

مد پایدار در تقابل با مد ناپایدار

خدیجه طهمورث پور*
گروه طراحی دوخت، دانشکده هنر و معماری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

چکیده

صنعت مد تاثیر قابل توجهی بر محیط زیست دارد و به دلایل غنا، ناهمگونی و جهانی بودن با چالش‌های مرتبط با مشکل پایداری مواجه است. با در نظر گرفتن پیچیدگی صنعت مد، این مرور ادبیات، پایداری مد را با توسعه الیاف شروع و با استفاده از لباس‌های فرسوده پایان می‌دهد و جنبه‌های مهم پایداری زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی را که باید ارزیابی شوند در نظر می‌گیرد. سازمان‌های مشخصی سعی در ایجاد و افزایش فرصت‌ها برای طراحان مد پایدار دارند که انجمن ملی طراحان مد پایدار یکی از این سازمان‌هاست. هدف این پژوهش بررسی مزایا و معایب رویکردهای مد پایدار در برابر آسیب‌هایی که مد ناپایدار بر تخریب محیط زیست و به هدر رفتن سرمایه ایجاد میکند، می‌پردازد. ابزار مورد استفاده جهت گردآوری اطلاعات شامل منابع کتابخانه‌ای، اسناد، سایت‌های اینترنتی معتبر و گزارشات مقالات خارجی به بررسی این موضوع پرداخته است. چرا این تحقیق از هدر رفتن و اتلاف منابع جلوگیری می‌کند و چگونه به بهتر زیستن کمک می‌کند؟

به نظر می‌رسد شناخت و آگاهی مصرف‌کنندگان پوشاک از مد پایدار و مزایای استفاده از پوشاک سازگار با محیط زیست مهمترین عامل تاثیرگذار در این راستا می‌باشد. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با هدف ایجاد رابطه میان مد پایدار در تقابل با مد ناپایدار و تولید افزودنی به بررسی موضوع پرداخته است.

با توجه به کاربردی تر بودن مد پایدار، نتایج حاصل از این پژوهش بیان‌کننده این است که برندها و مصرف‌کننده‌ها برای استفاده از مد پایدار باید با هم تلاش و همکاری داشته باشند و این راه ادامه پیدا کند تا به نتایج قابل توجهی در زمینه‌هایی چون استفاده بهتر از محیط زیست و همچنین رضایت مصرف‌کنندگان برسند.

کلیدواژه‌ها: توسعه پایدار، محیط زیست، پوشاک پایدار، مد سریع

مقدمه

پوشش بخش مهمی از هویت زندگی ماست که برای اقشار و طبقات مختلف جامعه اهمیت دارد، در صورتی که در قدیم فاصله ی طبقاتی را می توانست از روی نوع پوشاک آن ها تشخیص داد، حال چنین فاصله طبقاتی از میان رفته است. مد کلمه ای فرانسوی است که معادل آن در زبان انگلیسی فشن می باشد. مد نشانگر شرایط سیاسی و اجتماعی است و لباسی که پوشیده میشود، بیان کننده محیطی است که در آنجا زندگی میکنیم. مد هم چون آینه ای بازتاب دهنده ی تصویر ملت ها، نگرش های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی هر عنصر است. مد یک نوآوری است که با حمایت از آن، به عنوان یک آفرینش فکری که بازتاب جامعه را در آن نشان می دهد. (موسوی و همکاران، ۱۳۹۹) مد معرف یک تاثیر سمبلیک و وسیله ای برای ایجاد ارتباط و نشان دادن تصویری است که فرد از هویت و ارزش های خود دارد. صنعت مد در درجه اول بر عوامل فنی و مرتبط با هزینه، مانند مقرون به صرفه بودن لباس و بهبود کارایی تولید، به بهای نگرانی های پایداری تأکید می کند. (بیچو و همکاران، ۲۰۲۳)

بیان مسئله

مدهای پایدار که دوستدار محیط زیست هستند و در صنعت مد بیشتر از پارچه هایی استفاده میشوند که آسیب کمتری به محیط زیست وارد کنند ولی در مقابل آن ها مد های ناپایدار وجود دارند. مد های ناپایدار با توجه به آسیب هایی که به محیط زیست و سلامت اجتماعی وارد می کنند، توسط صنعت مد و شرکت هایی که در این زمینه فعالیت خود را انجام میدهند، به عنوان یک مشکل بزرگ در این صنعت به حساب می آیند و در تمام مراحل زندگی بشر از جمله تولید یک پوشاک تا استفاده توسط مصرف کنندگان را در بر دارند. پیروی از مدهای ناپایدار که خیلی سریع تولید میشوند و به وجود می آیند باعث می شوند که افراد بیشتر از همیشه لباس خریداری کنند و آنها را برای مدت کوتاه تری نگه دارند، علاوه بر این ۸۵٪ از کل منسوجات مد سریع، هر ساله در محل های دفن زباله جمع میشوند و این مسئله جوابگوی مدهای سریع نیست و لباس های جدید با کیفیت پایین تری تولید می شوند. (حدادی، ۱۴۰۰)

ضرورت: با توجه به اینکه مدهای ناپایدار باعث به وجود آمدن حجم زیادی از زباله میشوند و بیشتر لباس ها با هدف بازیافت طراحی نشده اند بنابراین بازیافت می تواند واقعا دشوار یا گاهی غیر ممکن باشد. لذا امری ضروری است که تولید کنندگان مد بتوانند با آینده نگری و ایجاد شفافیت در تولید، راههای تبلیغات درست و روش های بسیار دیگری در راستای این فعالیت داشته باشند و همچنین برای مصرف کنندگان نیز آگاهی سازی انجام شود تا روش های درست انتخاب، خرید و نحوه ی صحیح استفاده محصولات را فرا گیرند. (حدادی، ۱۴۰۰)

پیشینه پژوهش

در این مقاله که برگرفته از مقالات داخلی و خارجی در رابطه با مد پایدار و مد ناپایدار و تعاریف مربوط به آنها قرار گرفته است. میرزایی ۱۳۹۵ در مجله گیچ به بررسی مد پایدار در تقابل با مد ناپایدار در تلاش برای حفاظت از زمین پرداخته است و آن را از نظر محیط زیست و حیوانات و سرمایه و... مقایسه کرده است. و مد ناپایدار را عامل مخرب بر زمین و جامعه میداند و مد پایدار را برعکس مد ناپایدار و در راستای تامین نیاز جوامع به پوشاک به پایداری سلامت زمین و جامعه نیز متعهد است.

