

RAFFINÉE

فضاء معرفي وبصري من قلب باريس



أول العدد • 31.10.2024

العدد رقم 2

الحياة الباريسية

عاصمة الجمال والذوق الرفيع

تحقيق حصري عن تأثير الموضة الفرنسية بسحر الشرق

العدد الأول - سبتمبر ٢٠٢٤

عن أفضل
نجوم الإنستغرام

اقرأ آخر مستجدات
فنانيك المفضلين

اتصل بنا

RAFFINÉE MAGAZINE
44 RUE DE VARENNE
75007 PARIS
FRANCE

+33 6 43 77 42 38
editor@raffineemagazine.com
www.raffineemagazine.com

فريق العمل

سارة عباس فنكنستين
رئيس التحرير

إليسا منصور
محرر

ابراهيم الحساني
جرافيكس

المساهمون

إدوارد أندريه
غادة روحاني
سلام الصاير

الإشتراكات

اشترك على الإنترنت

www.raffineemagazine.com
subscribe /

انستغرام
@raffineemagazine



BONJOUR

مرحباً بكم في عالمي الباريسي الساحر!

مرحباً بكم في الإصدار الأول من مجلتنا "RAFFINÉE" المخصصة لاستكشاف أناقة الحياة في مدينة الأنوار، باريس. ندعوكم لرحلة استثنائية إلى عالم الفن، الموضة، الثقافة، وأسلوب الحياة الراقي، حيث نقدم لكم رؤية جديدة وشاملة للتجربة الباريسية.

"RAFFINÉE" هي كلمة فرنسية في صيغة مؤنثة، تُترجم إلى اللغة العربية بمعنى "مصقولة" أو "مرهفة"، ويمكن استخدامها لوصف كل ما هو ذو أناقة ورقي وجمال متقن، حيث تشير إلى طابع رفيع وتفاصيل دقيقة تعكس تميزاً وذوقاً عالياً، وذلك هو بالتحديد ما نسعى لتسليط الضوء عليه في صفحات المجلة. "RAFFINÉE" ليست مجرد مجلة، بل هي صوت عربي أصيل من قلب باريس تحتفي بالحرفية والفن وتسعى لتناول موضوعات شيقة بروح يعيشها القارئ بشكل حقيقي. ومن هذا المنبر نشجع على القراءة والإعلام الورقي، ونسعى للابتعاد قليلاً عن صخب الإنترنت لنقدم لكم مساحة معرفية غنية ومحايدة.

نتطلع إلى أن تكونوا جزءاً من هذه الرحلة معنا، حيث نقدم لكم أينما كنتم بعضاً من عالم باريس بأناقته وسحرها.

SARAH ABBAS FUNKENSTEIN
رئيس التحرير



سحر الشرق إلهام لا ينضب للموضة الفرنسية

إنها تدير حاليًا مدونتها عن المكياج والأزياء لتتبع أحدث الاتجاهات الرائجة. كما أنها تساعد الشباب على صنع دروس فيديو لتعليم تطبيق المكياج. كما أنها أخبرتنا أنها لا تخاف من تجربة أشياء جديدة في الحياة، كيف يشعر العيش داخل جدران وسائل التواصل الاجتماعي - واتباع أحدث موضة؟ أميرة تبرع في أذواق الملابس اليومية.



في عام ١٩١١ أطلق بول بواريه تصاميمه المستوحاة من أزياء الشرق وتحديداً شمال إفريقيا في أجواء شهر يارية وشهر زادية منفردة

شالات الصوفية الدافئة وأمر بنقل صناعة وإنتاج شال الكشمير إلى فرنسا عام 1810 لدعم الناتج القومي المحلي.

بواريه سلطان الموضة الفرنسية

وكان للمجتمع الفرنسي موعد آخر مع أزياء الشرق بعد قرابة مئة مع بدايات القرن العشرين، حيث بزغ نجم مصمم الأزياء الفرنسي الأشهر بول بواريه والذي كان مسحوراً بالشرق حتى لقبه الفرنسيون Sultan de la mode أي سلطان الموضة، حيث أقام عام ١٩١١ حفلة أسطورية أسماها Mille et deuxième nuit أي ألف ليلة وليلة ثانية في إشارة إلى مجموعة الحكايات الشعبية الشرقية الأشهر على الإطلاق لدى الغرب، وفيها دشّن بواريه تصاميمه المستوحاة من أزياء الشرق وتحديداً شمال إفريقيا في أجواء شهر يارية وشهر زادية منفردة، وتشير المصادر إلى أن بواريه أطل على الحضور بزي سلطان من سلاطين العرب، مرتدياً قفطان مركزش بالفرو من الأطراف، وعمامة من الحرير الأبيض، وحزاماً قطنياً أخضر، وخفين مخمليين مرصعين بالجواهر البراقة.

لطالما دغدغ سحر الشرق وثرواته وألوانه وفنونه أجيالاً من الأوروبيين من العصور، وطال هذا السحر الموضة الفرنسية التي باتت مفتونة بأزياء الشرق لتتشكل علاقة خاصة تعود بدايتها للقرن السابع عشر مع تطور التجارة بين فرنسا ودول الشرق الأوسط والشرق الأقصى، حيث بدأت تصل العديد من المصنوعات الحرفية الآسيوية والشرق أوسطية إلى أوروبا وتؤثر على طرق ارتداء الملابس لدى الفرنسيين. فكان لشال الكشمير، على سبيل المثال، والذي برز في شبه القارة الهندية، تأثير طويل الأمد على الموضة الأوروبية منذ أن وجد طريقه إلى فرنسا مروراً بمصر عام 1799 عند عودة الجيوش النابليونية من مصر، ولاقى الشال ترحيباً واسعاً لدى السيدات الفرنسيات اللواتي قمن بتنسيقه مع الفساتين الخفيفة ولبسه على الكتفين في الأيام الباردة، وتذكر المراجع من مثل الشبكة الفرنسية لأبحاث الموضة، أن ثمن الشال كان مكلفاً للغاية، مما دفع نابليون إلى الحد من استنزاف الحوالات المالية الفرنسية التي كانت تُرسل للخارج لشراء ال



ويشير مؤرخو الأزياء الغربيون إلى هذه الحفلة بأنها حفلة الأزياء الأكثر أهمية في كامل القرن العشرين والتي أسهمت في تغيير الأزياء الغربية إلى الأبد. واستمر بواريه بنهل ما شاء من الرموز الفنية لحضارات المنطقة العربية ودمجها في تصاميمه. ومما أعانه في ذلك كانت حالة الجنون السائدة في أوروبا الغربية لكل ما هو فرعوني إثر اكتشاف مقبرة توت عنخ آمون عام 1922، واستغل بواريه هذا الهوس بمصر القديمة فقام بتطويع ما يحلو له من رموز تلك الحضارة الغنية لتصميم أزياء لا تخدم التلايح الحضاري بقدر ما هي ترسم صورة استشرافية فانتازية عن الشرق.

