

مطالعه و بررسی توسعه پایدار و تاثیر آن بر رفتار مصرف کنندگان در طراحی لباس مجلسی

شکیلا غیرتی^۱، سیده زینب موسوی^۲

۱. دانشجوی کارشناسی رشته طراحی لباس. دانشگاه آپادانا. شیراز. ایران

۲. استاد راهنما. کارشناسی ارشد رشته طراحی لباس. دانشگاه آپادانا. شیراز. ایران

چکیده

صنعت مد و پوشاک، به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع مصرفی جهان، علاوه بر نقش اقتصادی و فرهنگی، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر محیط‌زیست به شمار می‌رود. مصرف گسترده منابع طبیعی، تولید حجم بالای پسماند، انتشار گازهای گلخانه‌ای، آلودگی آب، خاک و گسترش الگوهای مصرف‌گرایانه، ضرورت توجه به رویکردهای پایدار در این صنعت را دوچندان کرده است. پژوهش حاضر با هدف بررسی مد پایدار و به‌کارگیری اصول آن در طراحی لباس مجلسی انجام شده است. در این پژوهش، مفهوم پایداری، تاریخچه شکل‌گیری، ابعاد آن، عوامل مؤثر بر رفتار و قصد خرید مصرف‌کنندگان، نقش طراحی پایدار و فرهنگ‌سازی در توسعه صنعت مد پایدار، با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مطالعات پیشین به شیوه تحلیلی-توصیفی مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین نقش آگاهی مصرف‌کنندگان، مسئولیت اجتماعی، شفافیت تولید، ارزش‌های فردی و سیاست‌های حمایتی در گسترش مصرف پایدار تبیین شده است. در بخش عملی، با بهره‌گیری از اصول طراحی پایدار، دو نمونه لباس مجلسی با الهام از فرم‌های طبیعی و نقوش گیاهی طراحی شده‌اند که ضمن حفظ ویژگی‌های زیبایی‌شناختی و کارکردی، تلاش دارند رویکردی هماهنگ با طبیعت و توسعه پایدار را در طراحی پوشاک ارائه دهند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تحقق مد پایدار تنها به انتخاب مواد اولیه محدود نیست، بلکه مستلزم تغییر نگرش طراحان، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، توسعه فناوری‌های سازگار با محیط‌زیست، ارتقای فرهنگ مصرف مسئولانه و همکاری میان بخش‌های مختلف صنعت و نهادهای مرتبط است.

کلید واژگان: توسعه پایدار، رفتار مصرف‌کننده، مد پایدار، محیط زیست

مقدمه

مصرف‌گرایی پدیده‌ای نوظهور و متولدشده در قرن بیست‌ویکم میلادی است که می‌تواند در از بین رفتن منابع ملی هر کشوری، نقش مهمی ایفا کند. امروزه روش‌هایی همچون تولید پوشاک بدون ضایعات با رویکرد پایداری مورد توجه قرار گرفته است. (طالب‌پور و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱) در وضعیت اقتصادی امروز جهان و میل مردم به مصرف‌گرایی، با وجود تمام محدودیت‌های مالی، کمبود منابع طبیعی و نیاز مردم به حفاظت از محیط‌زیست، این مسئله در آینده جدی‌تر خواهد شد. (زارع، ۱۳۹۸، ص ۲)

باید در نظر داشت که اثرات زیست‌محیطی صنعت مد تنها شامل تولید لباس، منسوجات و سایر موارد نمی‌شود، بلکه تعمیر و نگهداری، پایان عمر مصرف، حمل‌ونقل، ارسال با کشتی، طراحی، تبلیغات و بازاریابی و ... را نیز شامل می‌شود. در جوامع مصرف‌گرا، محصولات برای ایجاد تجربه‌های کاذب تولید می‌شوند تا خواسته‌های فرد تحقق یابد. (شیری، ۱۳۹۹، ص ۵) صنعت مد، بعد از پتروشیمی، دومین صنعت آلوده‌کننده محیط‌زیست است. (عطایی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۲)

بر اساس مطالعه‌ای که توسط سازمان ملل متحد صورت گرفته، صنعت مد مسئولیت حدود ۱۰ درصد از کل انتشار گازهای گلخانه‌ای جهان و تولید ۲۰ درصد از کل فاضلاب‌های تولید شده را بر عهده دارد و حتی انرژی بیشتری را نسبت به صنایع هواپیمایی و کشتیرانی مصرف می‌کند. (محمدي و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲) این صنعت به شدت درگیر مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی است. در سال‌های اخیر، مسائلی مانند گرمایش زمین که ناشی از افزایش انتشار دی‌اکسید کربن حاصل از سوزاندن سوخت‌های فسیلی، کاهش منابع طبیعی، دفع زباله‌های سمی و آلودگی آب، هوا و خاک ناشی از صنایع نساجی است، اهمیت بیشتری یافته‌اند. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۹۵)

با توجه به اهمیت حفظ محیط‌زیست، پایداری مد ضروری‌ترین نیاز دنیای در حال رشد محسوب می‌شود؛ بنابراین، شناسایی مؤلفه‌های سازگار با محیط‌زیست در صنعت مد، دربردارنده نکات اساسی مرتبط با مد پایدار است. (طباطبایی هنزایی و شفیعی‌نیا، ۱۴۰۴، ص ۱۴) افزایش نگرانی و آگاهی‌های عمومی نسبت به سلامت و حفاظت از محیط‌زیست منجر به این شده است که مشتری در خریدهای خود، مسائل زیست‌محیطی و مفهوم مسئولیت اجتماعی را مورد توجه قرار دهد و شناخت عوامل مؤثر بر قصد خرید سبز از سمت مصرف‌کننده، بااهمیت و ضروری به نظر برسد. (فراهانی و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۵)

با افزایش آگاهی درباره مسائل زیست‌محیطی، مصرف‌کنندگان بیشتر به دنبال خرید محصولات پایدار هستند. طراحان می‌توانند با پاسخ به این تقاضا، به موفقیت‌های تجاری دست یابند. آن‌ها می‌توانند با مصرف‌کنندگان درباره ارزش‌های پایدار خود ارتباط برقرار کنند و آن‌ها را به خرید انتخاب‌های پایدار تشویق کنند. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۷)

پیشینه

در پژوهشی که غلامحسین خورشیدی و همکاران در سال ۱۴۰۴ با عنوان «مرور نظام‌مند رفتار مصرف‌کننده در صنعت مد پایدار» انجام دادند و در کاوشهای مدیریت بازرگانی، [دوره ۱۷، شماره ۳۹ - شماره پایانی ۱۷](#) منتشر شده، محرک‌های مؤثر بر مصرف مد پایدار، آگاهی مد و ریسک ادراک‌شده؛ متغیرهای مداخله‌گر، انگیزش، ارزش پایدار و عوامل جمعیت‌شناختی؛ متغیر میانجی مؤثر، درگیری مشتری؛ و نتایج رفتار مصرف‌کننده مد پایدار، مصرف آگاهانه شناسایی شد.

فاطمه فخار، در پژوهشی با عنوان «بررسی انگیزه‌های متعدد طراحان لباس با استفاده از مواد بازیافتی» که در سال ۱۴۰۳ به چاپ رسید، نوشته آگاهی‌بخشی یکی از جنبه‌های کلیدی در انگیزه طراحان لباس برای استفاده از مواد بازیافتی است. این جنبه شامل ترویج آگاهی در سطح جامعه و ایجاد تغییرات مثبت در رفتار مصرف‌کنندگان و صنعت مد می‌شود. در ادامه، به ابعاد مختلف این موضوع پرداخته‌اند. همچنین ذکر کرده‌اند که طراحان می‌توانند با طراحی لباس‌های بازیافتی، توجه جامعه را به مشکلات ناشی از تولید انبوه و زباله‌های مد جلب کنند و نشان دهند که چگونه این صنعت بر محیط‌زیست تأثیر می‌گذارد.

در مقاله «تحلیل رفتار خرید مصرف‌کنندگان تحت تأثیر آگاهی از پایداری در صنعت مد» که توسط صبا امیری و بیژن رضایی در سال ۱۴۰۲ نوشته شده و در [دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف‌کننده، دوره: ۱۰، شماره: ۲](#) به چاپ رسیده، بیان کرده‌اند که دانش و آگاهی (مؤلفه شناختی)، عواطف و احساسات (مؤلفه عاطفی) و تصمیم خرید (مؤلفه رفتاری)، به عنوان ابعاد نگرش نسبت به مفهوم پایداری، بر رفتار خرید مصرف‌کنندگان صنعت مد در حوزه پوشاک تأثیرگذارند و در این رابطه، جنسیت نقش متغیر تعدیل‌کننده را ایفا می‌نماید.

سیاوش افراشته و همکاران، در پژوهشی با عنوان «مروری بر عوامل پایداری و توسعه در صنعت نساجی و پوشاک ایران» که در سال ۱۴۰۲ به چاپ رسید و در مجله علوم و فناوری نساجی و پوشاک، [دوره ۱۲، شماره ۳ - شماره پایانی ۴۷](#) منتشر شده، نیز گفته‌اند که در نظر گرفتن اینکه تولید پوشاک سازگار با محیط‌زیست در کشور ایران هنوز رونق زیادی پیدا نکرده است، می‌توان با ارائه آموزش و فرهنگ‌سازی، مصرف‌کنندگان پوشاک را متقاعد ساخت تا در بین خریدهای رنگارنگ، بیشتر به جنبه‌های زیست‌محیطی توجه داشته باشند. از جمله راهکارهایی که می‌توان در این خصوص ارائه داد، استفاده بهینه از پوشاک به بهترین شکل ممکن است. خرید لباس‌هایی که از نظر کیفیت و طول عمر در سطح بالایی قرار دارند، می‌تواند بهترین راهکار باشد. یکی دیگر از راهکارهای این امر، بازیافت و ایجاد تغییرات جزئی در لباس‌هایی است که دیگر نمی‌خواهیم از آن‌ها استفاده کنیم. مهم‌ترین راهکار هم‌زیستی با محیط‌زیست این است که افراد به تجارت اشتراک‌گذاری پوشاک روی آورند. از طریق این تجارت می‌توان لباس‌هایی را که فقط یک بار استفاده

شده‌اند، در ازای اخذ مبلغی ناچیز به سایر افراد اجازه داد. همچنین می‌توان از تجارت «دست دوم» که در حال حاضر در دنیا وجود دارد و بسیاری از افراد آن را دنبال می‌کنند، بهره جست.

محمدی و همکاران، در پژوهش «شناسایی عوامل مؤثر بر صنعت مد و لباس با رویکرد پایداری محیط‌زیست» که در سال ۱۳۹۹ به چاپ رسیده است و در مجله علوم و فناوری نساجی و پوشاک. دوره ۹، شماره ۱ - شماره پیاپی ۳۳ منتشر شده، اظهار داشته‌اند هر سه بعد تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و محیط‌زیست بر طراحی مد و لباس مؤثر بوده و همچنین بین این سه بعد، از نظر رتبه‌بندی، اختلاف معناداری وجود دارد؛ به طوری که بعد تولیدکنندگان در رتبه اول، بعد زیست‌محیطی در رتبه دوم و مصرف‌کنندگان در رتبه سوم قرار گرفتند.

تاریخچه

۱. شکل‌گیری نگرش‌های اولیه به محیط‌زیست و تولید پوشاک

زیست پایدار جنبشی است که فعالیت خود را برای دفاع از محیط‌زیست، از قرن هجدهم در اروپا آغاز کرد. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۳۵) از اوایل قرن نوزدهم میلادی بود که با افزایش جمعیت و مصرف سرانه کشورها، بر میزان ضایعات و مواد ضایعاتی افزوده شد. با توجه به روند رشد موجود، کشورها تمهیداتی درخصوص از بین بردن زباله‌ها و ضایعات اتخاذ کردند. از جمله این تصمیمات می‌توان به مدفون کردن زباله‌ها در نقاط خارج شهر، سوزاندن زباله‌ها و ضایعات، خرد و ذوب کردن ضایعات پلاستیکی و غیره اشاره کرد. (زارع، ۱۳۹۸، ص ۴) طراحی پوشاک آماده از دهه ۱۸۶۰ م. آغاز و در دهه ۱۸۷۰ م. فراگیر شد و با تغییراتی در کیفیت و مواد اولیه، در قرن بیستم توسعه یافت. (فربود، ۱۳۹۳، ص ۶)

۲. گسترش تولید انبوه و تغییر الگوهای مصرف در صنعت مد

در قرون نوزدهم و بیستم میلادی، حرکت به سوی مدرن شدن، با تکیه بیش از حد بر رشد و پیشرفت اقتصادی توسط کشورهای توسعه‌یافته، باعث به فراموشی سپرده شدن موضوعاتی مانند محیط‌زیست یا مشکلات اجتماعی و فراهم آوردن امکانات و فرصت برابر برای همه انسان‌ها و جوامع برای پیشرفت شده بود. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۰۱) در اواسط قرن بیستم، لباس‌های فشن شروع به تولید انبوه کردند، بخش تولید عمده افزایش پیدا کرد و مردم انتخاب‌های بیشتری در خرید لباس داشتند. (مسعودی، ۱۴۰۳، ص ۳) واژه توسعه پایدار در نیمه دوم قرن بیستم مطرح شد که به موجب آن، تغییر الگوی تفکر در مورد توسعه باعث گردید تا توسعه پایدار در کانون گفتمان‌های توسعه قرار گیرد. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۲)

۳. پیدایش جنبش‌های زیست‌محیطی و شکل‌گیری مفهوم مد پایدار

مد پایدار یا سبز در سال ۱۹۶۰ شکل گرفت. به لطف جنبش‌های هیپی‌های غربی، استفاده از مواد طبیعی در صنعت مد رایج شد. (مسعودی، ۱۴۰۳، ص ۳) توسعه پایدار برای نخستین بار در اوایل سال‌های دهه ۱۹۷۰ م. مطرح شد و با تعریف توسعه پایدار، مبنی بر رفع نیازهای نسل حاضر بدون تضییع توانایی نسل‌های آینده برای رفع نیازهایشان، توسط سازمان ملل در سال ۱۹۸۷ م. عمومیت پیدا کرد. (عطایی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۳) دهه هفتاد میلادی، بحث‌ها پیرامون مسائل اخلاقی و محیط‌زیست در میان عموم رشد کرد و به‌مرور در دو دهه بعد، به آگاهی عمومی بدل گشت و در حال حاضر، مقوله زیست پایدار در حوزه منسوجات، به واسطه بحران زیستی پیش‌رو و افزایش سطح آگاهی در این زمینه، به یک موضوع عمومی بدل شده است. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۳۹)

۴. نهادینه شدن مفهوم پایداری در صنعت مد و توسعه جهانی آن

در اواخر قرن بیستم، پس از اجلاس اولیه که برای حفظ محیط‌زیست و شکل‌گیری توسعه پایدار برگزار شده بود، نقدهایی نیز به سیستم توسعه وارد شد. پس از کنفرانس زمین سازمان ملل در ژوهانسبورگ در سال ۲۰۰۲، زمینه‌های فرهنگی مورد توجه بیشتری برای پژوهشگران قرار گرفت. پس از آن، فرهنگ از دل مفهوم کلی پایداری اجتماعی خارج شد و به‌عنوان یک زمینه مستقل در توسعه پایدار، به رسمیت شناخته شد. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۰۱-۹۹) مد و فشن در بین مردم بیشتر رواج پیدا کرد و آگاهی مردم در این مورد افزایش یافت؛ بنابراین، آن‌ها به جای تکیه بر روندهای حاکم در بازار، شروع به انتخاب لباس‌های راحت و مناسب با سبک استایل خود کردند. (مسعودی، ۱۴۰۳، ص ۳)

توسعه پایدار:

۱. توسعه پایدار و ابعاد آن

رایج‌ترین و شاید نخستین تعریف از توسعه پایدار، تعریفی است که کمیسیون جهانی محیط‌زیست و توسعه در سال ۱۹۸۷، معروف به کمیسیون برانتلند، در گزارش آینده مشترک ما ارائه کرده است: «توسعه پایدار، توسعه‌ای است که نیازهای زمان حال را بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای برآوردن نیازهایشان برآورده سازد.» (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۲)

دیدگاه توسعه پایدار، با سه اصل زیرمجموعه آن، از اوایل دهه ۸۰ میلادی ایجاد شد و رشد اقتصادی، گنجایش اجتماعی و تعادل زیست‌محیطی نام گرفت و از آن زمان، با نظم دادن به تعریف توسعه پایدار، به دنبال حل تضاد میان اهداف توسعه و محیط‌زیست بوده است. کنفرانس ریو در دهه ۹۰ میلادی، تأکید را بر اصل محیط‌زیست و محوریت انسان در توسعه پایدار گذاشت و در کنار آن، این سه رکن را به عنوان زمینه

اصلی توسعه پایدار معرفی کرد و آن‌ها را الگویی قابل استفاده در راهبردهایی با ابعاد محلی، ملی و جهانی دانست. اما در اجلاس ژوهانسبورگ آفریقای جنوبی که با نام ریو +۲۰ شهرت دارد، ابعاد اجتماعی و اقتصادی نیز به اندازه رویکرد زیست‌محیطی ارزش یافت و سه اصل تشکیل‌دهنده، اهمیت برابر پیدا کردند و به توازن رسیدند. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۰۱)

در اجلاس زمین که در سال ۱۹۹۲ م. برگزار شد، علت وخامت محیط‌زیست جهانی، الگوی ناپایدار مصرف و تولید، به‌خصوص در کشورهای صنعتی، تشخیص داده شد و مقوله توسعه پایدار، به عنوان راهبردی جدید در جهان معاصر، با هدف استفاده بهینه از منابع و حفظ آن‌ها به عنوان سرمایه‌ای برای آیندگان، مورد توجه قرار گرفت. (فربود، ۱۳۹۳، ص ۶۶)

توسعه پایدار شامل سه بعد اقتصادی (رشد)، اجتماعی (عدالت) و محیط‌زیست (حفظ منابع طبیعی) است. (شفیعی، ۱۳۹۹، ص ۱) بعد اجتماعی توسعه پایدار به رابطه انسان با انسان‌های دیگر، اعتلای رفاه افراد، بهبود دسترسی به سلامت، بهداشت و خدمات آموزشی، توسعه فرهنگ‌های مختلف، برابری و فقرزدایی تأکید دارد؛ بعد اقتصادی توسعه پایدار 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 حد اکثر ممکن ارتقا یابد؛ و بعد زیست‌محیطی توسعه پایدار با حفاظت و تقویت پایه منابع فیزیکی، بیولوژیکی و اکوسیستم مرتبط است و به رابطه بین طبیعت و انسان می‌پردازد. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۲) این مفهوم از رویکرد یک‌جانبه اقتصادی، پس از دوران انقلاب صنعتی، به واسطه پیامدهای منفی اجتماعی و زیست‌محیطی و تغییر نگرش مردم به مفهوم پیشرفت و رشد، به وجود آمده است. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۹۴)

۲. مد پایدار

مد پایدار، جنبش و فرایندی است که در طی آن، طراحی و تولید لباس با روش‌های دوستدار طبیعت و با در نظر گرفتن عدالت اجتماعی انجام می‌شود. در مد پایدار، نه تنها تولید منسوجات و پوشاک، بلکه سیستم‌های اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و مالی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. (مسعودی، ۱۴۰۳، ص ۲)

امروزه مد، به عنوان غالب‌ترین پدیده مصرفی، منجر به سبک زندگی مصرف‌محور شده که از نظر تخریب زیست‌محیطی، زیان‌بارترین سبک زندگی محسوب می‌شود. حال مهم‌ترین پرسش برای آینده این است که چگونه می‌توان انتقال سبک‌های زندگی به سمت بقا و تداوم را مدیریت کرد. توسعه پایدار سعی در تغییر نگرش اجتماعی نسبت به مصرف دارد. (اکبرزاده نیاکی و فربود، ۲۰۲۲، ص ۲)

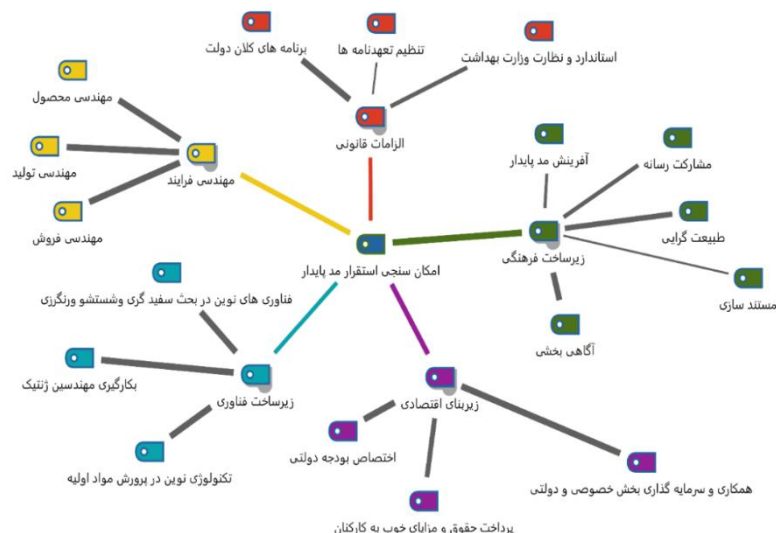
مد پایدار که با عنوان لباس «سبز»، «اکو»، «تجارت عادلانه» یا «اخلاقی» نیز شناخته می‌شود، فرایند تولیدی است که تولیدکنندگان را به ساخت کالاهایی باکیفیت در محیط‌های کاری اخلاقی و افزودن ارزش

واقعی به محصولات تشویق می‌کند. (شیری، ۱۳۹۹، ص ۳) مد پایدار، مد سازگار با محیط‌زیست، مد دوستدار محیط‌زیست یا اکوفشن، همگی تعاریفی هستند که برای این مفهوم به کار می‌روند. مفهوم پایداری در طراحی به پایداری منابع زیست‌محیطی اشاره دارد. (عطایی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۳)

در قرن حاضر، مصرف مد نقشی محوری در بیشتر نقاط جهان دارد. مردم تمام زندگی خود را با تمرکز بیش از حد بر ادراک دیگران از مدی که می‌پوشند سپری می‌کنند. با توجه به رقابت در صنعت مد، طراحان از تکنیک‌های تولید ناپایدار فزاینده‌ای برای همگام شدن با تقاضا و افزایش سود استفاده می‌کنند. (فراهانی و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۵۳۲)

نکاتی در مورد داشتن کمد مد پایدار:

۱. کمتر بخرید، بهتر بخرید.
۲. از برندهای مد پایدار خرید کنید.
۳. لباس دست‌دوم بخرید.
۴. لباس کرایه کنید.
۵. از برندهایی که سبزشویی می‌کنند دوری کنید.
۶. لباس‌ها را بشناسید.
۷. در مورد شرایط تولید آن‌ها تحقیق کنید.
۸. مراقب مواد شیمیایی باشید.
۹. مراقب میزان آب مصرفی لباس‌های خود باشید.
۱۰. از لباس‌های خود مراقبت کنید.
۱۱. میکروپلاستیک تولید نکنید.
۱۲. از آینده لباس خود باخبر شوید.
۱۳. به چرخه لباس اهمیت دهید. (مسعودی، ۱۴۰۳، ص ۸)



تصویر (۱). تصویر شماتیک از مقولات و زیرمقولات امکان سنجی استقرار صنعت مد پایدار در ایران.

پیشنهادهای کاربردی ذیل توسط محققان این پژوهش، برای دست‌اندرکاران و دغدغه‌مندان این مقوله به شرح زیر ارائه می‌شود:

- تقویت بستر فرهنگی برای «دوستی با محیط‌زیست» و ایجاد دغدغه و نیاز مصرف‌کنندگان به مد سبز و فرهنگ‌سازی نوع مصرف.
- تعامل و همکاری بخش‌های اقتصادی، فرهنگی، مهندسان محیط‌زیست و کشاورزی، صنایع شیمیایی و پتروشیمی، نساجی، بافندگی و ریسندگی، رنگریزی، طراحان و خیاطان مد پایدار، در راستای ورود پرقدردان این صنعت به مرحله اجرایی کشور، با تبلیغات سینمایی و تلویزیونی به کمک سلبریتی‌ها، برای پذیرش این صنعت در میان عموم مردم.
- بهره‌گیری از برندهای مشهور در داخل و خارج از کشور، جهت تبلیغات و ایجاد کلکسیون‌هایی با فضای طبیعت‌گرایی و تولید الیاف طبیعی در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های داخلی، در راستای فرهنگ‌سازی.
- افزایش دانش، آگاهی و آموزش مواد جدید و فناوری‌های نوین در این زمینه به تولیدکنندگان و اشاره به خطرات محیط‌زیستی، جهت تسهیل و افزایش تولید محصولات زیست‌سازگار.
- حمایت ارگان‌های دولتی و انجمن‌های ذی‌ربط برای ساده کردن مسیر تولید و ارائه پیشنهادهای برای ایجاد مزیت برتر محصول نسبت به دیگر محصولات موجود در بازار، به‌منظور جذب مشتری بیشتر. (طباطبایی هنزایی و شفیعی‌نیا، ۱۴۰۴، ص ۲۱-۱)

محیط زیست و زیست پایداری:

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 یا زیست محیطی، به اندازه دیگر محصولات سازگار با محیط زیست، هنوز به بخش جدایی ناپذیر بازار تبدیل نشده اند؛ در میان کالاهای مصرفی، پوشاک دارای اهمیت بالایی است، زیرا از درهم تنیدگی جنبه های عملکردی، اجتماعی و فرهنگی ناشی می شود. (شیری، ۱۳۹۹، ص ۴)

از آنجا که انسان ها بخشی از محیط زیست هستند و تا حد زیادی به منابع طبیعی وابسته اند، بهزیستی و بقای ما به توانایی در دستیابی به پایداری محیط زیست بستگی دارد و پایداری فقط از طریق سیستمی قابل دستیابی است که هر سه ستون آن را در بر گیرد، زیرا آن ها درهم تنیده و به یکدیگر وابسته اند. (طباطبایی هنزایی و شفیع نیا، ۱۴۰۴، ص ۱) حرکت به سمت پایداری، یک تغییر اساسی محسوب می گردد که بر همه صنایع تأثیرگذار است. صنعت کهن نساجی، با استفاده مکرر از مواد ناسازگار با محیط زیست در فرایند تولید، باعث آزاد شدن آلاینده های مضر در طبیعت می گردد. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱)

اندیشه برابری طلبی، آزادی خواهی و دفاع از حقوق زیست محیطی، از اواخر دهه ۱۹۶۰ به این طرف، به صورت جدی در طراحی مد رایج شد. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۳۵) اما در دهه هفتاد میلادی، بحث ها پیرامون مسائل اخلاقی و محیط زیست در میان عموم رشد نمود و به مرور، در دو دهه بعد، به آگاهی عمومی بدل گشت. (فربود، ۱۳۹۳، ص ۶۷)

جنبش مد سازگار با محیط زیست، در نیمه دهه هفتاد میلادی، همزمان با نگرانی درباره 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 بود و بیشتر ناشی از ترس برای سلامت انسان، نه به علت وخامت اوضاع کره زمین. (زارع، ۱۳۹۸، ص ۳) برای نخستین بار، بزرگداشت روز زمین در ۲۲ آوریل ۱۹۷۰ برگزار شد. در همین حال، جنبش مدرن زیست محیطی، پیش از این روز نیز شروع خوبی داشت. مد پایدار، ثمره همین جنبش ها و پیچ و خم ها بود. (عطایی نژاد و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۵)

رشد سریع جمعیت و الگوهای تولید و مصرف بی رویه، منجر به کاهش منابع، تخریب اکوسیستم و تغییرات آب و هوایی شده است. بنابراین، مردم به اهمیت روش های زیست محیطی پایدار برای تولید و استفاده بهینه از منابع، به منظور دستیابی به استانداردهای زندگی بهتر، پی برده اند. در نتیجه، مفهوم پایداری که در سال ۱۹۸۷ توسط کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED) معرفی شده است، مورد تأیید اکثریت قرار گرفت. (شفیع، ۱۳۹۹، ص ۱۲)

رفاه و پایداری اجتماعی نمی‌تواند بدون سلامت محیط و تحرک اقتصادی پایدار باشد، به طوری که تعامل سه‌گانه ابعاد پایداری است که کاهش فقر، سرمایه‌گذاری اجتماعی و جامعه‌ای امن را از بعد اجتماعی شکل می‌دهد. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۹۹)

۱. پایداری مد و منسوجات زیست پایدار:

با توجه به اهمیت حفظ محیط‌زیست، پایداری مد ضروری‌ترین نیاز دنیای در حال رشد محسوب می‌شود؛ بنابراین، شناسایی مؤلفه‌های سازگار با محیط‌زیست در صنعت مد، دربردارنده نکات اساسی مرتبط با مد پایدار است. از جمله این مؤلفه‌ها می‌توان به ردپای کربن برجای‌مانده در محیط‌زیست، مقدار آب مصرف‌شده و تعداد سموم زراعی (سموم دفع آفات، مواد شیمیایی و ...) که در فرایند تولید استفاده می‌شود، اشاره کرد. امروزه مصرف‌گرایی به‌شدت افزایش پیدا کرده است و صنعت مد نیز، مانند سایر صنایع جهان، با کمک رسانه و تبلیغات، تولید روزافزون خود را به فروش می‌رساند و هیچ اهمیتی به کره زمین، محیط‌زیست و حتی اخلاقیات انسانی نمی‌دهد و آینده را فدای سود اقتصادی و قدرت حال کرده است. (طباطبایی هنزایی و شفیع‌نیا، ۱۴۰۴، ص ۱۱۴)

پدیده منسوجات زیست پایدار، مفهومی جدید نیست، اما تا این اواخر، توسعه صنعت نساجی، با هدف تطابق با نیازهای تولید و مصرف انبوه، بر جنبه‌های کاهش هزینه و توسعه فناوری تولید متمرکز شده و قیمت پایین محصول و افزایش بهره‌وری بر شیوه کار تولیدکنندگان، فروشندگان و طراحان سیطره داشته است. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۳۹)

یکی از فعالان حوزه مد و لباس در این باره می‌گوید: «موضوع مد و به تبع آن، مد بازیافتی در ایران بسیار نوپاست و هنوز از طرف تولیدکنندگان پوشاک در کشور و عموم مردم پذیرفته نشده است. برای بازیافت پارچه، پلاستیک و به‌کارگیری مجدد آن برای تولید پوشاک، ابتدا باید به فناوری آن دسترسی داشته باشیم که متأسفانه در ایران چنین فناوری‌ای وجود ندارد. از طرف دیگر، در کشور ما تصور مردم در مواجهه با کلمه بازیافت کمی کدر است، در حالی که در کشورهای دیگر، پذیرش تفکر استفاده از لباس‌های بازیافتی از طریق رسانه‌ها و سلبریتی‌ها انجام می‌شود.» (زارع، ۱۳۹۸، ص ۷)

در کل، می‌توان نقشه راه مورد نظر برای بهبود زیست‌محیطی در حوزه منسوجات و مد را به صورت زیر بیان نمود: بهبود کارکرد زیست‌محیطی از طریق طراحی پایدار، کاربرد الیاف مناسب و استفاده مجدد، بازیافت و مدیریت از طریق تغییر الگوی مصرف و تولید، سازمان اقتصادی متناسب و کاهش مصرف انرژی و تولید گازهای گلخانه‌ای، کاهش مصرف آب، کاهش بهره‌برداری از آفت‌کش‌ها، علف‌کش‌ها و مواد شیمیایی در تمامی مراحل تولید و بازیافت و بهبود شرایط کار، شامل بی‌عدالتی تجاری، رفاه کارگران و استثمار آن‌ها. (راد، ۱۴۰۲، ص ۴۰)

WBCSD. هفت عامل موفقیت را برای دستیابی و افزایش بهره‌وری زیست‌محیطی در بخش تجارت

معرفی کرده است:

- کاهش کثرت مواد،
- کاهش کثرت انرژی،
- کاهش پراکندگی سموم،
- تقویت بازیافت مواد،
- حداکثر استفاده پایدار از منابع تجدیدپذیر،
- افزایش دوام محصول،
- حداکثر سرویس‌دهی محصولات. (شفیعی، ۱۳۹۹، ص ۱۳)

می‌توان نقشه راه مورد نظر برای بهبود زیست‌محیطی در حوزه منسوجات و مد را به صورت زیر بیان

نمود:

- بهبود کارکرد زیست‌محیطی از طریق طراحی پایدار، کاربرد الیاف مناسب و استفاده مجدد،
- بازیافت و مدیریت از طریق تغییر الگوی مصرف و تولید،
- سازمان اقتصادی متناسب و کاهش مصرف انرژی و تولید گازهای گلخانه‌ای،
- کاهش مصرف آب،
- کاهش بهره‌برداری از آفت‌کش‌ها، علف‌کش‌ها و مواد شیمیایی در تمامی مراحل تولید و بازیافت،
- بهبود شرایط کار، شامل بی‌عدالتی تجاری، رفاه کارگران و استثمار آن‌ها. (فربود، ۱۳۹۳، ص ۶۷)

۲. راهکارهای زیست‌پایداری

مصرف محصولات سبز: از مؤثرترین راه‌ها برای اتخاذ مصرف پایدار، افزایش مصرف محصولات سبز است. محصولات سبز، محصولاتی هستند که در مقایسه با محصولات معمولی، تأثیرات زیست‌محیطی کمتری دارند و مزایای مشابهی را ارائه می‌دهند. (خورشیدی و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۲)

استفاده از مواد تجدیدپذیر: نخستین رویکرد برخی از طراحانی که قصد دارند خلاقیت را وارد عرصه طراحی پایدار کنند، بهره‌برداری از منسوجات دارای مواد آلی یا مواد تجدیدپذیر است. کاربرد مواد خام در منسوجات و استفاده از تکنیک‌های متفاوت برای تولید منسوجاتی که بتواند منظر و زیبایی‌شناسی طبیعی را در معرض دید بیننده قرار دهد، از جمله این رویکردهاست. حضور ماده خام و تکنیک‌هایی که بیشتر بر

جایگزینی بافت و کیفیت طبیعی منسوج، به عنوان ابزاری برای طراحی بصری، تأکید دارند، حائز اهمیت است. (راد، ۱۴۰۲، ص ۴)

بازیافت: بازیافت فرایندی است که طی آن مواد زاید جدا شده و به عنوان ماده خام برای تولید محصولات جدید به کار گرفته میشود، به بیان دیگر بازیافت عبارت است از بازگرداندن مواد قابل استفاده به چرخه تولید. (هوشیار، ۱۴۰۱، ص ۴۱۵) یکی از روش‌های نوین از بین بردن زباله و ایجاد قابلیت استفاده دوباره از مواد ضایعاتی، عملیات بازیافت است. بازیافت به معنای استفاده دوباره از کالاهای بازگرداندن مواد به چرخه صنعت، به روش شیمیایی (به واسطه حلال‌های شیمیایی مانند حلال اسیدی و بازی) و روش‌های بیوشیمیایی به وسیله مواد آنزیمی است. (زارع، ۱۳۹۸، ص ۴) استفاده از مواد بازیافتی در طراحی لباس، باعث افزایش آگاهی و تمایل مصرف‌کنندگان به خرید محصولات پایدار می‌شود. همچنین طراحان لباس، با استفاده از مواد بازیافتی، می‌توانند به ایجاد نوآوری‌های جدید و منحصربه‌فرد در صنعت مد کمک کنند. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۲)

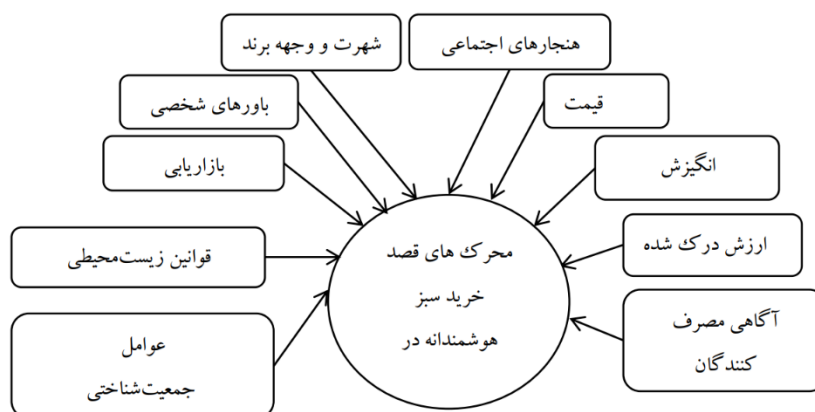
همکاری مجموعه‌ها: همکاری با صنعتگران متخصص و تولید مجموعه‌ای از تخصص‌های مربوط به تولید دستی الیاف، به صورت قلاب‌دوزی، تکنیک‌های چاپ دستی و چاپ دیجیتالی و برش لیزری، زمینه بسیار مهمی در احیای مجدد شرایط سنتی و فرهنگی کار در درون سیستم تولید است؛ امری که به تعداد زیادی از کسب‌وکارهای کوچک خلاق در درون یک شبکه اجازه می‌دهد تا از طریق تولیدات سازگار با محیط‌زیست و با حمایت از نیروی کار، به مجموعه‌ای از کارهای نفیس و باارزش دست بزنند. (راد، ۱۴۰۲، ص ۴۶)

مصرف‌کنندگان

مصرف‌کنندگان که مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی را در اولویت قرار می‌دهند، ممکن است قصد بیشتری برای خرید مد پایدار داشته باشند. کالاهای لوکسی که با ارزش‌های آنان همسو هستند و به پایداری کمک می‌کنند، می‌توانند این مصرف‌کنندگان را جذب کنند. مصرف‌کنندگان به‌طور فزاینده‌ای با عوامل اخلاقی، هنگام شکل‌گیری نظرات درباره محصولات و تصمیم‌گیری برای خرید، درگیر هستند، اما تفاوت‌های قابل توجهی بین قصد مصرف‌کنندگان برای مصرف اخلاقی و رفتار خرید واقعی آن‌ها وجود دارد. (خورشیدی و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۳۴-۲۵)

از دیدگاه مصرف‌کنندگان مد، رشد آگاهی اجتماعی و زیست‌محیطی موجب شکل‌گیری نگرش‌های زیست‌محیطی در مصرف‌کنندگان می‌شود که به‌طور مستقیم بر مصرف اکوفشن تأثیر می‌گذارد. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۴) تولیدکنندگان پوشاک باید روند تولیدات خود، از مواد اولیه تا شرایط نیروی کار، را شفاف‌سازی کنند تا مردم بدانند چه چیزی را خریداری و استفاده می‌کنند. (عطایی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۱۰)

برای تغییر سیستم، باید فرهنگ آن را تغییر دهیم. باید از خودمان شروع کنیم؛ اقداماتی فردی که در مقیاسی جمعی انجام شوند. این تحول با متفاوت فکر کردن درباره لباس‌هایی که می‌خریم و می‌پوشیم آغاز می‌شود. مد را دوست داشته باشیم، اما از خود پرسیم که چرا مجبور به خرید هستیم؟ بیش از گذشته به اثرات عادت‌های خرید و روش‌های مراقبت از لباس‌های خود آگاه باشیم. مهم‌ترین نکته این است که ارزش خود را وابسته به استفاده از آخرین ترندها ندانیم. (شیری، ۱۳۹۹، ص ۱۱)



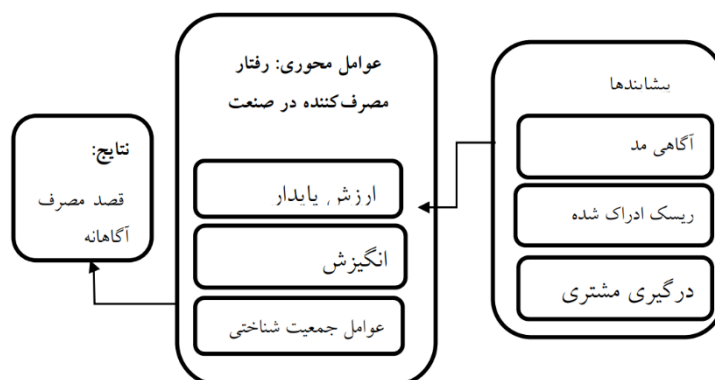
تصویر (۲). طراحی مدل محرک‌های قصد خرید سبز هوشمندانه در صنعت مد پایدار.

عوامل سبز محرک بر قصد خرید سبز هوشمندانه در صنعت مد و لباس پایدار عبارت‌اند از: آگاهی و دانش مصرف‌کنندگان، ارزش درک‌شده، انگیزش، قیمت، هنجارهای اجتماعی، شهرت و وجهه برند، ارزش‌ها و باورهای شخصی، بازاریابی سبز، قوانین زیست‌محیطی و عوامل جمعیت‌شناختی که به عنوان ابعاد مؤثر شناسایی شده‌اند. (فراهانی و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۵۵۰-۱)

۱. رفتار مصرف‌کنندگان در زیست‌پایداری

یکی از روش‌های مورد توجه در رویکردهای پایدار، رسیدن به نوعی تغییر در نگرش طراحی و یک طرز تفکر جدید در روابط میان طراحان، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان است. تغییری راهبردی در الگوی مصرف و توجه به اینکه چه خدماتی را باید به مصرف‌کنندگان ارائه کرد؛ به این معنا که شناسایی تقاضا، تجربه کاربر و تجدیدنظر در ارزش‌های وی، به عنوان عامل اصلی عمل می‌کند که تغییرات در صنعت پوشاک را موجب شده و برنامه‌ریزی‌های متداول جهت طراحی را در مسیر توسعه پایدار به حرکت درمی‌آورد. بنابراین، طراحی زیست پایدار را می‌توان تلاشی در راستای طراحی محصولات دوستدار محیط‌زیست و دارای جنبه‌های فرهنگی و زیبایی‌شناسانه دانست که تلاش دارد الگوهای مصرفی جوامع را در راستای انطباق با این اهداف تغییر دهد. (راد، ۱۴۰۲، ص ۴)

می‌توان با ارائه آموزش و فرهنگ‌سازی، مصرف‌کنندگان پوشاک را متقاعد ساخت تا در میان خریدهای رنگارنگ، بیشتر به جنبه‌های زیست‌محیطی توجه داشته باشند. (افراشته و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۲۰) با



تصویر (۳). الگوی رفتار مصرف‌کننده در صنعت مد پایدار.

ابعاد و مقوله‌ها، هر کدام در ادامه، با نظریات محققان پیشین بررسی شده است که نتایج گردآوری شده عبارت‌اند از:

- آگاهی مد: دانش سبز، آگاهی سبز، ارتباط شخصی درک‌شده، پایداری درک‌شده، تغییر سبک زندگی، ارزش درک‌شده، مسئولیت اجتماعی، نگرانی زیست‌محیطی، قیمت، راحتی و دسترسی و منحصربه‌فرد بودن.
- ریسک ادراک‌شده: نگرانی از سبزشویی، ریسک اقتصادی درک‌شده و ریسک زیباشناختی.
- انگیزش: انگیزه پولی، انگیزه اجتماعی و انگیزه لذت‌جویانه.
- ارزش پایدار: رضایت از برچسب‌گذاری، تمایل به برچسب‌گذاری، تعهد به پایداری، ویژگی‌ها و تنوع محصول.
- عوامل جمعیت‌شناختی: تحصیلات، سن و درآمد.
- درگیری مشتری: درگیری شناختی، درگیری عاطفی، هنجارهای ذهنی، نگرش زیست‌محیطی و اعتماد سبز.
- خرید آگاهانه: قصد خرید سبز، حفاظت از محیط‌زیست و کاهش آلودگی زیست‌محیطی.
- ارزش‌ها و باورهای شخصی مصرف‌کنندگان، مانند آگاهی محیطی و تمایل به مسئولیت اجتماعی، می‌تواند بر قصد خرید آن‌ها از مد پایدار تأثیر بگذارد. (خورشیدی و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۳۳-۳۴)

طراحی لباس

یکی از روش‌های مورد توجه رویکردهای پایدار، رسیدن به نوعی تغییر در نگرش طراحی و یک طرز تفکر جدید در روابط میان طراحان، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان است. بنابراین، طراحی زیست پایدار را می‌توان تلاشی در راستای طراحی محصولات دوستدار محیط‌زیست و دارای جنبه‌های فرهنگی و زیبایی‌شناسانه دانست که تلاش دارد الگوهای مصرفی جوامع را در راستای انطباق با این اهداف تغییر دهد. (فخار، ۱۴۰۳، ص ۴)

۱. مدپایدار در طراحی

پایداری در طراحی به پایداری منابع زیست‌محیطی اشاره دارد و سبک خاصی از طراحی است که بر پایه مبانی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بنا شده است. (عطایی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۳، ص ۳)

محصولات مد در زندگی روزمره مورد استفاده قرار می‌گیرند و طیف وسیعی از اقلام یا کالاها را پوشش می‌دهند، مانند پوشاک، کفش، جواهرات، کیف‌دستی، لوازم جانبی و غیره. آن‌ها نه تنها به عنوان وسایلی که برای پوشاندن و محافظت از بدن، مانند لباس و کفش، استفاده می‌شوند، بلکه برای بیان فردیت، شخصیت و جذابیت نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند. (نظری، ۱۴۰۳، ص ۸۴)

طراحی پایدار می‌تواند موجب استفاده طولانی‌مدت و کاهش هدررفت مواد محصولات شود. عبارت «طراحی پایدار» به گرایشی اشاره دارد که در آن، ملاحظات زیست‌محیطی و اهمیت منابع طبیعی در روند طراحی لباس مورد توجه قرار می‌گیرند. (رضوانی آهنگرکلایی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۴۴)

طراحی منسوجات، عرصه‌ای زیبایی‌شناختی، متغیر و مبتنی بر جایگزینی مداوم طراحی‌های جدید با هدف بهره‌برداری اقتصادی است. اما امروزه توجه به حفظ محیط‌زیست و بهره‌برداری از منابع، به یک چالش مهم در مسیر تداوم حیات انسانی بدل شده و در حوزه منسوجات، جایگزین نمودن مواد قابل بازیافت، مواد بادوام و استفاده از شیوه‌های تولید منطبق بر معیارهای زیست‌محیطی و ... به عنوان جایگزینی برای تولید متداول، به چالشی نوین در حوزه طراحی و زیبایی‌شناسی مطرح شده است. (راد، ۱۴۰۲، ص ۳۵)

طبق نظریه پاپانک (۱۹۹۵)، در طراحی باید دو مفهوم زیبایی‌شناختی و سودمندی مورد توجه قرار گیرد؛ دو موضوعی که با هم ناسازگاری ندارند و از طراح انتظار می‌رود که آن‌ها را در انطباق با یکدیگر بسط دهد. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۳)

۱. لباس مجلسی

پوشاک یکی از نیازهای اولیه بشر است و شامل هر نوع جامه‌ای است که به منظور رفع نیازهای ابتدایی، یعنی نیازهای فیزیولوژیکی و نیازهای ایمنی انسان، تولید شده است؛ لذا با روزمرگی‌های انسان ارتباط دارد. (مولا زاده، ۱۴۰۴، ص ۲۷۷)

پوشاک، به عنوان یکی از جلوه‌های مهم فرهنگ و هویت ملی، نقش بسزایی در بازتاب نگرش‌ها، باورها و زیبایی‌شناسی جوامع دارد. در ایران، الگوهای سنتی دوخت پوشاک از دیرباز نشانگر ذوق هنری، اقلیم، آداب و رسوم و ویژگی‌های اجتماعی مردم بوده‌اند. با ورود مدرنیته و تغییر سبک زندگی، طراحی و دوخت پوشاک مجلسی نیز دچار تحول شده و الگوهای مدرن، با تأثیر از فرهنگ جهانی و گرایش‌های معاصر، جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. (رنجبر، ۱۴۰۴، ص ۲)

طراحی لباس و پوشاک یکی از فعالیت‌های پرچالش و پیچیده و البته پردرآمد در حوزه طراحی منسوجات است که به توانایی، خلاقیت، نوآوری و نگاه تیزبین طراح نیاز دارد. امروزه طراحان لباس، علاوه بر نگرش و ذهنیت تخصصی و فنی، تمرکز ویژه‌ای بر سبک‌های زندگی مشتریان و نیازهای اجتماعی آن‌ها دارند که از جمله آن‌ها می‌توان به تطبیق با مد و زیست‌سازگاری پوشاک اشاره کرد. (سید محمود طباطبایی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۳)

لباسی که از پارچه‌های لوکس، طرح‌های پیچیده و اجزای دقیق تشکیل شده باشد تا طرحی شیک و راحت ایجاد کند، یکی از انواع لباس‌هایی است که در مجالس و مهمانی‌ها کاربرد دارد. (جهانبخش، ۱۴۰۴، ص ۲)

۱. طراحی لباس مجلسی

در بخش عملی طراحی لباس، با توجه به اینکه توسعه پایدار به یک موضوع جدی در صنعت مد تبدیل شده است، با توجه به گفته‌های قبلی، تلاش بر این بوده که لباس‌های دوستدار محیط‌زیست طراحی شوند.

این لباس مجلسی با الهام از فرم‌های گیاهی و گل‌های طبیعی طراحی شده و تلاش بر این بوده است که با استفاده از نقوش ارگانیک، جلوه‌ای لطیف، زنانه و هماهنگ با طبیعت ایجاد شود. پارچه اصلی لباس از تور ظریف و نیمه‌شفاف، با آستر ساتن یا کرپ در طیف رنگی نود، انتخاب شده تا ایستایی مناسبی در دامن ایجاد کند. بالاتنه به صورت نامتقارن (One-Shoulder) طراحی شده و با استفاده از گل‌های سه‌بعدی پارچه‌ای و گلدوزی‌های برجسته تزیین شده است. این تزیینات را می‌توان با تکنیک‌های اپلیکه‌دوزی، گلدوزی

و مهره‌دوزی روی تور اجرا کرد. دامن بلند، با برش چاک‌دار و لایه‌های متعدد تور، طراحی شده است. هدف از طراحی این لباس، بازآفرینی زیبایی عناصر طبیعی در قالب یک لباس مدرن بوده است. پارچه اصلی این لباس از کتان، پنبه ارگانیک در نظر گرفته شده است. برای ایجاد ظاهر مجلسی و تزئینات نیز از نخ‌های گیاهی مانند کتان و کنف استفاده شده است. این الیاف منشأ طبیعی دارند، قابلیت تجزیه زیستی و در بسیاری موارد بازیافت دارند و در مقایسه با الیاف مصنوعی، آلودگی و تولید میکروپلاستیک کمتری ایجاد می‌کنند.



تصویر (۴). طراحی لباس مجلسی. (نگارنده)

لباس مجلسی زیر دارای بالاتنه‌ای با برش‌های جذب، یقه هفت عمیق و دامنی بلند با چاک جلو و دنباله‌ای از جنس تور است. تزئینات لباس شامل گلدوزی‌های الهام‌گرفته از شاخه‌ها و برگ‌های طبیعی است که با استفاده از تکنیک‌های گلدوزی، اپلیک‌دوزی و مهره‌دوزی با مروارید روی سطح لباس می‌توان اجرا کرد. در قسمت شانه نیز شنلی از تور شفاف، همراه با رشته‌های مرواریدی، به کار رفته که جلوه‌ای لوکس و ظریف به طراحی بخشیده است. هدف از این طرح، تلفیق فرم کلاسیک لباس مجلسی با عناصر طبیعی و ایجاد لباسی با هویت مدرن، سبک و الهام‌گرفته از طبیعت بوده است. پارچه این لباس از ابریشم طبیعی به همراه بخش‌هایی از پشم ظریف طراحی شده و تزئینات آن نیز با نخ‌های ابریشم، پشم و فیبر پروتئین شیر (کازئین) اجرا شده است. این الیاف منشأ طبیعی دارند، زیست‌تخریب‌پذیر هستند و در پایان چرخه عمر می‌توانند بازیافت یا به طبیعت بازگردند.



تصویر (۵). طراحی لباس مجلسی. (نگارنده)

نتیجه گیری:

صنعت مد، با وجود نقش مهم خود در اقتصاد، فرهنگ و سبک زندگی، یکی از صنایع اثرگذار بر تخریب محیط‌زیست و مصرف بی‌رویه منابع طبیعی محسوب می‌شود. رشد مصرف‌گرایی، تولید انبوه، استفاده گسترده از مواد آلاینده و کوتاه شدن چرخه عمر محصولات، ضرورت حرکت به سوی الگوهای پایدار را بیش از پیش آشکار کرده است. بررسی منابع این پژوهش نشان داد که مد پایدار رویکردی جامع است که علاوه بر حفاظت از محیط‌زیست، ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد و همچنین تمامی مراحل چرخه عمر پوشاک، از طراحی و انتخاب مواد اولیه تا تولید، مصرف و بازیافت را شامل می‌شود.

یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که تحقق مد پایدار تنها با تغییر شیوه تولید امکان‌پذیر نیست، بلکه نیازمند مشارکت هم‌زمان طراحان، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان، سیاست‌گذاران و نهادهای آموزشی است. افزایش آگاهی عمومی، شفافیت در فرایند تولید، استفاده از مواد تجدیدپذیر و بازیافتی، به‌کارگیری فناوری‌های نوین، حمایت از تولیدکنندگان مسئول و اصلاح الگوهای مصرف، از مهم‌ترین عوامل توسعه این رویکرد به شمار می‌روند. همچنین، رفتار و ارزش‌های مصرف‌کنندگان، آگاهی زیست‌محیطی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و اعتماد به برندهای پایدار، نقش تعیین‌کننده‌ای در گسترش بازار محصولات پایدار دارند.