ذکریایی ۱۳۹۹ در مقاله مد پایدار، راهکار توسعه در صنعت پوشاک ایران در رابطه با تعریف مد پایدار و انواع مد پایدار و مقایسه آن با دیگر مدها و اهداف تولید کنندگان پوشاک پایدار می پردازد. و اهداف تولید کنندگان پوشاک پایدار را مورد بررسی قرار داده و انواع مد پایدار را بیان میکند. از مزیت های مد پایدار این است که از کره زمین محافظت میکند، از کارگران دفاع مینماید و آینده بشر را روشن میسازد.

آدامکیویچ و همکاران ۲۰۲۲ در مقاله شستشوی سبز و صنعت مد پایدار به مسائلی از جمله روش های رایج شستشوی سبز در صنعت مد با توجه به پایداری الیاف پرداخته است که به بهره برداری از رویکردهای نوآورانه که چرخش صنعت مد را تضمین می کند کمک کرده و به فرهنگ مصرف پایدارتر و مسئولانه تر یاری می کند. الیاف طبیعی با منشا گیاهی، مانند پنبه، کف، یا نوع پروتئین، به عنوان مثال پشم یا ابریشم، شروع به بازیابی قلمرو در صنعت مد پایدار می کنند.

داوکانیته در سال ۲۰۲۲ در مقاله تجزیه و تحلیل جنبه های پایداری مد در رابطه با صنعت مد و پیچیدگی آن به جنبه های محیطی، اجتماعی و اقتصادی اشاره دارد. و چندین ایده در رابطه با مفهوم اجتماعی پایداری مد مانند کمدهای لباس کیسولی، لباس های سازگار با محیط زیست، اجاره لباس، پوشیدن مکرر لباس های بازیافتی و ارتقا یافته پیشنهاد کرد.

بیجو و همکاران در سال ۲۰۲۳ در مقاله توسعه محصول مد پایدار به تعریف پایداری مد و روش شناسی تحقیق و ارائه کار عملی توسط دانش آموزان و دانشجویان در این زمینه پرداخته است. پایداری را اینگونه تعریف میکند: توسعه ای که نیازهای زمان حال را بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای برآوردن نیازهای خود برآورده می کند. پایداری یک موضوع مهم برای صنعت نساجی و پوشاک است که با مراحل مختلف چرخه عمر محصول و تاثیرات آنها مرتبط است.

تعریف مد پایدار

مد سازگار با محیط زیست یا مد پایدار (پایداری منابع زیست محیطی)، که مد دوستدار محیط زیست نیز نامیده میشود شیوه خاصی از طراحی است و به عنوان قسمتی از فلسفه ی طراحی شناخته میشود که بر پایه مبانی زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی بنیان گذاری شده است وهدف آن ایجاد سیستمی در طراحی است که خود را در برابر محیط زیست و اجتماع مسئول می داند. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

تعریف مد ناپایدار

نگرانی فزاینده ای در مورد مد ناپایدار در جهان ایجاد شده است. مد ناپایدار تأثیر مخربی بر زمین و جامعه ما دارد. برخی از دغدغه مندان سلامت فردی، اجتماعی و محیط زیست به مد پایدار گرایش جدی دارند. مد پایدار به سادگی برعکس مد ناپایدار است و در راستای تامین نیاز جوامع به پوشاک به پایداری سلامت زمین و جامعه نیز متعهد است.

اهمیت مد پایدار

هر چه قرن بیست و یکم جلوتر میرود، به نظر میرسد که مد پایدار برای پیشرفت بادوام بشر از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد بود. مردم سراسر جهان کم کم به محدود بودن منابع و تجاوز پیوسته آلودگی بر روی کیفیت زندگی واقف میشوند. منسوجات مصنوعی دور ریختنی، محل های دفن زباله را پر کرده، منابع آبی را آلوده نموده و تخریب جنگلها را سرعت میبخشند، و شیوه های کشاورزی ناپایدار که برای رشد الیاف خام نساجی به کار برده میشوند، باعث فرسایش خاک و وارد شدن آلاینده های سمی به بیوسفر میگرددند. (ذکریایی، ۱۳۹۹) ناپایداری فعلی صنعت مد به نقطه اوج خودش رسیده است؛ طی چند سال، آلودگی غیر قابل باوری که مدتها 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 میکنند، 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، مانند کسانی هستند که از این فرصت برای ایستادگی در برابر آنچه درست است، استفاده می نمایند مزیت های مد پایدار این است که از کره زمین محافظت میکند، از کارگران دفاع مینماید و آینده بشر را روشن میسازد. محصولات پوشاکی که روشهای پایدار ساخته شده اند، برای پوشیدن سالمتر، برای دور انداختن ایمن تر و برای افرادی که آنها را میسازند، منصفانه تر هستند. مد پایدار در سراسر دنیا، پیشگام جنبش جهانی جهت تولید محصولات مصرفی اخلاقی تر است. زمان زیادی لازم است تا اکثر محصولات به مد پایدار تبدیل شوند و تنها راه برای جلوگیری از محو شدن و باقیماندن، پذیرش این روند است. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

رویکردهای مختلف به مد پایدار، مزایا و معایب

مد پایدار می تواند اشکال مختلفی داشته باشد

از دیدگاه مصرف کننده، می تواند شامل موارد زیر باشد:

- بازارهای لباس های دست دوم: افزایش مشروعیت و حتی اعتبار لباس هایی که در گذشته توسط سایر مصرف کنندگان خریداری شده و معمولاً نیز پوشیده شده اند.
 - طراحی محلی و طراحان مستقل: طراحان کوچک و متوسط، که به یک شرکت مد وابسته نیستند، هر ساله تعداد کمی مجموعه تولید می کنند و آرزوی کوتاه ترین زنجیره تامین را دارند.
 - مد تولید شده در مقادیر کم: شرکت های مد که از یک تا شش مجموعه در سال تولید می کنند. این امر از نیاز به تجدید مداوم و همراه با آن، اضطراب ناشی از سندرم "ترس از دست دادن" (FOMO) در بین مصرف کنندگان جلوگیری می کند
 - ساخت لباس از مواد پایدارتر: این شامل اجزایی مانند پنبه ارگانیک، بامبو و کتان است.
 - لباس های نوآورانه: به لباس هایی اطلاق می شود که از ضایعات پارچه، پارچه های قدیمی مانند پرده و ملافه و لباس هایی که منسوخ شده اند. در بازچرخانی، همه مواد تا سطح ساخت و ساز جدا می شوند تا سطح فیبر، مانند بازیافت.
 - خرید لباس باکیفیت که برای سال های طولانی دوام می آورد: این امر با درک این موضوع انجام می شود که افزایش عمر استفاده از لباس تنها مهم ترین اقدام محیطی است که می توان در رابطه با مد انجام داد.
 - اولویت بندی لباس های تولید شده در شرایط تجارت منصفانه: این مبتنی بر درک این است که پایداری صرفاً به محیط زیست مربوط نمی شود، بلکه تمام جنبه های رابطه بین انسان، محیط زیست و اقتصاد را در نظر می گیرد. (تال-آلون، ۲۰۲۲)
- 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 میشود و سعی این روش طراحی بر این است که تا حد امکان تأثیرات تخریب کننده عملکردهای انسانی در محیط طبیعی کاهش یابد به عنوان مثال چگونگی میزان کاهش وزن محصولات برای کاستن از انتشار کربن در محیط و حفظ منابع طبیعی و بقای محیط زیست را مد نظر قرار میدهند. (ذکریایی، ۱۳۹۹) پایداری یک موضوع مهم برای صنعت نساجی و پوشاک است که با مراحل مختلف چرخه عمر محصول و تأثیرات آنها مرتبط است. پایداری توسعه ای است که نیازهای زمان حال را بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای برآوردن نیازهای خود برآورده میکند. (بیجو و همکاران، ۲۰۲۳)

انواع مد پایدار

۱- مواد پایدار

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

۲- شیوه های کاری پایدار

اگر از شیوه های درست برای تولید منسوجات استفاده نشود، حتی مواد ذاتاً پایدار مانند پنبه، میتوانند برای کارگران و محیط زیست مضر باشند. برندهای پایدار باید از منسوجات طبیعی با کیفیت بالا که به صورت پایدار پرورش داده میشوند، استفاده کنند و بایستی اطمینان حاصل کنند که محصولات نساجی خودشان را بدون استفاده از مواد شیمیایی سمی فرآوری می کنند.

۳- مدل های کسب و کار پایدار

جنبه مهمی از صنعت مد پایدار به تجارت منصفانه اختصاص داده می شود. اغلب اوقات، کارگران در جهان در حال توسعه توسط شرکتهای بین المللی نساجی مورد سوء استفاده قرار میگیرند. حصول اطمینان از اینکه کارگران نساجی با حقوق مناسب و شرایط کاری ایمن کار میکنند، یکی از دغدغه های مهم بسیاری از برندهای پایداری باشد. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

اهداف تولید کنندگان پوشاک پایدار

چند نسل پیش به نظر میرسید که انسان ها به منابع بی پایان دسترسی دارند. جهان از پتانسیلهای بکار رفته استفاده نمیکرد و ما تصور میکردیم مواردی مانند گاز، نفت و حتی زغال سنگ بینهایت است. اکنون، متوجه شده ایم که چقدر در اشتباه بوده ایم استفاده مداوم ما از منابع این سیاره به این معنی بوده است که ما در مبارزه با مسائلی مانند گرم شدن کره زمین و انتشار گازهای گلخانه ای ناکام مانده ایم. ما مجبور هستیم یا شیوه زندگی بهتر و پایداری را پیدا کنیم یا با انقراض روبرو شویم سازمانها با هر اندازه ای به سرعت کشف میکنند که مصرف کنندگان امروزه چیزی بیش از محصولات و خدمات مناسب میخواهند. مشتریان شما میخواهند احساس کنند که پول خود را صرف یک برند میکنند. آنها می توانند در مورد آنها احساس خوبی داشته باشند در نتیجه، شرکت های برتر سازگار با محیط زیست در حال حاضر شرکتهایی هستند که بیشترین قدرت بازار را دارند. بیش از ۹۰٪ مدیرعاملهای امروز بر این باورند که پایداری زیست محیطی برای موفقیت ضروری است. از آنجا که گروه های مصرف کننده همچنان مطالعات خود را در مورد افزایش تقاضا برای شیوه های سازگار با محیط زیست در کسب و کار منتشر میکنند، میتوان به راحتی اهمیت یافتن ابتکارات سبز را مهم دانست. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

ویژگی های یک برند فعال در حوزه مد پایدار

یک برند فعال 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 مداوم 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. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

برندهای فعال در حوزه مد پایدار

در حال حاضر بسیاری از برندها به طور گسترده ای روی تغییر سیستم تولید خود تمرکز کرده اند، سیستمی که به طور بی رحمانه ای از منابع انسانی و طبیعی برای تولید استفاده میکرد در حال تغییر است. شرکت ایندیتکس در پشت نام تجاری مد زارا، در حال تغییر برای مدیریت مواد شیمیایی خطرناک و رسیدن به وضع مطلوب میباشد. در این رویکرد، ایندیتکس تضمین می کند که داده های خود درباره تخلیه مواد شیمیایی خطرناک در فاضلاب را انتشار دهد. همچنین این شرکت تأثیر مواد سمی را در سراسر زنجیره محیط زیستی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و تضمین میکند برنامه ای پایه برای تعیین مواد شیمیایی خطرناک از بدو تولید آنها داشته باشد. بنتون دیگر شرکتی است که در عملکرد خود برای از بین بردن مواد شیمیایی پلی فلوئورداریک گام به جلو برداشته است. همچنین شرکت اچ اند ام با روش غربالگری خطرناک مواد شیمیایی را طبق طرح سم زدایی ۲۰۲۰ مشخص کرده است. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

در زیر جدولی از طراحان برتر پایدار در سال ۲۰۲۰ میلادی آورده شده است.

