

وَعَدَه

تداوم برنامه سه‌ساله «کشف ایران» از طریق برگزاری جشنواره مد و لباس فجر ایجاد حلقه واسط طراحان لباس جوان و بازار و حمایت از تجاری سازی آثار

برنامه

برگزاری چهاردهمین جشنواره مد و لباس فجر در اصفهان تبدیل ایده‌های برگزیده جشنواره به محصولات قابل عرضه و کاهش فاصله طراحان با صنعت پوشاک

موعِد وفا

برنامه «کشف ایران» سه ساله در دومین سال اجرا قرار دارد و اهداف برنامه در موعد برگزاری جشنواره چهاردهم یعنی اواخر دی و اوایل بهمن سال جاری و پس از آن پیگیری می‌شود

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در گفت‌وگو با «ایران» تشریح کرد

برنامه دولت برای پیوند مد ایرانی با تولید ملی

هدایت طراحان جوان، شتاب‌دهی به ایده‌ها و اتصال آثار برگزیده به بازار در دستورکار قرار گرفته است

گفت‌وگو

سعیده احسانی‌راد

گروه فرهنگی

مد و لباس را نمی‌توان صرفاً موضوعی فرهنگی یا مسأله‌ای مرتبط با انتخاب پوشش فردی دانست؛ این حوزه در نقطه تلاقی هویت ملی، ذائقه اجتماعی، خلاقیت هنری و اقتصاد قرار دارد. به نظر می‌رسد نهادهای متولی در دولت چهاردهم نیز با چنین رویکردی به حوزه مد و لباس نگاه می‌کنند. ابلاغ اصلاح سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی

این دوره از جشنواره چه تصویری از نسبت میان فرهنگ ایرانی و هنر معاصر ارائه خواهد داد؟

شعار چهاردهمین جشنواره مد و لباس فجر «کشف ایران» است. البته ما این شعار را برای دومین سال متوالی آن را انتخاب کرده‌ایم؛ چرا که تصمیم بر این بود تا یک روند سه‌ساله را با همین شعار دنبال کنیم. طبیعتاً هدف از انتخاب این شعار بازنامایی ابعاد گوناگون فرهنگ ایرانی است. این امری می‌تواند شامل لباس اقوام ایرانی، سازه‌ها، برج و باروهای تاریخی، پوشش‌های ادوار مختلف تاریخ ایران که امروز در موزه‌ها یا مباح تحقیقاتی نگهداری می‌شوند که شامل جغرافیای ایران باشد؛ یعنی ممکن است هنرمند از یک بافت گیاهی یا رنگ‌های خاص طبیعت ایران مانند خاک‌های سرخ مناطق جنوبی الهام بگیرد و هرآنچه در فرهنگ، جغرافیا و تاریخ ما وجود دارد، البته این موضوع نیازمند بازتعریف و به‌روزرسانی است.

جشنواره مد و لباس فجر کاملاً بستر مناسبی است تا فرهنگ ما در حوزه‌های مختلف بازخوانی شود؛ حتی گاه ممکن است این الهام‌بخش، ادبیات کهن ما بر اساس آن، مجموعه‌ای از پوشاک برای کاربرد امروز طراحی شود. در نتیجه، روح حاکم بر جشنواره، «بازخوانی معاصر فرهنگ ایرانی در رسانه‌ای به نام لباس» است.

آیا با اتخاذ این شعار، طراحان مجازند با تکیه بر نمادهای موجود در ایران دست به خلاقیت زنند؟

بله، طیف بسیار گسترده‌ای از منابع الهام در اختیار طراحان قرار دارد تا بتوانند آثار به‌روزی را خلق و ارائه کنند.