باليه روس: شهرزاد وكليوباترا في باريس

على الرغم من أن ليون باكست لم يكن مصمم أزياء بالأساس بل كان رساماً بارعاً، إلا أن تصميمه لأزياء Russe Ballet باليه روس جعل من تأثيره على الموضة الفرنسية حقيقة ثابتة لا يختلف عليها اثنان، وتماقاً كما بواريه، انغمس باكست، المولود عام ١٧٦٦ في مدينة غرودنو الواقعة اليوم في روسيا البيضاء، في الثقافة والفنون الشرقية، ووظف موهبته لتجسيد جمال الشرق.

الأوسط بألوانه الزاهية والمشرقة، وركز على رسم الأشخاص المرتدين لملابس مبهرجة ومكتظة بالزخارف والألوان ذات الطابع الشرقي، الأمر الذي راق للفرنسيين وزاد من شهرة باكست في فرنسا. وكان باكست قد تلقى تعليمه الفني في مدرسة الفنون الجميلة في باريس وتأثر بالعديد من الفنانين المشهورين في ذلك الوقت، مثل إدوارد مانيه وكلود مونييه وبول سيزان، وصنع باسكت لنفسه اسماً لامعاً كمصمم أزياء وديكورات فرقة باليه روس التي أسسها سيرغي دياغيليف عندما صمم ملابس وديكورات باليه كليوباترا عام 1909، وشهرزاد عام 1910.

وتذكر المراجع أن عرضي كليوباترا وشهرزاد "أيقظا باريس من سباتها الفني" وأذهلا الجمهور الذي ذهب لمشاهدة الأزياء والديكور الذي صار حديث المدينة، ودخلت الأزياء والديكورات الشرقية منازل الفرنسيين وانشرت موجة ورق جدران الحائط ذو الألوان الزاهية والبناطيل النسائية الواسعة المزينة بألوان شهرزاد، وهكذا خلد باكست اسمه في قائمة الفنانين

ومصممي الأزياء المستشرقين الذين قدّموا لفرنسا تصور عن الشرق وأزياءه ممزوجاً بخيالهم وأهوائهم الشخصية.

إيف سان لوران وعشق لامتناهي للمغرب

عندما غامر إيف سان لوران البالغ من العمر 30 عامًا بالذهاب إلى مراكش لأول مرة في عام 1966، لم يكن يعلم أنه سيصبح مفتوناً مدى العمر بالمدينة الحمراء، ولم يرغب عن المغرب كثيراً حتى توالى الزيارات وعاد كثيراً مع رفيقه وشريكه التجاري بيير بيرجي. ووظد علاقته مع مراكش عام 1980 عندما اشترى منزلاً كان ينتمي إلى الرسام جاك ماجوريل، ومن هناك انطلق مصمم الأزياء الأسطوري في تصور العديد من إبداعاته التي أصبحت علامة فارقة في حياته المهنية التي استمرت 40 عامًا، ولا تزال حداثق ماجوريل تحفي إيف سان لوران ومسيرة حياته، وفي عام ٢٠١٠ تم تغيير اسم الشارع الذي تقع فيه حديقة ماجوريل وتسميته بشارع إيف سان لوران، ولا يخفي سان لوران تأثير المغرب على تصاميمه بل ويقر بأن مراكش مدته بالإلهام خلال مسيرته في تصميم الأزياء، ويضيف أن مراكش "فتحت عينيه على عالم الألوان" وأنه يجد في أزياء النساء المراكشيات مزيج من الألوان الزاهية التي يحرص على دمجها بعد ذلك في مجموعاته. وأصبحت المغرب بذلك مملكة إيف سان لوران البوهيمية والتي اعتبرها بنظره مليئة بالغموض والغرابة

وقبل ذلك كانت الرياض وجهته الأولى في الشرق الأوسط والتي استحوذت على إعجابه، ويذكر من زيارته تلك رائحة البخور وألوان الصحراء والتجول في البلدة القديمة والأزقة الصغيرة.

وتطول قائمة مصممي الأزياء الذين وجدوا ضالتهم في دماء الشرق وتناغم ألوانه واقمشته، فلا شك أن الثقافة العربية كان لها تأثير كبير على الأزياء الفرنسية على مر العصور، برزت من خلال عناصر مختلفة مثل الألوان والأقمشة والتصاميم، كما يمكننا رؤية كيف أثرت الثقافة العربية في إثراء وتنوع الأزياء الفرنسية. وأن هذا التأثير لم يكن مجرد تأثير مادي، بل كان أيضًا تأثيرًا ثقافيًا واجتماعيًا حيث أصبحت الأزياء الفرنسية تعكس تفاعلًا حضاريًا بين الثقافات المختلفة، ويبقى هذا الموضوع مصدرًا مهمًا للدراسة والبحث المستقبلي، حيث يمكن أن يساهم في فهم أعمق لتأثير الثقافات المتنوعة على صناعة الأزياء وتطورها على مر العصور.

يُلقب ستيفان رولاند بـ "لورنس العرب" للأزياء لشدة حبه لجمال الشرق الأوسط والثقافة العربية، والجدران المكسوة بالفسيفساء الذهبية واللوحات الجدارية

الأمر الذي دفعه للعودة مراتٍ عدة، معتبراً إياها مكاناً يلجأ إليه المصمم الشاب كلما احتاج إلى إلهام أو خلق تصاميم جديدة، وبعد وفاة سان لوران، قرر شريكه بيير بيرجي تكريمه بافتتاح متحفين باسمه في مدينتين ارتبطت بهما حياته: باريس ومراكش، وافتتح متحف إيف سان لوران في مراكش أبوابه في أكتوبر 2017، ويضم المعرض أعمال سان لوران، ومكتبه للكتب القيمة عن الموضة والتصميم، كما يضم حديقة ماجوريل الآنف ذكرها

رولاند، لورنس العرب للأزياء

ستيفان رولاند اسم يقترن بالأناقة وبالشخصيات النسائية اللامعة في جميع أنحاء العالم، يتميز بإضفاء لمسات من الثقافة العربية حاضرة في مجموعاته، والتي بدورها تعزز مكانته كأحد المصممين المفضلين في المنطقة، ومن الأمثلة على ذلك مجموعته لعام ٢٠٢١ والتي احتل فيها القفطان على مساحة واسعة من تصاميمه المصنوعة في مشغله الباريسي، وفي إحدى لقاءاته الإعلامية صرح رولاند بأنه يُلقب بـ "لورنس العرب" للأزياء لشدة حبه لجمال الشرق الأوسط والثقافة العربية، وذكر أنه انبهر لدى زيارته لمسجدٍ في دمشق وأبهر بجمال الجدران المكسوة بالفسيفساء الذهبية واللوحات الجدارية التي تعكس جمال الطبيعة في تلك المنطقة.



