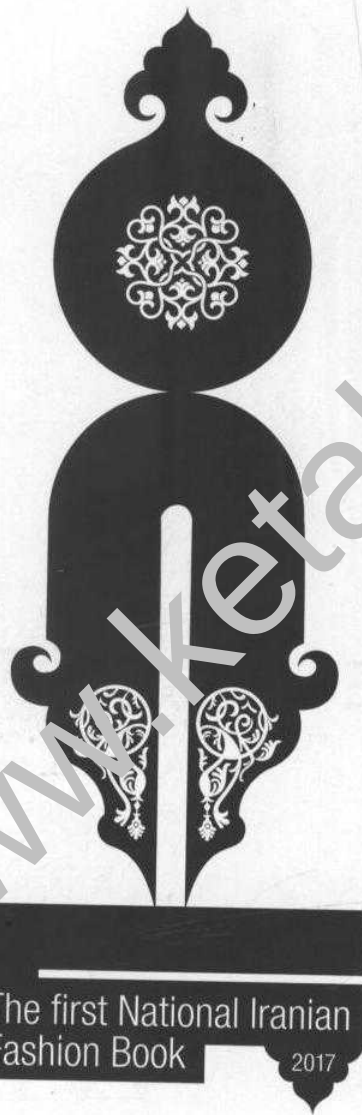


۱۴۷۹۳۳۳



The first National Iranian  
Fashion Book

2017

977AV31

# تاریخچه مد لباس ایران

عنوان و نام پدید آورنده:

استودیوی دیزاین ۵۵ (محمد جعفری مقدم)  
موسسه هنر و لباس ققنوس (یوسف خزائی)

ناشر: چلچله

مشخصات ظاهری: ۱۶۴ صفحه

شابک: ۹۷۸۶۰۰۸۶۲۵۴۰۷

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

رده بندی دیویی: ۵/۶۴۱

رده بندی کنگره: ۰۰۹۵۵/۳۹۱

سرشناسه: محمد جهانی مقدم ۱۳۵۵، یوسف خزائی ۱۳۵۰

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

قطع: رحلے

آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری، بعد از چهارراه سهروردی

بن بست بخشایش، پلاک ۲ واحد ۴

تلفن: ۸۸۴۲۳۴۲۴-۸۶۰۱۹۲۷۴

www.farsmod.com

صاحب امتیاز: موسسه هنر مد و لباس ققنوس

مدیر مسئول: یوسف خزانے

مجری طرح: استودیو ۵۵

دبیر اجرایی: محمد جهانے مقدم

مدیر هنر: استودیو دیزاین ۵۵ / محمد جهانے مقدم

طراح گرافیک: علی کرده

بازرگانه: حسین رسوله

دبیرخانه: شیما پناہے راد، باران قلعه

چاپ و نظارت فنی: بهمن سراج

لیتوگراف، چاپ و صحافی: فرا رنگ آریا

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قطع: رحله

سال انتشار: ۱۳۹۶

شابک: ۹۷۸۶۰۰۸۶۲۵۴۰۷

آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری، بعد از چهارراه سهروردی

پست پخش، پلاک ۲ واحد ۴

تلفن: ۸۸۴۲۳۴۲۴-۰۲۱-۶۰۰۹۲۴

وبسایت: www.farsmod.com

License Holder: Fashion Art Institute of Ghoghnoos

Editor-in-chief: Yousef Kharane

Project Execution: Studio 55

Executive Secretary: Mohammad Jahani Moghadam

Art Director: Studio Design 55 / M. Jahani Moghadam

Graphic Designer: Ali Kordi

Commercial Affairs: Hossein Rasouli, Baran Ghale, Shima Anahirad

Technical Supervision & Print: Bahman Seraj

Print & Binding: Moen

Circulation: 5000 Copy

Size: Rahli

Date of Publishing: 2017

Add: Unit4, No2, Bakhshayesh Al, Vezvae St,

After Sohrevardi crossroad, Motahari St, Tehran

Tel: +98 21 884 234 24 - 860 19 274

Web: www.farsmod.com

www.farsmod.ir



Design Studio 55



موسسه  
هنر مد و لباس  
ققنوس



سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران



وزارت فرهنگ و امور اسلامی



وزارت فرهنگ و امور اسلامی



رنگ در طرح و نقش های صفویه  
Color in the design,s of the Saffavid



تاریخچه پوشاک  
History of wearing



از بوتیک های شانزه لیزه تا خیاط خانه امیریه  
From Shanzelze boutiques to Amiryeh haute



بنیان گذار مد در دنیا کیست  
Who is the founder of fashion in the world?

لباس زنان ایرانی در یکصد سال گذشته  
Iranian women's clothing during the past 100 years



طراحی پوشاک ایران در دوران اشکانی  
Clothing design during the Ashkanid era



تاریخچه چرم و چرم دوزی در ایران  
Leather history in Iran



بنیان گذار خیاطی دستدوز  
Hand made sewing founder





نگاہے کلان به ساخص هائے مد و لباس  
A major look on fashion & clothing features



تاریخچه طراحی مد در جهان  
The most influential fashion designers in the world



بررسی شکل و رنگ چوقائے مردان قوم بختیار  
The study of form & color of Bakhtiary men's Choqa



زرے بافی  
Zari Bafi (Gold weaving)

نشان شیما، قانون ساماندهی مد و لباس  
The rule of organizing in fashion & clothes



روانشناسی و نشانه شناسی رنگ هادر پوشاک  
Psychology & semiology of the color clothes



تاریخچه طراحی مد در یکصد سال گذشته جهان  
The history of fashion design during the past 100 years in the world



لباس کردی از تاریخ تا فرهنگ  
Kurdish clothes from history to culture





## مقدمه

مرور و پایش جریان‌های حاکم بر توسعه، گواه این حقیقت است که در هر عصری متناسب با شرایط و جریان‌های خاص حاکم بر آن عصر، حوزه و فناوری خاصی به عنوان پیشران توسعه در آن عصر محسوب می‌گردد.

آینده پژوهان و اقتصاددانان بر این باورند که دنیای آینده، دنیای رقابت فرهنگی است و عصر فرهنگی نامیده شده است. عصری که از آن جهان فرهنگی نیز نام می‌برند و به تبع آن فناوری‌های فرهنگی دارای مزیت می‌گردند. فناوری فرهنگی فناوری است که در حوزه اندیشه و فکر تولید می‌گردد و خروجی و برونداد آن در قالب صنایع فرهنگی یا محصولات فرهنگی جلوه گر می‌گردد. یکی از مصادیق مهم صنایع فرهنگی، صنعت مد و طراحی است.

این صنعت علاوه بر اینکه کاملاً ارزشی و مبتنی بر ایدئولوژی و فرهنگ است، دارای عددهای بسیار بزرگی نیز هست. صنعتی که اشتغالزایی دارد، صنعتی که سود ارزش افزوده فراوان دارد، صنعتی که تولید انبوه محصول دارد، این امر تا حدی دسترس یافته است که اقتصاد بسیاری از کشورها، در تیول توسعه این صنعت قرار گرفته است. این مهم بیانگر این حقیقت است که کشورهایی که دارای درون مایه عظیم فرهنگی هستند، می‌توانند با برخی هوشمندانه‌ها و بهره‌گیری از فناوری‌های روز، در این حوزه دارای اولویت و مزیت گردند.

مد و لباس به عنوان عاملی در ترویج یک زندگی مقوله‌ای فقط اقتصادی نیست بلکه پرچم فکر و عقیده افراد نیز است. مد و لباس جزء چند صنعت برتر دنیاست و سالانه ۲۰ هزار میلیارد دلار در دنیا گردش مالی دارد و این یعنی، این صنعت، روزهای پر رونق‌تری را نیز در پیش خواهد داشت. سال ۲۰۱۵ هزار میلیارد عدد قابل تأملی است و از آن قابل تأمل‌تر اینکه ما با این همه پیشرفت، هنر و صنعتی در صنعت نساجی و دوخت چقدر از این صنعت میلیاردی سهم داریم؟

"نخستین کتاب ملی مد و لباس ایران" با مشارکت گروهی از نویسندگان و آرتیست‌های فعال صنعت مد ایران و با همکاری سازمان، نهادهای و وزارتخانه‌های کشور و فرهنگ و ارشاد اسلامی، اتحادیه‌ها و اصناف مرتبط با این حوزه به منظور معرفی توانمندی‌های مد و با هدف ایجاد مرجعی قابل استناد جهت علاقمندان به این هنر و صنعت در سه بخش اصلی طراحی، تولید، مصرف و صنایع جانبی مرتبط با مد (در داخل و خارج از کشور) با رویکرد ترویجی اطلاع‌رسانی ملی، حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی اسلامی، هدایت بازار تولید و عرضه محصولات مرتبط با مد بر اساس طرح‌ها و الگوهای داخلی در قالب اقتصاد ملی در جهت ترغیب عموم مردم به استفاده از محصولات ساخت ایران بر اساس مجوز مصوب شماره ۹۴/۳۶۶۳۰ تاریخ ۹۴/۱۰/۲۷ کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط موسسه فرهنگی مد و لباس ققنوس با همکاری و مدیریت هنر استودیو ۵۵ چاپ می‌گردد.



## اهداف کتاب

- ① ترغیب صاحب نظران و فعالان حوزه مد و پوشاک جهت ارائه دستاوردهای علمی و هنری مرتبط.
- ② ارتقاء اطلاعات، اطلاع رسانی، و ایجاد آگاهی در خصوص نوآوری طراحی پارچه و لباس در داخل و خارج از کشور.
- ③ دستیابی به اطلاعات کامل، مربوط و به هنگام به عنوان یک منبع استراتژیک و یک مزیت رقابتی برای حرکت های فرهنگی و هنری.
- ④ با گردآوری بانک ملی اطلاعات، می توان با مصرف کنندگان، تولید کنندگان و خریداران و مدیران بازار یابی و در کل عموم مردم ارتباط و به تبادل اطلاعات پرداخت.
- ⑤ فراهم آوری مسیرهای حمایت از کارآفرینی در قالب طراحی و تولید الگوهای جدید پوشش ایرانی اسلامی
- ⑥ معرفی ایده ها و روش های خلاقانه و استفاده از روش های نوین در زمینه برندینگ، مدلینگ، مارکتینگ و ارتقاء معرفی در میان آن به آحاد جامعه و تاکید بر جنبه های کاربردی آن برای شرکت های ایرانی مدولباس
- ⑦ بکارگیری تکنیک های مختلف تبلیغاتی، بهبود وضعیت فروش شرکت های داخلی مدولباس.
- ⑧ نمایش کارکردهای مارکتینگ در میان شرکت های داخلی و خارجی
- ⑨ ایجاد فضاهای مناسب برای تبلیغات و معرفی شرکت ها و موسسات.
- ⑩ ایجاد انگیزه در بین دانشجویان و محققان در زمینه تحول و پیشرفت در صنایع نساجی و پوشاک.

## مخاطبین کتاب

- ① اساتید، مدرسان و اعضای هیأت علمی دانشگاه ها و پژوهشگاه ها
- ② مدیران، مشاوران و برنامه ریزان ارشد شرکت های دولتی و خصوصی پوشاک
- ③ سرمایه گزاران و فعالان اقتصادی حوزه مد و پوشاک
- ④ تولید کنندگان البسه و پوشاک
- ⑤ فروشندگان عمده و خرده، پوشاک (مردانه، زنانه، بچگانه، مشاغل، چرم و...)
- ⑥ نمایندگان برندهای مطرح پوشاک
- ⑦ صاحبان خانه مد (مزون ها) و طراحان مد و لباس کشور
- ⑧ اتحادیه ها و اصناف و مشاغل مرتبط با صنعت مد و لباس کشور
- ⑨ دانشجویان رشته های طراحی لباس، پوشاک، نساجی
- ⑩ فعالان مدلینگ و مدل های ایرانی، هنرمندان و ورزشکاران
- ⑪ مدیران هنری و طراحان صحنه لباس / سینما / تئاتر / موسیقی و ...
- ⑫ سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی و سازمان سینمایی کشور



### پیام جناب آقائے مرادخانے

تمدن ایران در ادوار تاریخی مختلف دارای سبکے از پوشاک بوده که این الگو بر پایه فرهنگ، هنر، جهان بینی، زیست بوم، شیوه معیشت، اوضاع سیاسی و روابط این سرزمین با سایر فرهنگ ها، تمدن ها، و اقوام شکل گرفته و متضمن درون مایه های است که آن را به عنوان "پوشش ایرانی"، هویت می بخشد.

ساخت و پرداختن به پوشاک برای افراد مختلف جامعه از مهمترین شاخص های تمدن یک کشور است؛ قواعد معنادار که بر پوشاک جوامع ستنی حاکم است منجر به شکل گیری هنجارهایی می شود که با ارزش های جامعه پیوندی مستقیم می یابد؛ به نحوی که هرگز به تغییر قوه... به منزله هنجارشکنی و خروج از چارچوب های ارزشی جامعه تلقی می شود.

اکنون در عصر انقلاب فرهنگی "هستیم. عصری که از آن به "جهان فرهنگی" نیز تعبیر می شود که به تبع آن ناورت های فرهنگی دارای ارزش و جایگاهی خاص می گردند. برون داد این نوع فناوری در حوزه اندیشه و فکر و در قالب صنایع و محصولات فرهنگی جلوه گر می شود.

یکی از مهمترین مصادیق صنایع فرهنگی، صنعت مد و طراحی لباس است. این صنعت علاوه بر اینکه کاملاً ارزشی و مبتنی بر تکنولوژی و فرهنگ است، به عنوان عاملی در ترویج سبک زندگی، نه تنها مقوله های اقتصادی بوده، بلکه نشانگر فکر و عقیده افراد نیز می باشد. تبلور این اندیشه در آثار مکتوب مربوط به این حوزه است.

کتاب ملی مد و لباس ایران که به بررسی تاریخی مد در ایران و جهان و چشم انداز مجامع حمایتی مد و لباس ایرانی و اسلامی، مد و پوشاک اقوام ایرانی، مد و اقتصاد مقاومتی اقدام و عمل و مقالات راهبردی و نوین در حوزه این صنعت بنیادین می پردازد، به عنوان "نخستین کتاب جامع ملی مد و لباس ایران" می تواند گامی اساسی در مسیر تألیف آثار ارزشمند و ایجاد فرهنگ نوشتاری در حوزه لباس اسلامی ایرانی به شمار آید.

معاون امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
علی مراد خانے

## پیام جناب آقائے حمید قبادے

لباس همانند خط، زبان، موسیقی، و معماریے نشانگر هویت مردم یک کشور است. این مولفہ از دوران باستان تا کنون، از اہمیت خاصے برخوردار بودہ است؛ چنان کہ در اوستا و متون مربوط بہ ایران باستان، بہ بہانہ ہائے مختلف از آن سخن بہ میان آمدہ است. متون تاریخے مربوط بہ ادوار باستانے و نیز دورہ اسلامی، از لباس ایرانیان بہ لحاظ جنس و زیبایے بہ تفصیل یاد کردہ و ایرانیان را ملتے خوش پوش دانستہ اند. با گذشت زمان و تبدلات سیارے کہ در زندگے مردمان این سرزمین رخ دادہ، نہ تنہا از اہمیت پوشاک کاستہ شدہ، بلکہ امر بہ جزء چند صنعت برتر دنیا است. ہم اکنون در صد قابل توجہے از ۵۰ برند مشہور و معروف دنیا، چہ بہ لحاظ صریب نفوذ و چہ بہ لحاظ توانایی ہائے مالے مختص برندہائے پوشاک است کہ سالانہ قریب بہ میلیاردہا دلار در بیگردش مالے دارد و این امر نشانگر پرونقے این صنعت است.

کتاب "جامع ملے مد لباس ایران" کہ با مشارکت گروہے از پیشکسوتان و فعالان صنعت مد کشور و با ہمکارے کارگروہ ساماندہے مد و لباس کشور و دیگر سازمانہا، نہادہا و اتحادیہ ہا، و اصناف مرتبط با این حوزہ تدوین گردیدہ، بہ بررسی تاریخے مد و لباس در ایران و جہان، پوشاک اقوام ایرانی، ارتباط مد با اقتصاد مقاومتی (اقدام و عمل) و مقالات راہبردی و نوین این صنعت بزرگ مے پردازد. این کتاب بر آن است تا با ترغیب صاحب نظران و فعالان حوزہ مد و پوشاک جہت ارائه دستاوردهائے علمی و ہنرے مرتبط؛ ایجاد آگاہے در خصوص نوآورے طراحے پارچہ ر لباس، ردائل و خارج از کشور؛ دستیابے بہ بانک اطلاعاتے تولید کنندگان و...؛ فراہم آوردن مسیرہائے حمایت از کارآیندے در قالب طراحے و تولید الگوہائے جدید پوشش ایرانیے اسلامی؛ معرفے ایدہ ہا و روش ہائے خلاقانہ بر بوبین در زمینہ برند، مدل سازے، الگوبردارے و معرفے درست آن بہ آحاد جامعہ و تاکید بر جنبہ ہائے کاربردے آن برای شرکت ہائے ایرانیے مد و لباس؛ بکارگیریے تکنیک ہائے مختلف تبلیغاتے در بہبود وضعیت فروش شرکت ہائے داخلیے مد و لباس؛ ایجاد فضائے مناسب برائے تبلیغات و معرفے شرکت ہا و موسسات؛ و ایجاد انگیزہ در دانشجویان و جوانان در مسیر تحول و پیشرفت در صنایع نساجے و پوشاک ہمچون دایرہ المعارفے کمک رسان ساتید و اعضای ہیأت علمیے شاخہ ہائے مختلف مرتبط بہ حوزہ پوشاک، تولید کنندگان و فعالان اقتصاد مد و پوشاک، طراحان و صاحبان خانہ ہائے مد (مزون داران)، اتحادیہ ہا و اصناف مرتبط با صنعت مد و لباس کشور، دانشجویان رشتہ ہائے طراحے لباس، پوشاک و نساجے، و سایر اقشار دست اندرکار این صنعت باشد.

دبیر کارگروہ ساماندہے مد و لباس  
حمید قبادے

