



عنوان مقاله:

رشد صنعت پوشاک با رویکرد مد پایدار

پردیس خیراللهی

دانش آموخته، گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران

Email: pardiskheirolahi@chmail.ir

چکیده

انسان به پوشاک و لباس به عنوان یکی از نیازهای اساسی جهت دوام و بقای خود محتاج است. دانش فنی و فناوری ها ، امکان استفاده و تبدیل موادبازیافتی به محصولات ارزشمندی را فراهم آورده است. مد پایدار از رویکرد های جدید در زمینه مد است که به عنوان پاسخ به مصرف گرایی و آلودگی زمین مطرح شده است. از آنجایی که پلاستیک قابل تجزیه نیست، جهان برای تجزیه آن تلاش های زیادی کرده است. و یکی از هدف های انجام این پژوهش ترغیب تولید کنندگان به استفاده و تبدیل این مواد بازیافتی به کالای کاربردی و ارزشمند می باشد چه بسا که تجزیه این مواد بازیافتی و تبدیل آن ها به الیاف و پارچه و بعد از آن تولید پوشاک می تواند نگاه جدیدی را در صنعت پوشاک ایجاد کند. تولید پوشاک سازگار با محیط زیست، نیازمند فرهنگ سازی و اصلاح دانش مردم و برندهای پوشاک می باشد. لذا این پژوهش که بر هدف و دغدغه دوستی مد و محیط زیست است ، می تواند طراحان پوشاک و تولید کننده ها را ترغیب به استفاده از مواد بازیافتی و تجزیه و تبدیل آن به یک کالای ارزشمند و کاربردی کند که مورد استقبال برند های گوناگون و البته دوست دارن محیط زیست قرار گیرد ، این پژوهش به صورت کتابخانه ای انجام گرفته و نتایج حاصل از این پژوهش به امید ادامه یافتن راه تحقیق و گسترش فرهنگ سازی از رویکردهای مد پایدار در طراحی لباس ایران می باشد .

واژگان کلیدی: پوشاک، مد پایدار ، صنعت پوشاک - طراحی و توسعه پایدار



۱-۱ مقدمه

انسان به پوشاک و لباس به عنوان یکی از نیازهای اساسی جهت دوام و بقای خود محتاج است. ایرانیان از جمله ملت‌هایی هستند که به لباس و تنوع در رنگ و طراحی آن اهمیت می‌داده‌اند. علاوه بر تاریخ و پیشینه هر ملت که در شکل‌گیری هویت فردی و ملی اهمیت بسیار دارد، از دیگر عوامل تاثیرگذار بر پوشش ملی و در پی آن هویت، وضع جغرافیایی، شغل‌های مورد نیاز جامعه، رنگ‌های نمادی و مهم در فرهنگ ملی، باورهای دینی و گروه‌های مختلف می‌باشند (احمدی و موسوی، ۱۳۹۹).

صنعت نساجی یکی از آلوده‌کننده‌ترین صنایع جهان است و اثرات زیست‌محیطی صنعت پوشاک به عنوان رنگدانه‌ها و اثرات گازهای، مواد شیمیایی، آب، یکی از زیرمجموعه‌های صنعت نساجی، شامل مصرف انرژی گلخانه‌ای می‌باشد. با پیدایش رویکرد پایداری، راهکارهایی برای آن در این صنعت در جهت حفظ منابع برای نسل‌های آینده ارائه شده است. به دلیل حضور برندهای پوشاک به عنوان یکی از تعیین‌کنندگان اصلی خط مشی صنعت پوشاک، افزایش آگاهی و تشویق آنها در حمایت از پایداری به ویژه در کشورهای در حال توسعه مانند ایران اهمیت مضاعفی می‌یابد (کریمی و حکمتی، ۱۳۹۹).

بازیافت به معنای استفاده مجدد از یک کالا بدون تغییر در ماهیت آن و ورود دوباره لباسها به چرخه مصرف که با کمترین ابزار و امکانات قابل دستیابی است میتواند راهکاری مناسب در جهت پایداری و کاهش مواد زائد برای محیط زیست باشد و چرخه حیات منسوج را افزایش دهد (شریفی، ۱۳۹۹: ۱).

مد سازگار با محیط زیست یا مد پایدار (پایداری منابع زیست‌محیطی)، که مد دوستدار محیط زیست نیز نامیده میشود شیوه خاصی از طراحی است و به عنوان قسمتی از فلسفه‌ی طراحی شناخته میشود که بر پایه مبانی زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی بنیان گذاری شده است و هدف آن ایجاد سیستمی در طراحی است که خود را در برابر محیط زیست و اجتماع مسئول می‌داند (ذکرپائی و حسین نژاد، ۱۳۹۹). لذا این پژوهش که بر هدف و دغدغه دوستی مد و محیط زیست است، می‌تواند از یک سری مواد بازیافتی که دیگر مورد استفاده قرار نمیگیرند و برای محیط زیست مضر بشمار می‌آیند و با جمع‌آوری و تبدیل آن‌ها به پارچه و پوشاک می‌توان، باعث رویکردهای جدیدی در پوشاک شد که این‌گونه باعث ارتقا مد پایدار گردید و می‌توان در این پژوهش این سوال را مطرح کرد که آیا استفاده از مواد بازیافتی که دیگر مورد استفاده قرار نمی‌گیرد و با بازیافت آن‌ها به پارچه و پوشاک و منسوجات دیگر می‌توان مورد استقبال برند‌های گوناگون و البته دوستداران محیط زیست قرار بگیرد؟