ردیف	نام طراح	نام برند	ویژگی محصولات
۱	Stella McCartney	Stella McCartney	احترام به طبیعت: با تهیه هرچه بیشتر مواد پایدار مانند ترمه، پنبه ارگانیک یا الیاف از جنگل یعنی ویسکوز که قابل ردیابی و از منابع تجدید پذیر است، احترام به مردم و احترام به حیوانات و راه حل های دایره ای: استفاده از روش های تولید مجدد و ترمیم، اصول مدور را دنبال می کند.
۲	Sandra Sandor	Sandra Sandor	از چرم و گان و مواد دور افتاده، کیف، لباس و پیراهن برای زنان و مردان خلق می کند. سبک منحصر به فرد و ساده او عشق او به طبیعت را نشان می دهد و دنیای مد را طوفان می کند.
۳	Eileen Fisher	Eileen Fisher	منسوجات و لباس های قدیمی را که منجر به پوشاک لوکس و پایدار می شود بازیافت می کند. کمپین فقط در مورد منابع و انرژی نیست، با پرداخت دستمزد عادلانه و سرمایه گذاری در توسعه مناطق روستایی، زندگی کارگران را از طریق زنجیره تأمین خود با برنامه های عملی مانند "پروژه Handloom" بهبود می بخشد.
۴	Vivienne Westwood	Vivienne Westwood	موج جدیدی از مد و بانک مدون را به جریان اصلی وارد کرده است، همچنین نسبت به تأثیر این صنعت در مسائل مربوط به تغییرات آب و هوایی بسیار حساس و نگران است.
۵	Katie Jones	Waste Not	طراح سازگار با محیط زیست لباس بافتنی مستقر در انگلستان است که زیبایی های بازیگوش را با اخلاقیات جدی در بر می گیرد. او با پذیرفتن دیدگاه مادر بزرگش برای ساختن چیزی زیبا از هیچ، پایداری را عملی می کند.
۶	Spencer Phipps	Phipps	تمام محصولات وی با یکپارچگی ساخته می شوند و با در نظر گرفتن محیط زیست با مواد سازگار با محیط زیست و فرایندهای تولید پایدار ایجاد می کنند.
۷	Mara Hoffman	Hoffman	در مجموعه لباس هایش کنف همچنین پارچه های ارگانیک، پنبه و سایر مواد گیاهی الیافی استفاده می کند تأمین کنندگان و کارخانه هایی که شرایط کار ایمن و دستمزدهای عادلانه را به طور شفاف فراهم می کنند، همکاری می کند.
۸	Steph Gabriel	Ocean ZEN	ماموریت اصلی آن افزایش آگاهی از وضعیت فعلی اقیانوس ها از طریق لباس شнай پایدار است. این برند همچنین در زمینه استفاده از پارچه انقباضی که از حذف زباله های دریایی از اقیانوس ها پشتیبانی می کند، پیشگام بوده است.
۹	Maggie Marilyn	Maggie Marilyn	پایداری نباید یک چیز لوکس باشد بلکه چیزی است که همه می توانند بخرند. چرخه زندگی دایره ای برای لباس ها را که باعث می شود اقلام مد برای همیشه ماندگار شود، تبلیغ می کند.
۱۰	Marcus Wainwright	Rag & Bone	همه چیز در مورد تولید محلی و پایداری است و به بازیافت شلوار جین می پردازد.
۱۱	Kelly Slater	Outerknown	در زمینه تهیه ۱۰۰٪ پنبه اخلاقی کار می کند و از زباله های نایلونی برای ساخت کت و تنه استفاده می کند.
۱۲	John Patrick	Organic Patrick	با استفاده از الیاف و پارچه های ارگانیک لباس های زنانه و مردانه خود را تولید کرد. تمام خط او قابل تجزیه زیست است.
۱۳	Hillary Taymour	Collina Strada	عمدتاً از پارچه های مانده و پارچه های باقی مانده برای ایجاد مجموعه های خود استفاده می کند.

جدول شماره ۱: طراحان برتر پایدار در سال ۲۰۲۰ میلادی. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

تعریف مد ناپایدار

پرتغال کشوری است که در ۱۰ سال گذشته شاهد رشد در بخش تولید پارچه و لباس و همچنین آموزش طراحان مد بوده است. تنها در سال ۲۰۲۲، پرتغال ۵,۷ میلیارد یورو محصولات نساجی (از ژانویه تا نوامبر) صادر کرد که در مقایسه با سال ۲۰۱۹، ۱۷,۴ درصد افزایش داشت که در میان نوع محصولات، پوشاک بافتنی و لوازم جانبی و عمدتاً در بازار اروپا برجسته شد. اهمیت و نیاز به دانش مواد در حال حاضر یکی از مهارت های مهم برای صنعت است. (بیجو و همکاران، ۲۰۲۳) در زمینه توسعه محصول مد پایدار روش هایی توسط دانشجویان و متخصصان آینده به کار گرفته شد تا از نحوه ی گزارشاتی چون الزامات پایداری، کیفیت زیبایی شناختی، انتخاب پارچه و مواد و راه حل های پایان عمر مورد بحث و نتیجه گیری قرار گرفته شود.



