

## وقتی یک «مُد» زندگی را نجات می‌دهد!

«مُد پایدار» واژه‌ای است که طی چند سال گذشته بیشتر به گوش می‌خورد.



«مُد پایدار» واژه‌ای است که طی چند سال گذشته بیشتر به گوش می‌خورد. روندی جهانی در صنعت مد که سعی دارد تا جای خالی عدم توجه مد پیشرفته به محیط زیست را پر کند و از این طریق جلوی از بین رفتن زندگی را بگیرد، اما با این حال ما در ایران به دلایل مختلفی یا کمتر با این واژه نجات دهنده مانوس هستیم و یا گاهی اوقات اگر کاری هم در راستای این مُد انجام دهیم از روی عادت است و اطلاع کاملی از آن نداریم!

به گزارش ایسنا، «مد پایدار» شاید در لغت بزرگ و پرطمطراق به نظر برسد، اما با خواندن تعریف ساده‌ای که از آن ارائه شده است درمی‌یابیم که گاهی اوقات هریک از ما بدون اینکه بدانیم به این مد پایبند بوده ایم. درواقع همان زمان که لباسی که برای خواهرمان تنگ شده است را پوشیده ایم، شلوار قدیمی پدریزرگمان را کوتاه کرده و به پا کرده ایم و یا حتی وقتی از لباسی که دیگر قابلیت پوشیدن نداشته در مصارف دیگری مانند دستمال گردگیری استفاده کرده ایم، همگی نشانه‌هایی از پایبندی به «مد پایدار» بوده است؛ بخشی از صنعت مد و لباس که با رویکرد حفظ محیط زیست و منابع تجدیدناپذیر شکل گرفته است.

برخی منابع، صنعت مد و پوشاک را دومین صنعت آلوده کننده محیط زیست می‌دانند که بیش از ۸۰۰۰ ماده شیمیایی مضر در آن کاربرد دارند که مقصد نهایی تمام آن‌ها خاک، آب‌های زیر زمینی و آب‌های جاری است و در عین حال عامل تولید حدود ۱۰ درصد از گازهای گلخانه‌ای در دنیا، صنعت پوشاک است.

«مد پایدار» چگونه متولد شد؟

همانطور که نقطه آغاز صنعت مد کشورهای اروپایی و آمریکایی بودند، «مد پایدار» هم زاده همان کشورهاست. در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی و با انتشار کتاب «بهار خاموش» اثر یک زیست‌شناس آمریکایی، ارتباط میان جنبش مد پایدار و جنبش مدرن محیط زیستی آغاز شد چراکه این کتاب به تأثیرات زیست محیطی و اجتماعی صنعت مد و فشن اشاره می‌کرد. حدوداً ۳۰ سال بعد و در اوایل دهه ۱۹۹۰ و همزمان با کنفرانس سازمان ملل متحد برای توسعه پایدار، این موضوعات به نشریات مد، فشن و منسوجات راه پیدا کرد و شرکت‌هایی که با تولیدات بی‌رویه خود اثرات مخربی بر محیط زیست داشتند از این طریق معرفی شدند و تقریباً از همین نقطه بود که فعالان حوزه مد و لباس به این نتیجه رسیدند باید رویکرد تولیدی خود را تغییر دهند. به دنبال تغییر رویه صنعت، تحقیقات و پژوهش‌ها درباره مد پایدار هم آغاز شد و این کودک نوپا رفته رفته در سایر نقاط جهان نیز شناخته شد.

«مد پایدار» در یک جمله به معنای تولید و استفاده از پوشاک با کمترین تأثیر منفی بر محیط زیست است. این مد در تضاد با مصرف‌گرایی است و به حقوق نیروی کار، حفظ سلامتی افراد و محیط زیست و حیات وحش اهمیت می‌دهد.

چرا باید به سراغ «مد پایدار» برویم؟

گرایش به «مد پایدار» از زمانی آغاز شد که بشر متوجه افزایش سرعت رشد مصرف و پیشی گرفتن آن از تجدیدپذیری منابع شد. «مد آهسته» و «مد اخلاق‌گرا» هم از جمله زیرشاخه‌های «مد پایدار» هستند. رویکرد مد اخلاق‌گرا ارجحیت نیروی کار و حیوانات بر تولید است. مد آهسته نیز بر مقابله با مصرف‌گرایی و استفاده از منابع پایدار تأکید دارد.

به زبان ساده طرفداران مد آهسته معتقدند که استفاده از چرم در فرایند تولید پوشاک مشکلی ایجاد نمی‌کند زیرا اگر پوشاک با چرم با کیفیت تولید شوند می‌توان چندین سال از آن‌ها استفاده کرد که البته این موضوع در تقابل با دیدگاه نگرش اخلاق‌گرای مد است. اما در نهایت «مد پایدار» با دربرگرفتن هر دوی این تعریف‌ها به فکر تولید محصولات است که به محیط زیست آسیب وارد نکند.

وقتی یک «مُد» زندگی را نجات می‌دهد!

اما صنعت مد و لباس چرا تا این حد می‌تواند تأثیرات مخرب بر محیط زیست داشته باشد که باعث شکلگیری شاخه‌ای جد از مُد شود؟

پنبه یکی از مهم ترین اقلام برای تولید لباس است، ماده ای که کشت آن بیشترین نیاز آبی را دارد. اما ماجرا همینجا به اتمام نمی رسد چراکه برای کشت پنبه مطلوب، نیاز به مواد شیمیایی و آفت کش ها داریم؛ موضوعی که در ابعاد کاشت صنعتی هم محیط زیست و هم کارگرانی که در تماس با این مواد هستند را تحت تاثیر قرار می دهد. پس از کشت پنبه باید مرحله بافت پارچه آغاز شود که یکی از پرمصرف ترین مراحل در حوزه آب است. پس از آن رنگرزی پارچه ها نیز اغلب به صورت شیمیایی انجام می شود و گنداب آن به سمت رودخانه ها و خاک رها می شود.

باز هم این تمام قصه نیست؛ برخی پارچه های تولید شده بر پایه نفتی بخشی از مواد مصرفی در صنعت پوشاک است. هنگام شست و شوی پارچه هایی از این جنس «میکروفیبرهای پلاستیکی» از آن ها جدا می شود و به زمین و رودخانه ها بازمی گردد و در نهایت به غذای آبزیان و انسان ها تبدیل می شود و باعث به هم خوردن چرخه طبیعی اکوسیستم می شود.

Fast Fashion اما درست در نقطه مقابل «مد پایدار» قرار دارد؛ نوعی از مد و فشن که هدف آن تولید انبوه پوشاک در کمترین زمان و با کمترین هزینه بدون در نظر گرفتن عواقب زیست محیطی و اجتماعی است. این نوع از مد صرفه اقتصادی بالایی دارد، اما به دلیل افزایش آگاهی افراد درباره اهمیت محیط زیست و شکلگیری مطالبات مردمی، برندهای مد و لباس مختلف جهانی سعی دارند تا با شیوه های ممکن خود را با این نیاز بشتری همراه کنند. هرچند هنوز هم در کشورهایی از جمله ایران که صنعت «مد پایدار» در آن نوپا است، تولیدکنندگان برای پایین آوردن قیمت تمام شده محصولات خود در پیوستن به این مد مقاومت می کنند.

جایگاه «مد پایدار» در ایران

علاوه بر آنکه تولیدکنندگان داخلی به دلایل اقتصادی تمایل زیادی برای پیوستن به مد پایدار ندارند، عدم وجود زیرساخت کافی برای تولید انبوه پوشاک دوستدار محیط زیست و حتی عدم فرهنگسازی مرتبط با مصرف لباس هایی منطبق بر مد پایدار سبب شده است این شاخه از مد در کشور ما جدی گرفته نشود.

از سوی دیگر دو عامل چشم و هم چشمی و مصرف گرایی نیز باعث تشدید دلایلی می شود که به آن اشاره شد. در واقع این روزها شاید شرایط اقتصادی سبب شود که یک لباس را مدت ها بپوشیم، اما قطعا با روند گذشتگان خود که یک لباس را تا زمانی که دیگر قابل استفاده نباشد، می پوشیدند فاصله داریم و همین موضوع عاملی برای گسترش مصرف گرایی است. از طرفی زمانی که واژه «مد پایدار» به میان می آید احتمالا اولین جمله ای که برخی به زبان بیاورند این است که: «ما لباس کهنه نمی پوشیم» و این نشان می دهد اکثر افراد تنها با این بخش از «مد پایدار» آشنا شده اند که به فرایندی با نام «ری دیزاین» یا بازطراحی لباس های قدیمی اشاره دارد و به طور کلی از نقش کارخانه های تولید لباس در فرایند صفر تا صد تولید نخ، پارچه، دوخت و... بی اطلاع هستند.

بیشتر بخوانید:

لباس جدید نخرید!

از طرفی این جمله در شرایطی بیان می شود که با رویکرد فعلی افراد نسبت به مقوله لباس و پوشش، سالانه هزاران تن لباس در جهان دور ریخته می شود درحالی که درصد عمده ای از آن ها قابلیت بازیافت دارند، اما به خاطر میل به مصرف گرایی و عدم آگاهی کامل افراد از جزئیات «مد پایدار»، تولیدکنندگان پوشاک از آن ها استفاده نمی کنند.

وقتی یک «مد» زندگی را نجات می دهد!

بخشی از هزاران تن پوشاکی که سالانه دور ریخته می شوند

هر فرش قرمز، یک لباس نو!

علاقه به ظاهر شدن در هر مراسم با لباسی جدید موضوع دیگری است که فضای خانوادگی، رسانه ها و افراد معروف هم در آن نقش دارند؛ سلبریتی هایی که معمولا تصاویر تبلیغاتی آنها را بر بزرگ ترین بیلبوردهای شهر می بینیم که تبلیغ یک لباس چرم را کرده اند و یا پست های اینستاگرامی شان نشان می دهد که برای اکران خصوصی هر فیلم، هر جشنواره و هر فرش قرمز با یک لباس غیرتکراری حاضر می شوند. موضوعی که به مرور این باور «هر مهمانی یک لباس نو» را در ذهن مخاطب نیز پیرنگ می کند!

راهکارهایی برای پایبندی به «مد پایدار»

جدا از اینکه تولیدکنندگان پوشاک باید در مراحل تولید به مد پایدار پایبند باشند، خودمان هم می توانیم با کارهایی ساده جزئی از این مکتب شویم. اصولی خرید کردن و خرید کم ولی با کیفیت، بازطراحی لباس های قدیمی و ایجاد تغییراتی در فرم و تزئینات آن، اشتراک گذاشتن لباس های مجلسی که تنها یک یا دو بار قرار است بپوشیم و حرکت به سمت شخصی دوزی و پرهیز از خرید لباس های سری دوزی شده است.