۱-۲ پیشینه تحقیق

پژوهش‌های گوناگونی در این زمینه رویکرد های مد پایدار که تاثیر مخرب زیست محیطی را کاهش می دهد انجام گردیده است که در این قسمت به چند نمونه آن ها پرداخته ایم :

شفیعی و موسوی (۱۳۹۹) در مقاله ای تحت عنوان تاثیر پوشاک بر محیط زیست و بررسی مد پایدار ، بیان می کنند که طراحان منسوجات دوستدار طبیعت درصدد ایجاد پیوند مجدد بین انسان و طبیعت هستند که امروزه در دام روزمرگی مد گرفتار شده است. اولین رویکرد آنها بهره برداری از منسوجات دارای مواد آلی و قابل بازیافت است. تعدادی از طراحان به دنبال جایگزینی روش های رنگ آمیزی با تکنیک هایی با کمترین میزان مواد شیمیایی هستند. مانند استفاده از آتش یا چاپ طرح و نقش طبیعی به کمک گیاهان یا تولید منسوجات قابل بازیافت . حرکت به سمت صنعت دستی روشی مناسب و قابل توجه برای ترکیب خلاقیت ، هنر و مهارت است . تولید الیاف دستی به صورت قلاب دوزی ، تکنیک های چاپ دستی و دیجتالی زمینه مهمی برای ترویج شرایط سنتی و فرهنگی را فراهم می کند.

شیری و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله ای تحت عنوان هنر بازیافت و بازیابی در صنعت پوشاک ایران ، بیان می کند که در چندین سال گذشته ، همزمان با علاقه بسیار زیاد به آگاهی از مسائل زیست محیطی ، توسعه پایدار به بخش قابل توجهی از شیوه زندگی مردم تبدیل شده است . با این حال لباس های پایدار و یا زیست محیطی به اندازه دیگر محصولات سازگار با محیط زیست ، هنوز تبدیل به بخش جدایی ناپذیر بازار نشده است، در میان کالا های مصرفی پوشاک دارای اهمیت بالایی است زیرا از هم درهم تنیدگی جنبه های عملکردی ، اجتماعی و فرهنگی ناشی می شود . در کنار این رابطه بلافصل بدن با لباس ، کارکرد مهم آن در تعامل اجتماعی نیز غیر قابل انکار است . عادات فردی ، صفات مشخص اجتماعی - ساختاری مانند هویت اجتماعی - قومی و مهمتر از همه جنسیت ، از طریق لباس به عنوان شکلی از ارتباط غیر کلامی آشکار می شود . شناخت معنای اجتماع لباس بخشی از تجربه فرهنگی ما و متعلق به حافظه فرهنگی یک جامعه است.

ذکریائی و حسین نژاد (۱۳۹۹) در مقاله ای تحت عنوان : مد پایدار ، راهکار توسعه در صنعت پوشاک ایران بیان می کند که با در نظر گرفتن اینکه تولید پوشاک سازگار با محیط زیست در کشور ما هنوز رونق زیادی پیدا نکرده است تک تک ما به عنوان مصرف کنندگان پوشاک کارهایی میتوانیم انجام دهیم تا در بین خریدهای رنگارنگمان هوای محیط زیست را هم داشته باشیم. کمد کپسولی یکی از راهکار هایی است که مد پایدار ارائه می دهد . کمد کپسولی یعنی لباس هایی با مدهای طولانی بخریم که بیشترین کاربرد را دارند . یکی دیگر از راهکار های مد پایدار بازیافت و ایجاد تغییرات جزئی در لباس هایی است که دیگر نمیخواهیم از آن ها استفاده کنیم . دیگر راهکار همزیستی با محیط زیست از طریق پوشاک ، تجارت اشتراک گذاری (ری شیر) است . از طریق این تجارت می توان این تجارت می توان لباس هایی را که فقط یک بار استفاده شده اند مانند لباس های مجلسی به بقیه افراد کرایه داد . همچنین تجارت دست دوم در حال حاضر در دنیا وجود دارد و بسیاری از افراد آن را دنبال می کنند اما چون در کشور ما این مفهوم با عبارت عزت نفس پیوند میخورد ، مورد استقبال قرار نمیگیرد . باید به این موضوع فکر کنیم که با استفاده از این گونه تجارت از یک طرف پولمان ذخیره می شود و از طرف دیگر زباله جدیدی برای زمین نمیخریم.

کریمی و هوشنگ حکمتی (۱۳۹۹) در مقاله ای تحت عنوان مطالعه میزان آگاهی و رویکرد برند های پوشاک از استاندارد های زیست محیطی صنعت مد بیان می کند که ، بشر امروزی با گرایش به خرید پوشاک به دفعات زیاد و تمایل به تغییر مد در مدت زمان کم به افزایش زباله های صنعت نساجی و پوشاک دامن زده است و این رویکرد، سیستم حفاظتی زمین را به خطر می اندازد. تولید و مصرف پایدار نقش مهمی در حفاظت از منابع محدود طبیعی و جلوگیری از تغییرات آب و هوایی دارد. صنعت نساجی یکی از آلوده کننده ترین صنایع جهان است و اثرات زیست محیطی صنعت پوشاک به عنوان یکی از زیر مجموعه های صنعت نساجی، شامل مصرف



انرژی، آب، مواد شیمیایی، رنگدانه‌ها و اثرات گازهای گلخانه‌ای می‌باشد. با پیدایش رویکرد پایداری، راهکارهایی برای آن در این صنعت در جهت حفظ منابع برای نسل‌های آینده ارائه شده است. به دلیل حضور برندهای پوشاک به عنوان یکی از تعیین‌کنندگان اصلی خط مشی صنعت پوشاک، افزایش آگاهی و تشویق آنها در حمایت از پایداری به ویژه در کشورهای در حال توسعه مانند ایران اهمیت مضاعفی می‌یابد.

Subramanian Senthilkannan (2016) در کتابی تحت عنوان پایداری منسوجات و پوشاک: مد و مصرف پایدار بیان میکند که این اولین کتابی است که به معرفی و تبیین مفهوم مصرف پایدار با اشاره به بخش پوشاک پرداخته است. از مطالعات موردی مختلف برای تشریح رفتار مصرف پایدار در صنعت استفاده می‌کند. مصرف یک مسئله کلیدی است و یک محرک اصلی برای پایداری در هر صنعتی از جمله بخش پوشاک است. مطالعات متعددی که نیاز به مصرف پایدار در بخش پوشاک را برجسته کرده‌اند در این کتاب مورد بحث قرار گرفته‌اند.

Cimattia (2016) در مقاله‌ای تحت عنوان طراحی اکو و تولید پایدار در مد، درباره‌ی مد سریع و صنعت مد آهسته این‌گونه بیان می‌کند که قبل از تولید انبوه، مردم لباس و لوازم جانبی کمتری داشتند. چندین سال با اصلاح و بازسازی از پوشاک استفاده و نگهداری می‌شد. در واقع، محصولات می‌توانستند طولانی مدت در نظر گرفته شوند. تولد مد آماده برای فروش حاکی از استاندارد سازی اندازه‌ها و کاهش در هزینه‌های تولید بود که به مصرف‌کنندگان امکان می‌داد که لباس‌های بیشتری بخرند. برای افزایش پایداری در تولید مد می‌توان به راحتی از بازیافت استفاده کرد. بازیافت، فرآیند جمع‌آوری و پردازش مواد دور ریز و تبدیل آنها به محصولات جدید است.

فریود (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان زیبایی‌شناسی رویکرد‌های زیست پایدار در طراحی منسوجات بیان می‌کند که طراحی در حوزه‌ی پایداری منسوجات، امری وسیع‌تر از معنای زیبایی‌شناسی بصری صرف است و یک طراح با کار خود باید نگرش مردم به جنس و بافت، محصولات بازیافتی، نگهداری لباس، ارزش‌های اجتماعی تولید و... را نیز به‌عنوان عوامل مؤثر بر تمایل مردم به پایداری بازتاب داده و ترویج نماید تا از این طریق به محرک و پیش‌برنده‌ی تغییرات اجتماعی لازم برای این حوزه بدل گردد.

عبدالسلامی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان: رویکرد‌های جدید در طراحی منسوجات آینده: دانش زیست‌الگو، فرصت‌ها و زمینه‌های کاربرد بیان می‌کند که دانش زیست‌الگو روند زیست‌شناسانه و طبیعت‌گرایانه برخورد با چالش‌هاست؛ جست‌وجویی هوشمندانه برای الهام گرفتن از طبیعت و سپس ارزیابی آن برای اطمینان، از اینکه طرح‌نمایی در تمام مراحل (فرم و ترکیب روند پردازش و چرخه‌ی حیات) از طبیعت پیروی می‌کند.

فلچر (۲۰۰۸) در مقاله‌ای تحت عنوان مد و منسوجات پایدار بیان می‌کند که، یکی دیگر از راه‌های کلیدی برای استفاده مؤثرتر از پوشاک این است که آنها را به اشتراک بگذارند؛ بدین ترتیب با داشتن یک دست لباس، نیاز بسیاری از مردم مرتفع خواهد شد. در حالی که بسیاری از ما در حال حاضر ممکن است به اشتراک گذاری لباس، قرض گرفتن لباس‌ها از دوستان، هم‌اتاقی و پدر و مادر اقدام کرده باشیم، تعداد کمی از پوشاک هستند که به صراحت برای به اشتراک گذاشته شدن طراحی شده‌اند.

۱-۳ روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف ارتقا مد پایدار در طراحی لباس ایران انجام گردیده است، و روش جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، کتاب و مقالات علمی و همچنین موتورهای جستجوگر می‌باشد و نتایج حاصل از پژوهش می‌تواند به گسترش فرهنگ سازی مد پایدار در پوشاک ایران توسط طراحان لباس و تولیدکنندگان و جامعه پژوهشگران باشد.



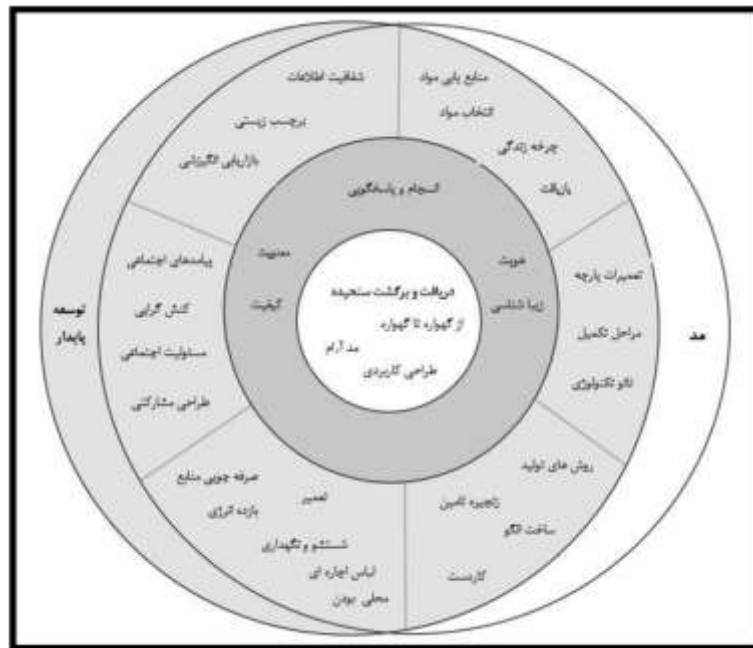
۱-۴ یافته‌ها

۱-۴-۱- مد پایدار

واژه پایدار در اصل به معنی تداوم بخشیدن و حفظ کردن می‌باشد. در مورد تعریف پایداری مورد توافق‌ترین تعریف مربوط به کمیسیون برانتلند در سال ۱۹۸۷ بوده که بیان می‌کند: استفاده و توسعه‌ای که نیازهای حال را برآورده کند بدون اینکه توانایی نسل‌های آینده در برآورده ساختن نیازهایشان را مختل کند (شدروف، ۲۰۰۹: ۳۳).

مد پایدار که به عنوان لباس سبز، اکو، تجارت عادلانه یا اخلاقی نیز شناخته می‌شود، یک فرآیند تولید است که تولیدکنندگان را به ساخت کالایی با کیفیت در محیط‌های کاری اخلاقی و افزودن ارزش واقعی به محصولات تشویق می‌کند. همچنین افراد را با تاثیرات زیست‌محیطی در انتخاب خریدهایشان آشنا می‌کند (شیری و همکاران، ۱۳۹۹).

مد پایدار در صنعت مد، با گسترش مد سریع طی یک دهه گذشته و تغییر چشمگیر بازار مد و مصرف‌گرایی بشر، بیش از پیش تاثیرات مخرب زیست‌محیطی داشته و دارد. در نهایت دریافت که ارائه مدلی بازاریافتی با بهره‌گیری از مؤلفه‌های تولید سبز در صنایع مختلف می‌تواند کمک‌شایانی به حفظ محیط زیست نماید. (ارزمانی و براتی، ۱۳۹۹). که در تصویر شماره ۱ به مؤلفه‌های موثر در مد پایدار اشاره شده است.



تصویر ۱: مؤلفه‌های موثر بر مد پایدار (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹)

1-Sustain

2-brundtland

3-shedroff

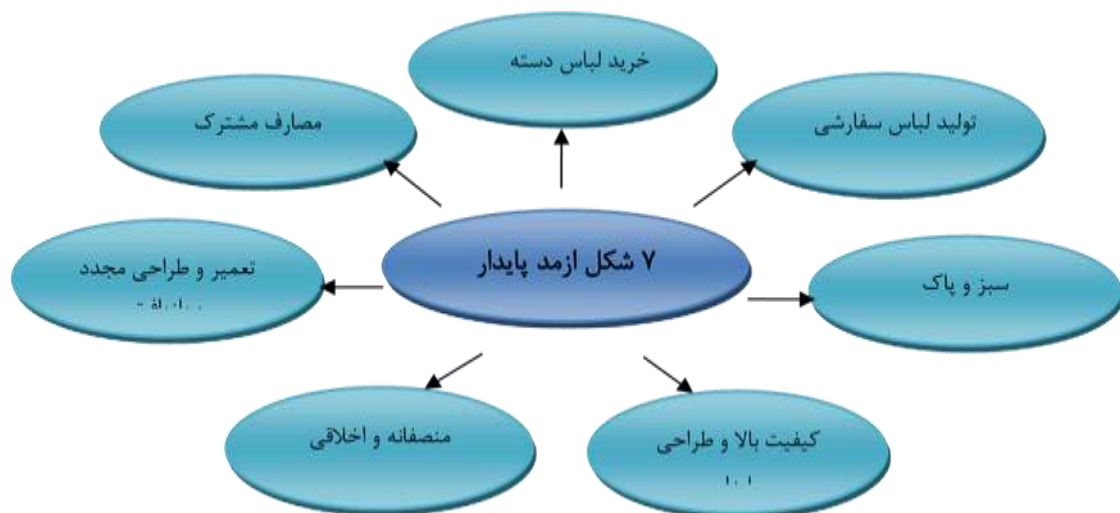


۱-۴-۲- پایداری در صنعت مد و لباس

صنعت پوشاک و لباس یکی از صنایعی است که به حفظ محیط زیست آسیب میرساند. کارخانه‌های لباس برای تولید محصولات شاناز موادی استفاده میکنند که فرآیند تولید آنها آسیب شدیدی به محیط زیست وارد میکند، اغلب محصولاتشان غیرقابل بازیافت است، مصرف آب در روند تولیدشان بسیار بالاست و مراحل تولید آن باعث گرمایش هوا میشود و پسماندهای آنها نیز زمین و آبها را آلوده میکند (ارزمانی و براتی، ۱۳۹۹: ۱۱).

بشر امروزی با گرایش به خرید پوشاک به دفعات زیاد و تمایل به تغییر مد در مدت زمان کم به افزایش زباله‌های صنعت نساجی و پوشاک دامن زده است و این رویکرد، سیستم حفاظتی زمین را به خطر می‌اندازد. تولید و مصرف پایدار نقش مهمی در حفاظت از منابع محدود طبیعی و جلوگیری از تغییرات آب و هوایی دارد (کریمی و حکمتی، ۱۳۹۹).

در دهه گذشته، همزمان با علاقه بسیار زیاد آگاهی از مسائل زیست محیطی، توسعه پایدار به بخش قابل قبولی از انتخاب شیوه زندگی مردم تبدیل شده است. با این حال لباس‌های پایدار و یا زیست محیطی به اندازه دیگر محصولات سازگار با محیط زیست، هنوز تبدیل به بخش جدایی‌ناپذیر بازار نشده است. نتایج یک نظرسنجی نشان میدهد که لازم است تعاریف کلیشهای و قدیمی لباس‌های پایدار مطرح شده در دهه هفتاد میلادی، به مسایل و مشکلات جدید مربوط به تولید و مصرف لباس‌های پایدار امروزی تغییر یابد. مصاحبه‌شوندگان تمایل خود را برای طیف جدیدی از لباس‌های پایدار که هم شیک و هم بصورت گسترده توزیع شوند ابراز کردند. شاید یکی از موانع اعمال پایداری در حوزه لباس، عدم شناخت کافی از ماهیت این حوزه باشد. لباس یک پدیده پیچیده است؛ در میان کالاهای مصرفی دارای اهمیت بالایی است و از درهم تنیدگی جنبه‌های عملکردی، اجتماعی و فرهنگی ناشی می‌شود. در کنار این رابطهی بلافصل بدن با لباس، کارکرد مهم آن در تعامل اجتماعی غیرقابل انکار است. عادات فردی، صفات مشخص اجتماعی ساختاری مانند هویت اجتماعی قومی و مهمتر از همه، جنسیت، از طریق لباس به عنوان شکلی از ارتباط غیر کلامی آشکار میشود. شناخت معنای اجتماعی لباس بخشی از تجربه فرهنگی ما و متعلق به حافظه فرهنگی یک جامعه است (اصل فلاح، نعمتی، ۱۳۹۳: ۳).



نمودار ۱: اشکال هفت اصل مهم مد پایدار (ذکریائی و حسین نژاد، ۱۳۹۹).

توسعه مد پایدار که نتیجه رشد منطقی و آگاهی تازه‌های نسبت به مسائل جهانی محیط زیست و توسعه است به معنای ایجاد موازنه



بین سه رأس جمعیت، محیط زیست و اقتصاد است و پایداری را در سه حوزه پایداری زیست محیطی، پایداری اقتصادی و اجتماعی مطرح می‌کند (شوکت پور ، ۱۳۹۳) و در جدول شماره (۱) رویکرد های مد پایدار مورد بررسی قرار گرفته است .
جدول ۱: رویکردهای مد پایدار در حفظ محیط زیست (فربود و نیکوکار ، ۱۳۹۳).

پایداری زیست محیطی	پایداری اقتصادی و اجتماعی
<input type="checkbox"/>	استفاده از مواد خام زیست پایدار
<input type="checkbox"/>	کاهش ضایعات و آلودگی تولید
<input type="checkbox"/>	میزان مصرف انرژی در دوران تولید
<input type="checkbox"/>	ضایعات پس از دوره مصرف فرآیند نگهداری پوشاک
<input type="checkbox"/>	ساختار منطق های تولید و مصرف کاهش حمل و نقل
<input type="checkbox"/>	توجه به تغییر در نگرش اجتماعی به مد
<input type="checkbox"/>	وجه به تغییر در نگرش اجتماعی به مد
<input type="checkbox"/>	تلاش برای کاهش توجه به مد زودگذر
<input type="checkbox"/>	تلاش برای تحول شیوه مصرف
<input type="checkbox"/>	تلاش برای دست یابی به عدالت اقتصادی در تولید تلاش برای گسترش مصرف مبتنی بر تمایز فردی
<input type="checkbox"/>	تلاش برای دستیابی به ارزش اجتماعی مبتنی بر تمایز مصرف
<input type="checkbox"/>	ارتقای لباس به اثر منحصر به فرد هنری و افزایش تعلق فردی
<input type="checkbox"/>	درگیر کردن فرد با فرآیند تولید
<input type="checkbox"/>	تبدیل مصرف کننده به نیروی مولد
<input type="checkbox"/>	افزایش مصرف خلاقانه
<input type="checkbox"/>	افزایش مقاومت فرد در مقابل مد متغیر
<input type="checkbox"/>	ایجاد ارزش فردی در محصول
<input type="checkbox"/>	افزایش طول عمر روانشناسی آنه محصول
<input type="checkbox"/>	امکان تغییر به وسیله کاربر
<input type="checkbox"/>	امکان ورود کاربر به طراحی اجزا
<input type="checkbox"/>	امکان ایجاد تنوع و تغییر به وسیله کاربر
<input type="checkbox"/>	افزایش راحتی استفاده از محصول
<input type="checkbox"/>	افزایش تناسب با ارگونومی فرد

به طور کلی و با توجه به رویکردهای مد پایدار، میتوان گفت که بعد اجتماعی به رابطه انسان با انسانهای دیگر، اعتلای رفاه افراد، بهبود دسترسی به سلامت و بهداشت و خدمات آموزشی، توسعه فرهنگها مختلف و برابری و فقرزدایی عنایت دارد. بعد اقتصادی با متغیرهای اقتصادی مرتبط است و در آن رفاه فرد و جامعه باید از طریق استفاده بهینه و کارای منابع طبیعی و همچنین توزیع عادلانه منابع حاصله تا حداکثر ممکن ارتقا یابد(ارزمانی و براتی ، ۱۳۹۹).



۱-۴-۳- اوضاع کنونی صنعت مد و لباس

بزرگترین ملاحظات زیست محیطی در هنگام تجزیه و تحلیل پایداری در حوزه مد، رویارویی با مفهوم غامض از خود مد است. لباس و ملحقات آن طراحی شده اند تا برای یک چارچوب زمانی محدود مطلوب باشند به طوری که این صنعت متکی بر میل مداوم فرد برای داشتن اشیاء جدید می باشد. درون فضای چنین جامعه تفریحی و مصرف گرایی، محصولات برای ایجاد تجارت کاذب ابداع شده اند تا خواسته های فرد تحقق یابد. از طریق تجربه خرید خرده فروشی مد، فرد قادر می شود به صورت لحظه ای به احساس قدرت و بیان هویت دست یابد. این تجربه به میزانی که زودگذر باشد نادرست است (اصل فلاح، نعمتی، ۱۳۹۳: ۳).

خطر مد و پوشاک که این روزها صنعتی هم شده بسیار زیاد است. به علت تنوع مواد استفاده شده در این صنعت، چالش هایی جدی را برای محیط زیست به وجود آمده و صنعت پوشاک به عنوان دومین صنعت آلاینده محیط زیست در جهان شناخته میشود که عواقب زیست محیطی این صنعت بر روی زمین بسیار شدیدتر و نگران کننده تر از بسیاری از آلاینده های دیگر است. بخش مهمی از مواد شیمیایی که در تولید پارچه به کار می روند در آنها باقی می ماند و بر سلامت پوست تأثیر می گذارند. در ضمن مازاد آن نیز به صورت پساب از کارخانه ها دفع می شود. در صنعت مد، پارچه هایی متنوع تولید و استفاده میشود. این صنعت به سرعت تغییر میکند و مشتریان به مصرف بیشتر در زمانی کوتاه تشویق میشوند (ارزمانی و ملیکا، ۱۳۹۹).

۱-۴-۴ ویژگی های یک برند فعال در حوزه مد پایدار :

توسعه پایدار که نتیجه رشد منطقی و آگاهی تازه های نسبت به مسایل جهانی محیط زیست و توسعه است، به معنای ایجاد موازنه بین سه رأس جمعیت، محیط زیست و اقتصاد بوده و پایداری را در سه حیطة محیطی، اقتصادی و اجتماعی مطرح میکنند. به جرأت می توان گفت که در چرخه توسعه پایدار، طراحی کمترین سهم را دارد. در مواردی که پذیرش و اقبال جمعی به محصولات پایدار کم باشد این طراحان هستند که باید وارد صحنه شده و به باز تعریف محتوای طراحی در چهار حوزه طراحی و تفکر طراحی، تولید، مصرف، پس از مصرف دست بزنند (شوکت پور، ۱۳۸۸).

ویژگی های یک برند فعال در حوزه مد پایدار عبارتند از: بر کیفیت تمرکز دارد نه بر کمیت، به رد پای خود در طبیعت، در تمام روند طراحی و اجرا توجه میکند، تا اثری منفی از آن در طبیعت باقی نماند. محصولات برند از مواد کاملاً بازیافت شونده یا بازیافت شده تهیه میشوند. از پنبه و پشمهای مصنوعی و قابل بازیافت. در تمام روند چرخه تولید و فروش لباسها بر روی پایداری و استفاده از قوانین پایدار تمرکز دارد، به طور مرتب روشهای تولید و فروش خود را بررسی میکند. به حقوق حیوانات احترام میگذارد، از خزها و پوست های طبیعی استفاده نمیکند. هیچ سازشی برخلاف پایداری محصولات وجود ندارد (ذکریائی و حسین نژاد، ۱۳۹۹).

در کشور ما متأسفانه طی سالهای اخیر مردم درگیر مصرفگرایی و تائید شدن از طرف دیگران به واسطه لباس شده اند که این امر سبب شده است از دغدغههای محیط زیستی فاصله بگیرند. در حال حاضر تعداد کمی از تولیدکنندگان داخلی پوشاک تلاشهایی برای تولید لباس از طریق مد پایدار کرده اند اما باید همزمان تفکر مردم برای روی خوش نشان دادن به این لباس پلاستیک و به کارگیری، ها آماده شود. با توجه به اینکه در حال حاضر فناوری های خاص برای بازیافت پارچه مجدد آن برای تولید پوشاک در کشور ما وجود ندارد بازیافت لباسها و استفاده مجدد از منسوجات می تواند قدمی کوچک اما در مسیری بزرگ باشد (شریفی، ۱۳۹۹).



۱-۵ بحث و تحلیل یافته‌ها

امروزه محققان در زمینه مد پایدار و طرفداران محیط زیست بر این باورند که در جهت ارتقا مد پایدار باید تلاش کرد تا از مصرف موادی که به چرخه محیط زیست باز نمیگردند جلوگیری کرد و هدف باید ترغیب و آموزش به جامعه که از مواد بازیافتی می‌توان کالای ارزشمند تولید کرد

مد پایدار با احتساب همه ابعاد و جنبه‌های محیط زیستی و هم ابعاد اقتصادی را در نظر می‌گیرد و توصیه می‌کند که کمتر خرید کنید، بیشتر ترمیم و بازیافت کنید. طبق گزارشها صنعت مد یکی از الوده‌کننده‌ترین صنایع است و در تخریب عمده زیست محیطی نقش بسزایی دارد.

احساس راحتی در افزایش استفاده‌ی ما از یک محصول تأثیر زیادی دارد. عدم رضایت از یک محصول به دلیل کیفیت پایین و آسیب پذیری، مهم‌ترین عامل دوراندختن آن است. چند منظوره بودن، عامل دیگری است که مربوط به اصول کفایت و کارایی است؛ بر خلاف رویه‌ی معمول طراحی لباس‌های مختلف برای زمان و موقعیت‌های گوناگون، لباس‌هایی که با شرایط مختلف سازگارتر هستند.

کمبود آب، کاهش منابع طبیعی، خاک، جهان امروز به شدت درگیر معضلات محیط زیستی است. آلودگی آب و... زندگی انسان‌ها و موجودات زنده را تحت تأثیر خود قرار داده و آسیب‌های جبران‌ناپذیری را بر طبیعت وارد ساخته است. صنعت نساجی سهم قابل توجهی در ایجاد این آلودگی دارد. چرخه‌های مد و سرعت آن به ابداع لباس‌های ارزان قیمتی منجر شده که به سرعت از بین می‌روند در نتیجه سالانه میلیاردها لباس دور ریخته می‌شود که از الیاف مصنوعی تولید شده‌اند و قابلیت تجزیه زیستی را ندارند. (شریفی، ۱۳۹۹).

بحران منابع طبیعی و آسیب‌های زیست محیطی ناشی از تولید نامحدود پوشاک و تحمیل مقادیر زیاد مواد بازگشت‌ناپذیر به طبیعت، ضرورت بازنگری در تمامی مراحل چرخه پوشاک (طراحی، تولید، مصرف و پس از مصرف) را ایجاد می‌کند. برای تحقق اهداف توسعه پایدار، دستیابی به مد پایدار در صنعت پوشاک، امر مهمی محسوب می‌شود. اما رویکردهای غالب در طراحی پوشاک برای توسعه پایدار، مبتنی بر دیدگاه زیست محیطی بوده و از این رو در بیشتر موارد با بکارگرفتن پروسه‌های دوستدار محیط زیست از طریق قانونمند کردن جریان پساب، بهبود و ماکزیمم کردن کارایی پروسه تولید مورد تأکید قرار گرفته و حال اینکه تمرکز بر روی پروسه‌های تولید برای حل مشکلات محیط زیستی، یک راه حل، از روش‌های کوتاه مدت است و برای حل مشکلات محیط زیستی پوشاک با اثرات مخرب کمتر، از مرحله طراحی باید شروع کرد (پور ابراهیم و اکبرزاده، ۱۳۹۹).

در این پروژه راهکارهایی برای رسیدن به اهداف مد پایدار بررسی و مطرح شد. در این میان بازیافت به عنوان راهکاری مناسب در جهت پایداری مطرح می‌شود. حرکت به سوی ارزش آفرینی جایگزینی یکتایی به جای تولید انبوه و احیای فرهنگ منسوجات و بازیافت لباسها که با کمترین امکانات قابل دستیابی است بسیار موثر و کارآمد می‌باشد. افزون بر این طراحی به عنوان ابزاری برای کمک و رسیدن به اهداف مد پایدار تأثیر بسزایی داشته و توجه به امر زیبایی شناسی و از طریق رنگ گذاری درست و هماهنگی اجزا با یکدیگر سبب ایجاد علاقه مندی و، ایجاد جذابیت‌های بصری دل‌بستگی فرد نسبت به محصول شده و عمر استفاده از منسوجات و لباس‌ها را افزایش می‌دهد. انتخاب پارچه‌ای که فرآیند تولید آن آلودگی‌های فراوانی برای محیط زیست در پی دارد میتواند درست‌ترین انتخاب برای بازیافت باشد. (شریفی، ۱۳۹۹).



- منابع انتهایی مقاله:

- احمدی، سوسن. (۱۳۹۹). نگرشی بر طراحی مد و لباس در ایران. نخستین کنفرانس ملی پوشاک، طراحی و پارچه و لباس، شیراز.
- اصل فلاح، مهدی. نعمتی، اعظم. (۱۳۹۳). تدوین مدل مفهومی پایداری مبتنی بر ارزش آفرینی در صنعت مد و لباس، فصلنامه هنر علم و فرهنگ، دوره ۲، شماره ۲. صفحات ۱-۱۳.
- پورعزیزی برواتی، سمانه. (۱۳۹۹). تدوین راه کارهای طراحی پوشاک پایدار با بهره گیری از مدل باز آفرینی مد (مطالعه موردی ایران). دانشگاه الزهرا.
- پورابراهیم عمران، سمیه و اکبرزاده نیکی، زهرا. (۱۳۹۹). نقش رشته طراحی لباس در پیشبرد اهداف توسعه پایدار، پنجمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش، محمودآباد.
- خیاطی، سولماز و وحیدی، آرام. (۱۳۹۸). تاثیرات صنعت فست فشن بر محیط زیست و راه کارهای مقابله با آن. ششمین کنفرانس ملی فناوری نوین در مهندسی عمران، معماری، شهرسازی، تهران.
- داوری، روشنک. افهمی، رضا. اژدری، علیرضا. (۱۳۹۱). طراحی پوشاک در کشور های در حال توسعه (طراحی مشارکتی، رویکردی جایگزین مد). نشریه هنر های زیبا - هنر های تجسمی. دوره ۴. شماره ۴۸. صفحات ۸۳-۹۳.
- ذکریایی، رقیه، حسین نژاد، زهرا. (۱۳۹۹). نخستین کنفرانس ملی پوشاک طراحی پارچه و لباس مد پایدار. راهکار توسعه در صنعت پوشاک ایران، دانشگاه علم و فرهنگ.
- رضایی، میترا. (۱۳۹۹). بررسی مد پایدار بر توسعه پایدار محیط زیست. نخستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار، شیراز.
- شفیع، آسیه و موسوی، سیده زینب. (۱۳۹۹). تاثیر پوشاک بر محیط زیست و بررسی مد پایدار. نخستین کنفرانس ملی پوشاک، طراحی پارچه و لباس، شیراز.
- شوکت پور، محمدحسین. (۱۳۹۳). طراحی پایدار. فصلنامه هنر و طراحی صنعتی چهارباغ، شماره اول، بهار و تابستان.
- شریفی، فاطمه. (۱۳۹۹). طراحی کت جین براساس بازیافت لباس های جین با الهام از سبک هیپی، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب.
- عبد السلامی، عاطفه. (۱۳۹۲). رویکرد های جدید در طراحی منسوجات آینده: دانش زیست الگو، فرصت ها و زمینه های کاربرد، جلوه هنر، شماره ۱۳، ۷۳-۸۶.
- علیزاده لچه گورابی، سمیه. (۱۳۹۹). ارائه مدل بازیافتی با بهره گیری از مولفه های تولید سبز در طراحی مد و لباس. موسسه آموزش عالی کمال الملک.



- فربود، فریناز (۱۳۹۳). زیبایی شناسی رویکرد های زیست پایدار در طراحی منسوجات . نشریه هنر های زیبا - هنر های تجسمی ، دوره ۱۹ ، ۶۵-۷۶.
- کریمی .معصومه ، حکمتی .امیر هوشنگ (۱۳۹۹) . مطالعه میزان آگاهی و رویکرد برند های پوشاک از استاندارد های زیست محیطی صنعت مد، فصل نامه علمی تخصصی مطالعات محیط زیست ، منابع طبیعی و توسعه پایدار سال چهارم ، شماره ۴.
- مسعودی اورگانی، معصومه و ثابت، عباس(۱۳۹۹).خلاقیت در استفاده از لباس های بلااستفاده و مواد بازیافتی و خلق محصول جدید (مد آرام پایدار) با رویکرد توسعه ی پایدار محیط زیست. نخستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار، شیراز.

- Barbara Cimattia, Giampaolo Campanab, Laura Carlucciob,2017, Eco Design and Sustainable Manufacturing in Fashion: a Case Study in the Luxury Personal Accessories Industry.
- Papanek, V.(1995). Design for the Real Word: Human Ecology and Social Change, Academy Chicago Publishers, Chicago.
- Iannuzzi Al. (2012). Greener Products; The Making and Marketing of Sustainable Brands. CRC press, by Taylor & Francis Group.
- Muthu, Subramanian Senthilkannan.(2016). Textiles and clothing sustainability: sustainable fashion and consumption. Springer.
- Shedroff, Nathan. (2009). “Design Is the Problem: The Future of Design Must be Sustainable”, Rosenfeld, New York. 1-36
- Fletcher, K. (2008). “Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys”, First published by Earthscan in the UK and USA. 1-225.