

جایگاه علم و دانش در دُ و پوشاک

بر اساس کتاب:
دایرة المعارف جامع پوشاک و مد

تالیف:

والری استیل

برگردان: دکتر حسین یاوری

مروا اصحابی

عنوان و نام پدیدآور	جایگاه علم و دانش در مد و پوشاک: بر اساس دایره المعارف جامع پوشاک و مد/ نویسنده [صحیح]: ویراستار [والری استیل]
مشخصات نشر	نورنگ: سایه بان هنر، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری	۲۲۴ ص: ۵/۵۱۸۵/۱۴ - ج.م
شابک	978-600-7135-29-7
وضعیت فهرست نویسی	فبا
زادداشت	عنوان اصلی: Encyclopedia of clothing and fashion , 2005.
زادداشت	کتاب حاضر ابتدا تحت عنوان «تشنهت مواد و محصولات نساجی و آشنایی با انواع پوشاک» بر اساس دایره المعارف جامع پوشاک و مد توسط انتشارات آکر در سال ۱۳۹۲ منتشر شده است.
عنوان دیگر	تشنهت مواد و محصولات نساجی و آشنایی با انواع پوشاک: بر اساس دایره المعارف جامع پوشاک و مد.
موضوع	پوشاک - تاریخ - دایره المعارفها
موضوع	مد - تاریخ - دایره المعارفها
شناسه افزوده	استیل، والری، 1۹۵۵ - بر. ویراستار
شناسه افزوده	Steele, Valerie
شناسه افزوده	یاقوت، حسین، ۱۳۲۵ - مترجم
شناسه افزوده	اصحابی، مروا، ۱۳۶۵ - مترجم
رده بندی کنگره	۱۳۹۲/۷/۱۳۹۲
رده بندی دیویی	۲۹۱/۰۰۲
شماره کتابخانه ملی	۷۷۲۲۰۰



انتشارات سایه بان هنر

انتشارات سایه بان هنر

مدیر مسئول: منیر دارابی

جایگاه علم و دانش در مد و پوشاک

بر اساس کتاب: دایره المعارف جامع پوشاک و مد

نویسنده: والری استیل

برگردان: دکتر حسین یاقوت، مروا اصحابی

ناشر: سایه بان هنر

حروف چین: آرزو طریقت

صفحه آرای: سحر احد پور

طراح جلد: علیرضا اسماعیلی

نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۳۹۳

شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و انتشارات

قیمت: ۱۴۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۳۵-۲۹-۷

سایه بان هنر: تلفن: ۶۶۲۸۶۹۴۷ - فاکس: ۶۶۶۵۱۵۲۳ همراه: ۰۹۱۲-۳۷۰۲۳۹۴

حقوق چاپ و نشر برای نشر سایه بان هنر محفوظ است.

فهرست

عنوان

- پیشگفتار (۱) اتحادیه صنف تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک ۷/
پیشگفتار (۲) علم، دانش، فناوری و خلاقیت در عرصه ی مُد ۱۱/
فصل اول: کلیاتی درباره ی مُد، نگرش ها و تغییرات آن طی قرن بیستم
میلادی / مرلین رول دلاتک ۱۵/
فصل دوم: تبلیغات مُد/یل جابلینگ ۴۱/
فصل سوم: مُد و هویت / سوزان ب. کایرز ۵۱/
فصل چهارم: نقش، جایگاه و اهمیت طراح مُد و پوشاک/
جین هگلند ۵۷/
فصل پنجم: الگوهای مُد/پاملا چرچ گیسون ۷۵/
فصل ششم: تصویر گردان مُد/ لیربورلی ۸۳/
فصل هفتم: صنعت مُد/اریک ویلسون ۹۳/
فصل هشتم: بازاریابی و تجارت مُد / کارولین اوانز ۱۰۵/
فصل نهم: موزه های مُد و مجموعه ها/ والری استیل ۱۱۹/
فصل دهم: مُد آنلاین / لرد بارلی ۱۲۵/
فصل یازدهم: عکاسی مُد / نانسی هال - دانکن ۱۲۹/
فصل دوازدهم: فندی و ابتکاراتش در زمینه تولید پوشاک برای طبقات
جامعه / سیمونه سرج ۱۴۳/

