



بیانیه مضمون

راهنمای فرایند خلق طراحی تا محصول نهایی





ایران عزیز، تنوع کم‌نظیری از اقوام و اقلیم‌های فرهنگی را داراست که هر کدام پویایی فرهنگی خاصی را ایجاد نموده و نظامی از نشانه‌ها، رنگ‌ها و فرم‌ها را تشکیل می‌دهند. مهم‌ترین تجلی این حیات فرهنگی، در عنصر هنر و مصادیق گوناگون آن نظیر موسیقی، معماری و خصوصاً لباس به عنوان پدیده‌ای همگانی و محوری در زیست روزمره دیده می‌شود. نگاه ما به ظرفیت‌های زیباشناختی هنر ایرانی، صرفاً یادی از خاطرات گذشته نیست، بلکه باور داریم می‌توان این گنجینه غنی را، منبع الهام‌بخشی قرار داده و متناسب با اقتضات جهان و زیست معاصر، جامه دلنشین خانواده ایرانی را خلق کرد.

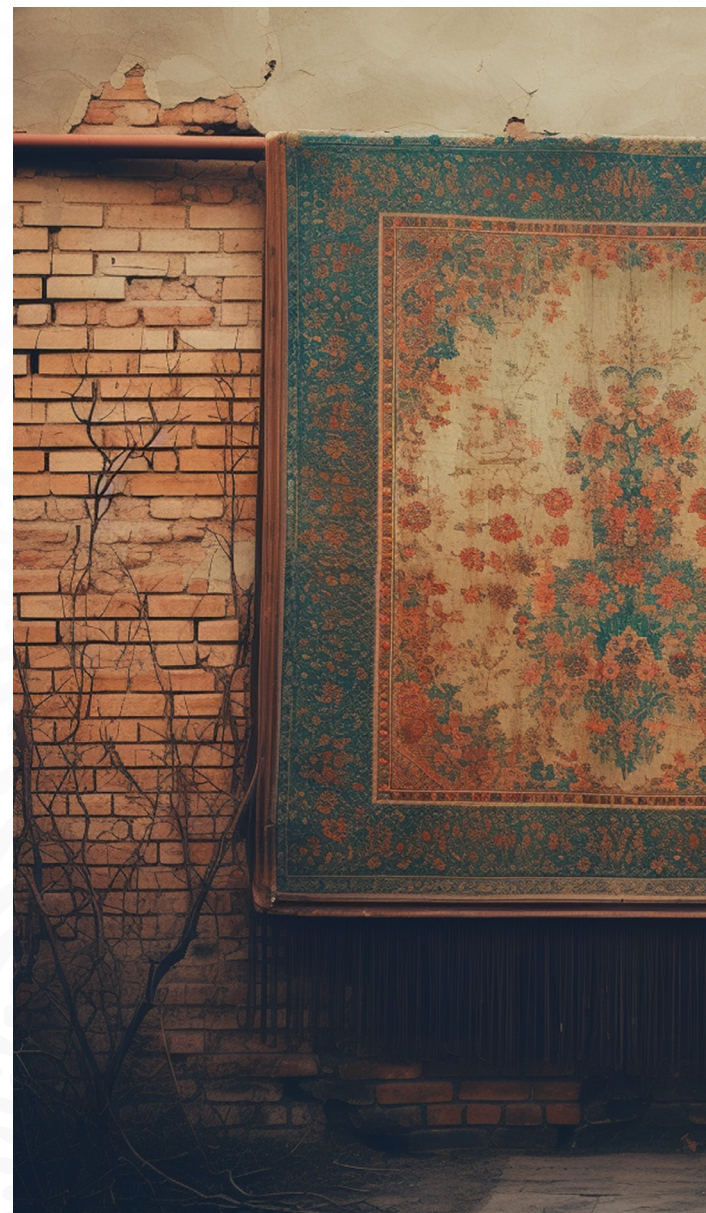
لباس، نقطه اتصال نگرش‌های زیبایی‌شناختی و هنری، ارزش‌های فرهنگی، مهارت‌های تولیدی و سازوکارهای صنعتی است؛ از همین رود و از همین جشنواره مد و لباس فجر به دنبال آن است تا زمینه‌نگاهی نو و دیگرگون را به لباس ایرانی و ظرفیت‌های آن فراهم آورد؛ ظرفیت‌هایی که از اصالت‌ها و ارزش‌های فرهنگی اقوام مختلف ایران زمین چون کرد، لر، ترک، بلوچ و... نمایندگی کرده و تاروپود تنوع فرهنگی ایران را شکل می‌دهند. بنابراین باید در نظر داشت که جشنواره مد و لباس فجر، رویدادی چندوجهی است که از یک سو با جامعه‌شناسان، هنرمندان و هنرپژوهان، تاریخ‌شناسان و اندیشمندان تعامل می‌کند و از دیگر سو پیوند وثیقی با طراحان لباس و دوخت، ریسندگان، بافندگان، خیاطان و مهندسان نساجی دارد.