Petit h

فلسفة دار هير ميس إبداع في إعادة التدوير



رؤية جريئة للإبداع
المستدام والفاخر
بإشراف باسكال
موسارد، وريثة
عائلة هيرميس



بين الحرفية التقليدية والابتكار

يتناغم تصميم Petit h بشكل مثالي مع فلسفة Hermès في الجمع بين الحرفية التقليدية والابتكار، حيث يقوم الحرفيون، بالتعاون مع مصممين مشهورين، بإعادة ابتكار المواد بإبداع لا حدود له من خلال طرح تصور مختلف كلياً للمواد المستخدمة في القطع الأصلية، سواء كانت مجوهرات أو حقائب أو مجوهرات أو ديكورات منزلية، فكل قطعة يعاد تصنيعها بدقة متناهية للحفاظ على روحها وأصالتها.



في عالم الأزياء الراقية والسلع الفاخرة الساحرة، تميزت Hermès منذ أكثر من 180 عامًا من خلال خبرتها التي لا مثيل لها وابتكاراتها المستمرة. ومن بين إبداعاتها الرمزية، تجسّد دار Le Petit H نهجاً طليعيًا ومسؤولًا بيئيًا، حيث تترجم فن إعادة التدوير إلى تجربة فاخرة فريدة من نوعها.

فلسفة التجديد

تمثل Petit h، الذي تم إطلاقها في عام 2010، رؤية جريئة للإبداع المستدام، حيث تقوم هذه المبادرة الفريدة من نوعها في عالم العلامات الفاخرة والتي تقودها باسكال موسارد، وريثة عائلة هيرميس، على فكرة بسيطة وخلاقة في ذات الوقت: تحويل المواد والأشياء القديمة من دار هيرميس إلى قطع نادرة تروي قصص منفردة، وبفضل هذه المبادرة يتم منح الجلود عالية الجودة، والحبر الثمين، والخزف الرقيق وغيرها من المواد الفاخرة فرصة جديدة للاستدامة بفضل الخيال اللامحدود للفنانين والحرفيين.

فن إعادة التدوير

إن إعادة التدوير هو الأساس الذي تقوم عليه مبادرة Petit h وعلى عكس عملية إعادة التدوير التقليدية، والتي غالباً ما تُقدم مُنتج عملي ولكن ذو قيمة جمالية وحرفية أقل مما كان عليه، فإن إعادة التدوير لدى هيرميس تقدم منتجات ذات قيمة وجمالية أعلى، ويُترجم ذلك من خلال ابتكار قطع فنية وعملية تتجاوز غرضها الأصلي، فكل قطعة من قطع Le Petit H هي عمل فني فريد من نوعه، يحمل توقيع Hermès من حيث الجودة والجمالية، بينما يحكي قصة ولادة جديدة وتحول مستدام.





Petit h de Hermès هي أكثر من مجرد مجموعة من القطع المُعاد تدويرها: إنها احتفال بالحرفية والابتكار والاستدامة من خلال منح فرصة جديدة للمواد وتحويل النفايات إلى قطع جميلة منفردة. تقدم هيرميس من خلالها رؤية ملهمة للعلامات الفاخرة في القرن الحادي والعشرين لتبني الرفاهية ذات القيمة الجمالية العالية والمسؤولة بيئيًا في ذات الوقت.



دعوة للحلم والتأمل

تُعرض مجموعات Petit h في فعاليات متنقلة في جميع أنحاء العالم، مما يتيح لعشاق الفخامة فرصة نادرة لاكتشاف هذه الإبداعات الاستثنائية، ويتم تصميم كل معرض كتجربة فنية تدعو الجمهور للتفكير في قيمة الأشياء وجمال التجديد، حيث يتم تشجيع الزائرين على النظر إلى ما وراء المظهر الأولي للمواد وتقدير البراعة والحرفية التي استُخدمت في ابتكار كل قطعة.

الالتزام بالمسؤولية البيئية

تُعد مبادرة Petit h جزءاً من جهود العلامة الفاخرة هيرميس للتنمية المستدامة، مما يعكس التزامها بحماية البيئة من خلال منح المواد حياة ثانية مستدامة، و تسعى هذه المبادرة للتقليل من النفايات وتحقيق الاستفادة القصوى من الموارد المتاحة لتقدم بذلك تصور أنيق وفاخر للتحديات البيئية المعاصرة، مما يؤكد على التناغم والانسجام بين الفخامة والمسؤولية البيئية.

Petit h de
Hermès
هي أكثر من
مجرد مجموعة
من القطع
المُعاد تدويرها،
إنها احتفال
بالحرفية
والابتكار
والاستدامة



كرسي الخيزران ابداع حرفي عريق

أيقونة المقاهي الباريسية

كرسي الخيزران الباريسي الأنيق، والذي يمكن التعرف بسهولة وتمييزه من بين كافة كراسي المقاهي الأخرى، نراه في كل المقاهي الباريسية على الأرصفة، منتظرًا الزبون المتذوق للـ café crème في يوم مشمس، أصبح اليوم رمزاً لهوية باريس، وبحسب ألوانه، أصبح كذلك رمزاً لبعض مقاهيها الشهيرة، فكرسي الخيزران يتزين باللونين البورдо والأخضر في مقهى Café de Flore الشهير في جادة سان جيرمان، وباللونين الكريمي والأخضر في مقهى Deux Magots المجاور.

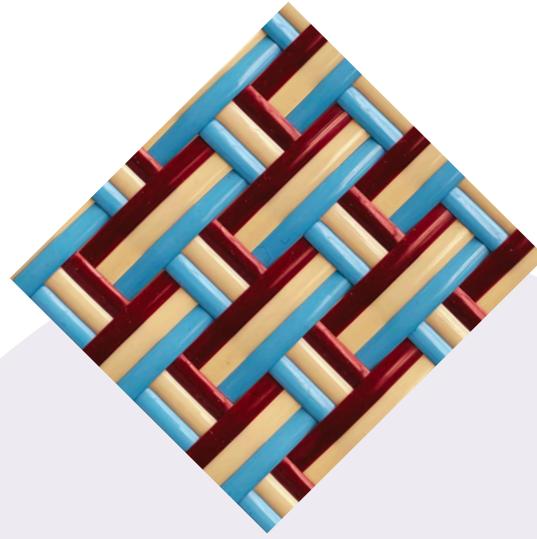


بدأت صناعة كراسي المقاهي الباريسية المصنوعة من القش في القرن التاسع عشر في عهد الإمبراطور نابليون الثالث ومهندس المدنى الفرنسى الأشهر على الإطلاق البارون جورج أوجين هوسمان

تعتبر كراسي المقاهي الباريسية المصنوعة من القش جزءاً لا يتجزأ من تراث وثقافة المقاهي الفرنسية، فهي ليست مجرد أثاث عملي، بل تمثل هوية جمالية فريدة ارتبطت بالمقاهي الفرنسية وأصبحت رمزاً للثقافة والجاذبية الباريسية.