تصویر شماره ۱: انتخاب مواد و ابزار مورد نیاز توسط دانشجویان (بیجو و همکاران، ۲۰۲۳)



تصویر شماره ۲: فعالیت های دانشجویان در زمینه استفاده از متریال های مربوط به تحقیق (بیجو و همکاران، ۲۰۲۳)

شستشوی سبز و صنعت مد پایدار

صنعت مد در حال حاضر در چشم طوفان برای آنچه که مربوط به پایداری است، به دلیل تأثیر عظیمی که چنین حوزه تجاری بر محیط زیست دارد، قرار گرفته است. برای بهره‌برداری از پتانسیل کامل برای اجرای اقتصاد دایره‌ای، صنعت مد نیاز به تغییرات فوری دارد که شیوه‌های تجاری بسیار دقیق‌تری را تطبیق می‌دهند و مصرف‌کنندگان را به سمت تغییر ادراک و رفتارشان نسبت به محصولات و خدمات دایره‌ای سوق می‌دهند. چشم پوشی از شیوه‌های شستشوی سبز و استفاده از استراتژی متمرکز بر بازیابی اعتماد مصرف‌کننده، احساسات مثبت را نسبت به برندهای مد افزایش می‌دهد. این کار نشان می‌دهد که شستشوی سبز تا چه حد ممکن است صنعت مد را در پرداختن به چالش‌های مربوط به اجرای اقتصاد دایره‌ای پایدارتر در زمینه طراحی با هدف بازیافت، کاهش محصولات جانبی، مصرف انرژی کمتر و عادات خرید عاقلانه به خطر بیندازد.

در کنار انرژی و صنایع غذایی، پوشاک از اجزای اصلی بشریت است ولی عموم مردم صنعت مد را عامل اصلی مشکلات زیست محیطی نمی‌دانند.

مفهوم طراحی برای مصرف پایدار رویکرد دیگری است که به طور جهانی برای توجیه صنعت مد پایدار استفاده می‌شود. با این حال، مشابه طراحی برای دایره‌ای، این مفهوم نیز عاری از خطرات مربوط به شیوه‌های شستشوی سبز نیست. طراحی برای مصرف پایدار نیازمند رویکردهای اکو مدرنیستی است که به دنبال اصلاح مدل کنونی تولید و کار علیه مصرف‌گرایی است. از این نظر، مواد سازگار با محیط زیست دوباره کشف و به مصرف‌کنندگان پیشنهاد می‌شوند. الیاف طبیعی با منشاء گیاهی، مانند پنبه، کنف، یا نوع پروتئین، به عنوان مثال، پشم یا ابریشم، شروع به بازیابی قلمرو در صنعت مد پایدار می‌کنند. با این حال، مهم است که تاکید کنیم که این نوع پارچه‌ها از اثرات منفی بر محیط زیست، به ویژه در زمینه استفاده گسترده از زمین و دفن زباله، یا استفاده از کود، انتشار گازهای گلخانه‌ای مرتبط، تخریب خاک، و موارد دیگر مستثنی نیستند. بنابراین، اگرچه طبیعی است، اما برای جلوگیری از مصرف بیش از حد محیط زیست، باید به پایدارترین شکل ممکن تولید شوند و مصرف‌کنندگان باید از این اثرات آگاه باشند.

اگرچه اقدامات عمدی سبز شویی از نقطه نظر محیطی، اجتماعی، اقتصادی و اخلاقی غیرقابل قبول است، اما می‌تواند درک مصرف‌کننده را بیدار کند و آنها را به سمت راه حل‌های پایدارتر در صنعت مد سوق دهد. اما سوال اینجاست که حد در آگاهی زیست محیطی کجاست و چه کسی باید پاسخگوی آن باشد. به طور قطع، مصرف‌کنندگان و برندها باید دست به دست هم برای صنعت مد پایدارتر کار کنند و طرح‌های صدور گواهینامه شفاف و قابل اعتماد باید به عنوان تضمین پایداری در این بخش اقتصادی عمل کنند.

بنابراین، هدف اصلی این کار ترسیم اثرات پیش‌بینی‌شده شستشوی سبز بر سردرگمی مصرف‌کننده سبز، خطر درک سبز و اعتماد سبز بود. کاهش در شستشوی سبز و افزایش ابتکارات سبز و بازاریابی شفاف تر قطعاً برای ارتقاء اعتماد سبز مشتریان مفید است. بازاریابی سبز کارآمدتر است و قادر به تشویق مصرف سبز است. علاوه بر این، مصرف‌کنندگان باید متوجه مزایا و خطرات محدود لباس‌های پایدارتر شوند، در حالی که شرکت‌ها باید به مشتریان در مورد محصولات خود اطمینان دهند تا شواهد ساده‌ای مبنی بر پیروی برند از اصول اخلاقی ارائه کنند. (آدامکیویچ و همکاران، ۲۰۲۲)

معایب و مزایای مد ناپایدار

اصطلاح "مد سریع" برای اولین بار در دهه ۱۹۹۰ در نیویورک تایمز به وجود آمد، زمانی که ویژگی زارا، توانایی زنجیره پوشاک اسپانیایی برای داشتن یک لباس در یک فروشگاه در عرض پانزده روز پس از مرحله طراحی، ظاهر شد. فست مد به معنای تولید انبوه لباس توسط شرکت‌های بزرگ به شیوه‌ای یکسان و جهانی مانند زنجیره‌های فست