با در نظر گرفتن پایداری زیست محیطی و تاثیر آن بر صنعت مد و منسوجات میتوان با طراحی لباس‌های مجلسی الهام‌گرفته از فرم‌های طبیعی و استفاده از اصول طراحی پایدار، نمونه‌هایی ارائه کرد که ضمن حفظ کیفیت، زیبایی و کارکرد، هماهنگی بیشتری با اهداف توسعه پایدار داشته باشند. این طراحی‌ها نشان می‌دهند که رعایت اصول پایداری به معنای کاهش ارزش‌های زیبایی‌شناختی یا خلاقیت در طراحی نیست، بلکه می‌تواند زمینه خلق آثاری نوآورانه، کاربردی و همسو با نیازهای امروز جامعه را فراهم آورد.

در مجموع، آینده صنعت مد در گرو ایجاد تعادل میان نوآوری، زیبایی، نیازهای مصرف‌کننده و مسئولیت‌پذیری در برابر محیط‌زیست است. گسترش فرهنگ مصرف آگاهانه، توسعه دانش طراحی پایدار، حمایت از فناوری‌های سبز و تقویت همکاری میان بخش‌های مختلف صنعت، می‌تواند زمینه حرکت تدریجی صنعت مد و پوشاک به سوی توسعه‌ای پایدار و مسئولانه را فراهم سازد.

فهرست منابع

۱. اکبرزاده نیاکی، زهرا، فریود، فریناز (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل مصرف اشتراکی لباس در راستای اهداف پایداری در صنعت پوشاک. مجله آموزش محیط زیست و توسعه پایدار.
۲. افراشته، سیاوش، منصوری قراء، آرزو، امامی قره‌حاجلو، مهدی، ولیپور، پیمان، حبیبی، رهام، حاجی هاشمی، عقیل، حبیبی، تیام (۱۴۰۲). مروری بر عوامل پایداری و توسعه در صنعت نساجی و پوشاک ایران. مجله علوم و فناوری نساجی و پوشاک.
۳. امیری، صبا، رضایی، بیژن (۱۴۰۲). تحلیل رفتار خرید مصرف‌کنندگان تحت تأثیر آگاهی از پایداری در صنعت مد. دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف‌کننده.
۴. جهانبخش، عاطفه (۱۴۰۴). طراحی لباس شب بانوان جوان ایران بر اساس لباس بانوان ایتالیا در قرن شانزدهم میلادی. چهارمین همایش ملی ایده‌های کاربردی در علوم تربیتی، روانشناسی و مطالعات فرهنگی.
۵. خورشیدی، غلامحسین، منش، یاسر، غیاث‌آبادی فراهانی، مریم، اصغری، مهناز (۱۴۰۳). مرور نظام‌مند رفتار مصرف‌کننده در صنعت مد پایدار. کاوش‌های مدیریت بازرگانی.
۶. راد، فریده (۱۴۰۲). رویکردهای زیست‌پایدار با بررسی مباحث زیباشناسی در طراحی پوشاک. ماهنامه علمی-تخصصی مطالعات میان‌رشته‌ای هنر و علوم انسانی.
۷. رضوانی آهنگرکلایی، حبیبه، طالب‌پور، فریده، جوادی، شاهین (۱۳۹۹). بررسی تأثیر آموزش اصول توسعه پایدار بر عملکرد دانشجویان طراحی لباس. فصلنامه علمی پژوهش‌های برنامه و توسعه.
۸. رنجبر، سمیه (۱۴۰۴). بررسی تطبیقی الگوهای سنتی ایرانی و مدرن در دوخت پوشاک مجلسی. هفتمین همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم.
۹. زارع، مرضیه (۱۳۹۸). نقش هنر بازیافت در مد و لباس. دومین همایش بین‌المللی هنرهای تجسمی و محیط زیست با رویکرد هنر بازیافت.
۱۰. شفیعی، آسیه (۱۳۹۹). تأثیر پوشاک بر محیط زیست و بررسی مد پایدار. نخستین کنفرانس ملی پوشاک، طراحی پارچه و لباس.
۱۱. شیر، مریم (۱۳۹۹). هنر بازیافت و بازیابی در صنعت پوشاک ایران. نخستین کنفرانس ملی پوشاک، طراحی پارچه و لباس.
۱۲. طالب‌پور، فریده، گشتاسب، الناز، فرهنگ‌پور، یاسمن (۱۳۹۹). استفاده از فناوری دیجیتال در طراحی و ساخت لباس بدون ضایعات با رویکرد پایداری. مجله آموزش محیط زیست و توسعه پایدار.
۱۳. طباطبایی، سید محمود، سلیم‌زاده، مریم، اسدی فارسانی، مجید (۱۴۰۱). مطالعه روش‌های به‌کارگیری خلاقانه تکنیک‌های پارچه‌سازی سنتی در طراحی البسه مجلسی بانوان. نشریه پژوهش در هنر و علوم انسانی.

۱۴. طباطبایی هنزایی، سید محمود، شفیع‌نیا، سمیه (۱۴۰۴). شناسایی مؤلفه‌های سازگار با محیط زیست در صنعت مد. نشریه پژوهش و فناوری محیط‌زیست.
۱۵. عطایی‌نژاد، فاطمه، برومند، فاطمه، نوری، سحر (۱۴۰۳). تحلیل و بررسی مد پایدار و آسیب‌شناسی آن. کنفرانس بین‌المللی معماری، شهرسازی، هنر، طراحی صنعتی، ساخت و فناوری حکمت‌بنیان.
۱۶. فخار، فاطمه (۱۴۰۳). بررسی انگیزه‌های متعدد طراحان لباس با استفاده از مواد بازیافتی. سومین کنفرانس ملی تازه‌های روانشناسی تکاملی و تربیتی.
۱۷. فراهانی، مریم، روح‌الامینی، مهدی، غفاری آشتیانی، پیمان، قلیپور فریدونی، شهربانو (۱۴۰۴). شناسایی محرک‌های مؤثر بر قصد خرید سبز هوشمندانه در صنعت مد پایدار. نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند.
۱۸. فربود، فریناز (۱۳۹۳). زیبایی‌شناسی رویکردهای زیست‌پایدار در طراحی منسوجات. نشریه هنرهای زیبا (هنرهای تجسمی).
۱۹. محمدی، وحید، اکرامی، احسان، محمدی، حامد، خجسته‌فر، زهرا (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر صنعت مد و لباس با رویکرد پایداری محیط زیست. مجله علوم و فناوری نساجی و پوشاک.
۲۰. مسعودی، معصومه (۱۴۰۳). شناختی دقیق بر مد پایدار، علت محبوبیت آن و تفاوتش با مد روز. پنجمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات نوین در علوم انسانی، علوم تربیتی، حقوق و مطالعات اجتماعی.
۲۱. مولازاده، مریم (۱۴۰۴). آشنایی‌زدایی و نقش آن در شکل‌گیری تفاوت پوشاک، لباس، مد و مد پایدار. نشریه کارافن.
۲۲. نظری، شقایق (۱۴۰۳). طراحی مدولار لباس با فناوری چاپگرهای سه‌بعدی: رویکردی نوین در مد و پوشاک پایدار. فصلنامه علوم و فناوری نساجی.
۲۳. هوشیار، آرتمیس (۱۴۰۱). بررسی و ارائه روش ترکیبی بازیافت مواد دورریز حاصل از تولیدی‌های پوشاک. فصلنامه علمی کارافن.