وبدأت صناعة كراسي المقاهي الباريسية المصنوعة من القش في القرن التاسع عشر، وتحديداً في عهد الإمبراطور نابليون الثالث ومهندس المدنى الفرنسي الأشهر على الإطلاق البارون جورج أوجين هوسمان، حيث تم تصميم هذه الكراسي بأسلوب فريد يميزها عن غيرها، حيث يستخدم القش كمادة خام أساسية للتأكد من أنها خفيفة الوزن وقابلة للحركة، مع الحفاظ على صلابتها، علاوةً على قدرتها على تحمل أشعة الشمس والماء ودرجات الحرارة المتغيرة على مدار السنة.

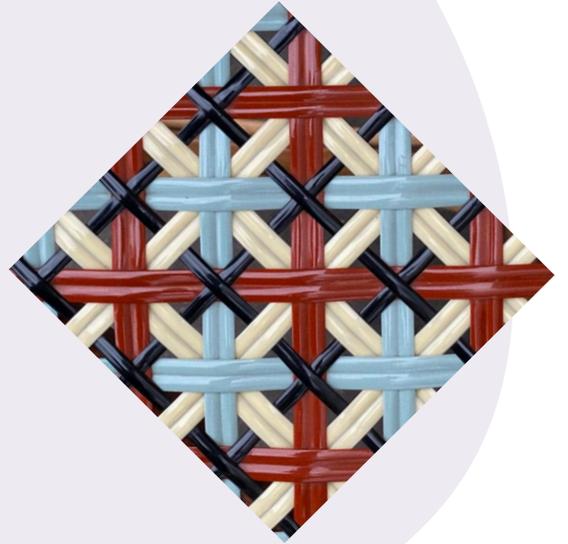
وتساهم كراسي المقاهي الباريسية المصنوعة من القش في خلق هوية جمالية فريدة للمقاهي الفرنسية وتضفي لمسة من السحر والأناقة على المكان وتجعل المقهى مكاناً مريحاً وجميلاً للاستمتاع بفنجان من القهوة أو كوب من الشاي، كما تعتبر كراسي المقاهي الباريسية رمزاً للحياة الاجتماعية والثقافية في باريس، ويعتبر وجودها في المقاهي أحد أوجه الحفاظ على التقاليد والتراث الفرنسي.



ويستغرق صنع الكرسي الواحد من 5 إلى 8 ساعات حسب التصميم المطلوب، ويعمل على كل كرسي ستة أو سبعة حرفيين لإتمام مراحل التصنيع المختلفة. وتعتبر شركتي Gattig Drucker الأكثر شهرة وعراقةً في مجال تصنيع كراسي المقاهي الباريسية المصنوعة، حيث تأسست الأولى عام ١٨٨٥ والأخرى عام ١٨٩٠.

يستغرق صنع الكرسي الواحد من 5 إلى 8 ساعات حسب التصميم المطلوب

ويتطلب صنع كرسي الخيزران الباريسي ست مراحل ضرورية، حيث يقوم الحرفيون أولاً بإعداد عصي القش التي ستستخدم في صنع الكرسي، ليتم قطعها وتلوينها وثنيها حسبما يتطلب التصميم، وبعد ذلك تأتي مرحلة نسج المقاعد ومساند الظهر، ومن ثم يتم تركيب الأجزاء المختلفة من خلال لفها بحلقات متينة من القش، وذلك قبل مرحلة الورنيش أو التلميع النهائية.



ولا زالت كلتا الشركتين تزود مقاهي باريس بالكراسي وتضيف لمسة خاصة على أروقة باريس حتى بات من المستحيل تخيل مدينة النور دون هذه الكراسي التي تدعو المارين إلى الجلوس واتشاف فنجان قهوة والاستمتاع بمظاهر الحياة التي تملأ شوارع المدينة.



هل تفسر
"نظرية المكان الثالث"
سر جاذبية باريس؟



علاوة على ذلك، تعتبر الأسواق المفتوحة والشوارع المخصصة للمشاة في مناطق مثل "لو ماريه" و"سان جيرمان" فضاءات حيوية تتيح للناس التفاعل وتبادل الأفكار والثقافات. في هذه المناطق، يمكن للزوار التسوق من الباعة المحليين، أو الاستمتاع بالمعارض الفنية في الهواء الطلق، أو المشاركة في الفعاليات الثقافية والمهرجانات، ويُعد "مارشيه ديزانفان روج" في حي لو ماريه أقدم سوق مغطى في باريس ويقدم تجربة فريدة تجمع بين الطعام والترفيه والتفاعل الاجتماعي.

كما أن باريس تحتوي على مكتبات عامة متميزة مثل "مكتبة ريشليو" و"مكتبة مازاران" التابعة لمعهد فرنسا، واللذان توفران فضاءات مريحة للدراسة والقراءة وتنظيم الفعاليات الثقافية، وتُعد المكتبات الباريسية مكاناً مثالياً للطلاب والمثقفين والأسر لقضاء وقت مفيد وتعليمي، مما يعزز من دور المكان الثالث في نشر المعرفة والثقافة.

من خلال هذه الفضاءات المتنوعة، تُظهر باريس كيف يمكن للمكان الثالث أن يساهم في تحسين نوعية الحياة وتعزيز الروابط الاجتماعية في مدينة كبيرة ومزدحمة، هذه الأماكن لا توفر فقط فضاءات للتفاعل الاجتماعي فقط، بل تساهم أيضاً في تعزيز الهوية الثقافية للمدينة ودعم الاقتصاد المحلي، وتُعد باريس، بفضل تنظيمها الحضري الفريد واهتمامها بتوفير فضاءات عامة مفتوحة وشاملة، نموذجاً يُحتذى به في تطبيق نظرية المكان الثالث بشكل فعّال ومستدام.



الاقتصادية لزيارته ويعزز هذا الشمول التفاعل بين مختلف فئات المجتمع ويقلل من الحواجز الاجتماعية، كما يمتاز المكان الثالث بسهولة الوصول من الناحية الجغرافية والاقتصادية، بحيث يمكن للناس زيارته دون عناء كبير وغالباً ما يتواجد في وسط المدينة أو عند ملتقى الطرق الرئيسية.

باريس نموذج مثالي للمكان الثالث

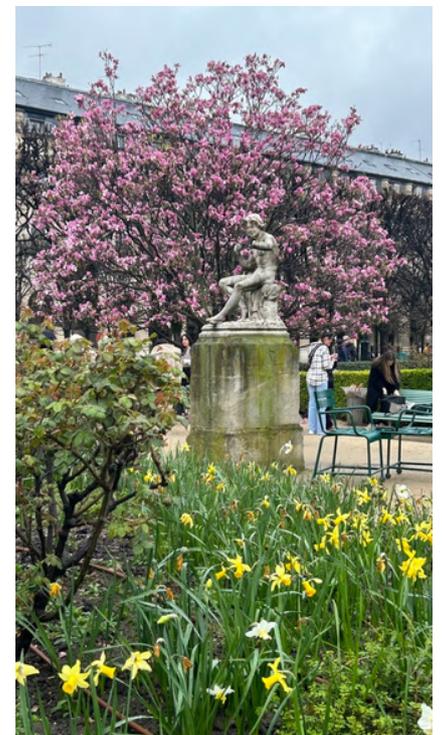
تُعد باريس نموذجاً مثالياً لتطبيق نظرية المكان الثالث، حيث تزخر المدينة بالعديد من الفضاءات العامة التي تجسد هذه النظرية بشكل عملي وفعال، وتشتهر باريس بمقاهيها العريقة التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للباريسيين، حيث يمكن للأفراد في هذه المقاهي الاستمتاع بقراءة الصحف، أو الانخراط في محادثات عفوية مع الأصدقاء أو حتى الغرباء، أو ممارسة هواياتهم في بيئة مريحة ومفتوحة، ومن أشهر هذه المقاهي، "كافيه دي فلور" و"ليه دو ماغو" في حي سان جيرمان، حيث كان يتجمع الكتاب والفلاسفة والفنانون لمناقشة الأفكار وتبادل وجهات النظر. إلى جانب المقاهي، توفر الحدائق العامة مثل "حديقة لوكسمبورغ" و"حديقة التويلري" مساحات واسعة للاسترخاء والمشي والتفاعل الاجتماعي، وتتيح هذه الحدائق للزوار فرصة الاستمتاع بالطبيعة والمشاركة في الأنشطة المختلفة مثل اليوغا أو الجري أو حتى مجرد الجلوس على مقاعد الحديقة والتأمل، وتساهم هذه المساحات الخضراء في إضفاء طابع جمالي طاغي على المدينة حتى أصبحت جزءاً أساسياً من هويتها.

في زمن التكنولوجيا المتقدمة وتزايد العزلة الاجتماعية، تبرز أهمية الأماكن التي توفر تفاعلاً اجتماعياً إيجابياً بعيداً عن ضغوط الحياة اليومية. "نظرية المكان الثالث"، التي طرحها عالم الاجتماع راي أولدنبرغ في كتابه "The Great Good Place" عام 1989، تقدم إطاراً لفهم هذه الفضاءات التي تتيح للناس التواصل والتفاعل بحرية وإيجابية. تُعتبر هذه النظرية ذات أهمية كبيرة في الوقت الحالي، حيث تعيد تعريف كيفية بناء العلاقات الاجتماعية وتعزيز المجتمع.

ما هو المكان الثالث؟

المكان الثالث هو مصطلح يشير إلى الأماكن العامة غير المنزل، باعتباره المكان الأول، وغير العمل باعتباره المكان الثاني، حيث يمثل المكان الثالث أي مساحة عامة يمكن للأفراد الالتقاء فيها لقضاء وقت للراحة أو الاستمتاع أو تناول المشروبات أو قراءة الجريدة أو تأمل المارين دون هدف محدد، وتشمل هذه الأماكن المقاهي، والمكتبات، والحدائق والمساحات العامة التي توفر بيئة مريحة ومرنة للتفاعل الاجتماعي، مما يساهم في تعزيز الشعور بالراحة والاسترخاء من جهة وتعزيز جاذبية المدينة لما تحتويه هذه الأماكن عادةً من معالم تاريخية أو مباني جمالية أو نوافير وحدائق خلّاقة.

و من أهم خصائص المكان الثالث أن يكون مفتوحاً ومتاحاً للجميع بغض النظر عن الخلفية الاجتماعية أو





الأحمر

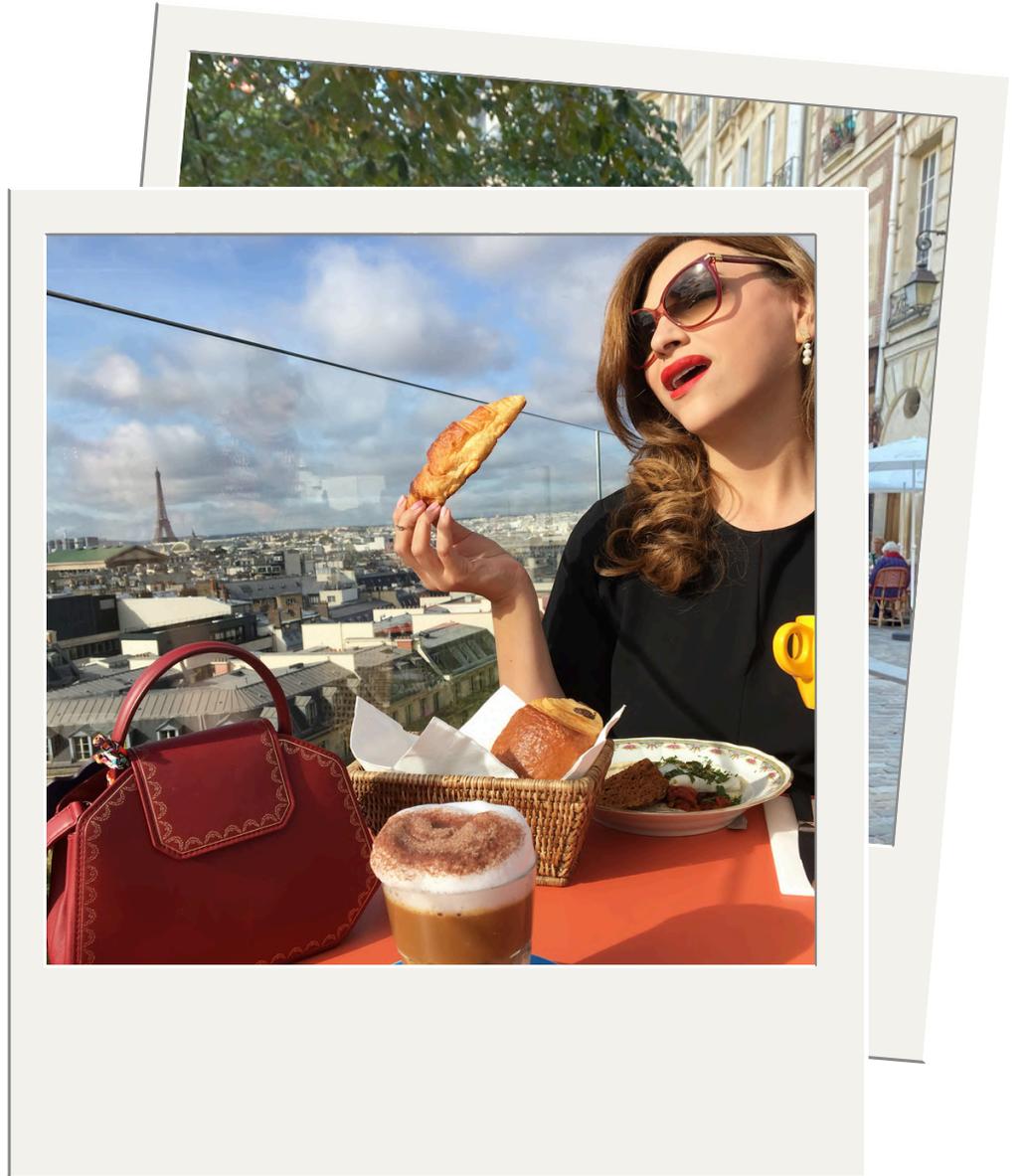
هدى بيوتي
أحمر شفاه مطفي باور بوليت



هدى بيوتي



ا بسام فتوح
هيفا ليبس

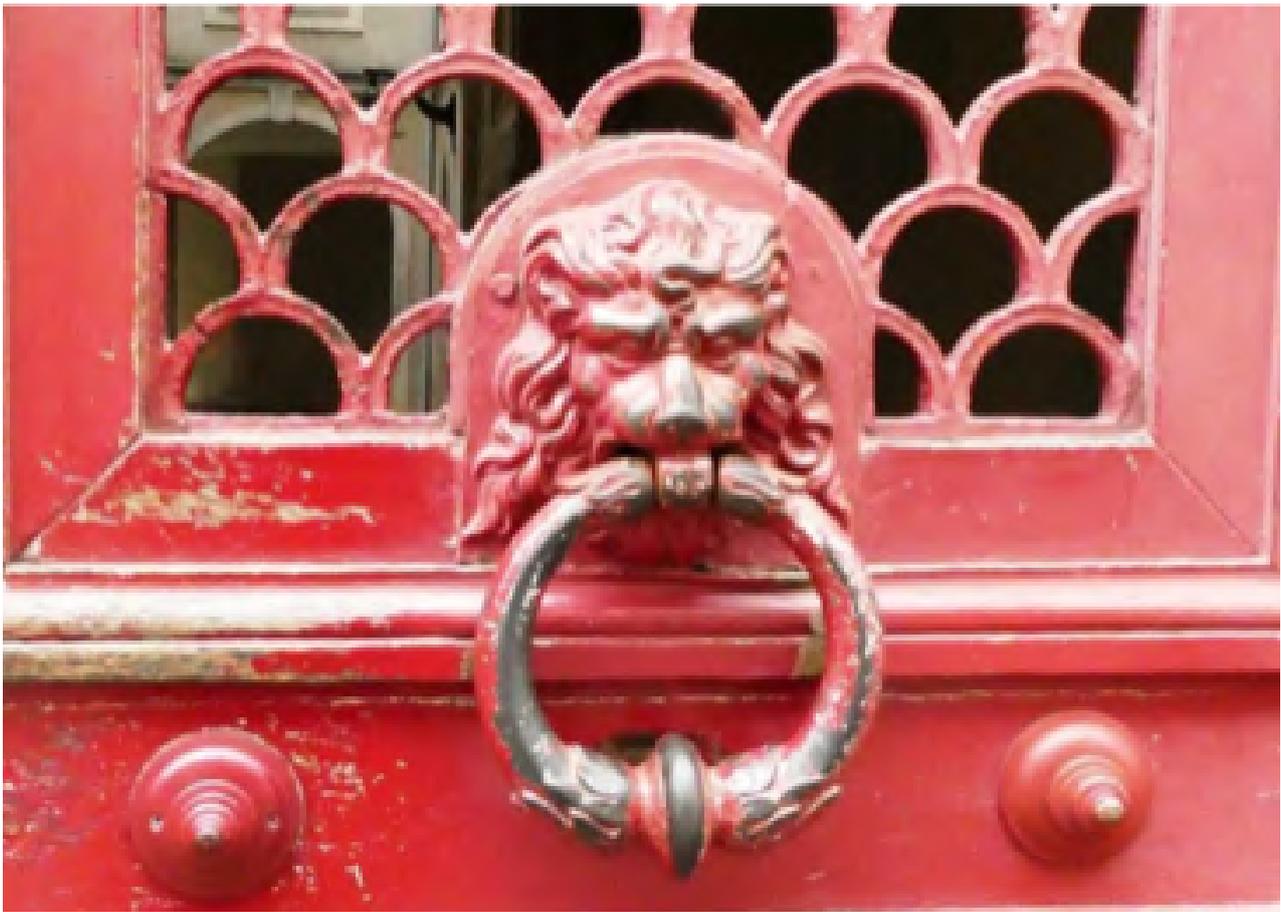


سامى خزامي
صوفيا



من الطارق؟

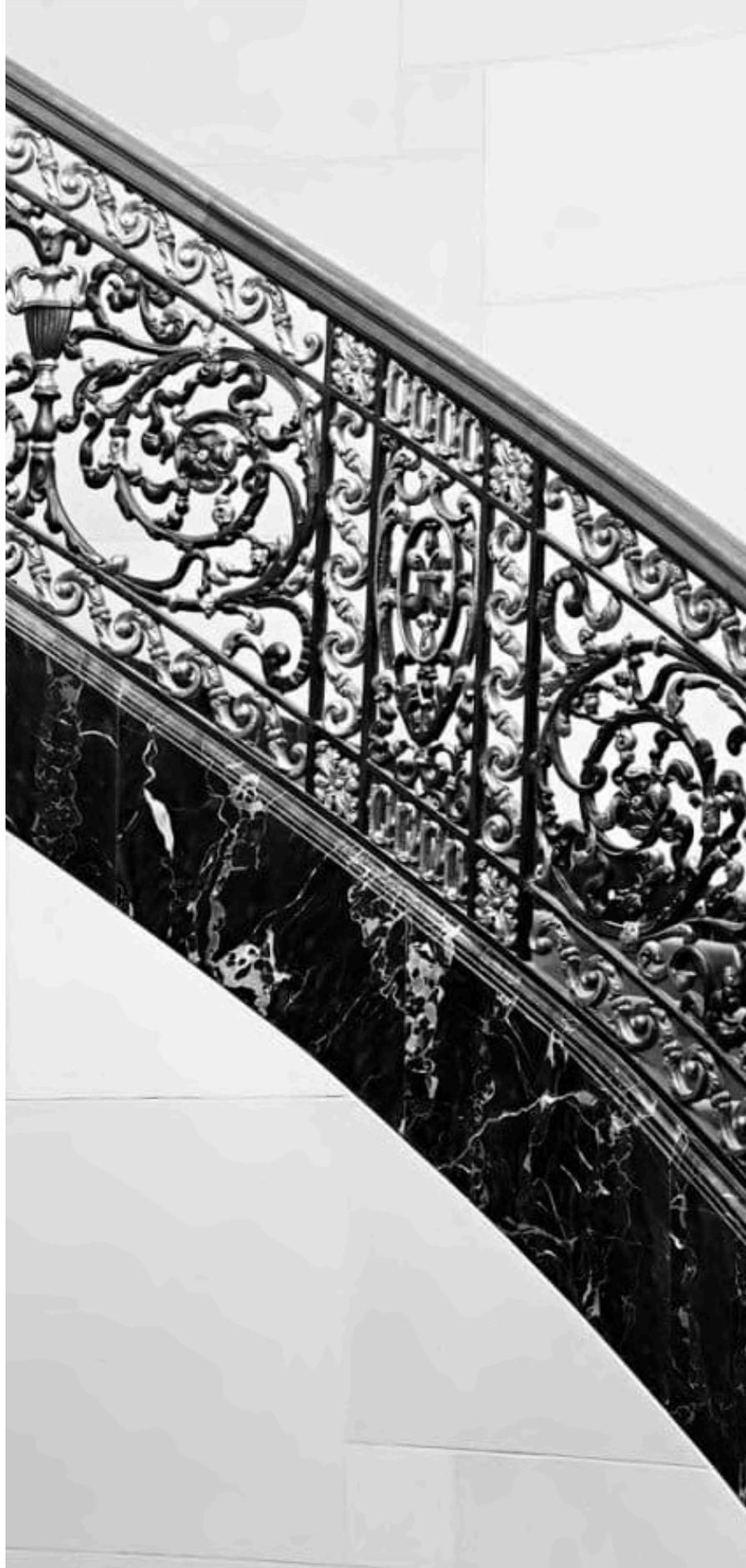
مطرقة الباب في المباني الباريسية تعتبر من العناصر الجمالية الفن المعماري الفرنسي، ووظيفتها لا تختلف عن المطارق التقليدية التي كانت تعلق على أبواب المباني القديمة وتستخدم من قبل الزوار للإعلان عن حضورهم، يمكن أن تأخذ هذه المطارق أشكالاً وتصاميمًا مختلفة، من الحلقة البسيطة إلى تصاميم أكثر تعقيدًا تُصوّر في كثير من الأحيان شخصيات خرافية أو حيوانات أو رموزًا أو نقوشًا نباتية، وغالبًا ما يتم صنعها من المعدن، عادة من النحاس، مما يضفي عليها متانة وجاذبية. وبالإضافة إلى وظيفتها العملية التي باتت في اندثار، لا تزال تُعتبر مطرقة الباب في باريس عنصرًا فنيًا يسهم في سحر العمارة في المدينة، يتم اختيارها أحيانًا بناءً على النمط المعماري للمبنى أو الباب الذي يتم تثبيتها عليه، ويعود استخدام مطارق الأبواب إلى عدة قرون، ويمكن للعديد من الأمثلة القديمة أن تظهر في أحياء باريس التاريخية. تضيف هذه القطع الفريدة لمسة من الأصالة والتاريخ إلى أبواب المدينة. تجولي معنا في شوارع باريس واستمتعي بالنظر إلى بعض المطارق ذات التصميم الفريد.







الأسود عندما يرويه سان لوران



غالبًا ما يتم الاحتفاء بإيف سان لوران، مصمم الأزياء الفرنسي الأسطوري، لتأثيره العميق على الموضة في القرن العشرين، ومن بين إسهاماته العديدة، يبرز شغفه باللون الأسود كعنصر محدد لرؤيته الجمالية، حيث أصبح اللون الأسود على يد سان لوران تعبيرًا عن الرقي والأناقة والتمرد إلى حد ما بعد أن أعاد تعريف دوره في الموضة.