با توجه به گستردگی فرهنگی و جغرافیایی ایران، طراحان با چه سازوکارهایی می‌توانند از این نمادها بهره گرفته، خلاقیت به‌خروج‌دهنده‌ی تولیدبرسند؟ رویکردها متفاوت است، طبیعتاً بخش قابل‌توجهی از آن به زادگاه، پیشینه یا ساختار فکری طراح بازمی‌گردد. ممکن است طراح در استان یا منطقه‌ای از ایران فعالیت کند که الگوها یا باهای تاریخی ویژه‌ای دارد و چندین سال با آن زیست کرده و نسبت به آن دارای عرق محلی است، در نتیجه همان بنا را در قالب لباس بازنامایی می‌کند. یا ممکن است طراح دلبسته ادبیات باشد و از آن مجرا ورود کند. گاهی نیز خواش معاصر مطرح است؛ در ماهه و سال‌های اخیر رویدادهایی رخ داده که موضوعات جدید و خاستگاه مطلوبی برای طراحان لباس بوده است. به عنوان مثال، هنگامی که «تنگ هرمز» یک علامت می‌شود و بر تن هنرپیشگان خارجی نیز نقش می‌بندد، نشان می‌دهد که این بخش از جغرافیای ما که موضوع معاصر است می‌تواند منبع الهام ارزشمندی برای طراحی لباس باشد. بر این اساس، پیشینه و ساختار ذهنی طراح بسیار تعیین‌کننده است؛ زیرا گستردگی این مؤلفه‌ها به‌گونه‌ای است که هرکدام ظرفیت تبدیل شدن به محور یک جشنواره مستقل را دارد. از این رو، دست طراحان در انتخاب منابع الهام خود کاملاً باز است تا بر مبنای آن، اثرنهایی را به دبیرخانه ارسال نمایند.

پیش‌بینی شما برای آثارى که به این دوره جشنواره مد و

لباس فجر می‌رسد چیست؟ آیا طراحان می‌توانند نمادهایی که در اختیار دارند را به درستی بازنامایی کنند تا آثارشان در دام کلیشه و تکرار نیفتد؟

در این زمینه دو نکته حائز اهمیت است: اول اینکه آیا طراح می‌تواند منبع الهام خود را به‌درستی تشخیص دهد؟ به نظر من این اتفاق رخ می‌دهد؛ کما اینکه مصداق‌های یادشده در جشنواره سیزدهم نیز تجلی یافت و آثار الهام‌گرفته از بافت‌های جغرافیایی و متون ادبی را شاهد بودیم. اما جنبه دوم پرسش این است که طراح تا چه اندازه می‌تواند یک «نماد» را به «زیان» تبدیل کند؛ گاهی طراح نصاد را عیناً و به‌صورت مستقیم در خودنما قیاس؛ زبانی ظریف و پخته با انتقال پیام و مفهوم، در نگاه اول دقیق و لطیف بازآفرینی می‌کند که به رویکردی عمیق‌تر، آن را به‌گونه‌ای رقیق و لطیف بازآفرینی می‌کند که با انتقال پیام و مفهوم، در نگاه اول البته این موضوع نیازمند بازتعریف و به‌روزرسانی است.

جشنواره مد و لباس فجر کاملاً بستر مناسبی است تا فرهنگ ما در حوزه‌های مختلف بازخوانی شود؛ حتی گاه ممکن است این الهام‌بخش، ادبیات کهن ما بر اساس آن، مجموعه‌ای از پوشاک برای کاربرد امروز طراحی شود. در نتیجه، روح حاکم بر جشنواره، «بازخوانی معاصر فرهنگ ایرانی در رسانه‌ای به نام لباس» است.

با توجه به گستردگی فرهنگی و جغرافیایی ایران، طراحان با چه سازوکارهایی می‌توانند از این نمادها بهره گرفته، خلاقیت به‌خروج‌دهنده‌ی تولیدبرسند؟ رویکردها متفاوت است، طبیعتاً بخش قابل‌توجهی از آن به زادگاه، پیشینه یا ساختار فکری طراح بازمی‌گردد. ممکن است طراح در استان یا منطقه‌ای از ایران فعالیت کند که الگوها یا باهای تاریخی ویژه‌ای دارد و چندین سال با آن زیست کرده و نسبت به آن دارای عرق محلی است، در نتیجه همان بنا را در قالب لباس بازنامایی می‌کند. یا ممکن است طراح دلبسته ادبیات باشد و از آن مجرا ورود کند. گاهی نیز خواش معاصر مطرح است؛ در ماهه و سال‌های اخیر رویدادهایی رخ داده که موضوعات جدید و خاستگاه مطلوبی برای طراحان لباس بوده است. به عنوان مثال، هنگامی که «تنگ هرمز» یک علامت می‌شود و بر تن هنرپیشگان خارجی نیز نقش می‌بندد، نشان می‌دهد که این بخش از جغرافیای ما که موضوع معاصر است می‌تواند منبع الهام ارزشمندی برای طراحی لباس باشد. بر این اساس، پیشینه و ساختار ذهنی طراح بسیار تعیین‌کننده است؛ زیرا گستردگی این مؤلفه‌ها به‌گونه‌ای است که هرکدام ظرفیت تبدیل شدن به محور یک جشنواره مستقل را دارد. از این رو، دست طراحان در انتخاب منابع الهام خود کاملاً باز است تا بر مبنای آن، اثرنهایی را به دبیرخانه ارسال نمایند.

