

نقش مد پایدار در به کارگیری طراحان جوان

یگانه دوستی^۱، علی محمودی عالمی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس

^۲ استاد دانشگاه موسسه آموزش عالی و غیر انتفاعی مارلیک (نویسنده مسئول)

چکیده

مد سازگار با محیط زیست یا مد پایدار (پایداری منابع زیست محیطی)، که مد دوستدار محیط زیست نیز نامیده می شود، شیوه خاصی از طراحی است و به عنوان قسمتی از فلسفه طراحی شناخته می شود که بر پایه مبانی زیست محیطی، 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 می داند. مد پایدار بخشی از روند بزرگ طراحی سازگار با محیط زیست به شمار می رود، که مطابق آن محصول، با در نظر گرفتن اثرات زیست محیطی و اجتماعی که به جا خواهد گذاشت ساخته می شود و سعی این روش طراحی بر این است که تا حد امکان تأثیرات تخریب کننده عملکردهای انسانی در محیط طبیعی کاهش یابد. مد پایدار، تلاشی است که طراحان لباس برای ایجاد تعادلی بین اقتصاد، محیط زیست، جمعیت و مد پایدار انجام داده اند. طراحان لباس، به این نکته تاکید دارند که به منظور ایجاد پایداری در حوزه مد و لباس، باید توجه داشت که فرآیند استفاده از اهمیت بیشتری برخوردار است و اخیراً گرایش به کار در حوزه مصرف کننده را بیشتر کرده اند. در این پژوهش پس از مرور پیشینه و تعاریف طراحی پایدار، اوضاع موجود صنعت مد و لباس بررسی شده است. سپس با بررسی تعدادی از نمونه های موفق، راهبردهای پایداری و ارزش های مرتبط که در آن ها مشترک بوده استخراج و دسته بندی شده است. همچنین راهبردهای ارائه شده، این پتانسیل را دارند که قوانین صنعت مد و لباس را شکسته و به تغییر ماهیت رقابت بپردازند.

واژه های کلیدی: مد پایدار، طراحان لباس، مد و لباس، محیط زیست

۱_ مقدمه:

یکی از مفاهیم نوظهور دنیای مد و فشن "مد پایدار" است، اصطلاحی که امروزه برندها از آن به عنوان سبک خود، کارشناسان به عنوان یک روش تولید و متخصصان به عنوان یک مفهوم نظری استفاده می کنند. مد پایدار امروزه موضوعی است که بسیار بحث شده و به طور فزاینده ای در رسانه ها و سمینارهای سراسر جهان پوشش داده می شود. بیشتر شرکت های پوشاک در حال تغییر استراتژی های تجاری و بهبود زنجیره های تولید خود برای کاهش اثرات مضر بر محیط زیست، بهبود شرایط اجتماعی کارکنان در کارخانه ها و غیره هستند. همچنین شاهد افزایش آگاهی در بین مصرف کنندگان به ویژه نسل های جوان هستیم. برخی از افراد بر اهمیت تولید به شیوه ای سازگار با محیط زیست تأکید می کنند، در حالی که برخی دیگر از تولیدات دست دوم حمایت می کنند و عده ای بر مزایای مبادله، اجاره یا قرض گرفتن لباس تأکید می کنند. در زیر هفت شکل اصلی، تولید و مصرف مد پایدار نشان داده شده است. موضوعی که اهمیت دارد این است که مد پایدار نباید در فرآیند ایجاد هر قطعه برای اکوسیستم مضر باشد. مد پایدار سه نکته اساسی را شامل می شود: رد پای کربن، مقدار آب مصرف شده و تعداد سموم زراعی (سموم دفع آفات، مواد شیمیایی و غیره) که در این فرآیند استفاده می شود. معمولاً در مد پایدار از موادی مانند پنبه ارگانیک، پارچه کتان، پشم ارگانیک، پلی استر قابل بازیافت، کنف و غیره استفاده می شود، زیرا نسبت به سایر مواد، آلاینده کمتری دارند و از رنگدانه های طبیعی برای رنگ آمیزی قطعات آن ها استفاده می شود. محافظت از سیاره و سلامتی کارگران از کشاورزان گرفته تا کارگران کارخانه از اهداف مد پایدار است. اصطلاح پایداری به هر سیستمی اطلاق می شود که در حالت متعادل وجود داشته باشد. در یک زمینه زیست محیطی، پایداری زمانی حاصل می شود که همه چیزهایی که از محیط گرفته می شود، دوباره تجدید شود. اختراع ابزارها و پیشرفت های فناوری باعث شده است که انسان به صورت بی رویه منابع طبیعی را مصرف کند تا جایی که تعادل زیست محیطی مختل شود. از آن جایی که انسان ها بخشی از محیط زیست هستند و هنوز هم تا حد زیادی به منابع طبیعی وابسته هستند، بهزیستی و بقای ما به توانایی ما در دستیابی به پایداری محیط زیست بستگی دارد. مسیر دستیابی به پایداری نه تنها دغدغه های زیست محیطی بلکه سیستم اجتماعی و اقتصادی را نیز شامل می شود. پایداری فقط از طریق سیستمی قابل دستیابی است که هر سه ستون آن یعنی محیطی، اجتماعی و اقتصادی را در بر گیرد، زیرا آن ها درهم تنیده شده و به یکدیگر وابسته اند.

۲_ پیشینه تحقیق:

اولین بار جنبش مد سازگار با محیط زیست در نیمه دهه هفتاد میلادی همزمان با نگرانی در مورد مواد شیمیایی موجود در پارچه ها، آتش خفه کن ها و آفت کش ها در محصولات کشاورزی پدید آمد. مد سازگار با محیط زیست در آن زمان به معنای عاری بودن از مواد شیمیایی و بیشتر ناشی از ترس سلامتی خود و نه به علت وخامت اوضاع کره زمین بود. بعدها جنبش مد سبز بعنوان بخشی از انقلاب و با امید بستن به خارج از این جریان و رفتن به سمت تولید خانگی و اخلاقگرا و دست ساز لباس و پارچه رنگرزی طبیعی و پارچه های تولید شده از شاهدانه شروع شد. موج بعدی مد پایدار در دهه نود میلادی به خانه رنگ، استاندارد ها و هزینه های زیست محیطی مرتبط است. مدت ها بعد مد پایدار بعنوان بخشی از طراحی پایدار مطرح شد. مجله ووگ معتقد بود که مد پایدار یک گرایش کوتاه مدت است اما می تواند در فصل های متعددی باقی بماند. (نعمتی، ۱۳۹۴)

متاسفانه در ایران، برعکس کشورهای توسعه یافته ای مانند انگلستان، آلمان و ... چندان که باید به مسئله مد پایدار به طور گسترده نپرداخته و تعداد مقالات اندکی در این زمینه به چشم می خورد؛ این پژوهش نیز در راستای رسیدن به هدف اصلی خود، به طور جدی با ذکر منبع، از این مقالات بسیار بهره گرفته است. یروخی از این مقالات عبارت اند از:

الف) فربود. فریناز، نیکوکار. منصوره، در مقاله ای با عنوان نقش فناوری تولید افزودنی در دست یابی به مُد پایدار، معتقد هستند که صنعت پوشاک در این مسیر دو نظریه «مد آرام» و «مد زیست پایدار» را شکل داده و نیازمند فناوری هایی هستند که بتواند پوشاک و نگرش اجتماعی نسبت به مصرف را دگرگون سازد. از این رو به فناوری ها و نرم افزار های طراحی لباس و اکسسوری مطابق با محیط زیست می پردازد.

ب) نعمتی. اعظم، در مقاله ای با عنوان تدوین الگوی مفهومی پایداری مبتنی بر ارزش آفرینی در صنعت مد و لباس، از زاویه دید جدیدی (ارزش آفرینی) راهکارهای توسعه پایدار - با تاکید بر مرحله طراحی و استفاده در صنعت مد و لباس را بررسی می کند.

ج) رضایی. میترا، در مقاله ای با عنوان بررسی مد پایدار بر توسعه پایدار محیط زیست، بررسی مد پایدار و تاثیر آن بر توسعه پایداری محیط زیست است. در این مقاله نگرش ها، تجربیات و چالش های قبلی طراحان و گروه های عمومی نسبت به مد پایدار مشخص شده است.

د) اکبرزاده نیکی. زهرا، در مقاله ای با عنوان تدوین الگوی پایداری در صنعت مد از طریق سامانه اشتراک گذاری (با تاکید بر مرحله مصرف)؛ نویسنده در این مقاله به چگونگی طراحی ساختار و برنامه خدماتی که مد پایدار را ارائه می کند، می پردازد. همچنین با مرور نظام مند شواهد، الزامات و خدمات اشتراکی لباس موجود و اثربخشی این خدمات برای پاسخ به نیازهای مشخص و مبتنی بر شاخص های پایداری در محصولات پوشیدنی اولویت بندی شده و براساس آن، برنامه خدماتی اشتراکی لباس در قالب سامانه اشتراکی آنلاین و محلی، طراحی شده و ارائه کرده است.

مد پایدار:

با آشکار شدن اثرات مخرب صنعت جهانی نساجی بر روی محیط زیست، مد پایدار روز به روز محبوب تر گردیده است. هر صنعتی را می توان پایدار در نظر گرفت، اگر بیش از آنچه می دهد، از دست ندهد؛ پایدار ترین صنایع در واقع محیط زیست را بهبود می بخشند، اما اگر ادامه فعالیت آن موجب تخریب محیط زیست یا ترویج عادات تولید غیراخلاقی شود دیگر به عنوان پایدار در نظر گرفته نمی شوند. بهبود شرایط کاری در صنعت نساجی یک جنبه حیاتی از مد پایدار است. در هر مرحله از زنجیره تأمین، افرادی که با پارچه های ناپایدار کار می کنند در معرض مواد شیمیایی سمی و محیط های کاری خطرناک قرار می گیرند، و اغلب از دریافت حقوق معقول محروم می شوند. بسیاری از مصرف کنندگان در مواجهه با این حقایق به ظاهر غیر قابل اجتناب ناپذیر صنعت نساجی، خرید لباس های دست دوم را انتخاب کرده اند. با این حال، مد پایدار به مردان و زنان در سراسر جهان فرصت خرید محصولات نساجی جدید را می دهد، این فرصت بدون اینکه افراد احساس گناهی نسبت به خرید داشته باشند، برای آنها فراهم می گردد. صنعت پوشاک از سه بُعد تهیه مواد خام، انهدام ضایعات و فرآیند نگهداری البسه، از آلوده کننده ترین صنایع جهان است. این صنعت با اتکا به مُد، تغییر سلیقه و ذائقه افراد با هدف تهییج آن ها به خرید مداوم، موجب پدیداری مسائل مختلفی شده که در تقابل با مفاهیم توسعه پایدار قرار می گیرند. در تقابل با این رویه مطلوب صنعت، نظریه های پوشاک و منسوجات زیست پایدار و مُد آرام، سعی دارند علاوه بر اعمال تغییر در شیوه تولید، با ایجاد نوعی تغییر اجتماعی در نگرش مردم نسبت به مُد، از تمایل آن ها به مصرف و مُدهای زودگذر بکاهند.

(نیکوکار. فربود، ۱۳۹۴) آنچه تاکنون به عنوان سبک زندگی جهانی درک می شود، زندگی فردگرا و مصرف محور است که از نظر تخریب زیست محیطی، حادثترین سبک زندگی محسوب می شود. در حوزه صنعت پوشاک نیز، مد به عنوان غالب ترین پدیده مصرفی و بیش از همه، در تعریف مد شتابان صدق می کند. حال مهم ترین پرسش برای آینده این است که چگونه می توان انتقال سبک های زندگی به سمت بقا و تداوم را در سطح جهانی مدیریت کرد. امروزه توسعه پایدار با نظریه مد آرام در صنعت پوشاک، سعی در تغییر نگرش اجتماعی نسبت به مصرف دارد. ارائه خدمات در قالب سامانه اشتراک گذاری لباس، راهبردی با هدف ارتقاء پایداری در حوزه مد و لباس می باشد. (اکبرزاده نیاکی، ۱۳۹۸) امروزه نیز یکی از رویکردهای مرسوم در ارتقای زیست پایدار، توجه به «مد آرام» است که در سال ۲۰۰۷م. از سوی کیت فلچ مطرح شد. این امر در تلاش بود تا دگرگونی در شیوه زندگی و مصرف جلب کند و نگرش زیبایی شناسانه مردم را تغییر دهد تا بتواند نوعی فرهنگ عمومی را توسعه دهد که در آن، افراد نه به صرف تشابه با دیگران در یک رویکرد اجتماعی، بلکه به اعتبار تمایزبخشیدن به چهره و تصویر خود در جامعه، به ارزش های اجتماعی دست یابند. (نیکوکار. فربود، ۱۳۹۴)

اصطلاح پایداری به هر سیستمی اطلاق می شود که درحالت متعادل وجود داشته باشد. در یک زمینه زیست محیطی، پایداری زمانی حاصل می شود که همه چیزهایی که از محیط گرفته می شود، دوباره تجدید شود. اختراع ابزارها و پیشرفت های فناوری باعث شده است که انسان به صورت بی رویه منابع طبیعی را مصرف کند تا جایی که تعادل زیست محیطی مختل شود. از آنجایی که انسان ها بخشی از محیط زیست هستند و هنوز هم تا حد زیادی به منابع طبیعی وابسته هستند، بهزیستی و بقای ما به توانایی ما در دستیابی به پایداری محیط زیست بستگی دارد. مسیر دستیابی به پایداری نه تنها دغدغه های زیست محیطی بلکه سیستم اجتماعی و اقتصادی را نیز شامل می شود. پایداری فقط از طریق سیستمی قابل دستیابی است که هر سه ستون آن یعنی محیطی، اجتماعی و اقتصادی را در بر گیرد، زیرا آن ها درهم تنیده شده و به یکدیگر وابسته اند. باتوجه به این که تا به امروز هیچ استاندارد یا دستورالعمل کلی در رابطه با مسئولیت شرکت ها یا مصرف کنندگان وجود ندارد، تعریف مد پایدار و اولویت بندی شیوه های آن، باعث سردرگمی می شود. علاوه براین، واژه ی مد به معنی تغییر سریع سبک و جایگزینی قدیمی با جدید است که متضاد با ویژگی های مد پایدار است. مد ایده مصرف بیش از حد را مطرح می کند، درحالی که مد پایدار به معنای به حداقل رساندن مصرف تا حد ضرورت است. این چشم انداز، مد پایدار را یک اصطلاح خود متناقض نشان می دهد.

هر چه قرن بیست و یکم جلوتر پیش می رود، ثابت می شود که مد پایدار برای پیشرفت بادوام بشر از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد بود. مردم سراسر جهان کم کم به درک محدود بودن منابع و تجاوز پیوسته آلودگی بر روی کیفیت زندگی واقف می شوند. منسوجات مصنوعی دور ریختنی، محل های دفن زباله را پر کرده، منابع آبی را آلوده نموده و تخریب جنگل ها را سرعت می بخشند، و شیوه های کشاورزی ناپایدار که برای رشد الیاف خام نساجی به کار برده می شوند، باعث فرسایش خاک و وارد شدن آلاینده های سمی به بیوسفر می گردند. ناپایداری فعلی صنعت مد به نقطه اوج خودش رسیده است؛ طی چند سال، آلودگی غیر قابل باوری که مدت ها در کشورهای در حال توسعه انباشته شده بود، کم کم مصرف کنندگان جهان توسعه یافته را تحت تأثیر قرار خواهد داد، و کارگران کارخانه که به سختی زندگی و کار می کنند، مدت زمان زیادی باید سرنوشت خودشان را تحمل کنند. اگر شرایط تغییر نکند و به همین شکل ادامه یابد، قطعاً مسئله ای اشتباه در مورد صنعت مد وجود خواهد داشت، و برندهای مد و تولید کنندگانی که در طول تاریخ ماندگار خواهند بود، ماند کسانی هستند که از این فرصت برای ایستادگی در برابر آنچه درست است، استفاده می نمایند. مد پایدار از کره زمین محافظت می کند، از کارگران دفاع می نماید و آینده بشر را روشن می سازد. محصولات پوشاکی که با روش های پایدار ساخته شده اند، برای پوشیدن سالمتر، برای دور انداختن ایمن تر و برای افرادی که آنها را می سازند، منصفانه تر هستند. مد پایدار در سراسر جهان، پیشگام

جنبش جهانی جهت تولید محصولات مصرفی اخلاقی تر است. زمان زیادی لازم است تا اکثر محصولات مد پایدار گردند و تنها راه برای جلوگیری از محو شدن و باقیماندن، پذیرش این روند است. در تاریخ ۳ می ۲۰۱۲ بزرگ‌ترین نشست مد سازگار با محیط زیست در کپنهاگ برگزار شد و بیش از هزار نفر از سهامداران کلیدی در مورد اهمیت صنعت مد سازگار با محیط زیست به بحث و گفتگو پرداختند. نشست مد کپنهاگ برای تلاش در جهت ایجاد یک جنبش در صنعت مد پایدار از آن زمان تا کنون هزاران نفر را جمع‌آوری نموده است. در ژوئیه سال ۲۰۱۲ ائتلاف پوشاک پایدار راه اندازی شد و شاخص خود ارزیابی استاندارد را طراحی کرد که این شاخص برای اندازه‌گیری کیفیت و ارتقای مراحل تولید در صنایع پوشاک و کفش است. این ائتلاف که در سال ۲۰۱۱ بنا نهاده شده بود یک سازمان غیر انتفاعی است که اعضای آن را برندهای تولیدکننده پوشاک و کفش، خرده فروشان، وابستگان به صنعت، اتحادیه‌های صنفی و آژانس حفاظت محیط زیست ایالات (Gunther, Marc. متحده آمریکا، نهادهای علمی و سازمان‌های غیردولتی زیست‌محیطی تشکیل می‌دهند.)

یکی از بهترین شیوه‌ها و راهکارها در حل معضلات اکولوژیکی، که سابقه تاریخی کهنی نیز دارد، بازگشت به طبیعت و تقلید از خود طبیعت برای برنامه ریزی زندگی انسان‌ها می باشد. برای این منظور باید اصول و قوانین حاکم بر نظام های طبیعی شناخته شود. برخی از این اصول عبارتند از: استفاده از مواد زائد و دورریختنی به عنوان منابع جدید، ایجاد تنوع و همیاری در بین گونه های مختلف برای استفاده مناسب از منابع محلی، ذخیره سازی و استفاده بهینه از انرژی، بهینه سازی به جای زیاده طلبی، استفاده صرفه جویانه از مواد، جلوگیری از آلودگی محل زندگی و محیط زیست، عدم استفاده بیرویه از منابع اولیه، در تعادل بودن با محیط زیست، توسعه شبکه ارتباطی و اطلاعاتی در بین گونه ها و عدم استفاده از منابع غیربومی. این موارد باید در تمامی مراحل طراحی و ساخت محصول، از انتخاب مواد اولیه تا برنامه ریزی خط تولید و برنامه ریزی سیستم های توزیع، حمل و نقل و حتی در پایان چرخه عمر محصول نیز مد نظر قرار گیرند. (اکبرزاده نیاکی، ۱۳۹۸)