فصل سیزدهم: خواهران فوتتانو و خلاقیت و ابتکارشان در دنیای مُد /

۱۵۱ / سیمون سرگ رینکاب

فصل چهاردهم: ابتکارات تام فورد در زمینه مُد / الیستار

۱۵۹ / اونیل

فصل پانزدهم: آینده ی مُد / دونا گلتر

۱۶۳ / **فصل شانزدهم:** مُد آینده گرای ایتالیایی / اولریک لیمن

۱۶۹ / **فصل هفدهم:** معرفی جان گالیانو، یکی از تأثیر گذار ترین طراحان مُد

۱۷۵ / در قرن بیستم / مارکتا ایلپورا

بخش دوم: آشنایی بیشتر با برخی محصولات نساجی

۱۸۳ / **فصل هجدهم:** الیاف (فیبرها) / فیلیس تور تور

۱۸۹ / **فصل نوزدهم:** کپ فولکور / لیندام . ولترز

فصل بیستم: پایچی، کسب زیبایی غیر معمول و جلب توجه با رنج و

۱۹۷ / مشقت روشی مردود / دوروتی کو

فصل بیست و یکم: خز، در خدمت طراحی لباس و مُد / جولیا امبرلی

۲۰۵ /

فصل بیست و دوم: آشنایی با پارچه ی گاباردین / روبین

۲۱۳ / ویلیامز

فصل بیست و سوم: لعاب کاری پارچه / روبین ویلیامز

۲۲۱ / **فصل بیست و چهارم:** دستکش / کریستینا استنکوسکی



پیشگفتار (۱)

لباس و پوشاک، در طول تاریخ چنان از شئون مختلف زندگی همچون اعتقادات، آداب و رسوم، سن و جنس، طبقه اجتماعی، شرایط تاریخی و همجواری با کشورهای دیگر اثر پذیرفته و بر آنها مؤثر واقع شده که می توان تمامی فرهنگ و هنر هر کشوری را در پوشاک مردم آن سرزمین جلوه گر دانست. بدین ترتیب پوشاک یکی از بارزترین سمبل های فرهنگی، مشخص ترین مظهر قومی و ملی، معرف توانمندی های هنری و بهترین نشانه فرهنگی کشورهاست. شایان ذکر است شکل گیری و ترکیب پوشاک هر قومی بستگی به عوامل زیادی همچون دین، شرایط و عوامل طبیعی، طراحی و مد، نوع معیشت مسلط و فعالیت های مرتبط با تولید و استفاده از فناوری در طراحی و تولید آنها و در نهایت منزلت اجتماعی گروه های مختلف اجتماعی دارد. هم چنین در بسیاری از جوامع یکی از راه های کسب

منزلت اجتماعی، نوع و شکل پوشاک مورد استفاده مردم است که تا حدی بیانگر قشر و طبقه اجتماعی افراد، میزان رفاه، نوع شغل، تأثیرپذیری و ... است. علاوه بر نقش پوشاک در مسایل فرهنگی و اجتماعی، می توان به نقش و تأثیر غیر قابل انکار آن در مسایل اقتصادی، هم در بعد مصرف خانوار و هم در بعد تولید و اشتغال اشاره کرد. این در حالی است که اصولاً خانوارها در زمان کاهش درآمد، مصرف خود از کالاهای مختلف را کاهش می دهند و سعی می کنند یا از پوشاک قبلی خود و یا از پوشاک ارزان قیمت تر یا دست دوم، استفاده کنند. در هر حال انتخاب و تهیه پوشاک به عنوان یکی از اقلام ضروری و مورد نیاز هر فرد همواره مورد توجه بوده است. گرچه از شرایط زمانی و هم چنین درآمد خانوارها به عنوان عوامل مهم تصمیم گیری برای تخصیص میزان اعتبار لازم، جهت تهیه این کالا یادشده اما به صورت دایم پوشاک در سبد خانوار جایگاه مهمی داشته و دارد. هم چنین در حال حاضر صنعت نساجی و پوشاک در جهان از موقعیت ممتازی برخوردار است. بهره مندی از فناوری نوین، طراحی مطلوب، تنوع در تولید، تنوع طلبی مصرف کنندگان، تبلیغات، فرهنگ سازی و فروش وسیع با ارزش افزوده قابل توجه، از مزایای عمده صنایع نساجی و پوشاک است. آنچه مسلم است با توجه به ارزش افزوده تولید پوشاک، اشتغالزایی و در آمد حاصل از صادرات آن، ضرورت دارد که در ایران نسبت به افزایش توان رقابت در بازار جهانی پوشاک، اقدامات ویژه ای صورت پذیرد. چرا که با وجود قدمت دیرینه صنعت نساجی