فود است. مدل سود این شرکت ها تولید همراه با حداکثر ظرفیت توزیع گسترده و سریع است. دیگر نمونه های برجسته این شرکت ها، TopShop، Primark و SHEIN: عبارتند از سرعت هم به سرعتی که اقلام مد از باند فرودگاه به مصرف کننده می رسد و هم به استفاده کوتاه مدت توسط مصرف کنندگان اشاره دارد. با افزایش رقابت شرکت ها، شرکت های مد با تولید مجموعه های متداول تر، بسیار فراتر از خطوط سنتی "فصلی" پاسخ می دهند. با تحریک تبلیغات اشباع، پاسخ مصرف کننده به این صورت توصیف شده است: "اکنون ببینید - اکنون بخرید". انتظارات عمومی بر این اساس تکامل یافته است: مصرف کنندگان انتظار دارند با هزینه اندک لباس شیک بپوشند. در نتیجه، سطوح هزینه برای پوشاک در واقع کاهش یافته است، حتی با افزایش چشمگیر تقاضا. مد سریع یک پاسخ طبیعی و تجاری به این پویایی های جدید بازار را تشکیل می دهد. بارها تاکید می شود که سیاست های شرکت ها برای به حداکثر رساندن کاهش هزینه های تولید منجر به نقض حقوق کارگران و آلودگی محیط زیست می شود. در واقع، صنعت مد سریع در حال حاضر یکی از آلاینده ترین صنایع در جهان در نظر گرفته می شود. همراه با کوتاه شدن زنجیره تامین و بهبود فن آوری های تولید، استراتژی های بازاریابی نیز تغییر کرده است. از جمله تحولات چشمگیری که در سی سال گذشته رخ داده است، افزایش تعداد کلکسیون ها در سال در شرکت های پیشرو پوشاک است. ظاهراً می توان ادعا کرد که کاهش قیمت پوشاک منجر به افزایش میزان فروش پوشاک و افزایش تعداد پوشاک در اختیار مصرف کنندگان و بهبود وضعیت مصرف کنندگان جهانی شده است. در عین حال، افزایش تولید و مصرف لباس های آماده دارای یکسری پیامدهای منفی زیست محیطی است. چهار دسته اصلی از عوامل وجود دارد که عموماً تأثیرات محیطی نامطلوب صنعت مد به آنها نسبت داده می شود: ۱. ناکارآمدی منابع (مواد و انرژی مصرف شده و از دست رفته). ۲. چرخه عمر محصولات زودگذر هدر رفته (چرخه عمر کوتاه مصنوعی). ۳. ضایعات هدر رفته به دلیل قابلیت های تولید بیش از حد (محصولات استفاده نشده یا بیکار). و ۴. ارزش های جاسازی شده هدر رفته (اجزای بازیابی نشده، مواد و انرژی از محصولات دور ریخته شده). فست مد در طراحی خود بسیار خطی است، در تضاد با مدل تولید دایره ای است که برای تولید کالاها در جهانی که همچنان با کمبود روزافزون مواجه خواهد شد، پایداری بیشتری ایجاد می کند. باید تاکید کرد که انتشار کربن، آلودگی آب و تخریب خاک مرتبط با صنایع پوشاک، مانند دفن و سوزاندن لباس ها در پایان استفاده، در کشورهای فقیر جنوب جهان رخ می دهد، در حالی که بیشتر لباس ها در غرب خریداری می شوند. هیچ نشانه ای وجود ندارد که تأثیرات نامطلوب محیطی ناشی از صنعت مد در حال بهبود باشد. در واقع، پیش بینی ها نشان می دهد که تا سال ۲۰۳۰، انتظار می رود صنعت از فضای رشد الیاف ۳۵ درصد بیشتر استفاده کنند.

ردپای کربن در مد ناپایدار

با خرید لباس در کانال مد ناپایدار به انتشار کربن کمک می کنیم. صنعت مد مسئول ۱۰ درصد از انتشار گازهای گلخانه ای در جهان است. بیشتر آن به دلیل تولید مواد مصنوعی است که از مواد پتروشیمی ساخته می شود. مواد خامی که از نفت و گاز استخراج می شوند. خرید کمتر یا انتخاب یک لباس پایدار می تواند به کاهش ردپای کربن ما کمک کند.

شرایط کار در مد ناپایدار

در مد ناپایدار زیر پا گذاشتن حقوق کارگران و بهره کشی از کودکان اجتناب ناپذیر است. آن ها همواره برای کاهش هزینه و افزایش تولید و به روز رسانی سریع طرح ها طبق مد در حال رقابت هستند. تولید کنندگان گاهی تولید خود را به کارگاه های کوچک برون سپاری می کنند. جایی که هیچ نظارتی بر رفتار کارفرمایان خرد و وضعیت کاری کارگران وجود ندارد. با کارگران بدرفتاری می شود و مجبور می شوند ساعت های طولانی در شرایط نایمن کار کنند. حدوداً

۹۸ درصد کارگران پوشاک، که ۷۵ درصد آن‌ها زنان جوان هستند از حقوق مناسب و شرایط کار سالم برخوردار نیستند.

مد ناپایدار و تاثیر آن بر حیوانات

مد ناپایدار نه تنها بر محیط زیست، بلکه بر حیوانات نیز تاثیر می‌گذارد. میلیون‌ها حیوان برای تولید لباس‌هایی از پشم، ترمه، خز، چرم و غیره ذبح می‌شوند. به همان نسبتی که مد ناپایدار خطرناک است انسان‌ها باید مراقب رفتار خودشان در مد پایدار باشند. اگر با همان تفکر مصرف‌گرایانه از مد ناپایدار به عرصه‌ی مد پایدار وارد شوند فاجعه است. چون تقاضا برای تولید بیشتر همچنان به قوت خود باقی است. رویه‌ای که منجر به بهره‌کشی بیش از حد از منابع طبیعی و حیوانات می‌شود. امری غیر اخلاقی و غیر انسانی. همچنین در ردپای آلودگی‌های تولید شده باز زمین حیات وحش دچار خسارت و آسیب می‌شوند که این برخلاف تفکر سبک زندگی است.

مد ناپایدار و هدر رفتن سرمایه

پوشاک مد ناپایدار معمولاً ارزان‌تر و در مقابل بی کیفیت‌تر هستند. هرچند در پیروی از مد پایدار ممکن است بیشتر هزینه کنیم اما در واقع در بلند مدت کمتر هزینه می‌کنیم. برندهای مد پایدار از منسوجات با کیفیت و مقاوم در برابر فرسودگی استفاده می‌کنند.