درباره بیانیه مضمون

لباس، مهم‌ترین بستر بازنمایی ارزش‌های فرهنگی و آینه تمام‌نمایی از مؤلفه‌های هویتی یک جامعه است و بازآرایی و متناسب‌سازی آن با شرایط اجتماعی، باعث می‌شود آرامش، زیبایی، آراستگی و پیوندهای هویتی اصیل در عرصه‌های زیست روزمره جاری و ساری شوند. این بیانیه مضمون، مهم‌ترین اولویت‌های مضمونی و فرمی دوازدهمین جشنواره مد و لباس فجر را تبیین می‌کند و می‌تواند منبع الهام طراحان و مشارکت‌کنندگان در این رویداد باشد.

متن حاضر بر سه پایه استوار است:

۱. پژوهش‌های کفی با هدف کشف ذائقه و مؤلفه‌های مندرج در الگوی ترجیح لباس مردم ایران. ۲. پژوهش‌های کیفی مردم‌نگارانه با هدف فهم الگوهای لباس و زیبایی‌شناسی آن در اقلیم‌های فرهنگی ایران. ۳. هم‌اندیشی با زبده‌ترین طراحان مد و لباس، هنرمندان و هنرپژوهان، جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان، روان‌شناسان و ایران‌شناسان



مشخصه های فرهنگ و تمدن جامعه ایرانی

امنیت و آرامش

آغوش مادر اولین کانون امنی است که وجود آدمی در آن، آرام می‌یابد و خانه، مهم‌ترین تجلی امنیت است که حول مفهوم خانواده و مادرانگی شکل می‌گیرد. امنیت نخستین و ضروری‌ترین لازمه انسان، برای تحقق میل به زیستن است که هم جنبه بیرونی دارد، و هم جنبه درونی. امنیت بیرونی یعنی ایمن بودن از عواملی که حیات مادّی را به خطر می‌اندازد نظیر بلایای طبیعی، آسیب‌های اجتماعی، مشکلات اقتصادی، درگیری‌های فیزیکی و... امنیت درونی با آرامش و ایمان پیوند دارد و به حیات روحانی فرد و جامعه و چالش‌های احتمالی آن اشاره می‌کند. امنیت به سان ابری لطیف بالای سر آدمی سایه می‌افکند و امکان شکوفایی سایر نیروها و پویایی حیات را فراهم می‌آورد.

لباس نیز باید در مؤلفه‌های گوناگون خود (طرح، رنگ، دوخت، اندازه، پارچه، الیاف و...) تأمین‌کننده این امنیت باشد، یعنی هم احساس آرامش و پاکی درونی برای فرد ایجاد کرده و تنش‌های ذهنی و اضطراب‌ها را از او دور کند، و هم مانع از جذب تهدیدهای بیرونی و انگیزه‌های منفی که زمینه‌ساز تلاطم و خدشه در نظم اخلاقی جامعه، تجقق انگیزه‌های منفی، آزارهای فیزیکی یا فشار اجتماعی هستند، باشد.



پویایی و نشاط

حیات، ذات طبیعت است و حرکت، در جان طبیعت جاری است و همین حرکت است که طبیعت را زنده نگاه می‌دارد. آبی که جاری است، زلال می‌ماند و سکون، پیامدی جز رکود، فساد و در نهایت زوال ندارد. جامعه زنده و سالم نیز با پویایی‌های فرهنگی و اجتماعی خود، تاریخ را طی می‌کند و به سمت آینده می‌رود. شرط حرکت، نوآوری است و احساس سکون، جامعه را به فرسایش و فسردگی می‌رساند. جشن‌ها، آیین‌ها و تعاملات اجتماعی همگی نشان‌دهنده حیات یک جامعه‌اند که لباس، در همه آن‌ها نقش محوری دارد. لباس به عنوان مظهر حیات جامعه، هم باید نشان‌گر این پویایی باشد و هم باید از طرفی این پویایی و نشاط را تقویت کند. برخی لباس‌ها با ایجاد ترکیب متناسبی از رنگ‌ها، جنس الیاف، نقش‌مایه‌ها و طرح‌های دوخت حیات، سرزندگی و انرژی و نشاط را منتقل می‌کنند و برخی دیگر باعث رسوخ خمودگی و دل‌فسردگی و القای انواع احساسات منفی می‌شوند.

هویت و اصالت

جامعه‌ای که به گذشته خود، آگاهی و توجه نداشته باشد، آینده‌ای نیز نخواهد داشت. گذشته، آینده را می‌سازد. حیات فردی و جمعی، به معنا نیاز دارد و این معنا باریشه‌های تاریخی، پیوندهای اعتقادی و تعلقات هویتی به وجود می‌آید. ایران و اسلام دو رکن بنیادین هویت در جامعه ما هستند؛ بدون توجه به این دو مؤلفه، دچار نوعی زوال معنا و از خود بیگانگی می‌شویم که عملاً تداوم حیات و پیشرفت و تعالی در عرصه‌های گوناگون را برای ما غیرممکن می‌سازد. لباس خواه ناخواه نمایانگر هویت فردی و جمعی است. اقوام ایرانی نظیر همه جوامع اصیل دنیا هر کدام لباس و الگوهای پوشاک مخصوص خود را دارند که متناسب با تاریخ و زیست‌بوم هر منطقه شکل گرفته است. همچنین فرهنگ ملی و دینی، چارچوب‌ها و الگوهایی را برای لباس ترسیم می‌کنند که پدیدار شدن آن‌ها در پوشاک، سبب معنا بخشی به حیات جمعی، خودآگاهی تاریخی و پیوندهای وثیق هویتی می‌شود.

زیبایی و آراستگی

زیبایی در جزئیات و تناسب است. زیبایی در الهام گرفتن از طبیعت نهفته است. زیبایی الزاماً نسبت وثیقی با پاکی و محبت خالصانه دارد. زیبایی نتیجه شناخت است. لبخند کودک زیباست. دریا و آسمان و جنگل و کویر زیبا هستند. محبت مادر زیباست. کوشش پدر زیباست. عشقی که میان اعضای یک خانواده جاری است، زیباست؛ چون خانواده، محبوب خدای زیباست.

لباس زیبا و آراسته، هم خود فرد و هم دیگران را سرشار از حس مثبت می‌کند. این زیبایی، خیره‌کننده نیست، چون آتش شعله نمی‌کشد، چشم‌ها را به خود نمی‌دوزد و دل‌ها را مشغول نمی‌کند؛ بلکه چون جویبار آبی، آرام جاری می‌شود، آرامش می‌بخشد و زلال عبور می‌کند. جامعه‌ای که فرهنگ و هنرش با زیبایی عجین شده و منشأ تمام زیبایی‌ها را پروردگار زیباآفرین می‌داند، بدیهی است که جامعه مردمانش، آراسته و زیبا باشد.



پیشرفت و تعالی

انسان چه به عنوان یک فرد و چه به عنوان یک جامعه، همواره رؤیایی دارد، رؤیایی از آینده که به شوق آن حرکت می‌کند و پیش می‌رود. رشد دو جهت اصلی دارد؛ حرکت به جلو یا پیشرفت و حرکت به بالا یا تعالی. جوامع بشری ذاتاً تمایل دارند تا روز به روز به اهدافشان نزدیک‌تر شوند و اگر به نقطه مقصود برسند، باز افقی دورتر را می‌بینند و این کشش درونی به پیشرفت و تعالی، هرگز پایان نمی‌پذیرد.

لباس‌ها، تجلی نقش و تصوّر یک فرد یا ملت از گذشته، حال و آینده‌اند. لباس می‌تواند جامعه را به پیشرفت دعوت کند و انسان را به تعالی فراخواند. لباس هم با هنر در ارتباط است، هم با فرهنگ و هم با صنعت و فناوری؛ بنابراین جامعه‌ای می‌تواند جامعه فاخر تولید کند که در مسیر پیشرفت و تعالی باشد. لباس می‌تواند امید ببخشد و چشم‌انداز شوق‌برانگیز آینده را رؤیت‌پذیر و قابل لمس کند.



هوش‌مندی اقتصادی

عصر مدرن که منطق سرمایه‌سالاری بر آن غالب است، با ایجاد نیازهای کاذب و استفاده همه‌جانبه از تبلیغات و ظرفیت‌های رسانه‌ای، مصرف هر چه بیشتر را به عنوان ارزشی بنیادین ترویج می‌کند. مصرف‌گرایی با فردگرایی، لذت‌گرایی و تجمل‌گرایی افراطی ارتباط دارد و در برابر ارزش‌هایی چون قناعت، مصرف بهینه و بر حسب نیاز، رعایت انصاف، در نظر داشتن وضعیّت دیگران و سخت‌کوشی در راه کسب روزی حلال قرار می‌گیرد. لباسی ارزش‌مند است که عموم مردم از طبقات و اقشار مختلف اقتصادی و اجتماعی قابلیت تهیه آن را داشته باشد. سوداگران و سرمایه‌سالاران ممکن است با تجمل‌افزون کردن هر چه بیشتر پوشاک و محوریت دادن به لوکس‌گرایی در انتخاب و خرید آن، به دنبال منافع خود باشند؛ اما اخلاق و منطق اقتصادی مبتنی بر اخلاق، لباس خوب، زیبا، ارزان را حقّ همه مردم می‌داند و جهت تحقّق آن تلاش می‌کند.



تناسب رنگ



لباسی به معنای تاق کلمه، هنرمندانه است که در عین وجود جزئیات گوناگون و متنوع، یک کل یکپارچه به نظر برسد؛ اثر هنری باید در عین کثرت، وحدت و در عین وحدت، کثرت داشته باشد. این یگانگی باید میان تمامی اجزای یک لباس نظیر بافت، الیاف، دوخت و برش، طرح و نقش مایه، رنگها و دیگر عناصر لحاظ شود تا در نهایت با حسی دل انگیز مواجه شویم. برای ایجاد تناسب (هارمونی) رنگ، می توان ایده ها و راهبردهای متفاوتی را متناسب با خلاقیت فردی برگزید که انتخاب آن به عهده طراحان می باشد. در ادامه برای هر کدام از مؤلفه های بنیادین فرهنگ ایرانی، ویژگی های شخصیتی و برخی از نمادهای موجود در طبیعت را به عنوان مثال ذکر کرده و سپس رنگ هایی که تداعی کننده این ویژگی ها هستند را بیان کرده ایم.