ایران، سهم کشور در تجارت جهانی منسوجات تنها حدود ۰/۰۵ درصد و در صادرات جهانی پوشاک فقط ۰/۰۲ درصد است.

نکته مهمی که در سالهای اخیر در خصوص نظام تهیه، تدارک و عرضه پوشاک ایران مطرح است، عدم توجه به استانداردهای فنی و بهداشتی در بسیاری از اقلام پوشاک تولید داخلی و حتی وارداتی است. در این ارتباط در سال های اخیر هجوم روزافزون پوشاک خارجی نو و حتی دست دوم به بازارهای ایران، گسترش زیادی داشته است. هم چنین در حلقه نهایی نظام تهیه و تدارک پوشاک کشور نیز در برخی بنگاه ها به استانداردهای مرتبط با رعایت حقوق مصرف کنندگان و سلامت آنها توجهی صورت نمی گیرد. لذا در صورت عدم اعمال نظارت و کنترل بر نظام تهیه، تدارک و عرضه پوشاک کشور امکان دارد در تولید پوشاک از الیاف و پارچه های نامناسب و مضر برای سلامت جسم و روح انسان استفاده شود که این امر نه تنها موجب از دست رفتن کارکرد واقعی عمر مفید این گونه پوشاک می شود بلکه ممکن است باعث ایجاد مشکلات پوستی و حتی تأثیرات روانی منفی بر مصرف کنندگان آن شود.

لازم به ذکر است هم اکنون بیشتر بازارهای پوشاک کشور از طریق پوشاک وارداتی، و بالاخص قاچاق، تأمین می شوند. به طوری که بخش اعظم بازار عرضه پوشاک کشور در سیطره البسه وارداتی غیرمجاز است که این موضوع موجب رکود و کساد تولید پوشاک در بنگاههای داخلی شده است. بر این اساس در شرایط فعلی تصمیم گیری و اتخاذ تدابیر

و سیاست های مناسب ضرورت دارد. بدیهی است در صورت عدم اقدام و مقابله لازم با این وضعیت، کم شدن ارزش افزوده و در آمد ناشی از تولید پوشاک و به تبع آن اشتغال مربوط به آن از یک سو و ضرر و زیان مصرف کنندگان باتوجه به مصرف محصولات نامرغوب تولید داخلی و وارداتی از سوی دیگر، مشکلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زیادی را ایجاد کرده و خواهد کرد. این شرایط در حالی است که در سالهای نسه چندان دور، تولیدات مرغوب ایرانی توان رقابت با پوشاک مرغوب بازار جهانی را داشته اما باتوجه به علل متعدد، بسیاری از بنگاه های تولیدی پوشاک داخلی در هم شکسته و واحدهای بزرگ تولیدی تبدیل به واحدهای کوچک و بی بهره اقتصادی و واحدهای کوچک، تعطیل یا ورشکسته شده است. در چنین شرایطی تعطیلی بنگاه های تولیدی کوچک پوشاک، امری تعجب آور نخواهد بود. با توجه به این نکته که بخش زیادی از تولید پوشاک در ایران، در مقیاسی کوچک انجام می گیرد. در پایان لازم است از دانشمند محترم و فرزانه، جناب آقای دکتر حسین یآوری و سرکار خانم مروا اصحابی که به همت ایشان، این کتاب ترجمه و توسط انتشارات سایه بان هنر منتشر شده، تقدیر و تشکر به عمل آید و مطالعه آن را به تمامی فعالان عرصه لباس و پوشاک، از ایده تا عرضه توصیه می کنم. چرا که قطعاً گامی مؤثر در جهت افزایش سطح آگاهی های خواننده است.

ابوالقاسم شیرازی

رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک