

۲۳۷۰۴۶۶



www.ketab.ir

سرشناسه: کالدیرین، جی

Calderin, Jay

عنوان و نام پدیدآور: اصول طراحی مُد، هر آنچه طراحان مد باید بدانند / جی کالدیرین؛

ترجمه رؤیا حیدریان.

مشخصات نشر: تهران: کتاب آبان، ۱۴۰۲

مشخصات ظاهری: ۳۹۱ ص. مصور، جدول، ۱۴،۵×۲۱×۳ م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۲۵-۴۷-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: The fashion design reference + specification book:

everything fashion designers need to know every day, [2013].

یادداشت: واژه نامه.

موضوع: طراحی مُد - دست نامه ها

.Fashion drawing -- Handbooks, manuals, etc

پوشاک

Clothing and dress: موضوع

موضوع: مُد

Fashion: موضوع

شناسه افزوده: حیدریان، رؤیا، ۱۳۶۴-، مترجم

رده بندی کنگره: TT509

رده بندی دیویی: ۶۷۲/۷۴۱

شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۳۸۸۳۱

www.ketab.ir

اصول طراحی مد

مؤلف: جی کالدورین

مترجم: رؤیا حیدریان

ویراستاران: محمد رضا سهرابی؛ سونیا درویش پسند

مدیر هنری و طراح جلد: احسان رضوانی

صفحه‌آرایی: آتلیه طراحی گرافیک آبان (مینا معصومی،

فاطمه چهاردولی)

لیتوگرافی: آرمانسا

چاپ و صحافی: نقش نیزار

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۲

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۲۵-۴۷-۸



انتشارات کتاب آبان

تهران | خیابان انقلاب | خیابان فخرروزی | کوچه فاتحی | دایان | شماره ۲ | طبقه همکف | واحد ۱۰

کد پستی: ۱۳۱۴۷۲۳۸۶۶ | شماره تماس: ۰۲۱)۶۶۹۵۵۰۱۲

وبسایت: www.abanbooks.com | پست الکترونیک: info@abanbooks.com



اصول طراحی مد، هر آنچه طراحان مد باید بدانند



۹۷۸۶۲۲۶۰۲۵۴۷۸
۴۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۳۱۹۹۶۲

انتشارات کتاب آبان

۶	مقدمه
۸	۱. تحقیق.....
۱۰	فصل ۱: ارزیابی
۲۲	فصل ۲: نظریه کالکشن
۳۰	فصل ۳: تاریخچه مد
۶۰	فصل ۴: پیش بینی
۷۶	۲. بهسازی (ویرایش).....
۷۸	فصل ۵: طرح پرسش
۸۶	فصل ۶: مودبردها و کتابخانه
۹۲	فصل ۷: تخصص
۱۱۲	فصل ۸: پرو فایل ها
۱۲۰	فصل ۹: بردها، زمان و پول
۱۳۶	۳. دیزاین.....
۱۳۸	فصل ۱۰: رنگ
۱۴۶	فصل ۱۱: منسوجات
۱۶۴	فصل ۱۲: سیلوئت
۱۷۲	فصل ۱۳: اکسسوری
۱۸۶	۴. ساخت و تولید.....
۱۸۸	فصل ۱۴: ترسیم نقشه سه بعدی (رندرینگ)
۲۰۶	فصل ۱۵: الگوسازی
۲۲۴	فصل ۱۶: دوخت
۲۳۲	فصل ۱۷: پرداخت نهایی (پاک دوزی)
۲۴۴	۵. ارتباط.....
۲۴۶	فصل ۱۸: پورتفلیو (نمونه کارها)
۲۵۲	فصل ۱۹: برندسازی
۲۶۰	فصل ۲۰: بازاریابی
۲۶۶	فصل ۲۱: شوی لباس

۶. تکامل ۲۸۰

۲۸۲	فصل ۲۲: سلبی‌تی‌ها
۲۹۲	فصل ۲۳: هنر
۳۰۲	فصل ۲۴: فناوری و پایداری
۳۱۰	فصل ۲۵: آگاهی
۳۲۰	فصل ۲۶: تجربه و آموزش
۳۵۳	قدردانی
۳۵۴	یادداشت‌های مترجم
۳۶۱	شرح اصطلاحات
۳۶۲	واژه‌نامه فارسی به انگلیسی
۳۶۷	واژه‌نامه انگلیسی به فارسی
۳۷۲	نام‌نامه
۳۸۲	نمایه
۳۹۱	درباره نویسنده

www.ketab.ir

مقدمه

این کتاب راهنما به طراحان مُد خواهد گفت که هنر و کسب و کار مُد در نهایت مجموعه‌ای از نمادها و سیستم‌ها هستند. طراح مُد برای برقراری ارتباطی مؤثر میان این صنعت و مشتری باید مجموعه‌ای از اطلاعات و منابع مناسب و درست در اختیار داشته باشد. از آنجاکه مُد، بنا به تعریف، مدام در حال تغییر است، تمرکز این کتاب بیشتر روی توسعه و ارتقای استراتژی‌هایی است که فضایی رقابتی به وجود می‌آورند، البته علی‌رغم جریان غالب زمان. همچنین این راه‌حل‌ها باید بُعد خلاقانه مُد را در نظر بگیرند، محیطی مناسب برای رشد در نظر داشته باشند.