الف. امنیت و آرامش

ل ویژگی‌های شخصیتی

مثبت‌اندیش، ایمن، مطمئن، سازگار، باوقار، آسان‌گیر، در صلح، مورد اعتماد، اعتمادکننده، باایمان، راضی، خالص، خوش‌بین، بخشنده، بی‌ریا، انعطاف‌پذیر، صبور

ل نمادها

آغوش مادر، خانه، بهشت، چمن، حریر، طلوع خورشید، رود آرام، نسیم خنک، آب، خانواده



قرمز



بنفش



آبی



صورتی

ب. پویایی و نشاط

ل ویژگی‌های شخصیتی

امیدوار، کنجکاو، پرتکاپو، سرزنده، گرم، جاری، بالنده، خلاق، نواندیش، رها، شادی‌آفرین، فرصت‌ساز، صمیمی، شوخ‌طبع، ارتباط‌گر

ل نمادها

بازار پررونق، شکفتن گل، پیاده‌راه پررفت و آمد، میدان‌های بزرگ ورزشی، جوانه زدن گیاه، دانشجوهای پرتکاپو، رنگ‌های شاد و روشن، جوان‌های بانگیزه، موج‌های دریا، لباس‌های ورزشی، جشن‌های سنتی، خانواده



زرد



سبز



نارنجی



قرمز

ج. هویت و اصالت

ل ویژگی‌های شخصیتی

ارزشمند، بردبار، وفادار، خودباور، عمیق، شکوفا، مستقل، منحصر به فرد، صادق، منظم، متعهد، ساختارگرا، شریف، خودآگاه، شکرگزار، زیباشناس، مصمم، ریشه‌دار، مسئولیت‌پذیر، جوینده، یکپارچه

ل نمادها

زن اصیل ایرانی، زن پارسا، حجاب، سجاده، نماز، نیایش، تسبیح، زیارتگاه، تاریخ، میراث، ارزش، اعتقاد، پرچم، پیوند، زبان، خاک، خانواده



کرم



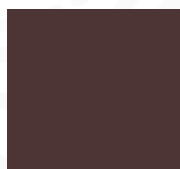
قرمز



آبی



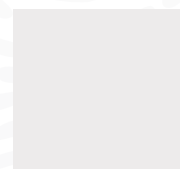
بنفش



قهوه‌ای



سیاه



سفید



زرد

د. زیبایی و آراستگی

ل ویژگی‌های شخصیتی

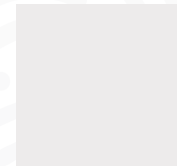
ویژگی‌های شخصیتی: خوش‌سلیقه، خندان، آراسته، متعارف، ظریف، دقیق، تاثیرگذار، موجه، محترم، عاشق، متناسب، متعادل، دارای عزت‌نفس، متین، متعهد، رضایت‌مند، باذوق، مشتاق، نجیب، باطراوت، عفیف، خویشتن‌دار، وزین، معنوی، پاک

ل نمادها

بهار، باغ گل، ماه، آسمان، ساحل، دریا، دامن‌بلند، نگارگری، طبیعت، مینیاتور، آینه، لبخند، بانو، خانواده



سبز



سفید



بنفش



آبی

ه. پیشرفت و تعالی

ل ویژگی‌های شخصیتی

ابراز وجود، شجاع، جستجوگر، قهرمان، کوشا، قاطع، اهل برنامه‌ریزی، بامهارت، هدفمند، جنگجو، آرمان‌گرا، عادل، استوار، چارچوب‌مند، توان‌مند، اهل رقابت، مدافع ارزش‌ها، فاتح، منزلت‌بخش، مسئول، رؤیاپرداز، پیروز، موقّق

ل نمادها

بنای باشکوه، کارگروهی، رقابت ورزشی، کوهنورد (فتح قلّه)، کارخانه بزرگ و پیشرفته، آزمایشگاه، کتابخانه، دانشگاه، خانواده، تکنولوژی، چشم‌انداز دور