كانت إحدى إسهامات سان لوران المهمة في عالم الموضة هي قدرته على إضفاء الطابع الديمقراطي على الأزياء الراقية، بمعنى أنه جعلها في متناول شريحة أكبر من السيدات، فقد كان يؤمن بجعل الملابس الجميلة في متناول الجميع، ولعب اللون الأسود دورًا حاسمًا في هذا المسعى، فأثارت بساطة اللون الأسود وتعدد استخداماته تصاميم يمكن أن تكون أنيقة وبأسعار معقولة، وكان ذلك هو هدف سان لوران من إطلاق خطه للملابس الجاهزة "ريف غوش" في عام 1966 هذه، حتى أصبحت الفساتين والسترات والسراويل السوداء من هذا الخط من القطع الأساسية في خزائن الملابس النسائية، مما أضفى إحساسًا بالأناقة التي كانت حكرًا في السابق على أزياء الهوت كوتور.



يعكس شغف سان لوران باللون الأسود أيضًا فهمه للأبعاد الثقافية والنفسية للون، فاللون الأسود، المرتبط تقليديًا بالحداد والوقار، أعاد سان لوران تفسيره كلون يعبر عن التمرد والحرية والتمكين، وواكبت هذه التوجهات الوضع العام السائد في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، فأصبح اللون الأسود زي المثقفين والطلّيعيين، ورمزًا للتيارات المعاكسة والثائرة على الأنماط التقليدية في التفكير والتعبير، ومن خلال تبني سان لوران للون الأسود، انحاز سان لوران إلى هذه الحركات، ووضع علامته التجارية في طليعة التغيير الثقافي.

وعلاوة على ذلك، كان استخدام سان لوران للون الأسود مستوحى من افتتانه بالفن والأدب، فقد استوحى إلهامه من أعمال فنانيين مثل بيت موندريان وكتّاب مثل مارسيل بروست، الذين استكشفوا موضوعات الظلام والنور، وكان هذا الحس الفني واضحًا في مجموعاته حيث كان اللون الأسود بمثابة خلفية للأشكال الجريئة والأنسجة المعقدة واللمسات الزاهية، وقد خلق التفاعل بين اللون الأسود والعناصر الأخرى في تصاميمه شاعرية بصرية هائلة وفخمة في آن واحد.