انواع مد پایدار:

به طور کلی محصولات مد، می توانند به روش های زیر پایدار باشند:

مواد پایدار: یکی از بهترین روش ها برای پایدار کردن محصولات مد، استفاده از مواد سازگار با محیط زیست برای ساخت این محصولات است. پارچه های مصنوعی همیشه برای محیط زیست بد هستند، اما مواد خام طبیعی مثل پنبه، کف و بامبو، بدون این که آسیب قابل توجهی به اکوسیستم اطراف وارد کنند، می توانند به طور پایدار کشت و فرآوری گردند.

کسب و کار پایدار: جنبه مهمی از صنعت مد پایدار به تجارت منصفانه اختصاص دارد. اغلب اوقات، کارگران در جهان در حال توسعه توسط شرکت های بین المللی نساجی مورد سوء استفاده قرار می گیرند. حصول اطمینان از اینکه کارگران نساجی با حقوق مناسب و شرایط کاری ایمن کار می کنند، یکی از دغدغه های مهم بسیاری از برندهای پایدار است.

شیوه های کاری پایدار: اگر از شیوه های نادرست برای تولید منسوجات استفاده شود، حتی مواد ذاتا پایدار مانند پنبه، می توانند برای کارگران و محیط زیست مضر باشند. بنابراین برندهای پایدار باید از منسوجات طبیعی با کیفیت بالا که به صورت پایدار پرورش داده می شوند، استفاده کنند و بایستی اطمینان حاصل کنند که محصولات نساجی خودشان را بدون استفاده از مواد شیمیایی سمی فرآوری می نمایند.

وضعیت صنعت مد و لباس:

در حال حاضر صنعت مد و لباس، مشکلات زیست محیطی بسیاری را ایجاد کرده است، از جمله مقادیر زیادی زباله های مضر که در هر مرحله از فرآیند تولید پوشاک ایجاد می شود. همین موجب شده این سوال پیش آید که آیا این صنعت واقعا قادر است پایدار باشد یا خیر. در این نگرش سیستمی، موفقیت کل مجموعه مستلزم مسئولیت مشترک برای همه ی مجموعه (بافندگان، تولیدکنندگان، خرده فروشان، تولیدکنندگان مواد شوینده، مصرف کنندگان و ...) برای کاهش تاثیرات زیست محیطی است. (نعمتی، ۱۳۹۴)

افزایش جمعیت و چالش پاسخ به خواسته های فردی و تلاش برای ایجاد لباسی زیبا و ایده آل، فشار زیادی را بر محیط زیست وارد می کند. اثرات زیست محیطی صنعت مد تنها مختص به تولید لباس، منسوجات و ملحقات لباس نم ی شود، بلکه تعمیر و نگهداری، پایان عمر مصرف، حمل و نقل، ارسال با کشتی، طراحی، تبلیغات و بازاریابی و پیچیدگی های بی شمار ناشی از خرده فروشی محصولات نیز هست. با این حال، بزرگترین ملاحظات زیست محیطی در هنگام تجزیه و تحلیل پایداری در حوزه مد، رویارویی با مفهوم غامض از خود مد است. مد و لباس دو مفهوم مجزا هستند؛ مد مفهوم غیر مادی، در حالی که لباس مادی است. مد به خودی خود پیش برنده تغییرات در لباس تلقی شده و به محض این که به عنوان یک فرایند و محصول و یا به عنوان یک صنعت فرهنگی که ابعاد زیبایی شناختی و عملی عادات مرتبط با لباس تعریف شود، کیفیت این محصول و سرعت تغییرات حیاتی می شود؛ که آیا تغییر آهسته و یا زودگذر است. (نعمتی، ۱۳۹۴)

فعالیت ها و طراحی های سال های اخیر در زمینه مد و لباس پایدار، از نقاط مشترک و راهبردهای مشخصی خبر می دهد. هم چنین مد پایدار شامل ۶ ارزش است که عبارتند از: ارزش های استفاده، ارزش های احساسی، ارزش افزوده از طریق خدمات، ارزش های فرهنگی و اجتماعی، ارزش های زیست محیطی و ارزش های آینده گرا.

جدول شماره یک- نمونه های خارجی مد و لباس پایدار

| ارزش مرتبط | تصویر تعدادی از نمونه ها | توضیحات |
|--------------|--|---|
| ارزش استفاده |  | به صفر رساندن ضایعات در الگوهای برش (نعمتی، ۱۳۹۴) |

| | | |
|---|--|----------------------------------|
| <p>برند پاتاگونیا، ضمن تبلیغ برای کاهش مصرف، کاپشن بازیافتی خود را معرفی می کند، (نعمتی، ۱۳۹۴)</p> |  | <p>ارزش فرهنگی_اجتماعی</p> |
| <p>اشتراک و اجاره لباس ها (نعمتی، ۱۳۹۴)</p> |  | <p>ارزش افزوده از طریق خدمات</p> |
| <p>طراحی کلاسیک و بی زمان، استلا مک کارتی، ۲۰۱۱، (نعمتی، ۱۳۹۴)</p> |  | <p>ارزش احساسی</p> |
| <p>اکسسوری هایی که از نورخورشید برای شارژ موبایل استفاده می کنند. (www.yankodesign.com, 2010)</p> |  | <p>ارزش زیست محیطی</p> |
| <p>لباس های هوشمند و تعامل گرا، امکان ایجاد طرح های دیجیتال متنوع را در عین داشتن تنها یکدست لباس فراهم می کنند. www.cutecircuit.com, ۲۰۱۰</p> |  | <p>ارزش آینده گرا</p> |

شاید ابتدایی ترین نقش طراحان، آگاهی بخشی و ایجاد انگیزه برای فرهنگ استفاده مجدد از پوشاک باشد. در محله بعدی، ساده سازی استفاده از مواد و استفاده از یک نوع مواد (پارچه) در محصولات پوشیدنی یکی از راهکارهای پایداری است. یکی دیگر از راه های کلیدی برای استفاده موثرتر از پوشاک این است که آن ها 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 لباس ها از دوستان، هم اتاقی و پدر و مادر اقدام کرده باشیم، تعداد کمی از پوشاک هستند که به صراحت برای به اشتراک گذاشته شدن طراحی شده اند. برای به اشتراک گذاشتن آسان، پوشاک باید به اندازه کافی با طیف وسیعی از سایز و شکل بدن متناسب باشند؛ شاید استفاده از نوار و بند به تنظیم و فیت شدن کمک کند اما رویکرد طراحی بدون سایز و حتی بدون تفکیک جنسیتی لباس برای به حداکثر رساندن قابلیت اشتراک می کوشد نقاط اتصالات را به حداقل برساند. از سوی دیگر می توان با ترویج فرهنگ خرید محصولات بازیافت شده یا با قابلیت ارتقا که یا به طور کاملی طراحی شده اند یا با یک ارزش زیبایی شناسانه جدید ایجاد شده اند چرخه عمر پوشاک را طولانی تر کرد؛ همچنین می توان با طولانی کردن عمر لباس از طریق تعمیر، موجب صرفه جویی در منابع و ایجاد شغل های محلی شده و طراحان و تولیدکنندگان می توانند این کار را با ارائه قطعات یدکی و خدمات تعمیر تسهیل کنند. (نعمتی، ۱۳۹۴)

راهکارهایی که بیان شدند به منظور به تاخیر افتادن زمان دور انداختن و تولید ضایعات لباس بوده اند. اما هنگامی که عنوان زباله بر محصولی قرار گرفت، می توان با انواع مختلف راهبردهای مدیریت زباله در راستای پایداری اقدام کرد. راهبردهای موجود که بر اساس نسبت مقدار انرژی و مواد مورد نیاز برای انجام آن ها و به ترتیب از کمترین به بیشترین شدت/تمرکز منابع عبارتند از:

۱_ بازیافت برای تامین ورودی های ساخت سایر محصولات کالا.

۲_ تعمیر و مناسب سازی ۴۵ همه یا بخشی از اجزای محصولات برای نگه داشتن آن ها تا زمانی که ممکن است مفید باشند.

۳_ استفاده مجدد از محصولات، به طور معمول برای همان هدف یا گاهی اوقات با تکثیر و فروش مجدد. (نعمتی، ۱۳۹۴)



کفش های سه بعدی ملهم از آثار معماران مشهور ، منبع www.designboom.com, 2015/10/05

محصولات مُد دارای طول عمر کوتاه، وابسته به گرایش های هنری و اجتماعی و مبتنی بر فناوری اند. توسعه سریع در فناوری های اطلاعاتی، تولید افزودنی و شبکه های اجتماعی، راه را برای پدیده جدیدی به نام «تولید اجتماعی» به عنوان تغییری در مدل های سنتی تولید فراهم آورده که در آن نقش انفعالی مشتریان به عاملی فعال در تولید محصول بدل می شود. تقاضا به سمت شخصی تر شدن، تغییر جهت می یابد و در نتیجه چاپ سه بعدی نقش مهمی را در سفارشی تر شدن محصولات ایفا می کند.

بیشتر محصولات اطراف ما بخشی از سیستمی بزرگتر، یعنی سیستم ارائه خدمات هستند. یک دید طراحانه، درک این امر را آسانتر می کند، زیرا معمولا طراح برای طراحی محصول جدید به محصولات قدیمی نگاه نمی کند بلکه نیازهای کاربر توجه می کند و در این صورت محصول جدید در باطن خود، ارائه دهنده خدمتی به کاربر برای رفع نیازهای حال و احتمالا آینده اوست. امروزه در دیگر کشورها، عمدتا با عبور از دیدگاه صنعتی سازی صرف و ایجاد ارزش افزوده بر رشد این بخش از اقتصاد تاکید بیشتری می شود. دلیل دیگر این است که خدمات به عکس صنعت که سرمایه محور است، کارآفرین و کاملا انسان محور است و در لایه های مختلف خود تعداد افراد قابل توجهی را برای اداره پویای خدمت می طلبد. دلیل سوم سود طراحی صحیح خدمات، برای ارائه دهنده، طراح، کاربران و کل جامعه است. از سویی دیگر، از نگاه یک طراح، هر محصولی در چرخه عمر خود حتما جزیی از چندین خدمت مشخص خواهد بود که برخی از این خدمات تاثیر چشمگیری در استفاده و تجربه کاربر از آن محصول خواهد داشت. (برادران امینی و صفایی، ۱۳۸۹)/(نعمتی، ۱۳۹۴)

نقش جوانان در توسعه ی مد پایدار:

از دهه های گذشته شاهد تغییر دید بشر نسبت به منابع طبیعی و طبیعت هستیم. تفکر بهره برداری صرف از بین رفته و نگاه حفاظتی متولد گشته است. سازمان ها و نهاد های زیادی در جهت تعمیق اطلاعات زیست محیطی در جهان و تحقق توسعه ی پایدار در میان ملل کوشش نموده اند. در جوامع انسانی از جوانان که تشکیل دهنده ی ۳۰٪ از جمعیت کره ی زمین هستند، به عنوان ستون فقرات جامعه، نیروی ذخیره ی آینده، چرخ اقتصاد یک کشور، آینده نگر، نیروی فعال، گنجینه ملی جامعه و دلسوزان طبیعت یاد کرده اند. و ادعا شده است که با توانمند سازی جوانان توسط دولت و دیگر سازمان های مربوطه و درگیر کردن جوانان امروزی در تصمیم گیری های محیط زیستی و نیز در پیاده سازی این نوع برنامه ها توسط آنان، نقشو عملکرد آنان در تحقق توسعه ی پایدار بسی پر رنگ و حائز اهمیت خواهد بود و باعث موفقیت های بلند مدت خواهد شد. سیر تحول اندیشه حفاظت و بهسازی محیط زیست، دلالت دارد بر این امر که شرط اولیه رسیدن به توسعه پایدار حضور موثر و فعال آحاد جامعه است. قاعده اصلی آن است که مردم با هم شریک باشند و از زمین و منابع آن مراقبت کنند. حضور آنها در ابعاد مختلف جامعه روح و انرژی تازه ای را به همراه خواهد داشت و این خود کارآیی و تحولات را در پی می آورد. تشویق جوانان به پذیرش مسئولیت و تعهد در کلیه ابعاد توسعه پایدار باعث می شود که ایده های جدید و نوینی مطرح شوند و این در حالی است که جهت دهی مثبت و سازنده جوانان توان و نیروی آن ها را برای فعالیت بیشتر خواهد کرد. در نظر گرفتن نقش کلیدی نیروهای جوان باعث ارتقا و تداوم مسیرهای مناسب فعلی خواهد گردید و لذا می بایست امکانات و تسهیلات بیشتری جهت سامان دهی به این بخش در نظر گرفته شود تا حضور جوانان بیش از پیش نظام مند و یکپارچه گردد. دسترسی جوانان به انواع آموزش ها و به کار بستن اقدامات ابتکاری در کشور یکی از روش های مطلوبی است که در کاهش بیکاری فعلی جوانان نقش ارزنده ای دارد. تدوین و اجرای چنین روش های مثبتی در سطح کشور پدید آورنده فرصت های جدید برای اشتغال خلاق جوانان می باشد. در ایران نیز در سال های اخیر با انجام فعالیت های مختلف زمینه برای حرکت در مسیر مد پایداری تا حدودی فراهم شده است. مثلا شرکت های طراحی سعی در طراحی نمونه هایی دارند که در آن ها کمترین میزان پارچه هدر برود. یا اینکه تلاش می کنند از پارچه هایی که اضافه می آیند اکسسوری و لوازم تزئینی زیبا و کاربردی تهیه نمایند. به هر حال با توجه به اینکه صنعت مد یکی از آلوده ترین صنایع در جهان است و با تلاش انجمن های دوستدار محیط زیست مبحث مد پایداری و حفظ پایداری در صنعت مد به یکی از اساسی ترین و مهم ترین چالش های عصر حاضر تبدیل شده و همه ی گروه های مسئول باید برای انجام هر چه بهتر آن کوشش نمایند.

نتیجه گیری:

دست یابی به مُد پایدار، به اعتبار حضور برجسته پوشاک در نظام مصرف جهانی، نقش مهمی در تحقق اهداف توسعه پایدار ایفا می کند. در حالی که طول عمر کوتاه منسوجات و به خصوص لباس یکی از مشکلات اصلی در نظام صنعتی کنونی است، در این مقاله در مورد چگونگی توسعه ارزش های جدید در محصول برای رسیدن به پایداری بحث شد. نتایج پژوهش نشان می دهد که به استثنای جنبه زیست محیطی (شیوه تولید افزودنی هنوز در بخش تامین مواد اولیه به شکل مواد دارای قابلیت بازیافت، نیازمند توسعه و تحقیق بیشتر است)، این شیوه تولیدی توانایی تامین نیازهای توسعه پایدار پوشاک در ابعاد اجتماعی و اقتصادی مصرف را داراست و قادر است در کنار تغییر ساختار تولید انبوه به تولیدات محدود، کاهش حجم تولید، کاهش حجم مواد زاید، سفارشی سازی و شخصی سازی لباس به منظور انطباق فیزیکی و روانی آن با مصرفکننده، امکان پذیرسازی ورود کاربر به حوزه طراحی لباس به منظور افزایش نقش وی در تولید، احیای مجدد سنت تولید سفارشی و طردِ مدگرایی، در تغییر نگرش اجتماعی مصرف کننده نیز موثر واقع شده، به تامین اهدافِ مُد پایدار کمک کند. یکی از ابعاد مهم هر توسعه ای توجه به سرمایه های اجتماعی است. از این رو سرمایه اجتماعی، یکی از مهمترین شاخصه های رشد و توسعه هر جامعه های به شمار می آید. از این رو موضوع سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل اساسی برای نیل به توسعه پایدار محسوب شده و حکومت ها و دولتمردانی موفق قلمداد می شوند که بتوانند با اتخاذ سیاستهای لازم و ارائه راهکارهای مناسب در ارتباط با جامعه به تولید و توسعه سرمایه اجتماعی بیشتر نائل شوند. از آن جاکه جوانی، فرصت بی بدیل زندگی و سرآغاز استحکام شخصیت و ظهور و بروز استعدادهای انسانی است. جوامعی که این منبع سرشار انسانی و سرمایه اجتماعی را در اختیار دارند باید آینده ای امید بخش را پیش روی خود ترسیم نمایند. جوانان می توانند به عنوان الگوی مد پایدار جامعه، متناسب با سلاقی هم سن های خود، نقش بسزایی در توسعه مد پایدار داشته باشند.

منابع:

- ۱_ برادران امینی. صالح، صفایی. شیما، خدمات طراحی در طراحی خدمات، فصلنامه هنر و طراحی صنعتی چهارباغ، شماره پنجم، پاییز و زمستان ۱۳۸۹.
- ۲_ رضایی. میترا، بررسی مد پایدار بر توسعه پایدار محیط زیست، خستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار، ۱۳۹۹.
- ۳_ شوکت پور. محمدحسین، طراحی پایدار، فصلنامه هنر و طراحی صنعتی چهارباغ، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۸۸.
- ۴_ فرجی. علی، بهزادی. مرضیه، سه گانه طراحی واحد بنیان، تولید سفارشی انبوه و شخصی سازی، نشریه هنرهای زیبا، هنرهای تجسمی، دوره ۱۷، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۱، تهران.
- ۵_ نعمتی. اعظم، تدوین مدل مفهومی پایداری مبتنی بر ارزش آفرینی در صنعت مد و لباس، چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده؛ سی ام و سی و یکم اردیبهشت ماه، ۱۳۹۵.
- ۶_ فربود. فریناز، نیکوکار. منصوره، نقش فناوری تولید افزودنی در دست یابی به مُد پایدار، نشریه نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، پیاپی ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۴، صفحات: ۱۱۵-۱۳۳.

۷_ اکبرزاده نیاکی. زهرا، تدوین الگوی پایداری در صنعت مد از طریق سامانه اشتراک گذاری (با تاکید بر مرحله مصرف)، کنفرانس ملی مهندسی نساجی، پوشاک و مد، ۱۳۹۸.

8. Annamma Joy, John F. Sherry, Jr, Alladi Venkatesh, Jeff Wang and Ricky Chan(2012), Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands, , Fashion Theory, Volume 16, Issue 3, pp. 273 – 296, Berg
9. Chapman, J., 2009. Emotionally Durable Design: Objects, Experiences, and Empathy, third ed. Earthscan, London
10. Design council (2007). Future of fashion, strategic considerations for growth, british fashion council, London
11. Eifler Christine, Diekamp, Kirsten(2012) The difficulties of sustainable consumption of clothing, Proceedings of the 3rd International Sustainability Conference, 29-31 August 2012, Basel, Switzerland
12. Fletcher Kate (2008), Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys, Earthscan , London
13. Hu Yue (2012), A Study on the Sustainable Fashion Design in the Process of Use, International Journal of Arts and Commerce, Vol. 1 No. 4 September 2012