سبب



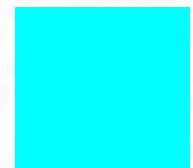
طلایی



نارنجی



آبی



نیلی

ه. هوش مندی اقتصادی

ل ویژگی‌های شخصیتی

ویژگی‌های شخصیتی: واقع‌بین، مدیر، مدبّر، دوراندیش، قانع، کارآفرین، مبتکر، باهوش، باپشتکار، منصف، خودساخته، خوش‌فکر، عمل‌گرا، گزینش‌گر، سنجیده، خطرپذیر، باتجربه، مسلّط، خستگی‌ناپذیر، خودکفا، ماهر، عادل

ل نمادها

زن کارآفرین، مشاغل خانگی، مرد کشاورز، مزرعه، مدیر لایق، شرکت‌های بزرگ، سفره و نان، خانواده



سبز



طلایی



نارنجی



آبی



نیلی



سیاه

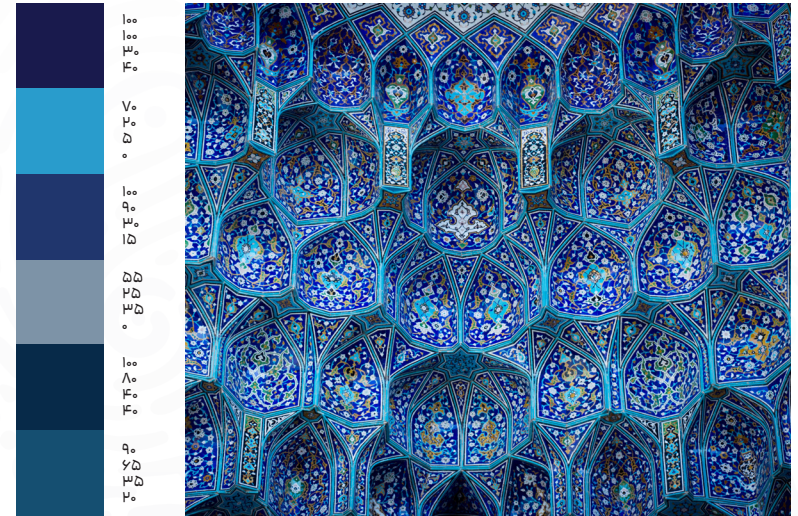


زرد



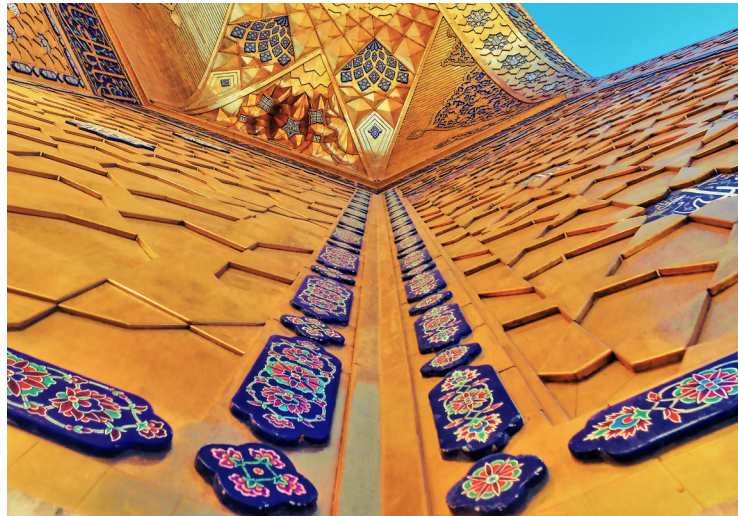
بنفش

در زیر نمونه هایی از هارمونی رنگ را می توان در آثار معماری و نگارگری ایرانی دید و از آنها ایده گرفت.