مد ناپایدار برندها را تشویق می‌کند تا لباس‌هایی با کیفیت پایین تولید کنند که از مواد شیمیایی خطرناک در تولیدشان استفاده می‌کنند. آن‌ها برای به حداقل رساندن تأثیر آن بر روی سیاره تلاش کم و یا حتی هیچ تلاشی نمی‌کنند. اگر به‌این سیاره اهمیت می‌دهید و به‌این فکر می‌کنید که چگونه می‌توانید بهتر عمل کنید، وقت آن است که در این مورد اقدام کنید. (میرزایی، ۱۳۹۵)

همانطور که سیاست‌گذاران، تجارت و جامعه گسترده‌تر همگی موافق هستند، ناپایداری مد نیاز به اقدام متحول‌کننده دارد. فقدان تعریف روشنی از مد پایدار اغلب به عنوان دلیل اصلی افزایش ناپایداری مد ارائه می‌شود.

(پالم، ۲۰۲۳) در حال حاضر مد پایدار اصطلاح رایجی است که توسط کسب و کارها و سیاست‌گذاران استفاده می‌شود و به این ترتیب، این مفهوم کلیدی است که گفتمان مد آینده با تأثیرات منفی کمتر بر آن تکیه می‌کند. مفاهیم مختلف دیگری در حال استفاده هستند که هدف آنها جذب مد با اثرات منفی اجتماعی و یا زیست محیطی کمتر یا بدون آن است. این مفاهیم مد ارگانیک شامل: مد سبز - مد اخلاقی - مد دایره ای. توجه آکادمیک نیز به مفهوم مد آهسته معطوف شده است و روش هرچه سریع‌تر تولید و مصرف مد را به چالش می‌کشد. (پالم، ۲۰۲۳)

موضوع آلودگی زیست محیطی جهانی با شیوه‌های مصرف‌کننده ناپایدار، مانند خرید بیش از حد یا استفاده از پوشاک یک بار مصرف، تشدید می‌شود. چین، بزرگترین کشور تولیدکننده نساجی جهان، با زباله‌های تولید نساجی و پوشاک بیش از ۱۰۰ میلیون تن و دفع سالانه تقریباً ۲۶ میلیون تن پوشاک دست دوم دست و پنجه نرم می‌کند که پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ ۱٪ به حدود ۵۰ میلیون تن افزایش یابد، ۱. با نرخ بازیافت ۲. کمتر از ۳٪. در پاسخ به این چالش‌ها، چین، همراه با سایر کشورها، متعهد به دستیابی به "انتشار کربن خالص صفر" تا سال ۲۰۵۰ چهار برابر شده است که همکاری بین صنعت مد و عموم مردم را ضروری می‌کند. یکی از راهبردهای کلیدی در این زمینه، اتخاذ مصرف دست دوم است. معرفی مجدد اقلام از قبل، چرخه عمر محصول را افزایش می‌دهد، نیاز به اقلام جدید را محدود می‌کند، انرژی و منابع را حفظ می‌کند، و به طور قابل توجهی اثرات زیست محیطی مرتبط با رفتار مصرف‌کننده را کاهش می‌دهد و بر نقش حیاتی مصرف‌پایدار تأکید می‌کند. (هونگ و همکاران، ۲۰۲۴)

با توجه به چالش‌های فعلی، انتظار می‌رود که همه این تغییرات در صنعت مد برای دستیابی به پایداری باید در کوتاه مدت رخ دهد. برای کاهش این فشار، برخی از برندهای صنعت مد به ابزارها و شیوه‌های شستشوی سبز متوسل می‌شوند.

شوند. به گفته بکر-اولسن و پوتوچک، «گرین‌شویی به عمل ترویج نادرست تلاش‌های زیست محیطی سازمان یا صرف منابع بیشتر برای ارتقای سازمان به‌عنوان سبز نسبت به آنچه برای مشارکت واقعی در شیوه‌های سازگار با محیط زیست صرف می‌شود، اشاره دارد». به عبارت دیگر، شستشوی سبز بر اساس برجسته کردن یک عمل خوب یا تنها بخش کوچکی از فعالیت آن است و در عین حال همه موارد دیگری را که اثرات منفی بر محیط زیست دارند پنهان می‌کند تا خود را پایدارتر از آنچه هست نشان دهد. در مورد صنعت مد، روایت شستشوی سبز را می‌توان به عنوان ادعاهایی مبنی بر پایداری بیشتر مشاهده کرد، اما فقط بخش ناچیزی از مجموعه‌های برندهای مد را بهبود می‌بخشد، یا مواد را به‌جای تمرکز بر بازیافت فیبر به فیبر، یا ترویج مصرف، کاهش می‌دهد. برنامه‌هایی که مصرف بدون گناه را تشویق می‌کنند اقدامات Greenwashing ادعاهای صنعت در مورد پایداری الیاف مصنوعی یا ترویج پلی اتیلن ترفتالات بازیافتی (PET) در مواد نساجی جدید است. یکی دیگر از روش‌های رایج شستشوی سبز، برجسب زدن محیط زیست یا گواهی صنعت مد است. برجسب زدن یا گواهینامه زیست محیطی ابزار خوبی برای جلب اعتماد مصرف‌کننده است. برخی از مطالعات بر روی تئوری مصرف نشان داد که یک رابطه قوی بین ارزش مصرف و اعتماد سبز وجود دارد. (آدامکیویچ و همکاران، ۲۰۲۲)

چالش‌های اصلی

- بهبود ردپای زیست محیطی منسوجات در کل چرخه زندگی.
- تغییر نگرش مصرف‌کننده نسبت به خرید تا حد ممکن ارزان و تا حد ممکن یکبار مصرف، آگاهی و شناخت مصرف از ردپای زیست محیطی، که با مصرف محصولات نساجی از خود بجا می‌گذارد.
- اصلاح رفتار مصرف‌کننده در نحوه مراقبت از پوشاک و دفع آنها به طور مثال آموزش شستشوی مناسب و درجه حرارت
- پایین‌آین که چگونه می‌توانند در هزینه‌های انرژی، میزان مصرف آب صرفه جویی کنند و برداشتن گام‌های مؤثر برای افزایش عمر، تشویق به بازیافت پوشاک پس از پایان عمر خود.
- اشتراک گذاشتن اطلاعات بیشتر در مورد پوشاک سازگار با محیط زیست، با مصرف‌کننده.
- سیستم الیاف بازیافتی به دلیل عدم بازگشت کافی، هنوز ضعیف است و عدم وجود مکان‌های راحت و معتبر برای پوشاک
- ناخواسته و منسوجات ناخواسته (که منجر به تولید لباسهای جدید می‌شوند) در بسیاری از کشورها به محل دفن زباله ارسالیاسوزانده می‌شود.
- منسوجات سازگار با محیط زیست نیاز به توسعه بازار دارند. (ذکریایی، ۱۳۹۹)

جمع بندی

جمع‌بندی و تحلیل یافته‌های پژوهش
 نتایج حاصل از هر پژوهشی به امید ادامه یافتن راه تحقیق و پژوهش در خصوص آن موضوع و بهره‌برداری از نتایج آن به جامعه پژوهشگران و مسئولین ذی‌صلاح آن موضوع ارائه می‌گردد. از این رو ارائه هر نوع پیشنهادی در این گزارشات می‌تواند راه را برای مطالعات بعدی و نیز تصمیم‌گیریهایی اجرایی در آن خصوص هموار سازد. در این مقاله راهکارهایی در قالب پیشنهادات پژوهشی ارائه شده است:

پیشهادات

- تولیدکنندگان میتوانند، تأمین کنندگان خود را بر اساس عملکردهای اجتماعی و زیست محیطی انتخاب کنند. ازبهترین شیوه ها در نوآوری فناوری استفاده کنند که به بهبود محیط زیست کمک میکند.
- مواد خطرناک را با مواد ایمن جایگزین کنید.
- استفاده از الیاف پایدارتر مانند پنبه ارگانیک، الیاف بازیافت شده و غیره را ارتقا دهید.
- مد پایدار را ترویج دهید. تلاشهای پایداری خود را به مصرف کنندگان اعلام کنید.
- کمپینهای آگاهی بخشی و به اشتراک گذاشتن تجربیات در مناطق پردازش پارچه را شروع کنید.
- تدابیری را برای مقابله بهتر با "شستشوی سبز" یعنی ادعاهای پایداری نادرست تدوین کنید.
- فن آوری های جدید، مانند فناوری نانو و تراریخته، باید به طور کامل مورد بررسی قرار گیرد و تعیین کنید که تا چه حدی برای سلامتی انسان و محیط زیست خطر دارند.

نتیجه گیری

مد پایدار یک روند نوپا در صنعت مد می باشد که به دلیل نگرانی های زیست محیطی و اجتماعی رو به رشد در سراسر جهان هدایت می شود. با این حال، توسعه محصولات مد پایدار نیازمند مهارت ها و دانش خاصی در مورد مواد و فرآیندهای جدید، هم در آکادمی و هم در صنعت است. با در نظر گرفتن اینکه تولید پوشاک سازگار با محیط زیست در کشور ایران هنوز رونق زیادی پیدا نکرده است تک تک افراد به عنوان مصرف کنندگان پوشاک میتوانند کارهایی انجام دهند تا در بین خریدهای رنگارنگشان هوای محیط زیست را هم داشته باشند. خرید نکردن بهترین گزینه است. یکی از راهکارهایی که مد پایدار ارائه میدهد خرید کم ولی با کیفیت و به بهترین شکل استفاده کردن از پوشاک است. یکی دیگر از راهکارهای همزیستی بامحیط زیست از طریق پوشاک، تجارت اشتراک گذاری (ری شیر) است. از طریق این تجارت میتوان لباسهایی را که فقط یکبار استفاده شده اند مانند لباسهای مجلسی به بقیه افراد کرایه داد همچنین تجارت دست دوم در حال حاضر در دنیا وجود دارد اما چون در کشور ایران این مفهوم با عبارت عزت نفس پیوند میخورد، مورد استقبال قرار نمیگیرد. باید به این موضوع فکر شود که با استفاده از اینگونه تجارت از یک طرف پول انسان ها ذخیره می شود و از طرف دیگرزباله جدیدی برای زمین به بار نمی آید. در این صورت خوش بینانه تر به تجارت مد پایدار نگاه می شود. به طورقطع، مصرف کنندگان و برندها باید دست به دست هم برای پایدارتر شدن صنعت مد تلاش کنند تا به نتایج مطلوبی در این زمینه برسند.

منابع

- حدادی، یاردخت (۱۴۰۰). دستیابی به صنعت مد پایدار و اخلاقی، تهران.
- ذکریایی، رقیه (۱۳۹۹). مد پایدار، راهکار توسعه در صنعت پوشاک ایران، نخستین کنفرانس ملی پوشاک طراحی پارچه و لباس شیراز.
- زارع، مرضیه (۱۳۹۱). نقش هنر بازیافت در مد و لباس، دومین همایش بین المللی هنرهای تجسمی و محیط زیست با رویکرد هنر بازیافت.
- زارعی، اسداله (۱۳۹۲). بازتاب فرهنگ پوشاک و لباس در ادبیات ایران، فصلنامه هنر علم و فرهنگ، شماره ۱ شماره صص ۶۲-۷۳.
- شفیع، آسیه؛ موسوی، سیده زینب (۱۳۹۹). تاثیر پوشاک بر محیط زیست و بررسی مد پایدار نخستین کنفرانس ملی پوشاک طراحی پارچه و لباس شیراز.
- میرزایی، احسان (۱۳۹۵). مد پایدار در تقابل با مد ناپایدار در تلاش برای حفاظت از زمین، مجله گیج، تهران.
- Adamkiewicz, julia (2022).Green washing and sustainable fashion industry.
- Bicho, Marta (2023). Sustainable fashion product Development.
- Daukantienė, virginija (2022). Analysis of the sustainability aspects of fashion : A literature review.
- E. PUCCI, M. TUfarelli (2022). slow fashion Accompanies digital Towards a Sustainable Future.
- Hong, Yingxiu (2024). Predicting sustainable fashion consumptions and practices.
- Palm, Celinda (2023). Sustainable fashion : to define, or not to define, that is not the question.
- Tall, Allon (2023). Sustainable fashion : to define, that is not the question.