از آنجا که جشنواره بستری برای ارتباط با نسل جدید طراحان است، تا چه اندازه می‌تواند میان طراحان جوان و پیشگسوت ارتباط برقرار کرده و بسترشده و خلاقیت نسل‌نورا فراهم سازد؟

دوره چهاردهم جشنواره مد و لباس فجر با اقبال خوبی از سوی طراحان جوان مواجه شده است. امسال به جشنواره بخش‌هایی را اضافه کردیم، به نحوی فضای رقابت را میان طراحان جوان و طراحان باتجربه‌تر و پیشگسوت را از یکدیگر تفکیک کردیم تا بستری باشد که طراحان قوی‌تر و خبره‌تر در لیگ متفاوت‌تر با یکدیگر



پیش‌بینی شما برای آثارى که به این دوره جشنواره مد و

به رقابت بپردازند، چرا که رقابت طراحان نوپا با چهره‌های قدیمی در یک بستر واحد، گاه موجب عدم حضور پیشگسوتان می‌شود.

این ارتباط بین نسلی را در قالب پایگاه‌های متورینگ (مرکز راهبری) برگزارندگان دوره‌های پیشین که امروز صاحب کسب‌وکار و تجربه هستند، به عنوان متور (راهنما) در کنار طراحان جوان حضور می‌یابند. امیدواریم پس از جشنواره نیز فرآیند شتاب‌دهی استمرار یابد. متورینگ در طول جشنواره برای بلوغ آثار انجام می‌شود و پس از آن نیز تلاش می‌کنیم فرآیند تجاری‌سازی را داشته باشیم تا نفرات برتر در جشنواره رها نشوند و با هدایت متورها که یک بار مسیر را طی کردند به بازار متصل شوند. این هم‌افزایی تئوریک میان نسل قدیم و جدید، اگرچه ممکن است برای رسیدن به نقطه مطلوب نیازمند دو تا سه سال زمان باشد، اما مسیر درستی است که آغاز شده است. امیدواریم این مدل ثنوری را هر چه بیشتر در جشنواره عملی کنیم که ممکن است این اجرا و درهم تنیدگی دو سه سال زمان بخواهد تا نقاط ضعفش گرفته شود، به هر حال شروع کردیم وامیدواریم خوب انجام شود.

در حال حاضر جشنواره در چه مرحله‌ای قرار دارد؟

هم‌اکنون در مرحله جذب آثار هستیم و علاقه‌مندان می‌توانند از طریق پایگاه اینترنتی کارگروه مد و لباس به نشانی iranmode.farhang.gov.ir به دسترسی به فراخوان و شیوه‌نامه ثبت‌نام، نمونه آثار و نحوه بازگذاری را مشاهده کنند. مهلت ارسال آثار تا هشت‌م آبان‌ماه تعیین شده است. در این مرحله صرفاً ارائه طرح (طراحی اولیه) کفایت می‌کند و نیازی به ارسال کار فیزیکی نیست. پس از مرحله غربالگری، آثار برگزیده مرحله اول توسط خود طراحان یا تحت نظارت پایگاه‌های متورینگ به محصول تبدیل شده و به مراحل نهایی رویداد راه می‌یابند.

