسوجات
۲. گرم کننده های بدن که با توجه به تغییرات دمای بدن از مواد تغییر یافته فاز PAMها استفاده می کنند .
۳. لباس شنا (مایو) که از یک لایه پلازما افزایش یافته توسط فناوری نانو تشکیل شده است و سبب دفع مولکولهای آب می شود و به حرکت سریع شناگر داخل آب کمک می کند.

گسترده گی نانو به حدی است که برای پرداختن به طور جامع و کامل درصدد آن هستیم که این
ستون را در سری های بعدی نشریه هم ادامه دهیم .در این قسمت به مقدمه و پیش زمینه کوتاهی از
دانش نانو پرداختیم، اما منتظر اتفاقات جذابی در این بخش باشید .

NANO FABRIC



www.businessoffashion.com
www.history.com
www.decolish.com
www.britannica.com
www.katevents.wordpress.com
www.metmuseum.org
www.medium.com
www.modeworld.ir
www.headtoeofashionart.com
www.Tarahilbas.com
www.Chibeposham.com
www.Modeworld.ir
www.Mejene.com

Youtube:

xn wn
modoladan
The met
Bart moore
fashionvideos
fashiongirl22

www.Nasaji.com
www.bbbgarment.com
www.kohanjournal.com
www.vogue.it
www.amsterdamftv.com
www.notjustalabel.com
www.amsterdamfashionweek.nl
www.reisopera.nl
www.Rpll.ui.ac.com
www.bakhtiar.com
www.toryburch.eu
www.irandestination.com
www.irandestination.com
Mag.sarak-co.com
Mag.sarak-co.com

تاریخ لباس /روت ترنر ویل کاکس؛ ترجمه شیرین بزرگمهر. [تهران]: توس، ۱۳۹۷.
پایان نامه طراحی لباس کودک تا ۶ سال با الهام از داستان شازده کوچولو-استاد راهنما دکتر زهرا غفوری -
دانشجویان مهلا عزیزی، نرجس رضائیان-تابستان ۱۴۰۰

<https://truefashionistas.com/blogs/fashion-files/history-of-valentino-garavani>
<https://www.coggles.com/life/fashion/valentino-brand-history/>
<https://truefashionistas.com/blogs/fashion-files/history-of-valentino-garavani>
<https://theculturetrip.com/europe/italy/articles/the-style-guide-to-valentino-clemente-ludovico-garavani/>
<https://directory.goodonyou.eco/brand/valentino>
<https://growjo.com/company/Valentino>
<https://www.statista.com/statistics/975851/sales-value-of-fashion-company-valentino-spa/>
<https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/valentino>
<https://www.valentino.com/en-us>
<https://www.condenast.com/about#markets>
<https://www.vogue.com/article/spring-2021-handbag-trends>
<https://www.cosmopolitan.com/style-beauty/fashion/g35895627/summer-2021-shoe-trends/>
<https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g34980752/2021-shoe-trends/>
<https://www.harpersbazaar.com/fashion/g35889177/summer-2021-shoe-trends/>
<https://www.thetrendspotter.net/trending-shoes-for-women/>
<https://www.instagram.com/raz.mode/>
https://www.instagram.com/p/CJ_nlRFAUN8/
<https://www.instagram.com/p/CJ6U6qdA9eM/>
<https://apademy.com/free-course/what-is-marvelous-designer>
<https://marvelousdesigner.zendesk.com/hc/en-us/articles/360036950292-System-Requirements>