۴۰
۳۵
۲۵
۱۰
۰
۴۰
۳۵
۲۵
۱۰
۰
۴۰
۳۵
۲۵
۱۰
۰
۴۰
۳۵
۲۵
۱۰
۰



۳۵
۲۵
۱۵
۰
۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰

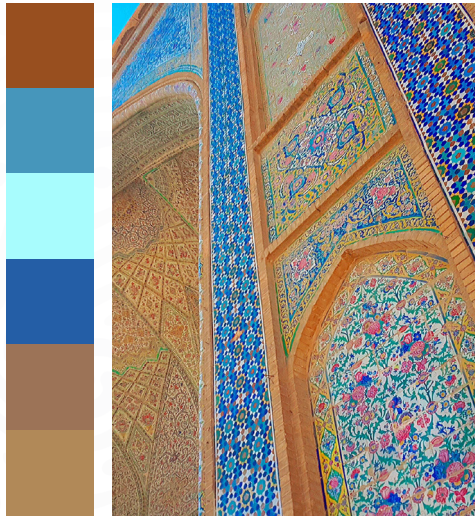


۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۳۵
۲۵
۱۵
۰



۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰
۴۵
۳۵
۲۵
۱۵
۰





الگو و نقش مایه



الگو (پترن) از قرارگیری ساختارمند یک یا چند نماد و تکرار آن شکل می‌گیرد. این تکرار می‌تواند مرتب یا نامرتب باشد. زیبایی یک الگو، به نمادهای مورد استفاده، نسبت آن‌ها با یکدیگر و الگوی تکرارشان بستگی دارد. الگوها از پیش در متن زندگی روزمره ما یا طبیعت اطرافمان وجود دارند و هنرمند به شکل ظریفی از این ریشه‌های موجود الهام گرفته و آثار و نقش‌های جدیدی خلق می‌کند. با بررسی دقیق آثار تاریخی مانند معماری و نگارگری، درمی‌یابیم برخی نقوش به طور قابل تشخیصی در آثار مختلف ایرانی در طول قرن‌های مختلف حضور داشته و یک نقش‌مایه را شکل می‌دهند. استفاده از خطوط منحنی و نرم، طرح‌های اسلیمی، نقوش گیاهی، شمسه، گل‌بوته‌ها و خوش‌نویسی (تایپوگرافی)، مهم‌ترین ارکان این الگوها هستند.

پارچه و الیاف

پارچه بافی یکی از صنایع مهم در تاریخ ایران و همچنین صنعت پوشاک در جهان است. در میان سرزمین‌های اسلامی و ایران بزرگ، برخی مناطق مانند خراسان (به ویژه حوزه فرهنگی نیشابور) در این زمینه برجسته‌تر هستند. در دوازدهمین جشنواره مد و لباس فجر، با نگاهی به سنت پارچه بافی و تنوع الیاف در خراسان، مهم‌ترین پارچه‌های مورد تأکید و توصیه، در دو دسته پارچه‌های بومی و سنتی و پارچه‌های مدرن ذکر می‌گردد.

پارچه‌های بومی و سنتی شامل پارچه‌های الهام‌گرفته از روش پلاس بافی، نمد مالی، قرت بافی و ابریشم است. پلاس بافی، نمد مالی و قرت بافی از صنایع دستی مشهور و بومی اقلیم فرهنگی خراسان بزرگ (به خصوص نیشابور) محسوب می‌شود که بومیان منطقه از آن در زندگی روزمره خود و همچنین به عنوان مجرای برای امرار معاش استفاده می‌کنند. ابریشم نیز از باارزش‌ترین پارچه‌های مورد استفاده این منطقه در گذشته بوده است، به طوری که بسیاری از پادشاهان و خانواده‌های سلطنتی پوشاک خود را از این پارچه تهیه می‌کردند.