كما كان أسلوب سان لوران الشخصي يعكس أيضًا ميله إلى اللون الأسود، فغالبًا ما شوهد وهو يرتدي بدلة سوداء بسيطة، وكانت اختياراته في ملابسه دليلًا على إيمانه بقوة البساطة والأناقة، وأصبحت خزانة ملابسه الخاصة امتدادًا لفلسفته في التصميم، مما يوضح كيف يمكن أن يكون اللون الأسود تعبيرًا عن الأناقة والأناقة في آن واحد.



منذ سنواته الأولى، ارتبطت علاقة سان لوران بالأزياء مع ولعه باللون الأسود، وولد إيف هنري دونات ماتيو سان لوران في عام 1936 في وهران بالجزائر، وأظهر اهتمامًا مبكرًا بالفنون والأزياء. بدأ مسيرته المهنية بخطوات واثقة كان أولها في دار كريستيان ديور، حيث عُيّن مصممًا رئيسيًا في حين لم يتجاوز الواحد وعشرين عامًا، وقد صقلت السنوات التي قضاها في ديور مهاراته وعزّفته على مشهد الموضة الباريسي، وبالرغم من أن كان اللون الأسود يُستخدم في كثير من الأحيان، ولكنه نادرًا ما كان في الطليعة كسيد الألوان في عالم الموضة.

ووضع سان لوران بصمته الهامة باللون الأسود مع تقديمه لبدلة التوكسيدو "لو سموكينغ" في عام 1966، فقد قلب الموازين التقليدية للبدلة الرسمية الرجالية وأعاد تصميمها للسيدات، متحديًا بذلك المعايير الجنسانية والقواعد المجتمعية، كانت "لو سموكينغ" أكثر من مجرد قطعة ملابس؛ فقد كانت رمزًا لتمكين المرأة من خلال منحها خيارات في الموضة أكثر من أي وقت مضى، فالخطوط الأنيقة والخياطة الحادة والاستخدام الجريء للون الأسود كان يعبر عن القوة والريادة والأنوثة في آن واحد، وأصبحت البدلة الرسمية قطعة أيقونية حتى ارتبطت بالتحريروالحدائث في الستينيات والسبعينيات.



امتد استخدام المصمم للون الأسود إلى ما هو أبعد من "لو سموكينغ"، فطوال مسيرته المهنية، استخدم سان لوران اللون الأسود باستمرار لابتكار أزياء خلاقية وكلاسيكية، فلم يكن الأسود بالنسبة له مجرد لون، بل كان أداة يمكنه من خلاله التعبير عن حالات جمالية متعددة في الموضة، فأصبح الأسود بين يدي سان لوران رومانسيًا وغامضًا، أو صارخًا وبسيطًا، أو فاخرًا ومترفًا، ونجح سان لوران في إعادة تعريف ما يعنيه اللون الأسود وابتكاره مرارًا وتكرارًا.

للون في عالمه الجمالي. كان استخدام اللون الأسود في الإكسسوارات مكملاً لملابسه، مما خلق إطلالات متناسقة تتسم بالحدأة والكلاسيكية في ذات الوقت.

ساهم شغف سان لوران باللون الأسود في إضفاء الطابع الديمقراطي على الأزياء الراقية فجعلها في متناول شريحة أكبر من السيدات



العطر برائحته الغنية والقوية في زجاجة سوداء ملفتة للنظر. ليؤكد بهذه الخطوة على ارتباط اللون الأسود بالغموض والجادبية.

يرتبط إرث سان لوران الدائم في عالم الموضة ارتباطاً وثيقاً باستخدامه المبتكر للون الأسود. فقد حوّل الأسود من لون بسيط إلى رمز معقد للأناقة والقوة والتمرد. ومن خلال تصاميمه أصبح الأسود لوحة متعددة الاستخدامات، قادرة على التعبير عن مجموعة واسعة من الدلالات. لقد ترك شغف إيف سان لوران باللون الأسود بصمة لا تمحى في صناعة الأزياء، مما يعزز الدور المركزي

ويستمر العديد من المصممين المعاصرين في استلهام تصاميمهم من استخدامه للون الأسود. مدركين جاذبيته الدائمة وتعدد استخداماته. ولا يزال الأسود عنصراً أساسياً في عالم الموضة، وهو شهادة على نهج سان لوران ذي الرؤية الثاقبة. علاوة على ذلك، لم يقتصر شغف سان لوران باللون الأسود على الملابس فقط، فقد كانت إكسسواراته، من الأحذية إلى حقائب اليد إلى المجوهرات، تتميز في كثير من الأحيان باللون الأسود، مما يعزز الدور المركزي للون في عالمه الجمالي. كان استخدام اللون الأسود في الإكسسوارات مكملاً لملابسه، مما خلق إطلالات متناسقة تتسم بالحدأة والكلاسيكية في ذات الوقت.



وامتد تأثير سان لوران باللون الأسود إلى عالم العطور، فقد كان إطلاق عطره "أوبيوم" في عام 1977 خطوة جريئة وخارجة عن المألوف فاختر تغليف هذا



للون في عالمه الجمالي. كان استخدام اللون الأسود في الإكسسوارات مكملاً لملابسه، مما خلق إطلالات متناسقة تتسم بالحدأة والكلاسيكية في ذات الوقت.

ماذا لو كان للأزياء مذاق خاص

ساهم شغف سان لوران باللون الأسود في إضفاء الطابع الديمقراطي على الأزياء الراقية فجعلها في متناول شريحة أكبر من السيدات



للون في عالمه الجمالي. كان استخدام اللون الأسود في الإكسسوارات مكملاً لملابسه. مما خلق إطلالات متناسقة تتسم بالحدثة والكلاسيكية في ذات الوقت.

ساهم شغف سان لوران باللون الأسود في إضفاء الطابع الديمقراطي على الأزياء الراقية فجعلها في متناول شريحة أكبر من السيدات



للون في عالمه الجمالي. كان استخدام اللون الأسود في الإكسسوارات مكملاً لملابسه، مما خلق إطلالات متناسقة تتسم بالحدأة والكلاسيكية في ذات الوقت.

ساهم شغف سان لوران باللون الأسود في إضفاء الطابع الديمقراطي على الأزياء الراقية فجعلها في متناول شريحة أكبر من السيدات



تيريزا

مقابلة مع لمياء محمد

ما الذي يلهمك؟

أسرتي مصدر إلهامي، وصديقاتي سارة وأميرة، وكلبي بوفي، وزملائي في المدرسة.

كيف تختلفين في الحياة الواقعية؟

إن شخصيتي هي نفسها في الحياة الواقعية وعلى وسائل التواصل الاجتماعي. أذهب إلى المدرسة، وأحب احتساء القهوة، والخروج للتنزه مع أصدقائي. ويُصادف أنني أوثق كل ذلك بالصور.

ما هو الذوق الذي تفضليه؟

أنا أحب الملابس المريحة كثيرًا، والأحذية الرياضية بدون كعب (مذكور في ص 8)

