

عنوان مقاله:

اثرگذاری نمایشگاه ها و رویدادهای مد و لباس در عرصه طراحی مد

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

فراست قسمتی - کارشناس ارشد، گروه طراحی پارچه و لباس، موسسه آموزش عالی هنر و معماری کمال الملک نوشهر، مازندران، ایران،

خضرااله متاجی

خلاصه مقاله:

بطور کلی میتوان از لباس بعنوان یکی از جلوه های هویت ملی و عناصر مهم فرهنگی در هر جامعه نام برد که بیانگر امنیت و حس تعلق بوده و براساس آگاهی و درک افراد و مواردی همچون تابعیت، قومیت، دین، طبقه فرهنگی و اجتماعی، هر گروه از جامعه را با فرهنگ متمایز نمایان میسازد. امروزه در سطح جهان صنعت مد و لباس از اهمیت فوق العادهای برخوردار است. برپایی رویدادها و نمایشگاه های مد و لباس به منظور افزایش اثرگذاری و اثرپذیری و همچنین رشد اقتصادی در سطح جامعه بسیار حائز اهمیت میباشد. در این پژوهش به شناسایی و ارزیابی اثرگذاری و اثرپذیری نمایشگاه ها و رویدادهای مد و لباس بر مخاطبان با بهره گیری از تکنیک دنپ پرداخته شده است. بدین منظور بر پایه رویکرد نوین دیمتل مبتنی بر فرآیند تحلیل شبکه (دنپ)، از نظرات 10 نفر از خبرگان حوزه طراحی مد و لباس، به شناسایی و بررسی چگونگی ارتباط میان این عوامل و نیز اولویت بندی آنها، استفاده گردید. پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از نوع تحلیلی-کتابخانه ای بود که در سال 1398 انجام شد. جهت گردآوری داده ها، از دو پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و جامعه مورد مطالعه نیز مصرف کنندگان، تولیدکنندگان پوشاک و خبرگان بودند. نتایج این تحقیق نشان داد که از میان 26 معیار مورد تایید خبرگان؛ اشاعه فرهنگی، تفکرات مذهبی، استقلال مالی و فرهنگ به ترتیب دارای اولویت بالاتری نسبت به سایر معیارها میباشد. از پژوهش حاضر میتوان در زمینه برگزاری و کیفیت بخشی به نمایشگاه ها و رویدادهای مد و لباس و همچنین طراحی مد بهره گیری نمود.

کلمات کلیدی:

رویدادهای مد، پوشاک، تکنیک دنپ، رویکرد دیمتل.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1045928>