در پارچه‌های مدرن، می‌توان از انواع پارچه‌های کتان، لینن و کنف که الهام‌گرفته از پوشش عارفان است، استفاده کرد. همچنین می‌توان از پارچه‌هایی با درخشش طلائی که از رنگ آمیزی سفالینه‌های زرین فام نیشابور کهن الهام‌گرفته شده، بهره جست. پارچه کرپ نیز برای پارچه‌سازی، اجرا کردن دوخت و برش‌های آوانگارد و پیچیده مناسب است. این کرپ به دلیل داشتن آهار، به راحتی می‌تواند در دوخت‌های سنتی و تزئینات مانند سوزن دوزی، گل دوزی و گلابتون دوزی، بدون جمع‌شدگی در پارچه و یا چروک شدن، مورد استفاده قرار گیرد.

برای تزئینات و افزونه‌ها (اکسسوری) نیز می‌توان از صفحات مسی، مفرغی (برنز) و برنجی استفاده کرد. این سه ماده از رایج‌ترین فلزات مورد استفاده در صنایع دستی و ظروف پس از اسلام هستند. نقره نیز از مواد گران‌قیمت پیش از اسلام بوده که در سال‌های اخیر نیز شاهد رواج آن در بیشتر تزئینات و زیورآلات هستیم.

سایه‌نما

سایه‌نما (سیلوئت)، شکل کلی است که یک لباس، بدون در نظر گرفتن جزئیات آن، ایجاد می‌کند. بیشتر سایه‌نماها با هدف تأکید بر برجسته‌سازی بخش‌هایی از فرم بدن به وجود می‌آیند. هنر طراحی این است که انواع سایه‌نماها را به خوبی بشناسد، زیرا در این صورت می‌تواند برزنده‌ترین لباس‌ها را برای هر فرد با هر سبک و شکل بدنی طراحی کند. سایه‌نما به طراحان کمک می‌کند که از چه مؤلفه‌ها و ابعادی برای بهتر نشان دادن لباس و تناسب آن با شکل بدن افراد استفاده کنند. در این دوره از جشنواره مد و لباس فجر، با تصمیم شورای علمی جشنواره امکان استفاده از تمامی سایه‌نماها برای شرکت‌کنندگان فراهم می‌باشد.





سبک

در این بخش، سبک‌ها (استایل) برای بهره‌مندی از ظرفیت‌ها و ارجاعات طراحی به کتابچه راهنما تعیین گردیدند که برای طراحان امکان طراحی حرفه‌ای در فضاهای مرتبط و هم‌مثنان با هنر و فرهنگ ایرانی را فراهم می‌کند. سبک‌ها عبارتند از:

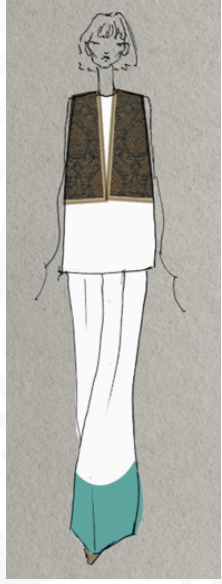
- اتنیک
- رترو
- آوانگارد
- ماکسیمال
- پست مدرن



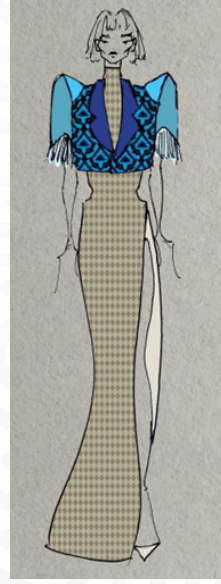
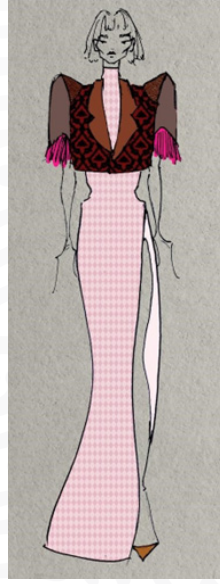
سبک آوانگارد



سبک رترو



سبک پست مدرن



سبک ماکسیمال



سبک اتنیک



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
کارگروه سلامت‌های روانی و تاب‌آوری