هوش مصنوعی چه جایگاهی در این دوره از جشنواره دارد و این فناوری چگونه در فرایند طراحی و داوری آثار مورد توجه قرار گرفته است؟

ما هوش مصنوعی را یک روند ماندگار و اصطلاحاً یک «گیم‌چنجر» (تحول‌فرین) در صنعت مد و لباس می‌دانیم که خیلی تأثیرگذار است، در این دوره توجه ویژه‌ای به آن داریم. از همین مرحله فراخوان، مسابقه‌ای را طراحی کردیم که در آن شرکت‌کنندگان با پرورش یک شخصیت مجازی و طراحی پوشاک برای آن، همراه با



هنگامی که

یک علامت

می‌شود

و بر تن

هنرپیشگان

خارجی

نیز نقش

می‌بندد،

نشان

می‌دهد که

این بخش از

جغرافیای ما

که موضوع

معاصر

است

می‌تواند

منبع الهام

ارزشمندی

برای طراحی

لباس باشد



ایران
Iran Newspaper



بشش

پیوند فرهنگ، هنر و اقتصاد در لباس مد

جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر یکی از رویدادهای مهم فرهنگی و هنری ایران در حوزه طراحی پوشاک است که با هدف شناسایی استعدادهای خلاق، تقویت هویت ایرانی در طراحی لباس و ایجاد ارتباط میان طراحان و صنعت پوشاک برگزار می‌شود. لباس، علاوه بر کاربرد کاربردی، نمایی از فرهنگ، تاریخ، سبک زندگی و تحولات اجتماعی جامعه به شمار می‌رود. چهاردهمین دوره این جشنواره در آستانه برگزاری قرار دارد و انتظار می‌رود با تمرکز بر ظرفیت‌های بومی، فناوری‌های نوین و تجاری‌سازی ایده‌های هنری، زمینه‌تازهای برای توسعه صنعت مد و لباس کشور فراهم کند. بررسی‌آمار دوره‌های گذشته، ظرفیت این رویداد را در جذب طراحان و معرفی ایده‌های نو نشان می‌دهد. برای نمونه، در هشتمین جشنواره مد و لباس فجر در سال ۱۳۹۷، حدود ۸۱۰ اثر به دبیرخانه ارسال شد و ۱۵۰۰ اثر برای نمایش انتخاب شدند. همچنین، برگزاری حدود ۲۰ کارگاه و نشست تخصصی و حضور بیش از ۴۰ هزار بازدیدکننده طی هشت روز از جمله شاخص‌های قابل‌توجه آن دوره بود. اینرقام نشان می‌دهد که جشنواره می‌تواند علاوه بر نمایش آثار، زمینه‌ای برای آموزش، تبادل تجربه و تعامل میان طراحان، تولیدکنندگان و مخاطبان فراهم کند.

جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر یکی از رویدادهای مهم فرهنگی و هنری کشور تأکید دارد. این رویکرد به طراحان امکان می‌دهد از میراث تاریخی، فرهنگ بومی، تنوع اقلیمی، معماری ایرانی و صنایع دستی برای خلق طرح‌های معاصر الهام بگیرند. بخش‌های مختلف جشنواره، از جمله طراحی لباس، طراحی پارچه، لباس مدارس دخترانه و پسرانه، ایده‌های مفهومی و پوشش مرتبط با حجاب، می‌توانند زمینه‌ای برای گسترش تنوع محصولات و پاسخگویی به نیازهای مختلف جامعه فراهم کنند. توجه به عکاسی مد و روایت تصویری سبک پوشش در ایران نیز ظرفیت‌های تازه‌ای برای معرفی هویت بصری پوشاک ایرانی ایجاد می‌کند.

یکی از ویژگی‌های مهم این دوره، توجه به تحولات فناوری و الزامات زیست‌محیطی است. پرداختن به هوش مصنوعی در صنعت مد و لباس و توسعه مفهوم مد پایدار، نشان‌دهنده ضرورت همگام‌شدن طراحی پوشاک با تغییرات جهانی است. استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند فرآیند طراحی، تولید نمونه‌های اولیه، تحلیل سلیقه مصرف‌کنندگان و معرفی محصولات را بهبود بخشد. از سوی دیگر، مد پایدار با تأکید بر کاهش ضایعات، استفاده بهینه از

به‌گونه‌ای ارائه شوند که فاصله زیادی با بازار نداشته باشند ولی در هر جشنواره مد و لباس کاری که ارائه می‌شود الزاماً کار بازاری نیست حتماً باید ساده‌سازی‌هایی انجام شود تا به مرحله تولید برسد، چرا که ماهیت جشنواره‌های مد (اعم از داخلی و بین‌المللی) مستلزم انجام ساده‌سازی‌های لازم برای ورود به عرصه کاربرد است. اما در بخش مفهومی (کانسپچوال)، قضیه کاملاً برعکس است. در این بخش، لباس باید روایتگر یک داستان باشد و دست طراح برای افزودن مفهوم و مؤلفه‌های معنایی کاملاً باز است، زیرا ارزیابی این بخش بر اساس همین روایتگری مفهومی انجام می‌پذیرد.

