

المقدمة:-

منذ أن وجد الإنسان على وجه الأرض أخذ يبحث عما يكسبه جسده و يقيه حر الصيف و برد الشتاء, فاستخدم أوراق الشجر ثم جلود الحيوانات حتى عرف الخيوط و الغزل و النسيج, اذن فتطور الأزياء تم عبر نسق تصاعدي عبر الأزمنة حتى وصل إلى مرحلة الصناعة مع ظهور الثورة الصناعية و انعكاسها على كامل وجوه الحياة الحديثة و كانت صناعة الأزياء من الصناعات التي اكتسبت أولوية نظرا للحاجة المادية و البعد الفني لها .

كما أن فن العمارة يعكس مدى تطور البلاد و غناها , كذلك زي المرء فهو مرآة تعكس الحالة النفسية و الإجتماعية للفرد و تعكس ثقافة الدولة و تراثها .

تعريف تصميم الأزياء :-

هو تطبيق التصميم و علم الجمال او الجمال الطبيعي على الملابس و الإكسسوارات , و يتأثر بالتواحي الثقافية و الإجتماعية للمصمم و البيئة المحيطة كما يلي رغبات المستهلكين في كافة فصول السنة .

عرض الأزياء عالميا :-

قد برزت عواصم للأزياء مثل نيويورك, لندن, باريس, و طوكيو. و وافق ذلك ظهور دور للأزياء تصمم و

تعرض إبتاجها و هنا دخل العالم مجالا جديدا هو مجال عروض الأزياء و قد اشتهرت دور بعينها

مثل شانيل

في فرنسا و فرساتشي في إيطاليا .

عروض الأزياء عروبيا :-

نحن كدول عربية لم تعد هذه التجربة غريبة علينا فقد دخلت مجال الموضة و الأزياء كل من لبنان و الإمارات و الكويت، و هناك أسماء دور عرض عربية مثل (دار كريولا) في رأس الخيمة في الإمارات (و دار الهودج و دار المنصوري) .

تطور الأزياء في السودان :-

ارتبط الزي في السودان بعناصر ثقافية و تاريخية و اقتصادية و بيئية جعله متغيرا من حين لآخر . برغم تباين السودان و تعدد القبائل التي تسكنه باختلاف ازيائها إلا أنه يلاحظ وجود ملامح مشتركة بين تلك الأزياء .

الزبي الرجالي :-

لم تختلف الأزياء الرجالية السودانية قديما عن الأزياء في المدن الأخرى فكان الرجال يرتدون

الصدرية و الرداء و الشال.

في الشمال كان الرجال يرتدون جلبابا مصنوعا من الكتان الأزرق و فوقه زي خارجي يعرف بالزعبوط
بالاضافة لطاقيّة من القماش عليها عمامة. و الخامة الرئيسية كان الدمور من سنار.

الزي النسائي :-

كانت المرأة قديما ترتدي صدر ضيق طويل يصل الى القدمين مع زي خارجي يغطي الكتفين و غطاء
للرأس يظهر الأذنين.

حدث تغيير في العهود اللاحقة فبدأت بتغطية الجزء السفلي من الجسم بما يعرف بالقرقاب و هو اشبه بالمنزرو
ثم تطور الزي الى ما يعرف بالقرن و هو احمر ذو خطوط بيضاء, و ارتدي عليه زي خارجي يسمى بالثوب
من الدمور ثم استبدلت الى الدبلان و الشاش و القطن المستجلب من إنجلترا.

السودان و عروض الأزياء :-

برزت مؤخرا ثقافة عروض الأزياء و الزينة , نتيجة لذلك لمعت اسماء مصممين و مصممات من الذين
تأثروا بثقافة العصر.

بدأ هذا المجال دخيلا على على الثقافة السودانية وكان بدايته لآحفاء ثقافة الأزياء السودانية حيث كان أول عرض أزياء عام 2001 و تمحور مفهوم الأزياء حول الثوب السوداني و ااثواب المناسبات (الحنة و الجرتك) . و وجد المجال رواجا في مجتمع النساء عامة و وسط المذيعات و سيدات المجتمع خاصة . اصبحت عروض الأزياء تقام في (فندق رويال , grand holyday vella , فندق كوروثيا) و هذه العروض يحضرها أشخاص من ذوي الدخل العالي و من المهتمين بالأزياء و تكون إما تطورا للزبي التقليدي او عروض لمصممين معينين .

سوق صناعة الأزياء :-

1/ تصميم الأزياء الراقية: الأكثر خصوصية و الأعلى سعرا و ينتج ملابس مصنعة بالطلب لأغنياء العالم مثل (شانيل - جورجيو أرماني - فالنتينو) .

2/ الملابس الجاهزة: هي مصطلح يطلق على كل الملابس و مكملاتها, و هي ليست مصممة حسب الطلب بل الأزياء صممت لمختلف المستويات . مثال (زارا , H & M) .

3/ سلع الكمالية و الرفاهية: تتضمن الملابس و الأحذية و الحقائق كلها تحت إسم مصمم واحد . مثال (دولتشي اند جابانا, برادا) .

4/ الرفاهية في متناول الأيدي: تركز على تزويد السوق بالسلعة الراقية بسعر أقل لجذب

الطبقة المتوسطة . مثال (تيفاني , huge boss) .

5/ الإتجاه العام: مثال لذلك رالف لورين و كارينا في مصر .

كيفية عرض المنتجات:-

/ العرض المتحرك (fashion show): يضم 21 عارضة و 4 عارضين ذكور، يبدأ العرض بخروج العارضين بفارق زمني و تحمل كل واحدة رقم معين حيث يقوم الجمهور بالضغط على رقم القطعة التي أعجبتهم .

2/ العرض الثابت (Mall): يتم عرض المنتجات في محلات تجارية تبع المركز لفترة محدودة .

تعريف المشروع:-

هو عبارة عن مشروع تجاري ترفيهي ثقافي لتصميم وتنفيذ و عرض الأزياء و التسويق لها . و هو تصميم مفصل يحتوي على كافة المناشط المتعلقة بالأزياء و التجميل

المحاجة للمشروع:-

1 أصبح من الضروري دخول السودان في مجال عرض الزياء حيث أصبح هذا المجال يشكل رافدا

اقتصادي مهما و السودان متأخر في هذا المجال .

2/ لابد من عكس الثقافة السودانية التي تستنكرها بعض الدول من خلال المركز.

3/ نجد الكثير من الأشخاص حالياً يقلدون الموضات الغربية و بذلك تطمس الهوية السودانية و إقامة مركز

كهذا يشجع على إحياء الثقافة و الهوية من جديد .

4/ توفير فرص عمل خاصة للنساء .

حجم المشروع و الشريحة المستهدفة :-

المشروع محلي إقليمي يستهدف الشريحة من 16 عاما فما فوق من الرجال و النساء .

أسباب إختيار المشروع :-

1/ تطوير الزي التقليدي بمفهوم معاصر.

2/ لفت الإلتباه للثقافة السودانية .

3/ المحافظة على الهوية السودانية من خلال الزي و محاربة العادات الدخيلة .

4/ المشروع يعتبر الاول من نوعه في السودان الذي يركز على هذا المجال .

أهداف المشروع الخاصة :-

1/ إن وجود مثل هذه المراكز تساعد على إقامة فعاليات و عروض الأزياء ضمن أماكن أعدت

لها سلفا عوضا عن إقامتها في الفنادق الضخمة.

2/ استقطاب الشباب الحرفي لإنتاج اعمال جديدة.

أهداف المشروع العامة :-

1/ ستكون الدار بمثابة مشروع إستثماري و تعكس وجه حضاري لاسيما و أننا نملك الكوادر المؤهلة لذلك.

2/ تطوير إستراتيجية للتعاون الدولي في هذا المجال.

3/ تأهيل جيل من الواعين بأهمية هذه الصناعة من خلال برامج تعليمية.

4/ إحياء مدينة الخرطوم إقتصاديا و ثقافيا و فنيا.

أهمية المشروع للإجتماعية :-

إجتماعيا تعتبر الموضة أحد عناصر الثقافة و وجود موضة مرتبطة بثقافة المجتمع ضرورة لاي مجتمع يسعى

للحفاظ على هويته و انشاء مركز لتصميم و تنفيذ ازياء هي من صميم الحفاظ على الهوية للبلد.

أهمية المشروع للإقتصادية :-

1/ الحد من البطالة بخلق فرص عمل أكبر لكافة الموارد البشرية من ذكور وإناث.

2/ تخصيص موارد أقل مقارنة بالصناعات الأخرى وقابليتها لتشغيل عمالة بمؤهلات تعليمية منخفضة.

3/ إنخفاض تكاليف التدريب لإعتماده أساساً على أسلوب التدريب أثناء العمل فضلاً عن استخدام التقنيات البسيطة غير المعقدة.

4/ خلق سوق جديد للملابس وتحقيق الإكتفاء الذاتي والتصدير للخارج.

5/ إستقطاب رؤوس الأموال من خلال العروض الجماهيرية.

6/ توفير قدر من العملة الصعبة نتيجة للجذب السياحي للملابس والصناعة المحلية.

أهمية المتسروع السياحية :-

1/ تعتبر صناعة الأزياء من مقومات الجذب السياحي والتركيز على أهمية المعارض المحلية في جذب

الاهتمام الدولي للصناعة المحلية. والاستفادة من خبرات السياح والفنانين في التسويق للمنتجات.

2/ تعرف السائح على ثقافة البلد.

أهمية المتسروع الثقافية :-

هو مرآة تعكس جانبا من جوانب الهوية الوطنية للبلد و تعتبر تراثا وطنيا تحافظ عليها معظم الدول

كجزء من هويتها وأصالة شعوبها و رمزا لعراقتها و حضارتها و تطورها.

بجالات تفعيل المركز:-

1/ إطلاق أزياء خاصة بالمركز.

2/ إستضافة عروض أزياء حديثة و تاريخية من شتى الدول.

3/ إقامة عروض أزياء لمصممين أجانب و توجيع الإعلام إلى الناتج المحلي.

4/ العهد بتصميم أزياء المسلسلات التاريخية و الأفلام.

5/ إقامة مزادات لأزياء المشاهير.

6/ إستضافة عروض ازياء تراثية من خلال الأسابيع الثقافية.

7/ إقامة محاضرات تخصصية عن عالم الأزياء و ثقافة الموضة.

النتيجة المتسرع:-

المشروع ترفيحي إستثماري.

1/ النشاط الاستشاري:-

يتمثل في المحلات التجارية التي تعرض المنتجات التي تم تصميمها و تنفيذها في المركز.

2/ النشاط الترفيهي:-

يتمثل في صالات العرض للجمهور و التصوير و كذلك المطاعم و الكافيهات .

3/ نشاط التدريب :-

عمل دورات تدريبية للمكياج و تصميم الأزياء و الإكسسوارات.

4/ النشاط الإبتاعى :- ينقسم الى:-

1/ التصميم : تصميم الملابس و الأحذية و الحقائب و الأكسسوارات .

2/ التنفيذ : خياطة و قص الأزياء و النقش و الرسم على الأقمشة.

3/ عرض : اقامة عروض أزياء في الدار و عروض خاصة للوكالات و تجهيز العارضات للعرض و التصوير.