این کتاب از دریچه کارآفرینی به موضوع خود نزدیک می‌شود. حتی در خانه‌های مُد شرکت‌های بزرگ طراحان خود را مستقل می‌دانند نه نماینده شرکت. معمولاً شاخصه‌های مربوط به شغل آنها فقط وابسته به موقعیت‌هایی که در آن قرار دارند نیست، بلکه از روی استراتژی‌هایی که از سوی آنها به کار می‌رود نیز تعریف می‌شود، چه اعتبار و شهرت آنها به دقت برنامه‌ریزی شده باشد و چه به مرور توسعه یافته باشد. این پیشینه‌ها در نهایت محصولی اولیه است که به بسته‌بندی شیک و سیستم‌های تحویل یکپارچه نیاز دارد تا بیشترین تأثیرگذاری را داشته باشد. امروزه، طراحان مُد با طراحی یک مسیر شغلی و همچنین یک کالکشن مواجه هستند.

گویش‌های سبک به اندازه تمامی فرهنگ‌هایی که آنها را پرورش می‌دهند متنوع است. صرف نظر از زبان بومی، تأثیرات طراحی بلندمدت و موفق براساس یک مدار بسته است، چیزی که پیام طراح را به شکلی واضح منتقل می‌کند. طراحان می‌توانند در هر مرحله از این مسیر دایره‌وار استفاده کنند. البته به شرط آنکه دوره را طی کنند، این کتاب هم یک راهنما برای نوآموزان و هم یک راهنمای مرجع برای طراحان حرفه‌ای درگیر با سفارش‌های روزانه این کسب و کار هنری است. هر بخش آن معرف ارتباطی است که طراحان مُد میان ایده‌های اولیه خود و مخاطبی که مایل است به دستیابی آن ایجاد می‌کنند.

این کتاب به صورت خلاصه، در دسترس و قابل حمل طراحی شده است و مطالب آن بناست به عنوان یک کاتالیزور جهت مطالعات و تجربیات بیشتر در نظر گرفته شود. بخش ۱، تحقیق؛ درباره آگاهی از حوزه مُد-گردآوری اطلاعات جهت شناخت مجموعه‌ای از مهارت‌ها و زمینه‌سازی جهت ساخت یک کالکشن منسجم. خودآزمایی دقیق، توسعه وازگان، شناخت

تاریخچه مُد و تکنیک‌های پیش‌بینی که همه آنها برای جذب اطلاعات ویژه پروژه به کار می‌آید.

بخش ۲، ویرایش: برداشتن گام بعدی، پالایش مفاهیم از طریق پروسه‌ای که در طول کار پژوهشی به گردآوری، بررسی، آماده‌سازی و دسته‌بندی اطلاعات می‌پردازد. آماده‌سازی مودِرُد^۲، توجه به تخصص‌ها، مطالعه پروفایل مشتری‌ها و تعیین بودجه برای محدود کردن توجه طراح. بخش ۳، دیزاین: ایجاد یک طرح اولیه، با استفاده از رنگ، منسوجات، شکل سیلوئت^۳، و طراحی اکسسوری^۴. هر تلاشی باید با یک تصمیم آگاهانه پشتیبانی شود - یک طرح دقیق و هدفمند و رویکردی ابتکاری برای یکپارچه‌سازی اجزایی که به یک الگوی اولیه موفق منتهی می‌شوند. بخش ۴، ساخت و تولید: بررسی چگونگی توسعه کانسپت^۵ طی فرایند طراحی با به‌کارگیری تکنیک‌هایی از اجزای اتالگو سازی دوخت و پرداخت نهایی^۶. در طول این دوره، طراح با تولید و تعیین ضوابط کنترل کیفیت موضوعات مختلف را حل و فصل می‌کند. بخش ۵، ارتباط: با تمرکز بر قدرت کلمات، تصاویر و تجربیات در برقراری ارتباط، چگونگی آماده‌سازی کار توسط طراح برای استفاده عمومی را نشان می‌دهد. بخش ۶، طراحی با ساخت یک پورتفولیو^۷، ساخت یک برند، کار با بازار، و نمایش تولید شناسایی و تقویت می‌شود. بخش ۶، تکامل: این بخش چالش‌های طراح برای ایجاد معنا در حین پذیرش تغییر را مد نظر قرار می‌دهد. شهرت، هنر، تکنولوژی و تغییرات فرهنگی جهانی، در کنار تجربه و آموزش شخصی، همگی بر طراحی مُد اثر گذارند. طراحان باید از نقش خود در آنچه یک کالکشن یا لیبِل یا شرکت ارائه می‌کند آگاه باشند. مجموعه مصاحبه‌های انجام شده با مدیران برجسته این صنعت دید تازه‌ای در مورد مراحل توصیف شده در این کتاب ارائه می‌دهد.