با توجه به تجربه دوره قبل، خروجی دوره گذشته چگونه بوده و آیا تولیدکنندگان از آثار برتر برای تولید انبوه استقبال کرده‌اند؟

میان خروجی جشنواره و انتظارات تولیدکنندگان فاصله وجود دارد؛



منابع و افزایش دوام پوشاک، می‌تواند به کاهش پیامدهای زیست‌محیطی صنعت نساجی کمک کند. از منظر اقتصادی نیز موفقیت جشنواره تنها به تعداد آثار ارسالی یا بازدیدکنندگان محدود نمی‌شود؛ بلکه میزان تبدیل ایده‌ها به محصولات قابل‌عرضه در بازار اهمیت بیشتری دارد. ارتباط مؤثر میان طراحان، تولیدکنندگان، سرمایه‌گذاران و فروشندگان می‌تواند زمینه تجاری‌سازی طرح‌های برگزیده، توسعه کسب‌وکارهای نوپا و تقویت برندهای ایرانی را فراهم سازد. حمایت از مالکیت فکری طراحان، آموزش بازاربایی و توسعه فروش اینترنتی نیز از اقداماتی است که می‌تواند دستاوردهای جشنواره را به نتایجی پایدار تبدیل کند.

در مجموع، چهاردهمین جشنواره مد و لباس فجر فرصتی برای پیوند میان میراث فرهنگی، خلاقیت هنری، فناوری و اقتصاد پوشاک ایران است. ارزیابی موفقیت این رویداد باید علاوه بر تعداد آثار و میزان مشارکت، شاخص‌هایی مانند تعداد طرح‌های واردشده به مرحله تولید، قراردادهای تجاری، ایجاد کسب‌وکارهای جدید و استقبال مصرف‌کنندگان را نیز دربرگیرد. تحقق این اهداف می‌تواند جشنواره را از یک رویداد صرفاً نمایشی به بستری مؤثر برای توسعه پایدار صنعت مد و لباس کشور تبدیل کند.

بهمن‌ماه در شهر اصفهان برگزار خواهد شد؛ شهری که همزمان یک قطب فرهنگی و یکی از کانون‌های اصلی صنعت نساجی و پوشاک کشور به شمار می‌رود.

اگر نکته نگاشته‌ای باقی مانده است، در خدمت شما هستیم. نکته حائزاهمیت در جشنواره امسال، ضرورت مشارکت فعالان حوزه مد و لباس، مزون‌داران، مؤسسات، صاحبان برندها و پیشگسوتان این صنعت است. حضور این بزرگان علاوه بر ارتقای غنای جشنواره، فضای شبکه‌سازی بی‌نظیری را فراهم می‌کند، چراکه دسترسی به فعالان پیشروی صنعت مد و لباس برای جوانان دشوار است و این بستر، شانس تجاری‌سازی آثار را برای نسل جوان تسهیل می‌کند. برگزاری نشست‌های تخصصی با چهره‌های برتر صنعت مد و لباس، شبکه‌سازی و یکپارچه‌سازی زیست‌بوم این حوزه، از ارزش افزوده‌های مهم شرکت در این جشنواره است.

جشنواره در بهمن‌ماه برگزار خواهد شد؟

بله، جشنواره در اواخر دی‌ماه و اوایل

نقد عدم بلوغ قرار دارد. در حالی که منتقدان نگران افت تأثیرگذاری جشنواره در خارج از پایتخت هستند، سیاست‌گذاران این دوره معتقدند میزبانی اصفهان فرصتی طلایی برای ترمیم ضعف‌های ادوار گذشته، نزدیک شدن به بدنه واقعی صنعت و دمیدن جانی تازه به کالبد این جشنواره است.

محسن گرچی که تجربه دبیری سیزدهمین جشنواره مد و لباس فجر را داشت دبیری دوره چهاردهم جشنواره مد و لباس فجر را نیز به عهده دارد. او همچنین دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور نیز هست. او به تشریح اهداف، راهبردها و جزئیات سیاست‌های برگزاری این دوره از جشنواره پرداخت؛ مشروح این گفت و گو را می‌خوانید: