

سند

مقالات تالیفی | مقدمه‌ای بر مد سبز
مروری بر مد پایدار الیاف خودرنگ و پایداری
راهکارهای کلی برای پایداری
فشن شهر تاوان فشن سریع و آینده پوشاک
مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی
مستند «هزینه واقعی» | طراحان مطرح حوزه پایداری
معرفی برند ایرانی: تیرشه | معرفی برند خارجی: پاتاگونیا



فصلنامه وابسته به انجمن علمی
دانشجویی طراحی پارچه و لباس
دانشگاه الزهرا-تهران
تابستان ۱۴۰۳ | شماره ۱۸



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سندس

فصلنامه وابسته به انجمن علمی دانشجویی طراحی پارچه و لباس
دانشگاه الزهراء (س)

مدیر مسئول:

زهرا خزائی

سر دبیر:

گلشن حسینی موسی آبادی

استاد مشاور:

دکتر روشنک داوری

صاحب امتیاز:

انجمن علمی طراحی پارچه و لباس

سرپرست هیئت تحریریه:

کوثر اصغرپور

نویسندگان این فصلنامه:

گلشن حسینی موسی آبادی

زهرا خزائی محبوبه خانی

کوثر اصغرپور شکبیا ناصری

زینب علیدوستی الناز شهبازی

بهار باس خواه ریحانه عبدی

صفحه آرایان:

مهسا درخشنده سرپرست

زهرا بابایی آتنا رضایی

فهیمه کیقبادی محبوبه خانی



فصلنامه شماره ۱۸

تابستان ۱۴۰۳

از دانشجویان و پژوهشگران محترم تقاضا می‌شود جهت چاپ مقالات پژوهشی، علمی و تحلیلی در زمینه هنر و مطالعه بین رشته‌ای، نقد و گزارش‌های علمی و هنری، معرفی کتب جدید، معرفی آثار بدیع هنری و چهره‌های شاخص و رویداد های مؤثر و مهم روز، از طریق راه های ارتباطی زیر اقدام نمایند.

شماره تماس: ۰۹۱۹۷۹۲۸۵۸۸

ایمیل نشریه سندس: sondos.tfd@gmail.com

صفحه اینستاگرام: [@sondos_magazine](https://www.instagram.com/sondos_magazine)

فهرست

- ۱ مقدمه‌ای بر مد سبز
- ۴ مقاله‌های تألیفی: ارزش‌های اخلاقی به شیوه مد پایدار
- ۱۲ مقاله‌های تألیفی: بازیافت ضایعات خانگی و صنعتی برای تولید کالا در صنعت مد
- ۲۶ مروری بر مد پایدار
- ۳۲ ایفای خودرنگ و پایداری
- ۳۷ راهکارهای کلی برای پایداری
- ۴۰ فشن شهر: تاوان فشن سریع و آینده پوشاک
- ۴۴ مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی
- ۶۲ مستند «هزینه واقعی» - «True Cost»
- ۶۶ طراحی مشهور حوزه مد پایدار
- ۶۲ معرفی برند ایرانی: تیرشه
- ۷۴ معرفی برند خارجی: پاتاگونیا

سخن سردبیر

با درود و احترام:

امروزه، اهمیت پایداری و مسئولیت‌پذیری در همه ابعاد زندگی، به ویژه در صنعت مد، به عنوان یکی از پرمصرف‌ترین صنایع، مورد توجه قرار گرفته است. مد سبز، به عنوان رویکردی نوین، تلاش دارد تا زیبایی و هنر را با حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی تلفیق کند. در این شماره از نشریه سندس، به بررسی ابعاد مختلف پایداری در صنعت پارچه و لباس، چه در ایران و چه در خارج از کشور، می‌پردازیم.

فرهنگ ایرانی-اسلامی همواره رابطه‌ای عمیق با طبیعت و احترام به محیط‌زیست داشته است. تولیدات سنتی ما بر پایه اصولی شکل گرفته‌اند که با ارزش‌های زیست‌محیطی همسو بوده‌اند؛ اما امروزه، با گسترش تکنولوژی و صنعت، نیاز به نوآوری و بازنگری در حفظ این ارزش‌ها بیش از پیش احساس می‌شود. مد سبز نه تنها بر استفاده از مواد دوستدار محیط‌زیست و کاهش ضایعات متمرکز است، بلکه بر ایجاد ارزش‌های پایدار در کل فرایند تولید و مصرف نیز تأکید دارد.

این شماره از فصلنامه، تنها مقدمه‌ای بر بحث گسترده "مد سبز و پایداری" است. بدون شک، برای پرداختن کامل‌تر و دقیق‌تر به این موضوع، نیازمند بررسی‌ها و تحلیل‌های بیشتر در شماره‌های آینده خواهیم بود، به ویژه در زمینه کاربرد این مفاهیم در داخل کشورمان ایران.

نشریه سندس، همچون همیشه، مشتاق شنیدن نظرات، پیشنهادات، انتقادات و دریافت مقالات و همکاری‌های شما عزیزان است.

گلشن حسینی موسی‌آبادی

سردبیر نشریه سندس



سخن استاد

در دورانی که با چالش‌های زیست‌محیطی بی‌سابقه و آگاهی روزافزون از تأثیر جمعی ما بر روی کره زمین گره خورده است، صنعت مد نقش مهمی را در این حوزه و در بخش پوشاک ایفا می‌کند. پیگیری بی‌وقفه روندها، بهره‌برداری از منابع، و تولید بی‌رویه پوشاک در مجموع سیستمی را ایجاد کرده است که هم برای محیط زیست و هم برای جامعه انسانی ناپایدار و مضر است. با این حال، به نظر می‌رسد که جنبشی در راه است، انقلابی که در آن طراحان، مصرف‌کنندگان و رهبران صنعت در حال متحد شدن برای تعریف مجدد ماهیت مد هستند. ردپای زیست‌محیطی صنعت مد نگران‌کننده است. از کشت مواد خام اولیه گرفته تا فرآیندهای تولید انرژی بر، و در نهایت دور ریختن پوشاک، هر مرحله از چرخه مد تأثیری ماندگار بر جای می‌گذارد. مصرف بیش از حد آب، انتشار مواد شیمیایی مضر و تولید مقادیر زیادی ضایعات نساجی همگی به شهرت منفی این صنعت به عنوان یکی از آلاینده‌های اصلی کمک کرده است. با درک شرایط اضطراری، تعداد فزاینده‌ای از افراد و سازمان‌ها در دنیا خواستار رویکردی پایدارتر به مد هستند. مد پایدار صرفاً یک روند نیست. یک تغییر اساسی در طرز فکر و عمل است که شامل طیف گسترده‌ای از ابتکارات و نوآوریها، استفاده از مواد سازگار با محیط زیست و روش‌های تولید اخلاقی گرفته تا ترویج اصول اقتصاد چرخشی می‌شود. با اولویت دادن به پایداری، صنعت مد می‌تواند تأثیرات زیست‌محیطی خود را کاهش دهد، شرایط کار کارگران پوشاک را بهبود بخشد، و ساز و کاری عادلانه‌تر ایجاد کند. تولید اخلاقی یکی دیگر از جنبه‌های ضروری مد پایدار است. سودجویی به هر قیمتی منجر به استثمار کارگران پوشاک به ویژه در کشورهای در حال توسعه شده است. برندهای مد پایدار، شیوه‌های کار منصفانه را در اولویت قرار می‌دهند، و تضمین می‌کنند که کارگران دستمزد معیشتی دریافت کنند، شرایط کار ایمن داشته باشند و با وقار و احترام با آنها رفتار شود. با حمایت از این برندها، مصرف‌کنندگان می‌توانند به صنعت مد عادلانه‌تر کمک کنند.

در حالی که مد پایدار گام‌های مهمی برداشته است، هنوز چالش‌هایی وجود دارد. نیاز به شفافیت و پاسخگویی بیشتر در صنعت مد وجود دارد تا اطمینان حاصل شود که ادعاهای پایداری واقعی و قابل تأیید هستند. به عنوان مصرف‌کننده نیز ما این قدرت را داریم که با انتخاب‌های آگاهانه و حمایت از برندهایی که متعهد به پایداری هستند، این تغییر را هدایت کنیم. ما با هم، هم در نقش طراح و هم مصرف‌کننده، می‌توانیم صنعت مدی ایجاد کنیم که نه تنها زیبا و خلاق باشد بلکه برای مردم و کره زمین مفید و کم‌ضرر باشد. به امید روزی که طراحان و تولیدکنندگان بیشتری در کشور به فاجعه زیست‌محیطی که پیش رو داریم پی ببرند و در این راه، همراه شوند.

سربلند و پرتلاش باشید.

روشنک داوری



مقدمه ای بر مد اسپرز

امروزه همه ما با واژه‌هایی غیرفارسی که مرتبط با صنایع مد و زیبایی هستند، احاطه شده‌ایم. تلاش می‌کنیم معنای درست این کلمات را درک کنیم و افق دید خود را فراتر از محدودیت‌ها گسترش دهیم. سعی داریم به‌روز باشیم تا در نظر دیگران، فردی مدرن، زیبا، ترندی و دارای استایلی پینترستی به خاطر سپرده شویم. اما کمتر به این فکر می‌کنیم که در این مسیر به چه چیزهایی آسیب می‌زنیم، مانند زبان فارسی، اصالت در پوشش یا حتی محیط زیست.

در سال‌های اخیر، شاهد افزایش توجه به چیزهایی هستیم که از دست داده‌ایم. شاید در حال استفاده از لباس‌هایی با تأثیرات مد غربی باشیم، اما نقوش زیبای فرش‌های ایرانی را روی آن‌ها به کار می‌بریم. شاید مصرف‌گرایی در پوشاک وجود داشته باشد، اما شروع به بازطراحی و تغییر کاربری لباس‌های استفاده‌شده کرده‌ایم.

این شماره از مجله «سندس» نگاهی عمیق به موضوعاتی چون رویکردهای مختلف تولید پوشاک، ترندها و آسیب‌هایی که این صنعت به محیط زیست وارد می‌کند و چگونگی کنترل این آسیب‌ها خواهد داشت.

سرعت تولید در دنیای مد

در دنیای مکانیزه و دیجیتال امروز، سرعت یکی از ارکان اصلی زندگی ما شده است. اما آیا این سرعت، تنها به نفع ماست؟ آیا سود خالص بدون هیچ ضرری امکان‌پذیر است؟ در سراسر دنیا دو نوع رویکرد در تولید پوشاک و مد وجود دارد: مد آرام و مد سریع.

مد سریع (Fast Fashion) به رویکردی اطلاق می‌شود که در آن لباس‌ها با سرعت بالا، هزینه کم و مواد اولیه با کیفیت پایین تولید می‌شوند. این رویکرد از دهه ۱۹۷۰ شکل گرفت، زمانی که شرکت‌ها تولیدات خود را به کشورهای دیگر، به‌ویژه کشورهای آسیایی برون‌سپاری کردند تا از هزینه‌های پایین نیروی کار بهره‌مند شوند. در دهه ۱۹۹۰، مد سریع اوج گرفت و شرکت‌ها برای همگام شدن با ترندهای روز، تولیدات خود را با سرعت بیشتری انجام دادند.

ایده اصلی مد سریع، تولید لباس‌های موردپسند با قیمت کم است که سریعاً به دست مصرف‌کنندگان برسد.



این رویکرد به مصرف‌کنندگان با درآمد متوسط اجازه می‌دهد لباس‌هایی مدرن و ترندی بپوشند؛ اما از سوی دیگر، مد سریع باعث ایجاد ضایعات فراوان در هر مرحله از تولید شده و به طبیعت آسیب‌های جدی وارد می‌کند؛ از فرسایش زمین و آلودگی خاک و آب گرفته تا تخریب حیات وحش. به همین دلیل، در دهه‌های اخیر جنبش‌های اعتراضی مانند مد آرام و مد پایدار شکل گرفته‌اند که خواستار کنترل و حتی توقف این روند هستند.

مد سریع مسئول تولید ۱۰ درصد از کربن دی‌اکسید جهانی است. علاوه بر این، بسیاری از لباس‌های تولید شده در نهایت به زباله‌دان‌ها ختم می‌شوند و از هر پنج لباس خریداری شده، سه مورد آن در همان سال دور ریخته می‌شود.

مد آرام

این جنبش که در سال ۲۰۰۷ توسط نویسنده و فعال «کیت فلچر» آغاز شد، تلاشی است برای مقابله با مد سریع. در مد آرام، طراحان به تولیدات محلی تشویق می‌شوند و استفاده از نیروی کار و مواد اولیه محلی از عناصر کلیدی این رویکرد است. کیفیت محصولات اهمیت زیادی دارد و زنجیره تولید تا حد امکان شفاف است.

مد آرام رویکردی پایدار و اخلاقی به تولید پوشاک دارد. برخلاف مد سریع، در این رویکرد به کیفیت و پایداری مواد اولیه توجه ویژه‌ای می‌شود. طرح‌ها ترند هستند، اما بیشتر بر طرح‌هایی تأکید می‌شود که همیشه مد باقی می‌مانند و از ترندهای زودگذر کمتر استفاده می‌شود.

المان‌های این جنبش شامل خرید لباس‌های وینتیج، بازطراحی لباس‌های قدیمی، حمایت از تولیدکنندگان کوچک‌تر، و تولید محصولات پایدار است. طبق نظرسنجی‌ها، خریداران مد آرام بیشتر افراد تحصیل‌کرده و دغدغه‌مند محیط زیست هستند که عمدتاً در بازه سنی ۲۵ تا ۴۴ سال قرار دارند.

مد پایدار

مد آرام شروعگر جنبش‌های بزرگ‌تری مانند مد پایدار بوده است. در دنیای مصرف‌گرای امروز، پایداری به یکی از اجزای مهم زندگی ما تبدیل شده است، به‌ویژه در صنعتی مانند پوشاک که آسیب‌های زیادی به محیط زیست وارد می‌کند.



مد پایدار از جنبش‌های دهه‌های گذشته مانند هیپی‌ها و پانک‌ها آغاز شد، زمانی که آن‌ها پارچه‌های الیاف طبیعی و روش زندگی ساده‌تری را ترجیح دادند. مد پایدار به زنجیره تولیدی گفته می‌شود که از لحاظ زیست‌محیطی و اجتماعی مسئولیت‌پذیرتر است.

مزایای مد پایدار شامل صرفه‌جویی مالی در بلندمدت، لباس‌های با کیفیت بالا، کاهش ردپای کربن، حمایت از شرایط کاری ایمن و فرآیندی سالم‌تر برای سلامتی ما و زمین است. با انتخاب لباس‌های پایدار، نه تنها تأثیر مثبت بر محیط زیست و جامعه خواهیم داشت، بلکه معنای خوش‌پوشی را در دنیایی آگاهانه تغییر خواهیم داد. صنعت مد پایدار به دنبال راه‌هایی است تا مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی را شناسایی و برطرف کند و مسئولیت‌پذیری بیشتری در این حوزه به ارمغان آورد.

منابع:

Earth.org

Entrepreneur

Sustainfashion.info

Harper's Bazaar

گردآورنده: ریحانه عبدی



ارزش‌های اخلاقی به شیوه پایدار در صنعت مد

نگارنده: محبوبه خانی

دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس

دانشگاه هنر، تهران، ایران

mahboob.khani@yahoo.com

چکیده

پس از انقلاب صنعتی و ورود سیستم‌های تولید انبوه به صنعت پوشاک و صنایع وابسته، عرضه و تقاضا افزایش یافت و مد سریع به دنیای مد وارد شد. ماحصل این انقلاب تبدیل شدن صنعت مد به سومین صنعت آلاینده دنیا و سواستفاده‌های اجتماعی و زیست‌محیطی بود. کارخانجات تولید پوشاک برای برآورده کردن تقاضا و با کمترین هزینه و بیشترین سود به سوی کشورهای جهان سوم سرازیر شدند، جایی که حتی کودکان و زنان در شرایطی ناعادلانه و غیرقانونی و کمترین دستمزد، مشغول به کار می‌شدند.

در جریان فجایعی که طی دهه‌های اخیر در این سیستم رخ داد، پایداری در مد مطرح شد و با هفت اصل اساسی به مقابله با مد سریع و به چالش کشیدن آن پرداخت. اصل اخلاق‌مداری و رعایت عدالت، یکی از اصول مهم در مد پایدار است که طی آن قوانین عدالتمندانه برای کار در صنعت مد تعریف شد. طی این اصل سواستفاده از محیط زیست و نیروهای انسانی نقض شده و تولیدکنندگان حامی مد پایدار ملزم به ارائه گزارش‌های سالانه از عملکرد خود شدند. هدف از این پژوهش مروری بر ارزش‌های اخلاقی که حامیان فعال مد پایدار به دنبال آن هستند، است. از این رو پژوهش‌هایی که در این حیطه صورت گرفته است گردآوری و بررسی شده و برندهای فعال در این اصل از مد پایدار به همراه عملکردشان معرفی می‌شوند. کلمات کلیدی: مد پایدار، اخلاق زیست‌محیطی، کسب و کار پایدار، شست‌شوی سبز



صنعت مد به صورت فزاینده‌ای با آلودگی‌های زیست محیطی خود مواجه است. این آلودگی‌ها در کل زنجیر تأمین این صنعت و صنایع وابسته وجود دارد اما علیرغم تأثیرات زیست محیطی که به طور گسترده منتشر شده است

این صنعت همچنان به رشد خود ادامه می‌دهد، تا حدی به دلیل ظهور مد سریع، که به ارزان بودن، تولید انبوه، مصرف‌گرایی و استفاده کوتاه مدت از پوشاک، ناهنجاری‌های موجود در آن به طبیعت و صحنه اجتماع نیز رسوخ کرده و باعث تنزل فرهنگ مصرف در میان عامه مردم نیز شده است. به عنوان مثال، سرانه تولید جهانی نساجی طی سال‌های اخیر، از ۵٫۹ کیلوگرم به ۱۳ کیلوگرم در سال در طول سال افزایش یافته است. به طور مشابه، مصرف جهانی به ۶۲ میلیون تن پوشاک رسیده است و پیش‌بینی می‌شود به ۱۰۲ میلیون تن برسد (نینمکی و همکاران، ۲۰۱۵: ۲).

مد سریع که تا امروز در صنعت مد و به ویژه در میان نوجوانان و جوانان بسیار موفق بوده است رشدی پایدار دارد و در میان افراد تأثیرگذار جوامع، مانند بازیگران نیز رواج یافته است. خرده‌فروشی‌های آنلاین نیز که در تحویل سریع محصولات مؤثر هستند می‌توانند چابکی بیشتری به این سیستم عرضه کرده و در اشاعه هر چه بیشتر این سبک از تولید سهیم باشند. در نتیجه، برندها در حال تغییر سیستم تولید خود به سبک مد سریع هستند و مجموعه‌هایی که سالانه توسط برندهای مختلف به این صورت ارائه می‌شوند نسبت به سال ۲۰۰۰ که مد سریع تازه متولد شده بود، دو برابر شده است. بنابراین نمی‌توان تأثیر صنعت مد و تولیدکنندگان آن بر فرهنگ مصرف جوامع را انکار نمود. از سویی دیگر واضح است تأمین نیروی انسانی و مواد اولیه برای تولید این حجم از پوشاک به روش سنتی پیشین و با روال عادی امکان‌پذیر نبوده و سواستفاده از طبیعت و نیروهای انسانی یکی از بدیهی‌ترین نتایج این سبک از مصرف است. به همین دلیل نیاز به تغییرات اساسی در مدل کسب و کار در صنعت مد، از جمله کاهش سرعت تولید و معرفی شیوه‌های پایدار در سراسر زنجیره تأمین، همچنین تغییر در رفتار مصرف‌کننده، برای بازگشت فوری به مد «آهسته» و به حداقل رساندن آثار ناگوار آن، بسیار ضروری است از این رو اصل چهارم مد پایدار که عبارت است از اخلاق‌مداری و رفتار عدالت‌مندانه در مد مطرح می‌شود. در این اصل قوانینی بنا شده است که سایه‌ای بر شش اصل دیگر مد پایدار نیز افکنده و بدون آن کلیه اصول مد پایدار نیز بی نتیجه خواهد بود. در این پژوهش قصد بر آن است قوانینی که طی این اصل از مد پایدار مطرح شده است و تأثیر آن بر برندها و دنیای مد بررسی شود.



اساس ارزش‌گذاری اخلاقی

ویکتور پاپانک^۱ طراح پیشگام حامی محیط زیست بر این عقیده است که باید‌ها و نبایدهای اخلاقی که توسط جوامع وضع می‌شوند مبنای فلسفی انتخاب یک ارزش در میان افراد آن جامعه است. طراحی با توجه به اینکه کار من به پیامدهایی برای اجتماع اطرافم خواهد داشت، مبنای اخلاقیات در طراحی مد است (مزارعی و همکاران، ۱۳۹۹). می‌توان گفت تفکر اخلاقی در رابطه با نتیجه عملکرد و پیامدهای اخلاقی آن، اساس اخلاقیات در مد است. بنابراین ما به دانش جدیدی در مورد چگونگی گنجاندن ارزش‌های محیطی در مد فعلی نیازمندیم و باید سیستم و مبنای جدیدی برای ارزش‌آفرینی طراحی در صنعت مد تعریف شود که بتواند در مرتفع ساختن چالش‌های پیش رو در این صنعت یاری‌کننده بوده و مزایای آن برای توسعه پایدار در بلندمدت مفید باشد. در واقع ارزش‌های اخلاقی تعریف شده در طراحی باید برای توسعه پایدار در بلندمدت مفید باشد. علاوه بر این، فرآیندهای تولید، مدل‌های کسب‌وکار و اخلاق بازاریابی را نیز می‌توان در این فرآیند ارزیابی ارزش یک اثر گنجاند.

مهم‌ترین ارزش در مد پایدار محیط زیست است که حفاظت از آن یک مفهوم گسترده است و شامل بسیاری از ارزش‌ها و رویکردهای مختلف می‌شود. علاوه بر حفاظت از محیط زیست، در توسعه پایدار سه ذی‌نفع کلیدی دیگر نیز وجود دارد که عبارت‌اند از: مردم، اقتصاد و جامعه، که باید مورد توجه قرار گیرد. بنابر این در سیستم جدید ارزش‌گذاری برای یک طراحی باید هر سه ذی‌نفع مورد توجه قرار گیرند تا آثار منفی و مخرب محصولات مد به حداقل برسد. آنچه در این زمینه بیشترین تأثیر را خواهد داشت، افزایش دانش و آگاهی مصرف‌کنندگان از شرایط اجتماعی و زیست‌محیطی جامعه خود است. در سال‌های اخیر کارخانه‌های تولید پارچه و پوشاک در کشور بنگلادش به دلیل شرایط نامناسب در امکانات و فقدان سیستم آموزشی صحیح برای کارکنان بارها در معرض خطر آتش‌سوزی قرار گرفته و عدم توجه به مسائل انسانی خطرات جبران‌ناپذیری را به همراه داشته است (بین‌شن، ۲۰۱۴: ۲). فاجعه ساختمان رانا پلازا^۲ در ۲۴ آوریل سال ۲۰۲۳ رفتار شرکت‌های تأمین‌کننده پوشاک را در مورد ایمنی ساختمان‌ها در برابر آتش‌سوزی و ایجاد شرایط عادلانه برای کار تحت تأثیر قرارداد و موجب شد پایداری به شکلی جدی‌تر در صنعت مد دنبال شود. امروزه شعار «چه طراحی می‌کنم و ممکن است چه پیامدهایی برای اجتماع و محیط زیست داشته باشد» اساس تفکر اخلاقی در مد است؛ چرا که طراحی و تولید پوشاک است که رفتارهای مصرف‌کننده را شکل می‌دهد و یک الگوی مصرف پایدار یا ناپایدار را سبب می‌شود.



اخلاق‌مداری و عدالت اجتماعی در مد

پیش از هر اصلی، فرهنگسازی و انتقال مفاهیم پایداری به اجتماع و مردم عامه یکی از پیش‌نیازهای ترویج آن است. اصل اخلاق‌مداری ضمن پیشگیری از فجایع انسانی در صنعت مد و صنایع وابسته، زمینه‌های فرهنگی لازم برای پذیرش آن توسط مردم عادی را فراهم می‌سازد. حامیان توسعه پایداری تولیدی‌ها و کارگاه‌های کار منصفانه یا همان سوئیت شاپ فری^۳ را بنا نهادند. هدف این افراد از تأسیس کارگاه‌ها با این قوانین این بود که علاوه بر شفاف‌سازی شرایط عملیاتی در شرکت‌های تولیدی و مقاومت در برابر برون‌سپاری‌های خود در کشورهای جهان سوم، با ایجاد فضایی منصفانه و رفتاری صحیح با همه کارمندان و کارگران شاغل در واحد تولیدی خود، پایبندی به مد پایداری را حفظ نمایند (گویلت، ۲۰۱۴: ۳۵). در واقع طرح‌های مبنی بر مسئولیت اجتماعی مطرح در توسعه پایداری باعث مصرف اخلاقی در صنعت نساجی و مد شده و مصرف‌کنندگان را بیش از پیش به اثرات نامطلوب از اولین برندهایی است که در زمینه توسعه محصولات اخلاقی در حال فعالیت است. این برند علاوه بر اینکه به کارکنان خود بسیار اهمیت می‌دهد در تلاش است با ترویج الگوهای صحیح مصرف، به مشتریان خود انگیزه دهد تا اهمیت خرید کمتر و مسئولانه‌تر را درک نمایند. از جمله مسئولیت‌های اجتماعی تعریف شده برای این برند، توجه به ساعات کاری، مرخصی و دستمزد عدالتمندانه برای کارگران و کارمندان، فعالیت‌های ضد تبعیضی، تلاش برای اعطای غرامت به قربانیان تبعیض‌های اجتماعی و نژادی و حفاظت کارگران در برابر خطرات احتمالی و حفظ سلامت و امنیت جسمی و روانی کارکنان است (پاندیت و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۱۱). طبق اهداف تعریف شده، فعالیت بخش‌های مختلف یک مجموعه ارزیابی شده و رتبه‌بندی می‌شود.

با توجه به اینکه الیاف حیوانی اولین منبع تولید پوشاک برای بشر بوده است، اخلاق‌مداری و عدالتمندی در رفتار با حیوانات و سایر موجودات زنده نیز در این اصل مطرح می‌شود. البته حذف حیوانات از زنجیر تأمین منسوجات و پوشاک غیرممکن است به همین دلیل طبق این اصل می‌توان از حیوانات در تولیدات صنعتی استفاده کرد اما وضعیت زندگی حیوانات باید بر اساس قوانین تعریف شده ارزیابی شود.



تعادل در تولید و بهره‌برداری از حیوانات اولین موضوعی است که در این اصل مطرح می‌شود. در آیین‌نامه رفتار انجمن تجاری دانسک^۴ مد و نساجی آمده است: در مشاغلی که از حیوانات برای کار و یا در تولید استفاده می‌شود (خز، پشم و ابریشم)، تولیدکنندگان و کارکنان ملزم به رعایت اصول اخلاقی با حیوانات و تغذیه صحیح آن‌ها هستند. بهره‌برداری از حیوانات نباید با درد و آزار همراه بوده و طول عمر آن‌ها بکاهد(نینیمکی، ۲۰۱۵: ۶-۷).

توجه عادلانه به توانایی‌های افراد در اجتماع نیز یکی دیگر از فعالیت‌هایی است که در صنعت مد مورد توجه قرار گرفته است. نگاهی به نمایش‌های مد سالانه و اندام تعریف شده برای حضور در این نمایش‌ها، حاکی از سواستفاده از زنان در صنعت مد و شکل‌گیری جریاناتی همچون جراحی‌های زیبایی، استفاده از مواد اعتیادآور برای حفظ زیبایی اندام و رژیم‌های سنگین که همه در طول تاریخ مد داستان‌های فاجعه‌باری به همراه داشته، بوده است. «از این رو صنعت مد برای جلب توجه مردم در سطح ملی و جهانی در حال انجام فعالیت‌هایی برای کاهش این استانداردهای نامعقول است.

برای مثال برندهایی مانند اف تی ال^۵ برخلاف سنت رایج در نمایش‌های زنده، از مدل‌هایی با معلولیت جسمانی در کنار مدل‌های مشهور استفاده کرد، مدل‌هایی که بر روی ویلچر نشسته بودند یا با انواع اندام مصنوعی یا چوب‌دستی راه می‌رفتند. این نمایش نشان داد که صنعت مد گاهی با صرف نظر کردن از استانداردهای همیشگی خود می‌تواند شیوه جدیدی را برای رواج یک رفتار مسئولانه اتخاذ نماید از دیگر ارزش‌های اخلاقی شفافیت زنجیره تأمین است. طبق این اصل شرکت‌هایی که رویکرد پایدارانه را انتخاب نموده‌اند باید گزارشی شفاف از عملکرد خود در کل زنجیره تأمین خود ارائه نمایند. این گزارش می‌تواند علاوه بر دلگرم کردن مصرف‌کنندگان، آن‌ها را به اشاعه هر چه بیشتر جریان‌های پایدار در اجتماع نموده و بر سایر اصول مد پایدار نیز اثرگذار باشد. در این مرحله سیستم‌های آنالیز چرخه عمر^۶ برای کمک به تیم طراحی و تولید در ارائه یک گزارش شفاف در بخش فرایند بسیار موثر است. اگر چه اثرات اخلاقی و اجتماعی فرایندها در این سیستم قابل ارزیابی نیست اما اثرات زیست‌محیطی ناشی از تمام مراحل



زنجیر تأمین با استفاده از آن

فراهم می‌شود. به گفته برخی از محققین

حیطه پایداری، اصل اخلاق‌مداری در مد پایدار در بازار

تجارت جهانی از تمامی اصول مهم‌تر و چالش‌برانگیزتر است؛

چرا که افزایش دانش مصرف‌کنندگان در این خصوص، تولیدکنندگان را

بر آن می‌دارد از حقه‌هایی با نام سبزشویی به عنوان یک ترفند بازاریابی

استفاده نموده و از این طریق با تحت تأثیر قرار دادن مصرف‌کنندگان فروش

خود را افزایش دهند (نینیمکی، ۲۰۱۵: ۷). از این رو شفافیت در زنجیره تأمین اهمیت

ویژه‌ای می‌یابد.

بنابراین اصل اخلاق‌مداری در مد علاوه بر تأثیر به کیفیت زندگی کارکنان، بر زندگی

مصرف‌کنندگان نیز موثر بوده و با آگاه‌سازی جامعه باعث تغییر الگوی مصرف همگانی

و افزایش فرهنگ اجتماع می‌شود. در این راستا برندهای مختلفی برای فرهنگ‌سازی و

افزایش سطح رفاه و محبت میان افراد جامعه، شعارهایی را برای تصویرسازی ذهنی از

خود در جامعه خلق نموده‌اند. برای مثال شرکت آکس فیسو با شعار تبلیغاتی «لباسی

برای سیاره‌ای بزرگ» سعی بر اشاعه فرهنگ سبز در میان مصرف‌کنندگان دارد و شرکت

فیلمکس با شعار تبلیغاتی «به پاهایت عشق بورز» دوستی با بدن را در میان اقشار

مختلف جامعه فرهنگ‌سازی می‌نماید. این شعارها علاوه بر ایجاد تمایز میان این برندها

و رقیبان به طرزی ناخودآگاه در ذهن مصرف‌کنندگان جای گرفته و در ارتقای سطح

فرهنگ آن‌ها سهم به‌سزایی دارد.

برخی دانشمندان فعال در حیطه پایداری بر این باورند که بدون تغییر ارزش‌های

اخلاقی، پایداری یک کلمه پوچ است. بنابراین قبل از انجام هر فعالیتی در این

حوزه ابتدا باید باورهای یک جامعه را تغییر داد. این بدان معنی است که

طراحی پایدار نه تنها باید ارزش‌های زیست‌محیطی را در نظر بگیرد،

بلکه باید ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، اخلاقی و اقتصادی را نیز

در نظر بگیرد و برای تغییر رفتار مصرف‌ناپایدار مصرف

کنندگان تدابیری بیاندیشد و این میسر نمی‌شود

مگر با تمرکز بر اصل اخلاق‌مداری در

مد پایدار.



نتیجه گیری

این پژوهش، مروری بر اصل اخلاق‌مداری در مد پایدار بود. طبق آنچه گفته شد این اصل بر کلیه اصول مد پایدار سایه افکنده و به گفته برخی محققین بدون توجه به این اصل، جریان پایداری در مد پوچ و بی‌نتیجه بوده و تنها حقه‌ای برای بازاریابی و فروش محصولات مد است. در این جریان تعریف ارزش‌های اخلاقی جدید در میان مصرف‌کنندگان اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چرا که بایدها و نبایدهایی که از سوی جامعه تعریف و تبلیغ می‌شود بر باورهای مصرف‌کنندگان تأثیر اساسی دارد. از این رو بایدها و نبایدهایی که تعیین‌کننده ارزش یک طراحی پایدار است نه تنها باید بر پایه ارزش‌های زیست محیطی باشد بلکه باید ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، اخلاقی و اقتصادی نیز در آن دخیل باشد.

به طور کلی با درک عمیق نیازهای درونی مصرف‌کنندگان، تغییر باورهای آنها جهت سوق به سمت پایداری تسهیل می‌شود. اگر نیازهای عمیق درونی مصرف‌کننده درک شود، یک تجارت جدید مد پایدار می‌تواند به روشی کمتر مادی انجام شود، به عنوان مثال تب خرید محصولات جدید در میان مصرف‌کنندگان جوان را می‌توان با ارائه خدماتی برای رفع نیاز به تغییر ظاهر به جای تغییر محصول یا ارائه تجربیات احساسی بدون خرید مرتفع ساخت. طی این رابطه عمیق میان ذی‌نفعان در یک اقتصاد پایدار، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان شروع به شریک شدن در تولید ارزش در یک سیستم صنعتی حلقه بسته می‌کنند که در آن همه مواد، حتی لباس‌های قدیمی، مواد خام با ارزش برای صنعت هستند. به این ترتیب با استفاده از ارزش‌های تعریف شده طبق اصل اخلاق‌مداری، دستیابی به سایر اصول نیز میسر می‌شود.



واژه نامه

۱. Victor Josef Papaneke

۲. حادثه راناپلازا در بنگلادش که موجب مرگ هزاران نیروی انسانی شاغل در صنعت مد شد و انقلاب جدیدی در صنعت مد را رقم زد.

۳. Sweatshop Free

۴. Dansk

۵. FTL

۶. LCA: Life Cycle Assessment

منابع فارسی

(۱) مزارعی، علی. اژدری، علیرضا. (۱۳۹۹). طراحی برای دنیای واقعی. انتشارات تمدن علمی.

منابع انگلیسی

(۲) Shin, H-j. Sohn, H-o. Han, J- h. Park, C-h. Lee, H-s. Lee, D- w. Huang, K-j. Hyun, H-c. (۲۰۰۹). «Effect of cigarette filters on the chemical composition and in vitro biological activity of cigarette mainstream smoke». Food and Chemical Toxicology. ۴۷. (۱). ۱۹۷-۱۹۲.

(۳) Niniimaki, Kisri. (۲۰۱۵). «Ethical Foundations in Sustainable Fashion». Textile and Clothing Sustainability. ۱. (۳). ۱۱-۲.

(۴) Gwillt, Alison. (۲۰۱۴). A practical guide to sustainable fashion. London: Bloomsbury, Libgen.

(۵) Pandit, Pintu. Ahmae, Shakeel. Singha, Kunal. Shrivastava, Sanjay. (۲۰۲۰). Recycling From Waste in Fshion



بازیافت ضایعات خانگی و صنعتی برای تولید کالا در صنعت مد

محبوبه خانی
کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس
دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران
mahboob.khani@yahoo.com

چکیده

طی دهه‌های اخیر، با افزایش جهانی تقاضای پوشاک، ملحقات و کفش، صنعت مد رشد چشم گیری داشته است. با توجه به این که صنعت مد وابستگی بسیاری به صنایع نساجی دارد، آثار مخرب آن بر محیط زیست به وضوح قابل پیش‌بینی است. از آماده‌سازی مواد اولیه تا فرایند تولید، بسته بندی و عرضه‌ی محصول، با بهره‌برداری از محیط زیست و آلودگی‌های شدید آن همراه است. از این رو ضروری است که صاحبان این دو صنعت برای کاهش آثار مخرب زیست محیطی و همچنین بقای خود، تولید با تکیه بر بازیافت یا طراحی مجدد را در دستور کار خود قرار دهند. یکی از موضوعات مهمی که در حال حاضر در رسانه‌های سراسر جهان مورد بحث قرار گرفته و محققین بسیاری از علوم مختلف در حال فعالیت در این زمینه هستند، مد پایدار است. روش‌های مختلفی برای ورود به این سیستم وجود دارد که هر یک به گونه‌ای در تامین مواد اولیه، روش تولید، بازیافت و حتی تغییر در شیوه رفتاری مصرف‌کننده، می‌توانند گامی مثبت در جهت کاهش اثرات مخرب این صنعت باشند. تحقیق حاضر به دنبال پاسخی برای این پرسش است: «از چه زباله‌هایی تاکنون، برای ایجاد ارزش افزوده در صنعت مد استفاده شده است.»

با مطالعه تحقیقاتی که تاکنون در زمینه مد پایدار و بازیافت صورت گرفته و همچنین روند تولید شرکت‌هایی که مدعی تولید با ضایعات و مواد دورریختنی هستند، می‌توان گفت، تاکنون گام‌های ارزشمندی در این زمینه برداشته شده است که بسیاری از آن‌ها در مقیاس انبوه در حال اجرا هستند. از این رو هدف از این تحقیق مروری بر تحقیقات انجام شده در زمینه بازیافت ضایعات خانگی و صنعتی برای تولید کالا در صنعت مد است. گردآوری نتایج حاصل از تحقیقات فوق، بدون شک مسیر را برای ادامه این فرایند هموارتر خواهد نمود و گسترش آن در میان مصرف کنندگان عادی این دو صنعت، زمینه را برای ایده‌های نو فراهم می‌کند.

کلمات کلیدی: مدپایدار، زباله‌ها و ضایعات، بازیافت، نوآوری، ارزش افزوده



مقدمه



با توجه به روند تغییرات در پوشش اصلی جامعه، به سادگی می توان پی برد، تغییرات مد در جهان، بسیار سریع اتفاق می افتد؛ به طوری که پدیده فست فشن یا مد سریع در دهه های اخیر کاملاً مشهود است. با اندکی دقت در تحولات ویتزین فروشگاه هادر طول سال و حتی به صورت فصلی، می توان به راحتی روند سریع تغییرات پوشاک را مشاهده نمود. تحقیقات نشان می دهد در ۱۵ سال اخیر تولید

لباس در صنایع نساجی تقریباً دو برابر شده و حدود ۶۰ درصد از کل تولید منسوجات را تشکیل می دهد (Moorhouse et al, ۲۰۲۰: ۱۸). بدون شک این میزان از سرعت در تغییرات شیوه پوششی جامعه، عاری از تأثیرات مخرب بر محیط زیست نخواهد بود. از مواد اولیه، چه طبیعی و چه مصنوعی، گرفته تا روش تولید و عرضه، همگی موجب آلودگی محیط زیست می شود. صنعت مد، پس از صنایع نفتی، از آلاینده ترین صنایع جهانی است. این صنعت به تنهایی مسئول تولید میانگین ۷ درصد گازهای گلخانه ای در جهان است. همچنین ۲۰ درصد از آلودگی های صنعتی آب در جهان مربوط به این صنعت و صنایع درگیر با آن، مثل صنایع نساجی، است (Niinimäki et al, ۲۰۲۰: ۱-۳).

ضایعات صنعت نساجی و منسوجات دور ریز خانگی، در حال رشد بوده و دفع آنها علاوه بر نیاز به هزینه های بالا، باعث آسیب های قابل توجهی به محیط زیست می شود. طبق تحقیقات، بیش از ۱۰ میلیون تن منسوج، سالانه به صورت خانگی (لباس های مندرس یا از مد افتاده) یا ضایعات کارخانه های ریسندگی، بافندگی و تولیدی های لباس به زباله دان ها منتقل می شوند که سهم زباله های خشک خانگی در این بین بیشتر است (Moorhouse et al, ۲۰۲۰: ۱۸). نگاهی بر پیشینه استفاده از مواد دورریختنی صنعتی و خانگی جهت تولید مواد ارزشمند نشان می دهد این ضایعات تأثیر بسزایی در ایجاد ارزش افزوده برای صنعت مد داشته است. در پژوهش پیش رو به گردآوری تحقیقات انجام شده در زمینه مد پایدار با تکیه بر اصل بازیافت پرداخته شده است. این پژوهش از نوع مروری بوده و هدف اصلی آن جمع بندی تحقیقاتی است که در آن با تکیه بر علم بازیافت از ضایعات صنعتی و خانگی برای تولید کالا در صنعت مد استفاده شده است. پیش بینی می شود، نتایج حاصل از تحقیقات فوق، می تواند راه را برای انجام تحقیقات پیشرفته تر در این زمینه آسان نموده و مسیر را برای سایر محققین در رشته ها و صنایع مشابه هموار نماید. همچنین بسط تحقیقات فوق در زندگی روزمره نیز می تواند علاوه بر تغییر شیوه رفتاری مصرف کنندگان، زمینه ای برای ایده های جدیدی از سوی آن ها را فراهم آورد.

پیشینه تحقیق:

پیش از این در رابطه با مد پایدار و استفاده از پسماندهای صنعتی و خانگی تحقیقات گسترده‌ای انجام شده است. در کشورهای همچون فیلیپین، سنگاپور و فنلاند نیز شرکت‌هایی تاسیس شده‌اند که با استفاده از زباله‌های صنایع کشاورزی و خانگی مانند تاج آناناس و پوست موز، الیاف، نخ، پارچه و حتی لباس تولید و عرضه می‌کنند. همچنین کسب و کارهای کوچکی که با دریافت لباس‌های کهنه و قدیمی، لباس‌های جدید و به روز تولید می‌کنند از دیگر فعالیت‌هایی است که در این زمینه صورت گرفته است. در میان تحقیقات مربوط به بازیافت و استفاده از مواد دور ریختنی در صنایع، کتاب و مقاله‌هایی که ثبت و منتشر شده است، به این ترتیب بوده است:

کتاب منسوجات و پوشاک پایدار با نگرش محیط زیست از فریده طالب پور و روشنک داوری (۱۳۹۸)، انتشارات دانشگاه الزهرا است که پس از ارائه مفهوم پایداری و تاریخچه آن به شرح وضعیت حاضر در صنعت نساجی و مد و مشکلات درگیر با کار پرداخته است. کتاب کوچک مد پایدار به قلم سمیرا ایران، یاسمن سمیع (۱۴۰۰)، شامل مجموعه مقالات علمی به همراه معرفی طراحان فعال در این زمینه است. از دیگر کتب برجسته که در زمینه مد پایدار منتشر شده است می‌توان به مد برهنه: انقلاب جدید مد پایدار اثر صفیا مینی که در سال ۲۰۱۲ منتشر شده، اشاره نمود. نویسندگان در این کتاب چالش‌های مهم پیش روی صنعت مد را گردآوری نموده و فهرستی از برندهای مد سازگار با محیط زیست را به اشتراک می‌گذارد. کتاب راهنمای کابردی مد پایدار به قلم آلیسون گوپلت که در سال ۲۰۱۴ منتشر شده است. این کتاب به عنوان منبع الهامی قوی برای طراحان مد، به ایده‌های مختلف ارائه شده در زمینه مد پایدار پرداخته است و در حقیقت می‌تواند منبعی معتبر برای تولید با تکیه بر بازیافت و طراحی مجدد باشد. کتاب راهنمای مد پایدار به قلم سندی بلک منتشر شده در سال ۲۰۱۲، کتابچه‌ای بسیار جامع که در آن دیدگاه طراحان، دانشگاهیان، فعالان، هنرمندان و شرکت‌های جهانی جمع‌آوری شده است؛ همچنین شامل مجموعه‌ای از مطالعات موردی در مورد ابتکاراتی که در زمینه مد پایدار صورت گرفته، مانند بازیافت پارچه و برندهای دوست‌دار محیط زیست، است. کتاب مد و پایداری: طراحی برای تغییر به قلم کیت فلچر و لیندا گروس که در سال ۲۰۱۲ منتشر شده است. در این کتاب، نویسندگان نقش طراح در مد پایدار را به عنوان یک کارآفرین مورد مطالعه قرار داده و طراحان را به چالش می‌کشند. همچنین راه‌کارهایی را برای بازیافت و استفاده مجدد از پوشاک، در مد ارائه می‌نمایند.

کتاب لباس های پیشرفته از مواد ارتقا یافته به قلم سس براون که در سال ۲۰۱۳ منتشر شد. در این کتاب، نویسنده ۶۱ طرح نوظهور را به صورت بصری به نمایش می‌گذارد که طراحان آن‌ها با مواد بازیافتی و لباس های دور ریختنی، پوشاک و لوازم جانبی طراحی نموده‌اند. ملحفه های کتانی، کیسه های آرد، چادرهای نظامی و حتی موی دور ریخته شده انسان از مواد مورد استفاده در این طراحی‌ها بوده است.

از سری مقالات چاپ شده در این زمینه می‌توان به مقاله‌ای که توسط راج کیشور نایاک و همکاران (۲۰۲۱) نوشته شده است، اشاره کرد. عنوان این مقاله «ضد آتش کردن ضایعات حاصل از صنعت مد و نساجی با مواد دوست‌دار طبیعت و استفاده از آن به عنوان مواد پرکن در تشک» است که در آن ضایعات منسوجات، حتی منسوجات خانگی به الیاف کوتاه تبدیل شده و با استفاده از نوعی ماده‌ی ضدآتش که از مواد دوست‌دار طبیعت تولید شده است، تکمیل شده و برای پر کردن منسوجات خواب، مثل تشک، استفاده شده است. مقاله‌ی نازان آوچیلو کالبک (۲۰۲۲)، با عنوان «استفاده از دانه‌های قهوه برای تولید اکسسوری در منسوجات» که در آن تفاله‌های قهوه‌ی تولید شده در یک قهوه‌خانه با نوعی رزین و نشاسته ذرت مخلوط شده و برای تولید دکمه‌های گرد استفاده شده است. از تفاله‌های قهوه در صنعت مد، پیش‌تر از این نیز بارها استفاده شده است.

مطالعه سایر تحقیقات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد، منابع تکراری بوده و تحقیق عملی و علمی در این خصوص نگاشته نشده و نویسندگان تنها به مروری بر تحقیقات سایرین بسنده کرده‌اند. در تحقیق پیش رو نتایج حاصل از تحقیقات پیشین در حوزه مد پایدار که در آن‌ها با استفاده از انواع زباله و مواد فاقد ارزش خانگی و سایر صنایع در صنعت مد، مواد ارزشمند تولید شده، جمع‌آوری شده است تا گامی برای تسهیل تحقیقات بعدی در صنعت مد، باشد.

برای یک طراح لباس، دانستن چرخه حیات یک منسوج ضروری است. با علم کافی به ساختار و ویژگی‌های الیاف و منسوجات می‌توان گام‌های ارزشمندی در جهت تولید بهینه با حداقل آسیب به محیط زیست و همچنین حداکثر استفاده از منسوج، با استفاده از فرایند بازیافت و یا طراحی مجدد، برداشت. این اطلاعات به هر طراح کمک می‌کند به یکی از فعالان مد پایدار تبدیل شود. عنوانی که در بسیاری از رسانه‌های جهانی به آن پرداخته می‌شود و به دلیل آسیب‌های زیست‌محیطی صنعت فشن و صنایع وابسته، به یکی از دغدغه‌های فعالان مد و محیط زیست تبدیل شده است.

مصرف جهانی منسوجات در سال ۲۰۱۴ حدود ۳۰ میلیون تن در سال تخمین زده شده است. این میزان از مصرف با مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی فراوانی در زنجیره تامین همراه است؛ چرا که فرایند تولید در این صنعت با مواد شیمیایی مختلف و مقادیر زیاد آب و آفت‌کش‌ها همراه است. بنابراین مسئله پایداری در صنعت مد، حیاتی و حائز اهمیت است. این مساله نه تنها از سوی تولیدکنندگان این صنعت بلکه از سوی مصرف‌کنندگان نیز باید تحت یک سیستم منسجم کنترل شود (Shen, ۲۰۱۴:۲). مفهوم پایداری در طراحی، به پایداری منابع زیست‌محیطی اشاره دارد. در واقع سبکی خاص از طراحی را ارائه می‌دهد که بر اساس مبانی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی ایجاد شده است (Gewilt, ۲۰۱۴:۲).

در حال حاضر مد پایدار بر ۷ اصل بنا شده است که رعایت هر یک از این اصول، مصرف‌کننده یا تولیدکننده را در جرگه فعالان این بخش از صنعت مد قرار می‌دهد. ۱- اولین و ساده‌ترین اصل، سفارشی‌دوزی است که در تقابل با مد سریع قرار دارد. این کار به عهده خیاط‌ها و دوزندگان خانگی است.

۲- اصل دوم بر مراحل تولید تاکید دارد. از مواد اولیه تا روش‌های تولید و بسته‌بندی همه طبیعی و عاری از هر گونه آسیب به محیط زیست است.

۳- کیفیت و کلاسیک بودن تولید اساس اصل سوم است. این اصل به این مفهوم است که منسوج یا لباس تولید شده به گونه‌ای باشد که به لحاظ ظاهری و کیفی، با ورود مدهای جدید، همچنان قابل استفاده بوده و دوام کافی داشته باشد.

۴- اصل چهارم بر رفتار مصرف‌کننده تاکید دارد. اخلاق و عدالت اساس این اصل است. به این مفهوم که علاوه بر پیشگیری از آسیب به محیط زیست و حیوانات، حقوق و شان نیروی انسانی نیز حفظ شود. همچنین محافظت از ارزش صنایع دستی از دیگر مواردی است که طبق این اصل مورد توجه قرار می‌گیرد.

۵- تعمیر، طراحی مجدد بازیافت که نیازمند دانش عمیق از علوم شیمی و ایف است. طبق این اصل زمانی که لباس مستعمل می‌شود، توسط طراح، خیاط و یا دانشمندان حوزه ایف، طراحی مجدد، تعمیر و یا بازیافت می‌شود.

۶- استفاده از لباس های دست دوم، این اصل در پی جنگ جهانی و کمبود پوشاک به وجود آمد و پس از آن در قالب سبک وینتج و فروشگاه های تاناکورا ادامه یافت.

۷- اصل ششم نیز بر رفتار مصرف‌کننده تاکید دارد، مبادله یا قرض. طبق این اصل، لباس‌هایی که به هر دلیلی سالم بوده ولی از سوی مصرف‌کننده مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، به خیریه‌ها و افرادی که تمایل به استفاده از آنها را دارند، اهدا می‌شود. در مواردی نیز دوستان و بستگان با مبادله لباس و یا رهن لباس به یکدیگر علاوه بر کمک به چرخه اقتصاد، گامی موثر در جهت احیای مد پایدار برمی‌دارند (Heninger et al, ۲۰۱۶: ۳-۱۲).

به طور کلی برای مواجهه با چالش‌های آینده مد به یک سیستم طراحی بر مبنای ارزش‌های جدید نیاز است. این ارزش‌ها به کلیه باورهای خوب و بد و درست و غلط رواج یافته در جامعه، جهت داده و می‌توانند الگوی خرید مصرف‌کنندگان را تغییر دهند. با توجه به آنچه بیان شد، با تکیه بر اصل پنجم، قصد بر آن است فعالیت‌هایی که در عرصه بازیافت زباله‌های خانگی و صنعتی برای تولید کالا در صنعت مد انجام شده است، گردآوری شود.

بازیافت زباله‌های خانگی و صنعتی برای تولید کالا در صنعت مد

با توجه به روند رو به رشد مصرف‌گرایی در جامعه امروزی، منابع طبیعی دیگر به تنهایی قادر به پاسخگویی نیازهای بازار امروزی نیست. بنابراین انجام مطالعات دقیق و وسیع تر در خصوص مدیریت پسماند مواد و افزایش چرخه طول عمر یک محصول بسیار ضروری است. اصل پنج در مد پایدار، پاسخگوی این نیاز در صنعت مد و صنایع وابسته است.

طبق این اصل با استفاده از تکنولوژی بازیافت و با در اختیار داشتن دانش کافی در زمینه الیاف و مواد مورد استفاده در صنعت نساجی و مد، می‌توان محصولات ارزشمندی تولید نمود. در سال‌های اخیر نگرانی‌های بسیاری در خصوص دفع ضایعات و زباله‌های نساجی در سراسر جهان به وجود آمده است. ضایعات آب و الیاف از عمده‌ترین ضایعات این دو صنعت (نساجی و مد) است. به همین دلیل فرایند بازیافت (به جای دفن و انهدام) در این صنعت، گام بزرگی در جهت بهبود شرایط زیست‌محیطی و کاهش آلودگی‌های جهانی است. اصل بازیافت به هر گونه عملیاتی اشاره دارد که از زباله و ضایعات، محصول مفید و ارزش افزوده تولید کند، در واقع این سیستم، استفاده از موادی که هنوز قابل استفاده هستند را ممکن می‌سازد و در دو زمینه قابل اجرا است

۱- بازیافت ضایعات نساجی و استفاده از آن در این صنعت و سایر صنایع

۲- بازیافت ضایعات سایر صنایع و استفاده از آن در صنعت نساجی و مد، جهت کاهش خسارات ناشی از تامین مواد اولیه طبیعی و مصنوعی.



بازیافت ضایعات صنعت

نساجی و مد جهت استفاده مجدد

در کشور استرالیا طی تحقیقاتی وسیع، البسه و الیافی که به عنوان زباله از سطح شهر جمع‌آوری می‌شوند، به عنوان الیاف پرکننده در تشک‌های کودکان مورد استفاده قرار می‌گیرند. انجام این پروژه ملزم به گذراندن مراحل زیادی است. الیاف جمع‌آوری شده، با آزمون‌های مختلف شناسایی الیاف به دو دسته الیاف پنبه‌ای و پلی‌استری که جنس غالب البسه مورد استفاده در این منطقه بوده است، تقسیم‌بندی می‌شوند. در مراحل بعد، پس از شستشو و آنالیزهای خاص جهت ضدباکتری شدن، با استفاده از مواد مقاوم در برابر شعله که سازگار با محیط زیست هستند، روکش شده و فرایند ضدآتش صورت می‌گیرد. این فرایند با محدود کردن شاخص اکسیژن محدودکننده صورت گرفته و با آزمون مشعل الکتریکی ارزیابی می‌شود. طی آزمون نهایی، تاخیر در تخریب حرارتی و تجزیه الیاف پرکننده، مورد تایید قرار گرفته و محصول نهایی به بازار عرضه می‌شود (Nayak et al, ۲۰۱۹: ۳). همانطور که مشاهده می‌شود، الیاف و منسوجات دور ریختنی که انهدام و یا دفن آن‌ها علاوه بر خسارات جبران ناپذیر به محیط زیست، میلیون‌ها دلار هزینه را به همراه دارد، با فرایند بازیافت و تکمیل با مواد دوست‌دار محیط زیست، با ایجاد ارزش افزوده در صنعت نساجی و صنایع وابسته همراه است. در پژوهشی دیگر از این دست، روکش‌های کهنه صندلی هواپیماها و ملحق‌ات فلزی آن، برای طراحی و تولید لباس مفهومی استفاده شده است. دو طراح جوان که مسئول انجام این پروژه بوده‌اند توانستند در مسابقات طراحی لباس جهانی مقام سوم را کسب نمایند و از این طریق، مد پایدار و استفاده از چرخه اقتصاد دورانی در مد را به مصرف‌کنندگان مدآگاه و تولیدکنندگانی که دغدغه آلاینده‌گی محیط زیست را دارند، معرفی نمایند (Marquesa, ۲۰۱۹: ۲).



بازیافت ضایعات حاصل از سایر صنایع جهت استفاده در صنعت مد:

همانطور که پیش از این گفته شد، یکی دیگر از راهکارهای عملی و مفید برای کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی ناشی از هر صنعت، تشویق صنایع، برای در نظر گرفتن تدابیری جهت تولید محصول مفید از ضایعات یکدیگر است و این فرایند بخشی از فرایند اقتصاد دورانی در صنایع است که آنچه زباله تلقی می‌شود به منبع جدیدی برای ایجاد محصول ارزشمند در سایر صنایع تبدیل می‌شود. گذار از روش خطی و تبدیل شدن به اقتصاد دورانی، نیازمند ابزارهای اقتصادی و اجتماعی اساسی است که به دلیل شرایط بحرانی فعلی در تامین منابع، بسیار حائز اهمیت است. پایه این نظریه، تجدیدنظر در مفهوم ضایعات است و بر این باور است که ضایعات باید منبع جدیدی برای تولید مواد ارزشمند باشد (Gazola et al, 2021: 1-4). طبق این تحقیقات از الیاف موجود در تاج آناناس به عنوان جایگزین مناسب الیاف سلولزی استفاده شده و از انواع آزمون‌های کششی و حرارتی با موفقیت عبور کرده است. نتایج حاصل از تحقیقات نشان می‌دهد، الیاف حاصل از گیاه آناناس علاوه بر خواص کششی و حرارتی بهتر، فرایند بازیابی ساده‌تر و کم‌هزینه‌تری نیز دارد (Jayamol et al, 1995: 2). این نکته به اهمیت فرایند بازیافت در صنایع، از همان سال‌های انتهای قرن بیست اشاره دارد کشور هند از بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکنندگان موز به سایر کشورها است.

در ساقه موز که هنگام برداشت دور ریخته می‌شود، الیافی مشاهده شده است که قابلیت تولید نخ و منسوج را دارند. این الیاف زیست‌تخریب‌پذیرند و می‌توانند جایگزین مناسبی برای الیاف سلولزی باشند؛ چرا که خواص کششی خوبی دارند. به همین دلیل عده‌ای از محققین بر این باورند که می‌توان از الیاف حاصل از پوست موز در تهیه پوشاک و منسوجات دکوری منزل استفاده نمود. در حقیقت استفاده از این الیاف برای مقاصد نساجی به حدود قرن سیزده و پیش از آن برمی‌گردد.

در حماسه‌های ادبی هند، مانند رامایانا، شخصیت‌های داستان لباس‌هایی از الیاف موز به نام «نارواسترا» می‌پوشیدند. در ژاپن نیز شواهدی از این دست موجود است. «باشوفو» اصطلاحی است که در ژاپن برای پارچه بافته شده از الیاف موز به کار می‌رفته است. در سال ۱۹۳۰ طی جنبش صنایع دستی این الیاف در ژاپن احیا شده و پس از جنگ جهانی دوم در دهه ۷۰ بافت باشوفو از سر گرفته می‌شود. از الیاف این گیاه می‌توان صاف‌ترین منسوجات مانند کیمونوی ژاپنی و ساری هندی تولید نمود (Meena, 2017: 25-27). الیاف حاصل از ضایعات موز، بسیار شبیه به الیاف بامبو و رامی است اما ظرافت، استحکام و قابلیت ریسندگی آن بهتر بوده و ازدیاد طولی کمتر از این دو لیف دارد. جذب رطوبت آن مناسب بوده و در کلیه سیستم‌های ریسندگی از رینگ، چرخانه ای و فاستونی قابل تولید است. نخ حاصله در تولید کاغذ، منسوجات، کفش، مبلمان، کف و صنایع دستی قابل استفاده است (همان).



پروتئین موجود در شیر فاسد شده نیز یکی دیگر از ضایعات باارزش صنایع غذایی است که در صنعت نساجی و مد استفاده می‌شود. الیاف تولید شده از این پروتئین بسیار نرم و لطیف بوده و رطوبت و دمای پوست را به خوبی حفظ می‌کند، علاوه بر این خاصیت ضدباکتریایی و ضدحساسیت داشته و خواص مکانیکی آن نیز قابل قبول است. اما آنچه در این بازیافت بسیار قابل

توجه است، میزان استفاده از آب است. در تولید این الیاف، برای هر کیلوگرم از الیاف، تنها یک لیتر آب استفاده می‌شود، این در حالیست که برای هر کیلوگرم پنبه، به عنوان یک الیاف طبیعی، حدود ۱۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰ آب استفاده می‌شود. همچنین انرژی مورد نیاز برای تجهیزات مورد استفاده در کارخانجات تولید این محصول، انرژی خورشیدی است و آلاینده‌گی قابل توجهی برای محیط زیست ندارد. تولید الیاف زیست‌تخریب‌پذیر و مغذی پوست که دارای فاکتورهای محافظتی پوست در برابر اشعه فرابنفش است، از دیگر فعالیت‌های این شرکت بوده است (همان).

تفاله دانه‌های قهوه از دیگر ضایعاتی است که از کافی‌شاپ‌های کوچک وارد صنعت مد شده است. آنچه ما به عنوان قهوه می‌نوشیم، تنها ۰/۲ درصد از گیاه قهوه است و سایر قسمت‌ها به صورت کف و تفاله دور ریخته می‌شود. استفاده از این ضایعات در تولید نخ و پارچه برای اولین بار در سال ۲۰۰۹ انجام شد. این کار توسط یک تیم تحقیقاتی با حدود ۱,۷ میلیون دلار سرمایه پس از ۴ سال تحقیقات وسیع انجام شد. تکنیکی که برای تولید این نخ استفاده شد، پیش‌تر توسط همین شرکت در تولید نخ از بطری‌های پلاستیکی استفاده شده بود، فشار بالا و دمای پایین (Moreira et al, ۲۰۱۵: ۲-۵). پارچه تولید شده از این نخ ضد بو بوده و کاربرد وسیعی در تولید البسه ورزشی دارد. همچنین در پروژه دیگری تفاله قهوه برای تولید دکمه‌های دوار استفاده شده است. در این پروژه ضایعات قهوه با نشاسته ذرت، گلیسرین، رزین بیوپوکسی و هاردنر با غلظت‌های مناسب، مخلوط شده و به شکل دکمه‌های دوار با کیفیت مناسب تبدیل می‌شود. این دکمه از آزمون‌های خواص کششی، ثبات رنگ، مقاومت در برابر شستشو و خشک‌شویی، لکه‌گذاری، انعطاف‌پذیری و مقاومت سایشی عبور کرده و به عنوان یکی از ملحقات دوست‌دار طبیعت در بخش مد پایدار مورد استفاده قرار گرفته است (Kalebek, ۲۰۲۲: ۳-۵).



نتیجه گیری:

جمع بندی تحقیقاتی که تاکنون در خصوص بازیافت زباله‌ها و ضایعات صنایع در تولید ارزش افزوده در صنعت مد و نساجی صورت گرفته است در جدول شماره (۱) قابل مشاهده است. این جدول می‌تواند راهنمای خوبی برای گام‌های بعدی در این زمینه باشد؛ چرا که مطالب گردآوری شده در آن نشان می‌دهد، صنایع غذایی و مد می‌توانند همکاری‌های وسیعی در دفع زباله‌ها و ضایعات و ایجاد ارزش افزوده در صنعت مد داشته باشند. این فرایندها با تدبیراندیشی دانشمندان این دو صنعت، با کمترین آلاینده‌گی و هزینه، محصولات ارزشمندی را به چرخه اقتصادی وارد می‌کنند. همکاری سایر صنایع در بازیافت و ورود به چرخه اقتصاد دورانی می‌تواند گام بزرگی برای آینده صنعت مد، به عنوان سومین صنعت آلاینده محیط زیست، باشد.

جدول ۱- خلاصه فعالیت های پایدارانه باتکیه بر اصل بازیافت

نوع زباله و ضایعات	روش کار	کشور	محصول	کاربرد نهایی
پوشاک و الیاف	بازیافت و تکمیل ضد آتش	استرالیا	الیاف پرکننده	پرکننده تشک کودکان ضد آتش
روکش و ملحقات کهنه صندلی هواپیما	طراحی مجدد	پرتغال	لباس مفهومی	صنعت مد
پسماند انگور	بازیافت	ایتالیا	چرم زیست تخریب پذیر	صنعت مد، خودروسازی و دکوراسیون
تفاله قهوه	بازیافت	تابوان ترکیه	نخ، پارچه و ملحقات لباس	السه ورزشی و دکمه
شیر فاسد شده	بازیافت	ایتالیا	الیاف و پارچه	السه لطیف در مد، دکوراسیون و خودروسازی
ضایعات پوست موز	بازیافت	هند	نخ و پارچه	صنعت مد و صنایع دستی
ضایعات تاج آناناس	بازیافت	فیلیپین	الیاف و پارچه	صنعت مد، دکوراسیون، بسته بندی و خودروسازی

منابع:

- ۱- طالب-پور؛ فریده، داوری؛ روشنگر. (۱۳۹۸). منسوجات و پوشاک پایدار. تهران: دانشگاه الزهرا.
- ۲- ایران، سمیرا؛ سمیع، یاسمن. (۱۴۰۰). کتاب کوچک مد پایدار. تهران. انتشارات جمال هنر.
۱. A practical guide to sustainable fashion. London. (۲۰۱۴). Gwillt. Alison .
Bloomsbury Publication
۲. Making Fashion Sustainable: Waste and Collective Responsibility. One Earth Elsevier. Department of Fashion & Textiles, University of Huddersfield, West Yorkshire (۱) ۳. (۱۷-۱۹).
۳. A STUDY ON BANANA FIBRE CLOTHING. Nationa .(۲۰۱۷) .Meena, Chet Ram .
institute of fashion technology. Department of Textile Design NIFT, Mumbai. India .۶۷-۱
۴. Paula Provina, Ana; , Regina, Ana; Aguiarde, Sabrina; Gouveiabe, Silva; Cubasa, .
Circular economy for fashion industry: Use of waste from the food .(۲۰۲۱) .Vieira
industry for the production of biotextiles. Technological Forecasting and Social
Change. Elsevier. University of Southern Santa Catarina. Brazill .۲۲-۱ .۱۶۹
۵. Circular Economy for .(۲۰۲۱) .Gazola, Partizia; Pezzeti, Roberto, Severi, Cecilia .
Sustainable Fashion: From Food to Fashion, Journal of Business
Moreira, N., de Santa-Eulalia, L. A, Ait-Kadi, D, Wood-Harper, T., & Wang, .۶
A conceptual framework to develop green textiles in the aeronautic .(۲۰۱۵) .Y
completion industry: a case study in a large manufacturing company. Journal of
Cleaner Production .۳۸۸-۳۷۱
۷. Designing textile accessories from coffee ground. .(۲۰۲۲) .Avcioğlu Kalebek, Nazan .
Industria Textila .۲۸۷-۲۸۲ .(۳) ۷۳
۸. Kumar, Jitendra; Maurya ,Atul Kumar; Gupta, Hariome Sharan; Singh, Surendra .
Development of eco-friendly bio-composite by .(۲۰۲۲) .Pal; Sharma, Chhaya
reinforcing pineapple fruit waste crown fiber to ethylene-propylene rubber modified
polyethylene. Polymer Composites. Ministry of Education
Environmental .(۲۰۲۰) .Filomena, Ardolino; Carmine, Boccia ; Umberto, Arena .۹
BREF ۲۰۱۹ performances of a modern waste-to-energy unit in the light of the



document. Science Direct .103-94

Ethical foundations in sustainable fashion. Textile and .(2010) .Niniimaki, Kisri .10
 .3-1 .Clothing Sustainability. Design Department, School of art, Aalto University

Fashion and Sustainability: .(2012) .Fletcher, Kate; Grose, Lynda; Hawken, Paul .11
 Design for Change. Laurence King

Dinis, Marquesa, António; Moreiraa, Beatriz, Cunhaa, Joana; Moreiraa, Sofia. .12
 Science Direct. .(2019) .From waste to fashion – a fashion upcycling contest
 .1078-1073 .University of Minho. Portugal

Naked Fashion: The New .(2012) .Minney, Safia; Siegle, Lucy; Firth, Livia .13
 Sustainable Fashion Revolution. New Internationalist

ReFashioned: Cutting-Edge Clothing from Upcycled .(2012) .Brown, Sass .14
 Materials. Laurence King Publishing

Jayamol, George; Bhagawan, S; Prabhakaran, N; Sabu, Thomas. Short pineapple- .10
 Applied Polymer .)1990(.leaf-fiber-reinforced low-density polyethylene composites
 .804-843 .(7) 07.Science. Wiley online library

Sustainable fashion supply chain: lessons from H&M. .(2014) .Shen, Bin .16
 .7249-7236 .Sustainability. Donghua University. Shanghai. China

Nayak, Rajkishore; Houshyar, Shadi; Patnaik, Asis; Nguyen, Long TV; Shanks, .17
 Sustainable reuse of fashion waste .(2020) .Robert; Padhye, Rajiv; Fegusson, Mac
 as flame-retardant mattress filling with ecofriendly chemicals. Science direct. RMIT
 .7-1 .201 .University Vietnam

What .(2016) .Henninger, Claudia E; Alevizou, Panayiota J; Oates, Caroline J .18
 is sustainable fashion. Journal of Fashion Marketing and Management. School of
 .22-1 .Materials, University of Manchester, Manchester, UK



مروری بر مد پایدار

هرچند طی دهه های گذشته برندهای زیادی پایداری و اخلاق گرایی در تولید را در زمره اولویت های خود قرار دادند، اما گستردگی کاربرد عبارت مد پایدار محصول میانه های سال ۲۰۱۰ است
در این بخش، برخی از پیشگامان مد پایدار را نام می بریم

Pantagonia: تاسیس در سال ۱۹۷۳- این برند همیشه در زمینه ی تولیدات منطبق با محیط زیست دغدغه مند و پیشگام بوده است.
People tree: تاسیس در سال ۱۹۹۱- از پیشگامان و آغازکنندگان راه «تجارت منصفانه» است که در طول این سالها با تعاونی ها و شرکت های زیادی همکاری داشته است
Cuyana: هدف اصلی این برند که در سال ۲۰۱۱ آغاز به کار کرده است، توسعه ی رویکرد اخلاقی در تولید و خلق لباس هایی با عمر طولانی است.
Everlane: این برند که از سال ۲۰۱۰ آغاز به فعالیت کرده است، از ابتدای راه همیشه در مورد زنجیره تامین و قیمت گذاری خود شفاف بوده و تعهدی قوی به شیوه های پایدار دارد.

گزینه های دیگر در پیشبرد اهداف صنعت مد پایدار:

-**مواد بازیافتی:** پارچه هایی که از مجموعه مواد بازیافتی تولید می شوند.
-**رنگرزی طبیعی:** رنگرزی با استفاده از عناصری بر پایه گیاهان؛ این نوع از رنگرزی به نسبت رنگرزی با مواد مصنوعی، آسیب کمتری به محیط زیست وارد می کند.
-**تجارت منصفانه ی پنبه:** تولید الیاف پنبه در شرایط کاری منصفانه و اخلاقی استفاده از مواد تجزیه پذیر به عنوان الیاف:

در این بخش به جایگزین های طبیعی و تجزیه پذیر و انواع آنها می پردازیم:

-**جلبک های دریایی:** ماده ای طبیعی است که در فرایند تولید پوشاک می تواند به پارچه های تجزیه پذیر تبدیل شود.
-**نشاسته ی ذرت:** یک منبع بسیار مناسب برای به کارگیری در صنعت پوشاک به عنوان الیاف تجدیدپذیر و تجزیه پذیر است.



فواید این الیاف:

-تجزیه پذیر هستند.
-تجدیدپذیر هستند.
-نرم، راحت و قابل استفاده در شکل‌های متفاوت هستند.

-تنفس پذیر هستند و جهت تولید پارچه‌هایی برای فصول گرم‌تر مناسب‌اند.

معایب این الیاف:

-مقاومت این الیاف مناسب اما در قیاس، کمتر از الیاف مصنوعی است.
-هزینه تولید این الیاف بالاتر از الیاف مصنوعی می‌باشد.
-این الیاف کمتر در دسترس عموم هستند و به همین دلیل تولید آن‌ها نیز دشوارتر از تولید الیاف مصنوعی است.

الیاف برگرفته از جلبک‌های دریایی:

کلپ‌ها (kelps) که یک نوع از خزه‌های دریایی هستند، همانند درخت‌ها کربن‌دی‌اکسید موجود در اقیانوس‌ها را جذب می‌کنند. این به این معناست که به طور کلی جلبک‌ها و خزه‌های دریایی یکی از مهم‌ترین و حیات‌بخش‌ترین ارگانیسم‌های موجود بر روی کره زمین هستند. مجموعه‌ی آزمایشگاه keel، فرایند برداشت جلبک‌های دریایی را به گونه‌ای فراهم می‌کند که کمترین تخریب‌پذیری ایجاد شود. برای تولید این الیاف، به نسبت سایر الیاف تولیدشده و معمول، میزان بسیار کمتری از منابع آب و

-برگ آناناس: یک جایگزین پایدار و مقاوم به نسبت الیاف قدیمی تر و سنتی‌تر. الیاف به دست‌آمده از این برگ‌ها می‌تواند به پارچه‌هایی نرم، لطیف و تنفس‌پذیر تبدیل شود.

-برگ قارچ: الیاف به دست‌آمده از این برگ‌ها که منشا گیاهی دارند، می‌توانند جایگزین چرم‌های مصنوعی باشند. این الیاف از ساختار ریشه‌ی قارچ‌ها استخراج می‌شوند و طی فرایند تولید، به الیاف پایدار تبدیل می‌شوند. استفاده از نشاسته ذرت در صنعت تولید پوشاک: پارچه‌هایی با بیس و پایه‌ی نشاسته ذرت، یک نوآوری در صنعت پوشاک به حساب می‌آیند. ثمره‌ی استفاده از این الیاف نوآورانه و جدید، تولید پارچه‌هایی پایدار، مقاوم، تجدیدپذیر و تجزیه‌پذیر است که می‌تواند جایگزین الیاف پلی‌استر و نایلون باشد.

چگونه تولید می‌شوند؟

-نشاسته‌ی ذرت از دانه‌های ذرت استخراج می‌شود.

-در این مرحله نشاسته، فرآوری شده و با مواد طبیعی و یا مصنوعی دیگر ترکیب می‌شود و مجموعه الیاف به دست‌آمده را تشکیل می‌دهد.

-این الیاف به گونه‌های متفاوت بافته می‌شوند و در تولید پارچه به عنوان کیسه‌های بسته‌بندی، پوشاک، پرده، رومیزی و ... به کار می‌روند.



آفت‌کش‌ها به کار می‌رود که یک ویژگی بسیار مثبت به حساب می‌آید. علاوه بر آن، این الیاف کاملاً تجزیه‌پذیر هستند و فرایند تولید آنها نهایتاً ۶۱ روز به طول می‌انجامد و در افزایش سلامت اکوسیستم نیز نقش مهمی ایفا می‌کند و در نهایت می‌تواند در آینده جایگزینی برای الیاف پنبه باشد.



این الیاف با عنوان Kelsun، الیافی با پایه‌ی مواد طبیعی است که به نسبت سایر الیاف به کاررفته در صنعت پوشاک، ردپای تخریبی کمتری برجای می‌گذارد. تولیدکنندگان این الیاف نوآورانه، از پلیمرهای موجود در این جلبک‌ها استفاده می‌کنند و پارچه‌هایی لوکس و دوست‌دار طبیعت را ارائه می‌دهند. جلبک‌های مورد استفاده، ابتدا وارد یک فرایند عصاره‌گیری می‌شوند و در ادامه با افزودنی‌های اختصاصی و آب ترکیب می‌شوند تا یک محلول تشکیل شود. سپس این زنجیره‌های پلیمری به هم متصل می‌شوند و هزاران رشته‌ی ریز را تشکیل می‌دهند که در یک فرایند مجزا، خشک می‌شوند، تحت کشش قرار می‌گیرند و دور قرقره‌هایی مخصوص پیچیده و با عنوان Kelsun روانه‌ی بازار می‌شوند.

آشنایی با تکنیک‌های ژاپنی دوخت و ترمیم لباس:

تکنیک‌های ژاپنی دوخت و ترمیم لباس از دل تاریخ و فرهنگ ژاپن بیرون آمده‌اند، زمانی که مردم این سرزمین از دل فقر و نیاز به حفظ لباس‌ها برای مدت طولانی، خلاقیت خود را به کار گرفتند. این رویکرد عمیقاً با فلسفه‌ی زیبایی‌شناختی ژاپنی موسوم به «وابی-سابی» گره خورده است.



وابی-سابی، هنر دیدن زیبایی در نقص‌ها و ناهمواری‌هاست؛ یعنی تحسین زیبایی ساده و ناقص، آنچه که در طول زمان و استفاده به وجود آمده است. فلسفه‌ی وابی-سابی بر این باور است که ترک‌ها، پارگی‌ها و آثار زمان روی اشیا نه تنها بد نیستند، بلکه نشانه‌ای از تاریخچه و زندگی آنها هستند. در این مقاله به سه تکنیک جذاب و کاربردی که از این نگاه زیبایی‌شناسانه نشأت گرفته‌اند، می‌پردازیم. با استفاده از این روش‌ها، نه تنها لباس‌هایمان را از پوسیدگی و کهنگی نجات می‌دهیم، بلکه می‌توانیم به مسیر پایداری کمک کنیم و به جای دور انداختن لباس‌ها، آنها را به گونه‌ای تازه زنده کنیم.

- دوخت ساشیکو:

ساشیکو نوعی تکنیک ترمیم پارچه است که در گذشته برای بازسازی لباس‌های ژاپنی استفاده می‌شد. در این روش، نخ‌های سفید پنبه‌ای روی پارچه‌های نیلی دوخته می‌شوند و اشکال هندسی و منظم روی پارچه ایجاد می‌کنند. ساشیکو، علاوه بر جنبه‌ی کاربردی، به یک هنر تزئینی هم تبدیل شده است. این دوخت نه تنها برای وصله‌زدن قطعات پارچه به یکدیگر استفاده می‌شود، بلکه برای کسانی که مهارت چندانی در کار با چرخ خیاطی ندارند، راهی ساده و جذاب است. امروزه ساشیکو به عنوان یک دوخت زیبا و هنری در مد استفاده می‌شود و می‌تواند جان تازه‌ای به لباس‌های قدیمی ببخشد.

- فورُشیکی؛ بقچه‌های قابل حمل

فورُشیکی تکنیکی قدیمی و کاربردی برای بسته‌بندی و حمل اشیا است. در گذشته، مردم ژاپن برای حمل وسایل شخصی خود از پارچه‌هایی استفاده می‌کردند که به شکل



بقچه پیچیده می‌شد. این روش در طول قرن‌ها به یک سنت پایداری و دوستدار محیط‌زیست تبدیل شده است. امروزه، فورُشیکی به عنوان جایگزینی برای کیسه‌های نایلونی و کاغذکادوها بازگشته است و می‌توان با استفاده از پارچه‌های قدیمی و غیرقابل‌استفاده، این بقچه‌های چندمنظوره را ایجاد کرد. با فورُشیکی، می‌توانیم از طبیعت محافظت کنیم و در عین حال از هنری ساده و زیبا بهره‌مند شویم.



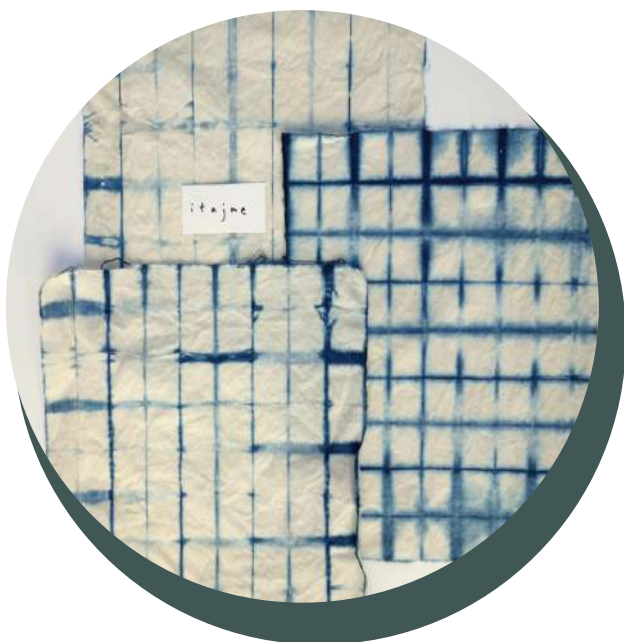
این تکنیک‌های سنتی ژاپنی نه تنها از دیدگاه کاربردی مهم هستند، بلکه با روحیه‌ای از احترام به طبیعت و توجه به جزئیات کوچک، به ما یادآوری می‌کنند که می‌توانیم از نقص‌ها زیبایی بسازیم و به پایداری فکر کنیم.

- رنگرزی ایندیگو؛ هنر باستانی در دنیای مدرن

رنگرزی با ایندیگو، رنگدانه‌ی آبی‌ای که ریشه در سنت‌های باستانی هند دارد، هزاران سال است که در سرزمین‌های آسیایی برای رنگرزی پارچه‌ها استفاده می‌شود. این رنگ خاص نه تنها در گذشته محبوب بوده، بلکه امروزه نیز برای رنگرزی طیف وسیعی از پارچه‌ها همچون جین و تی‌شرت کاربرد دارد..



اگر با نحوه‌ی رنگرزی ایندیگو آشنا شوید، می‌توانید این رنگ کهن را با تکنیک‌های سنتی ژاپنی مانند چاپ «شیبوری» ترکیب کنید و جلوه‌ای زیبا و هنری به پارچه‌هایتان ببخشید. برای شروع این فرایند، به وسایلی مانند: پودر طبیعی ایندیگو، شیشه یا بطری درب‌دار، سطل بزرگ درب‌دار، دستکش محافظ، پاک‌کننده رنگ و کربنات سدیم نیاز دارید. ترکیب این مواد با مهارت‌های رنگرزی شما، جلوه‌ای بی‌نظیر به پارچه‌هایتان می‌بخشد.



ارزش‌گذاری به همه‌چیز؛ نگاهی ژاپنی به بازیافت

در فرهنگ ژاپن، مفهومی به نام «موتتاینای» (Mottainai) وجود دارد که ریشه در باورهای بودایی دارد. این اصطلاح به این معناست که هر شی در این جهان دارای ارزش ذاتی است و باید به بهترین شکل ممکن در چرخه‌ی زندگی‌اش مورد استفاده قرار گیرد. این باور که حتی کوچک‌ترین چیزها هم بی‌ارزش نیستند، قرن‌هاست که در عمق فرهنگ ژاپنی جای دارد.

کاورو ایماجو، دبیر سازمان هفته مد ژاپن، می‌گوید: «در گذشته، حتی پوست پرتقال هم در تولید الیاف و کاغذ مورد استفاده قرار می‌گرفت.» امروز نیز این نگاه پایدار به مواد در دنیای مد ادامه دارد. برای مثال، برند ژاپنی Nisaj در کالکشن پاییز و زمستان سال ۲۰۲۱ که در هفته‌ی مد توکیو به نمایش درآمد، از پارچه‌های بازیافتی برای خلق لباس‌هایی منحصر به فرد استفاده کرد.

مد پایدار و احترام به مواد اولیه در ژاپن نه تنها در هنرهای سنتی، بلکه در دنیای مد معاصر نیز حضور پررنگی دارد. با نگاهی به این فلسفه، می‌توانیم دنیای خود را با نوآوری و احترام به طبیعت تغییر دهیم.

منابع:

۱. کورن، لئونارد. وابی-سابی برای هنرمندان، طراحان، شاعران و فیلسوفان. ترجمه: فاطمه کاوندی و فاطمه چهرگان. نشر نظر.

۲. CNN - Japan Designers Sustainable Fashion Technology

۳. Luxiders - Sustainable Cities

۴. Seamwork - How to Be Realistically Sustainable When You Sew

۵. Stella McCartney - Kelsun Seaweed Fabric

۶. CFDA - Seaweed in Fashion

لینک‌های کمکی برای بخش‌های آشنایی با تکنیک‌های ژاپنی مربوط به دوخت و ترمیم لباس

برای بخش ساشیکو: [ساشیکو - ویدیو](#)

برای بخش فوروشیکی: [فوروشیکی - ویدیو](#)

گردآورنده: بهار باس‌خواه



الیاف خودرنگ و

پایداری

الیاف خود رنگ، هدیه‌ای از طبیعت به دنیای مد هستند. این الیاف به صورت طبیعی رنگی بوده و نیازی به فرآیند رنگرزی شیمیایی ندارند. در دنیایی که به دنبال مد پایدار و کاهش تأثیر صنعت مد بر محیط زیست است، الیاف خود رنگ به عنوان یک جایگزین سبز و دوستدار محیط زیست مطرح می‌شوند.

استفاده از الیاف خود رنگ به قدمت تاریخ بشر برمی‌گردد. تمدن‌های باستانی از الیاف طبیعی رنگی برای تولید پارچه و لباس استفاده می‌کردند. با گذشت زمان و پیشرفت فناوری، رنگرزی شیمیایی جایگزین روش‌های سنتی شد. اما در سال‌های اخیر، با افزایش آگاهی نسبت به مسائل زیست محیطی، مجدداً توجه به سوی الیاف خود رنگ جلب شده است. الیاف خود رنگ، الیافی هستند که بدون نیاز به هیچ‌گونه رنگرزی شیمیایی، رنگی طبیعی دارند. این رنگ‌ها از رنگدانه‌های طبیعی موجود در گیاهان، حشرات یا مواد معدنی به دست می‌آیند. برخی از رایج‌ترین الیاف خود رنگ عبارتند از:

- **پنبه رنگی:** پنبه‌ای که به طور طبیعی رنگ‌هایی مانند قهوه‌ای، سبز یا صورتی دارد.
- **کتان رنگی:** کتان‌هایی که به رنگ‌های طبیعی مانند زرد، قهوه‌ای یا خاکستری یافت می‌شوند.

- **پشم رنگی:** پشم گوسفندهایی که به طور طبیعی رنگ‌هایی مانند سفید، سیاه، قهوه‌ای یا خاکستری دارند.

الیاف خودرنگ پنبه (Naturally Colored Cotton) یکی از شناخته‌شده‌ترین الیاف در این حوزه می‌باشد. صنعت نساجی در حال گذار به یک الگوی جدید است، جایی که پایداری به یک نگرانی اصلی در هر جنبه از تولید تبدیل شده است. در این مرحله پنبه خودرنگ از نظر زیست محیطی به یک جایگزین محبوب و پایدار برای پنبه رنگ‌شده تجاری تبدیل شده است.



۱. پرورش سنتی (Conventional Breeding):

این روش شامل انتخاب و آمیزش گیاهان پنبه‌ای با ویژگی‌های رنگی مطلوب به منظور تولید نسل‌هایی با رنگ‌های طبیعی می‌باشد.



۲. مهندسی ژنتیک (Genetic Engineering):

این تکنیک شامل معرفی ژن‌های خاص به گیاهان پنبه برای دستیابی به صفات رنگی خاص است. به عنوان مثال، با استفاده از ژن‌های گیاهان دیگر می‌توان رنگدانه‌های جدیدی در پنبه تولید کرد.

۳. پرورش جهشی (Mutation Breeding):

در این روش، با استفاده از عوامل جهش‌زا (مانند مواد شیمیایی یا تابش) جهش‌هایی در گیاهان پنبه ایجاد می‌شود تا ویژگی‌های رنگی جدیدی به وجود آید.

جستجوی پنبه خودرنگ با تقاضای فزاینده برای شیوه‌های پایدار که تأثیرات زیست‌محیطی تولید نساجی را کاهش می‌دهند، مانند استفاده بیش از حد از آب و مواد شیمیایی در فرآیندهای رنگ‌رزی، هم‌راستا است.

تولید پنبه خودرنگ شامل پرورش و توسعه ارقام پنبه‌ای است که به طور طبیعی الیافی با رنگ‌هایی غیر از سفید یا کرم تولید می‌کنند. تکنیک‌های مورد استفاده برای کشت پنبه خودرنگ در طول سال‌ها به طور قابل توجهی تکامل یافته‌اند که عمدتاً ناشی از پیشرفت‌های حاصل شده در زمینه ژنتیک، پرورش و کشاورزی است. این امر می‌تواند از طریق تکنیک‌های پرورش سنتی یا مهندسی ژنتیک به دست آید. شایان ذکر است که توسعه پنبه خودرنگ شامل ترکیبی از این تکنیک‌ها است و ممکن است نیاز به چندین نسل برای دستیابی به ثبات رنگ و کیفیت الیاف مطلوب داشته باشد. تکنیک‌های متعددی به منظور تولید پنبه خودرنگ وجود دارد که به شرح زیر هستند:

است تا نسل‌هایی با ویژگی‌های رنگی مطلوب ایجاد شود. با تلاقی ارقام مختلف پنبه خودرنگ که دارای صفات رنگی متمایز هستند، اصلاح‌گران می‌توانند هیبریدهایی تولید کنند که دامنه وسیع‌تری از رنگ‌ها و شدت‌های رنگی را در الیاف خود نشان دهند. به عنوان مثال، اگر می‌خواهید پنبه قهوه‌ای تولید کنید، باید دو گیاه پنبه قهوه‌ای را با هم گرده افشانی کنید. از زمان‌های باستان، این روش‌ها برای ایجاد انواع پنبه با رنگ‌های خاص، از جمله قهوه‌ای، سبز یا رنگ‌های میان‌تهی به کار رفته است.

۴. انتخاب مبتنی بر نشانگر (Marker-Assisted Selection - MAS)

این تکنیک به اصلاح‌گران این امکان را می‌دهد که با استفاده از نشانگرهای ژنتیکی خاص، گیاهان پنبه‌ای با ویژگی‌های رنگی مطلوب را شناسایی و انتخاب کنند.

۵. شیوه‌های زراعی (Agronomic Practices):

این شیوه‌ها شامل تکنیک‌های کشاورزی هستند که به بهبود رشد و حفظ رنگدانه‌ها در پنبه خودرنگ کمک می‌کنند، مانند انتخاب مناسب ارقام، آماده‌سازی خاک و مدیریت آبیاری.



پنبه سوترا پیما یک نوع پنبه خودرنگ است که از طریق پرورش سنتی توسعه یافته است. این پنبه شامل طیف گسترده‌ای از رنگ‌ها از جمله انواع قهوه‌ای، سبز و قرمز می‌باشد. پرورش‌دهندگان به

۶. هیبریداسیون:

هیبریداسیون یک تکنیک بنیادی در پرورش است که در تولید پنبه رنگی استفاده می‌شود. این روش شامل آمیزش کنترل‌شده میان دو گیاه پنبه با صفات رنگی خاص

طور انتخابی ارقام مختلف پنبه خودرنگ را برای تقویت بیان رنگ و کیفیت الیاف باهم آمیزش دادند. این تکنیک‌ها نیاز به صبر، مشاهده دقیق و درک عمیق از ژنتیک و زیست‌شناسی گیاهی دارند. با گذشت زمان، این تکنیک‌ها موفق به تولید ارقام پنبه خودرنگ شده‌اند که هم از نظر تجاری قابل اجرا و هم دوست دار محیط زیست می‌باشند.

پنبه خودرنگ که دوستدار محیط زیست و پایدار است؛ اغلب به عنوان جایگزینی برای پنبه سفید متداول معرفی می‌شود و تأثیرات مثبت و منفی متعددی بر محیط زیست دارد. این تأثیرات ناشی از کشت و فرآوری پنبه رنگی است و اغلب با اهداف پایداری همسو هستند. برخی از تأثیرات پنبه خودرنگ بر محیط زیست به شرح زیر است:

۱. کاهش استفاده از مواد شیمیایی:

یکی از مهم‌ترین مزایای زیست‌محیطی پنبه خودرنگ، پتانسیل آن برای کاهش نیاز به رنگ‌های مصنوعی و مواد شیمیایی است. فرآورده‌های رنگرزی پنبه معمولی از منابع زیادی استفاده می‌کنند، از جمله آب و مواد شیمیایی فراوان. پنبه خودرنگ نیاز به این فرآورده‌ها را از بین می‌برد و در نتیجه آلودگی آب و رواناب مواد شیمیایی را که می‌تواند به اکوسیستم‌های آبی آسیب برساند، کاهش می‌دهد.

۲. کاهش اثر کربن:

مواد شیمیایی و رنگ‌های مصنوعی مورد استفاده در فرآورده‌های رنگرزی پنبه معمولی، میزان قابل توجهی انتشار گازهای گلخانه‌ای تولید می‌کنند. پنبه خودرنگ می‌تواند به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای مرتبط با تولید و استفاده از رنگ‌ها با اجتناب از این فرآورده‌ها کمک کند.

۳. صرفه‌جویی در آب:

از آنجایی که پنبه خودرنگ نیاز به رنگرزی ندارد، فرآوری آن معمولاً از آب کمتری استفاده می‌کند. این امر می‌تواند به حفظ منابع آبی که به دلیل تقاضای آبیاری تحت فشار هستند، کمک کند.

۴. تنوع زیستی و اکوسیستم‌ها:

برخی از ارقام پنبه خودرنگ به دلیل محتوای رنگدانه‌شان مقاومت به آفات دارند. این امر می‌تواند نیاز به آفت‌کش‌های شیمیایی را کاهش دهد و به آسیب کمتر به حشرات غیرهدف، حیات وحش و اکوسیستم کلی منجر شود.

۵. سلامت خاک:

اجرای شیوه‌هایی که برای کشت پنبه خودرنگ مناسب هستند، مانند کاهش استفاده از مواد شیمیایی و مدیریت هدفمندتر آفات، می‌تواند به ارتقای سلامت خاک کمک کند.



بهبود نگهداری آب، کاهش فرسایش و چرخه بهتر مواد مغذی از مزایای خاک‌های سالم‌تر هستند.

۶. تنوع ژنتیکی:

ارقام پنبه خودرنگ اغلب برای بیان رنگ‌های خاص پرورش داده می‌شوند که به تنوع ژنتیکی گسترده‌تر در کشت پنبه منجر می‌شود. این تنوع بخشی می‌تواند به افزایش مقاومت در برابر آفات و بیماری‌ها کمک کند و احتمال شکست گسترده محصول به دلیل یک پاتوژن یا آفت خاص را کاهش دهد.

پنبه خودرنگ نمایانگر یک نوآوری پایدار در صنعت نساجی است. تکنیک‌هایی مانند تلاقی ژنتیکی، ژنتیک مولکولی و شیوه‌های زراعی به توسعه آن کمک کرده‌اند و راه‌حلی امیدوارکننده برای چالش‌های زیست‌محیطی مرتبط با رنگ‌رزی پنبه معمولی ارائه می‌دهند. در حالی که چالش‌هایی وجود دارد، تحقیقات مستمر و افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان می‌تواند به پذیرش پنبه خودرنگ به عنوان یک گزینه پایدار و قابل اجرا در صنایع نساجی و مد کمک کند.



راهکارهای کلی برای پایداری

صنعت مد، با وجود زیبایی و جذابیت، یکی از آلوده‌کننده‌ترین صنایع جهان است. تحقیقات نشان می‌دهد در ۱۵ سال اخیر تولید لباس در صنایع نساجی تقریباً دو برابر شده و حدود ۶۰ درصد از کل تولید منسوجات را تشکیل می‌دهد. بدون شک این میزان از سرعت در تغییرات شیوه پوششی جامعه، عاری از تأثیرات مخرب بر محیط زیست نخواهد بود. از مواد اولیه، چه طبیعی و چه مصنوعی، گرفته تا روش تولید و عرضه، همگی موجب آلودگی محیط زیست می‌شود. صنعت مد، پس از صنایع نفتی، از آلاینده‌ترین صنایع جهانی است. این صنعت به تنهایی مسئول تولید میانگین ۷ درصد گازهای گلخانه‌ای در جهان می‌باشد. همچنین ۲۰ درصد از آلودگی‌های صنعتی آب در جهان مربوط به این صنعت و صنایع درگیر با آن، مثل صنایع نساجی، است. بنابراین مسئله پایداری در صنعت مد، حیاتی و حائز اهمیت است. این مساله نه تنها از سوی تولیدکنندگان این صنعت بلکه از سوی مصرف‌کنندگان نیز باید تحت یک سیستم منسجم کنترل شود. (۲) امروزه، مفهوم «پایداری در مد» به عنوان یک راهکار نوظهور مطرح شده است. پایداری در مد به معنای تولید و مصرف لباس به روشی است که کمترین آسیب را به محیط زیست و انسان‌ها وارد کند. این یعنی استفاده از مواد طبیعی و بازیافتی، کاهش مصرف آب و انرژی، و ایجاد زنجیره‌های تامین منصفانه.

صنعت مد پایدار بر هفت اصل اساسی استوار است که با رعایت آن‌ها، می‌توان به سوی تولید و مصرف آگاهانه‌تر و مسئولانه‌تر در این حوزه گام برداشت. این اصول عبارتند از:

۱. سفارشی سازی: تولید لباس به صورت سفارشی و متناسب با نیازهای فردی، در مقابل تولید انبوه و سریع مد قرار می‌گیرد.
۲. تولید پایدار: استفاده از مواد اولیه طبیعی و روش‌های تولید سازگار با محیط زیست در تمام مراحل تولید، از جمله بسته‌بندی.
۳. کیفیت و دوام: تولید لباس‌هایی با کیفیت بالا و طراحی کلاسیک که بتوانند برای مدت طولانی مورد استفاده قرار گیرند.



۴. اخلاق و عدالت: رعایت حقوق کارگران، حمایت از صنایع دستی و پرهیز از آسیب به محیط زیست و حیوانات در تمام مراحل تولید و مصرف.

۵. بازیافت و طراحی مجدد: استفاده از دانش شیمی و الیاف برای تعمیر، طراحی مجدد و بازیافت لباس‌های مستعمل.

۶. استفاده از لباس‌های دسته دوم: ترویج استفاده از لباس‌های دست دوم و وینتیج به منظور کاهش تولید زباله و حمایت از اقتصاد دورانی.

۷. مبادله و قرض: شویق افراد به مبادله یا قرض دادن لباس‌های خود به یکدیگر برای کاهش مصرف و افزایش طول عمر لباس‌ها. طبق این اصل، لباس‌هایی که به هر دلیلی سالم بوده لیکن از سوی مصرف‌کننده مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، به خیریه‌ها و افرادی که تمایل به استفاده از آن‌ها را دارند، اهدا می‌شود.

با توجه به اهمیت روزافزون پایداری در صنعت مد، لازم است که به سمت یک سیستم طراحی مبتنی بر ارزش‌های جدید حرکت کنیم. این ارزش‌ها می‌توانند الگوهای مصرف را تغییر داده و به بهبود وضعیت محیط زیست و جامعه کمک کنند. در این راستا، مطالعه و بررسی فعالیت‌های انجام شده در زمینه بازیافت زباله‌های نساجی و تولید مجدد آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. (۱)

آگاهی از مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی مرتبط با صنعت مد، اولین قدم برای ایجاد تغییر است. با شناخت تأثیرات مخرب تولید و مصرف بی‌رویه لباس، می‌توانیم انتخاب‌های آگاهانه‌تری داشته باشیم. هنگام خرید لباس، به برچسب‌ها و مواد تشکیل‌دهنده آن دقت کنید. از خرید لباس‌هایی که از مواد مصنوعی و غیرقابل بازیافت ساخته شده‌اند، خودداری کنید. به جای آن، به دنبال لباس‌هایی باشید که از مواد طبیعی و بازیافتی تولید شده‌اند و توسط برندهایی تولید می‌شوند که به پایداری اهمیت می‌دهند. با مراقبت صحیح از لباس‌ها، می‌توانید عمر مفید آن‌ها را افزایش داده و از تولید لباس‌های جدید جلوگیری کنید. شستشوی لباس‌ها در دمای پایین، استفاده از مواد شوینده طبیعی، تعمیر لباس‌های آسیب‌دیده و ... از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند به شما کمک کنند تا لباس‌هایتان برای مدت طولانی‌تری قابل استفاده باشند.

با انتخاب‌های آگاهانه و تغییر عادات مصرفی خود، می‌توانیم به صنعت مد کمک کنیم تا به سمت پایداری شدن حرکت کند. یادمان باشد که هر تغییر کوچک، می‌تواند تأثیری بزرگ بر محیط زیست داشته باشد.



منابع بخش اول:

1. Extraction .(۲۰۲۰) .Ahsan, R., Masood, A., Sherwani, R., & Khushbakhat, H .
and application of natural dyes on natural fibers: an eco-friendly perspective.
.۷۵-۶۳ ,(۱)۳ ,Review of Education, Administration & LAW
2. Naturally Colored Cotton: A Sustainable Innovation .(۲۰۲۴) .Madhu, A .
3. Naturally colored .(۲۰۲۴) .Naoumkina, M., Hinchliffe, D. J., & Thyssen, G. N .
Article ,*۱۵ ,cotton for wearable applications. *Frontiers in Plant Science
۲۰۲۴,۱۳۵۰۴۰۵.fpls/۱۰,۳۳۸۹/https://doi.org .۱۳۵۰۴۰۵
4. Naturally colored cottons – a regain in .(۲۹ April ,۲۰۱۹) .Unnati Silks .
popularity. <https://www.unnatisilks.com/blogs/fiber-talk/naturally-colored-cottons-a-regain-in-popularity>

منابع بخش دوم:

1. Sustainable fashion supply chain: lessons from H&M. .(۲۰۱۴) .Shen, Bin .
.۶۲۴۹-۶۲۳۶ .Sustainability. Donghua University. Shanghai. China
2. Sustainable textiles and clothing with an* .(۲۰۱۹) .Talabpour, F., & Davari, R .
.environmental perspective*. Alzahra University Press

گردآورنده: کوثر اصغرپور



معرفی کتاب:

فشن شهر

تاوان فشن سریع و آینده پوشاک

کتاب «فشن شهر:

تاوان فشن سریع و آینده

پوشاک - Fashionopolis: the price of

«fast fashion and the future of clothes

نوشته‌ی دینا توماس، در سال ۲۰۱۹ منتشر

شد و به سرعت به یکی از آثار مهم در

حوزه‌ی بررسی بحران‌های زیست‌محیطی

و اجتماعی ناشی از صنعت مد تبدیل

شد. این کتاب، نگاهی ژرف به ماهیت

صنعت مد سریع (Fast Fashion) و تبعات

گسترده آن بر محیط زیست، نیروی کار و

اقتصاد جهانی دارد. توماس به‌عنوان یک

روزنامه‌نگار مجرب، از دل این صنعت

پرزرق‌وبرق پرده برمی‌دارد و به ما نشان

می‌دهد که مد به چه بهایی به دست

ما می‌رسد و چه عواقبی برای آینده‌ی

جهان در پی دارد.

بررسی بحران‌ها و مشکلات صنعت مد

سریع

مد سریع به معنای تولید انبوه، سریع و

ارزان پوشاک است که برای مصرف گسترده

در بازارهای جهانی طراحی می‌شود.

این روند در

سه دهه اخیر به سرعت

گسترش یافته و به یکی از بزرگ‌ترین

بخش‌های صنعت جهانی تبدیل شده

است. اما در پشت این رونق ظاهری،

پیامدهای فاجعه‌باری برای محیط‌زیست،

جوامع محلی و کارگران کارخانه‌های

تولیدی نهفته است. توماس در بخش اول

کتاب، به تفصیل به مشکلات و معضلات

این صنعت می‌پردازد. او نشان می‌دهد که

چگونه تولید پوشاک به مصرف بیش از حد

منابع طبیعی، آلودگی آب‌ها و خاک، انتشار

گازهای گلخانه‌ای و تخریب اکوسیستم‌ها

منجر شده است. ****صنعت مد سریع****

در حال حاضر یکی از آلاینده‌ترین صنایع

جهان محسوب می‌شود و بسیاری از

محصولات آن پس از مصرف کوتاه‌مدت

به شکل زباله‌های غیرقابل‌بازیافت به

محیط‌زیست بازمی‌گردند.

علاوه بر پیامدهای زیست‌محیطی، استثمار

نیروی کار نیز از جمله معضلات جدی

صنعت مد سریع است.



آسیب نمی‌رساند. او به ما نشان می‌دهد که چگونه این کسب‌وکارها با چالش‌های فراوانی مواجه هستند؛ از جمله تأمین مواد اولیه پایدار، تولید در مقیاس کوچک، و تلاش برای حفظ تعادل بین مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی و سودآوری اقتصادی.

یکی از نمونه‌های برجسته در این زمینه، استفاده از فناوری‌های پیشرفته است که به مدی پایدار و کم‌آسیب کمک می‌کند. توماس به ما می‌گوید که چگونه فناوری‌های جدید مانند چاپ سه‌بعدی لباس، بازیافت پارچه‌ها و تولید مواد زیستی، به صنعت مد کمک می‌کند تا کمترین آسیب ممکن را به محیط‌زیست وارد کند. او از کارخانه‌هایی بازدید کرده که با تکنیک‌های پاک‌سازی جین و بازیافت فیبرها پوشاکی تولید می‌کنند که طول عمر بیشتری دارند و پس از استفاده نیز به راحتی قابل بازیافت هستند. یکی دیگر از ابتکارات مطرح شده در این بخش، لباس‌های قابل تجدید و تغییر کاربری است که به کاربران این امکان

را می‌دهد که یک لباس را در

طول زمان تغییر داده

و دوباره

استفاده کنند.

در کارخانه‌های تولیدی کشورهای در حال توسعه، کارگران با حقوق‌های بسیار پایین و در شرایط کاری غیرایمن و طاقت‌فرسا مشغول به کار هستند. توماس با بازدید از این کارخانه‌ها و گفت‌وگو با کارگران، تصویری دردناک از شرایط نامناسب کاری و سوءاستفاده از حقوق انسانی در این صنعت ارائه می‌دهد. او همچنین به مسئله نقض حقوق مالکیت معنوی و کپی‌برداری‌های غیرقانونی توسط شرکت‌های بزرگ مد اشاره می‌کند که هنرمندان و طراحان مستقل را تحت فشار قرار داده است.

راه‌حل‌ها و ابتکارات پایدار در مد:

با این حال، توماس در کتابش تنها به بیان مشکلات اکتفا نمی‌کند. او در بخش دوم، به معرفی افراد و شرکت‌هایی می‌پردازد که به دنبال راه‌حل‌های پایدار و اخلاقی برای مشکلات صنعت مد هستند. این بخش از کتاب نشان می‌دهد که چگونه نوآوران و پیشگامان مد، با استفاده از فناوری‌های نوین و بازگشت به صنایع دستی سنتی، تلاش می‌کنند تا مدی پایدارتر و مسئولانه‌تر خلق کنند.

توماس در این بخش به برندها و کسب‌وکارهای کوچکی مثل آلاباما چاین اشاره می‌کند که با بهره‌گیری از تکنیک‌های دستی و استفاده از مواد بازیافتی، به تولید پوشاکی می‌پردازند که هم زیباست و هم به محیط‌زیست

تلاش‌ها برای تغییر صنعت مد از درون:

در بخش سوم کتاب، توماس به شرکت‌ها و برندهای بزرگی می‌پردازد که در داخل صنعت مد سریع فعالیت دارند اما به دنبال تغییر و بهبود وضعیت فعلی هستند. او داستان‌هایی از برندهایی مانند نایک و استلا مک‌کارتنی را نقل می‌کند که با استفاده از نوآوری‌های سبز و تکنیک‌های پیشرفته تولید، به دنبال کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی و اجتماعی صنعت مد هستند. این برندها با ارائه‌ی لباس‌های کاملاً قابل‌بازیافت و استفاده از مواد زیستی و فناوری‌های هوشمند، تلاش می‌کنند تا مدل‌های جدید و پایدارتری از تولید پوشاک ارائه دهند.

توماس در این بخش، به جنبه‌های اخلاقی صنعت مد نیز می‌پردازد. او به بحث درباره‌ی رفتارهای مصرف‌کنندگان و فرهنگ مصرف‌گرایی می‌پردازد که از یک سو به تقاضای بی‌پایان برای لباس‌های جدید دامن می‌زند و از سوی دیگر، به بی‌توجهی نسبت به مسائل زیست‌محیطی و انسانی منجر شده است. او معتقد است که تغییر رفتار مصرف‌کنندگان و حرکت به سوی مد پایدار، نیازمند آگاهی‌بخشی و فرهنگ‌سازی است. او در پایان کتاب خود از مصرف‌کنندگان می‌خواهد که:

- کمتر خرید کنند و به جای خرید محصولات جدید، از برندهای پایدار حمایت کنند.
- لباس‌های خود را تعمیر کنند به جای اینکه به خاطر یک ایراد کوچک آن‌ها را دور بیندازند.

- دوباره استفاده از لباس‌ها را در اولویت قرار دهند و به سبزشویی (Greenwashing) توجه کنند، یعنی فریب تبلیغات نادرست شرکت‌ها را که سعی می‌کنند خود را پایدار و دوستدار محیط‌زیست نشان دهند، نخورند.

نگاهی به آینده مد پایدار:

کتاب فشن‌شهر نه تنها یک بررسی عمیق از بحران‌های جاری در صنعت مد است بلکه ما را به فکر فرو می‌برد که چگونه می‌توانیم به عنوان مصرف‌کنندگان، این چرخه تغییر دهیم. دینا توماس به ما یادآوری می‌کند که ما می‌توانیم تأثیر بزرگی بر آینده‌ی صنعت مد و محیط‌زیست داشته باشیم. او مثال‌های واقعی از سراسر جهان، نشان می‌دهد که چگونه می‌توانیم به آینده‌ای بهتر دست یابیم که در آن، مد نه تنها زیبا و جذاب است بلکه پایدار و دوستدار محیط‌زیست است.



فشن شهر

تاوان فشن سریع و آینده پوشاک

دینا توماس

ترجمه مهرآرا مولوی، طایفه پلستکی



دینا توماس / ۷۵

از حدود دو قرن و نیم پیش تاکنون، از زمان اختراع دستگاه بافندگی مکانیکی، فشن تجاری کتیف و بی‌پروا بوده که از انسان و کثرت زمین بهره‌برداری کرده است تا سودهای انبوه برداشت کند. برده‌داری، کودکان کار و بیگاری در زندان، در زمان‌های مختلف، از جمله امروزه، جزو مراحل همیشگی و جدایی‌ناپذیر از زنجیره تأمین این صنعت بوده است. فشن شهر را می‌توان گزارش میدانی دینا توماس دانست. او مشاهدات و تجربیاتش را،

هنگام بازدید از کارخانه‌ها، تولیدی‌های کوچک و صحبت رو در رو با فعالان و کارشناسان صنعت -هتئ فشن بیان کرده است. او نه تنها به بررسی و معرفی چگونگی پایداری در فشن پرداخته است بلکه حتی درباره پارادوکس‌ها و اختلاف نظرهای موجود در این حیطه نیز سخن به میان آورده. هر فصل به ابعادی از مراحل تولید محصولات حوزه فشن پرداخته که شاید تا قبل از این کمتر به آن‌ها توجه شده باشد.



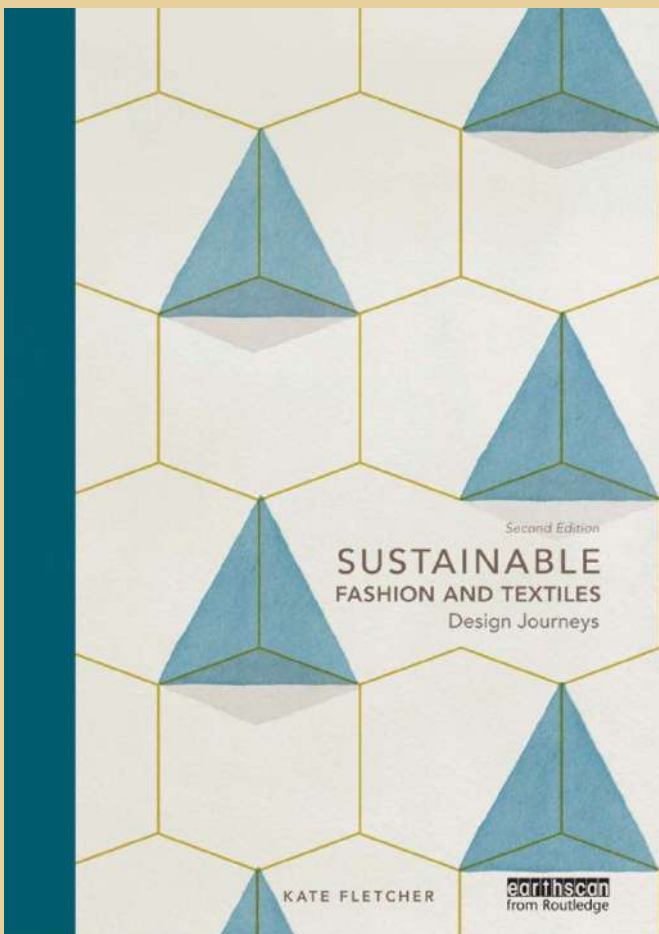
معرفی کتاب:

مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی

Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys

کتاب Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys نوشته‌ی کیت فلچر، به‌عنوان یکی از آثار پیشرو در حوزه‌ی پایداری مد و نساجی، ابتدا در سال ۲۰۰۸ منتشر شد و سپس با تحولات جدید، به چاپ دوم رسیده است. این کتاب با نگاهی جامع و سیستماتیک به چالش‌های زیست‌محیطی و اخلاقی در صنعت مد، راهکارهایی نوآورانه برای طراحی پایدار، تولید مسئولانه و مصرف هوشمندانه ارائه می‌دهد.

محتوای کتاب



کتاب در دو بخش اصلی سازماندهی شده است که هرکدام به بررسی ابعاد مختلف پایداری در مد و نساجی می‌پردازند:

۱. محصولات پایدار مد و نساجی:

- تنوع مواد اولیه: توجه به استفاده از منابع طبیعی و تجدیدپذیر در تولید پارچه‌ها
- تولید اخلاقی: ترویج تولیداتی که به اصول اخلاقی و اجتماعی پایبند هستند.
- اهمیت مرحله استفاده: تمرکز بر دوام و طول عمر لباس‌ها و چگونگی استفاده صحیح از آن‌ها.
- بازیافت و تبادل منابع: تأکید بر چرخه‌های مصرف و بازیافت برای کاهش پسماند.

۲. سیستم‌های پایدار مد و نساجی:

- مد، نیازها و مصرف: بازتعریف نیازها و الگوهای مصرف مد و پوشاک.
- محلی و سبک: بررسی نقش فرهنگ‌های محلی در طراحی پایدار.
- سرعت: مقابله با فشن سریع و تمرکز بر مصرف کمتر و با کیفیت بالاتر.
- کاربر-سازنده: اهمیت ارتباط مستقیم بین کاربر و فرآیند تولید، به‌ویژه در سیستم‌های تولید سفارشی.

ویژگی‌های برجسته کتاب:

- نگاه جامع و سیستمی به مسائل پایداری در تمامی مراحل زنجیره تأمین پوشاک.
- راه‌حل‌های عملی و نوآورانه برای طراحان و متخصصان این صنعت که با دقت به چالش‌های محیطی و اجتماعی پرداخته است.
- استفاده از تصاویر و مطالعات موردی گوناگون که موجب درک بهتر خواننده از موضوعات پیچیده‌ی مطرح‌شده می‌شود.
- این کتاب منبع ارزشمندی برای طراحان، دانشجویان و حتی تولیدکنندگان است که به دنبال رویکردهای پایدارتر در این صنعت می‌گردند.

چاپ دوم این کتاب، محتوای خود را با توجه به تغییرات سریع در صنعت مد به‌روزرسانی کرده و به‌ویژه بر موضوعات جدیدتر مانند اقتصاد چرخشی، نوآوری‌های زیست‌محیطی و طراحی مبتنی بر تکنولوژی تأکید بیشتری دارد. این نسخه نه تنها درک عمیق‌تری از مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی فعلی ارائه می‌دهد، بلکه پیشنهادهایی عملی برای پیشرفت به سوی آینده‌ای پایدارتر ارائه می‌کند.

نکات کلیدی و برجسته کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» یک منبع کلیدی و ارزشمند برای کسانی است که به دنبال درک عمیق‌تری از مفهوم پایداری در صنعت مد و نساجی هستند. این کتاب با رویکرد جامع و چندجانبه به بررسی دقیق و موشکافانه مفهوم پایداری می‌پردازد و نشان می‌دهد که رسیدن به یک صنعت پایدار، تنها از طریق یک رویکرد همساز نیست، بلکه نیازمند توجه به عوامل متعددی از جمله طراحی، تولید، مصرف و بازیافت است.

یکی از برجسته‌ترین بخش‌های این اثر، تحلیل کامل و همه‌جانبه چرخه عمر محصولات نساجی است؛ از مرحله انتخاب مواد خام و طراحی اولیه گرفته تا تولید، مصرف و در

نهایت بازیافت یا دفع نهایی. در این مسیر، نویسنده به بررسی تأثیرات زیست‌محیطی هر مرحله پرداخته و بر اهمیت کاهش آسیب‌ها به محیط زیست تأکید دارد. کتاب بر این نکته تأکید می‌کند که هر انتخابی، از جنس پارچه گرفته تا شیوه‌های تولید و بسته‌بندی، می‌تواند تأثیرات بلندمدت و گسترده‌ای بر محیط زیست و منابع طبیعی داشته باشد.

نسخه دوم این کتاب که به تازگی منتشر شده است، حاوی اطلاعات و مطالب جدیدتری در خصوص تحولات اخیر در این صنعت است. در این نسخه، نویسنده به تغییرات نوآورانه و تحولات صنعتی که در سال‌های اخیر به وجود آمده‌اند، پرداخته و به‌روزرسانی‌هایی در زمینه‌های مختلف از جمله تکنولوژی‌های نوین، مواد پایدار و استراتژی‌های جدید بازاریابی را ارائه داده است.

یکی از نکات کلیدی و مهم که در کتاب به تفصیل مورد بحث قرار گرفته، نقش طراحی در ایجاد نوآوری و تغییر در صنعت مد است. نویسنده به این نکته اشاره می‌کند که طراحی نه تنها به‌عنوان یک ابزار زیباشناختی، بلکه به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی و اجتماعی محصولات نساجی شناخته می‌شود. در این راستا، کتاب به معرفی روش‌های طراحی پایدار می‌پردازد که شامل استفاده از مواد تجدیدپذیر، طراحی برای دوام بیشتر و قابلیت بازیافت، و همچنین کاهش ضایعات تولید می‌شود.

علاوه بر این، کتاب راهکارهای عملی و کاربردی برای تمامی ذی‌نفعان این صنعت، از جمله طراحان، تولیدکنندگان و حتی مصرف‌کنندگان، ارائه می‌دهد.

این راهکارها به منظور دستیابی به مد و نساجی پایدار تدوین شده‌اند و شامل تغییر در الگوهای تولید، مصرف آگاهانه و مسئولانه، و همچنین توجه به زنجیره تامین و مواد مصرفی است. به‌طور کلی، کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به‌عنوان یک راهنمای کامل و جامع برای کسانی که به دنبال درک بهتر از چالش‌ها و فرصت‌های پیش رو در صنعت مد و نساجی پایدار هستند، شناخته می‌شود.

هدف کتاب:

کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» با هدف ایجاد یک تغییر اساسی در نگرش‌ها و تصورات موجود پیرامون صنعت مد و نساجی نوشته شده است. نویسندگان تلاش می‌کنند که با بررسی فرآیندهای پیچیده این صنعت و ارائه راهکارهای نوآورانه، خوانندگان را به سمت درکی جامع‌تر و پیچیده‌تر از مفهوم پایداری سوق دهد. در این راستا، کتاب به دنبال روشن کردن چالش‌های بزرگ و فرصت‌های منحصر به فردی است که در مسیر دستیابی به مد پایدار وجود دارد. هدف اصلی این اثر، تغییر نگرش سنتی به مد و نساجی است؛ نگرشی که معمولاً بر سرعت تولید، مصرف‌گرایی و تاثیرات منفی زیست‌محیطی متمرکز است. در مقابل، کتاب بر اهمیت یک رویکرد پایدار و متعهدانه در هر مرحله از زنجیره ارزش، از طراحی تا مصرف و بازیافت، تأکید می‌کند.

نویسندگان با تأکید بر قدرت طراحی به‌عنوان ابزاری برای نوآوری، به طراحان و تولیدکنندگان ابزارهای



عملی و مفهومی لازم را ارائه می‌دهد تا بتوانند در فرآیندهای تولید و توسعه محصول خود تغییرات اساسی ایجاد کنند. این تغییرات شامل به کارگیری روش‌های جدید طراحی برای کاهش ضایعات، استفاده از مواد دوستدار محیط زیست، و توسعه سیستم‌های تولید با تأکید بر طول عمر بیشتر محصولات و کاهش اثرات زیست‌محیطی است. این کتاب به خوانندگان یادآوری می‌کند که هر تصمیم و انتخاب در مراحل طراحی و تولید می‌تواند تأثیرات بلندمدت و گسترده‌ای بر محیط زیست و جوامع محلی داشته باشد یکی از جنبه‌های مهم کتاب، تشویق به تفکر انتقادی و پرسشگری در مورد انتخاب‌های مربوط به مد و مصرف است. نویسنده سعی دارد مخاطبان را به این باور برساند که انتخاب لباس یا محصول نساجی تنها یک عمل خرید ساده نیست، بلکه یک تصمیم مسئولانه است که می‌تواند به پایداری یا تخریب محیط زیست کمک کند. از این رو، کتاب به مصرف‌کنندگان می‌آموزد که با توجه به منشاء مواد اولیه، شرایط تولید و چرخه عمر محصولات، خریدهای آگاهانه‌تری انجام دهند و به مصرف پایدارتر روی آورند.

یکی دیگر از اهداف مهم کتاب، ترویج همکاری و همبستگی میان تمامی ذینفعان در صنعت مد و نساجی است. نویسنده معتقد است که برای دستیابی به یک سیستم پایدار، همکاری فعال بین طراحان، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و حتی سیاست‌گذاران ضروری است. این همکاری می‌تواند به ایجاد یک زنجیره ارزش پایدار و منسجم کمک کند که در آن همه نقش‌ها به‌طور هماهنگ برای کاهش اثرات منفی و ارتقای تأثیرات مثبت فعالیت کنند.

در نهایت، کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به‌عنوان یک منبع الهام‌بخش و کاربردی برای افرادی که به دنبال تغییر در صنعت مد هستند، عمل می‌کند. این اثر نه تنها به طراحان و تولیدکنندگان کمک می‌کند تا فرآیندهای تولید خود را بهبود بخشند، بلکه مصرف‌کنندگان را نیز به انتخاب‌های آگاهانه‌تر و مسئولانه‌تر در زمینه مد تشویق می‌کند. نویسنده با طرح پرسش‌های کلیدی و ارائه راه‌حل‌های عملی، خوانندگان را به سمت ایجاد تغییرات مثبت و پایداری در هر مرحله از زنجیره تولید و مصرف هدایت می‌کند.



در فصل اول کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی»، نویسنده، کیت فلچر، به بررسی جامع و عمیق انواع مختلف الیاف طبیعی و مصنوعی که در صنعت نساجی مورد استفاده قرار می‌گیرند، می‌پردازد. این فصل به عنوان مقدمه‌ای برای درک بهتر از مواد اولیه در صنعت مد و نساجی عمل می‌کند و به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با ویژگی‌ها، مزایا و معایب هر نوع الیاف آشنا شوند.

نویسنده در این بخش به معرفی الیاف مختلف می‌پردازد، از جمله الیاف طبیعی مانند پنبه، پشم، کنف و ابریشم، و الیاف مصنوعی مانند پلی‌استر و نایلون. هر یک از این الیاف دارای ویژگی‌های خاصی هستند که بر روی عملکرد و تأثیرات زیست‌محیطی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، پنبه به عنوان یک الیاف طبیعی با قابلیت تنفس و راحتی شناخته می‌شود، در حالی که پلی‌استر به دلیل مقاومت و دوام بالایش مورد توجه قرار می‌گیرد.

یکی از موضوعات کلیدی در این فصل، مقایسه میزان مصرف انرژی و آب در فرآیند تولید الیاف مختلف است. این مقایسه به خوانندگان کمک می‌کند تا درک بهتری از تأثیرات زیست‌محیطی تولید هر نوع الیاف داشته باشند. به‌ویژه، فلچر به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه انتخاب الیاف می‌تواند بر روی منابع طبیعی و محیط زیست تأثیر بگذارد و چه اقداماتی می‌توان برای کاهش این تأثیرات انجام داد.

کتاب همچنین به بررسی اثرات زیست‌محیطی مصرف منسوجات در اروپا می‌پردازد. این بخش شامل تحلیل داده‌های مربوط به آلودگی، تولید زباله و مصرف منابع در نتیجه استفاده از پوشاک و منسوجات است. این اطلاعات به خوانندگان کمک می‌کند تا با چالش‌های زیست‌محیطی ناشی از صنعت مد آشنا شوند و اهمیت انتخاب مواد پایدارتر را درک کنند.

فلچر در این فصل به تحلیل هزینه‌های زیست‌محیطی مراحل مختلف چرخه عمر یک تی‌شرت پنبه‌ای می‌پردازد. این تحلیل شامل مراحل تولید، توزیع، استفاده و پایان عمر محصول است و به خوانندگان نشان می‌دهد که چگونه هر مرحله می‌تواند بر روی محیط زیست تأثیر بگذارد. این بررسی به درک بهتر از تأثیرات کلی صنعت مد بر محیط زیست کمک می‌کند.

در نهایت، نویسنده به معرفی الیاف جایگزین پایدارتر مانند پنبه ارگانیک، پشم ارگانیک، کنف و ابریشم طبیعی می‌پردازد. این الیاف نه تنها دارای ویژگی‌های زیست‌محیطی

بهتری هستند، بلکه می‌توانند به عنوان گزینه‌های مناسبی برای طراحان و تولیدکنندگان مد در راستای دستیابی به پایداری مورد استفاده قرار گیرند. این بخش به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با انتخاب‌های بهتری در زمینه مواد اولیه، به کاهش اثرات منفی صنعت مد بر محیط زیست کمک کنند.

فصل اول کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به عنوان یک مقدمه جامع به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با تنوع مواد در صنعت نساجی آشنا شوند و اهمیت انتخاب الیاف پایدارتر را درک کنند. این فصل نه تنها به بررسی ویژگی‌های مختلف الیاف می‌پردازد، بلکه تأثیرات زیست‌محیطی آن‌ها را نیز تحلیل می‌کند و راهکارهایی برای دستیابی به پایداری ارائه می‌دهد.

فصل ۲: تولید اخلاقی

فصل دوم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی مسائل اخلاقی و اجتماعی در زنجیره تأمین صنعت نساجی می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که درک عمیق‌تری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این صنعت داشته باشند و به اهمیت تولید اخلاقی و پایدار توجه کنند.

نویسنده در این بخش نقشه‌ای از فرآیندها، ورودی‌ها و خروجی‌های کلیدی در زنجیره تولید منسوجات ارائه می‌دهد. این نقشه به وضوح نشان می‌دهد که چگونه مواد اولیه به محصولات نهایی تبدیل می‌شوند و چه عواملی در این فرآیند نقش دارند. این تحلیل به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند که هر مرحله از تولید می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر روی محیط زیست و جامعه داشته باشد.

یکی از موضوعات مهم در این فصل، بررسی آلودگی‌های مختلفی است که به فرآیند

رنگرزی الیاف مرتبط می‌شود. رنگرزی یکی از مراحل کلیدی در تولید منسوجات است که می‌تواند به آلودگی آب و خاک و همچنین آسیب به اکوسیستم‌ها منجر شود. نویسنده به بررسی روش‌های سنتی و مدرن رنگرزی و تأثیرات زیست‌محیطی آن‌ها می‌پردازد و به اهمیت استفاده از روش‌های پایدارتر اشاره می‌کند.



کتاب همچنین به تحولات اخیر در شیمی رنگ‌ها و مواد شیمیایی مورد استفاده در فرآیند رنگ‌رزی می‌پردازد. این تحولات شامل استفاده از رنگ‌های طبیعی و مواد شیمیایی کم‌خطرتر است که می‌تواند به کاهش اثرات منفی بر محیط زیست کمک کند. این بخش به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با نوآوری‌ها و پیشرفت‌های جدید در این حوزه آشنا شوند.

نویسنده به بررسی مفهوم حلقه‌های بازخورد منفی و مثبت در زمینه پایداری می‌پردازد. حلقه‌های بازخورد منفی به وضعیتی اشاره دارند که در آن اقدامات یک بخش از زنجیره تأمین می‌تواند به نتایج منفی برای بخش‌های دیگر منجر شود. در مقابل، حلقه‌های بازخورد مثبت به اقداماتی اشاره دارند که می‌توانند به بهبود شرایط و افزایش پایداری کمک کنند. این تحلیل به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند چگونه می‌توانند با ایجاد تغییرات مثبت در زنجیره تأمین، به بهبود وضعیت کلی صنعت نساجی کمک کنند.

فصل دوم همچنین به نقش سازمان‌های غیردولتی در حمایت از صنایع دستی و حرف سنتی می‌پردازد. این سازمان‌ها به عنوان نهادهایی کلیدی در ترویج پایداری و اخلاق در صنعت مد و نساجی عمل می‌کنند. نویسنده به بررسی پروژه‌ها و ابتکاراتی می‌پردازد که این سازمان‌ها برای حمایت از تولیدکنندگان محلی و حفظ فرهنگ‌های سنتی انجام می‌دهند.

در نهایت، نویسنده به اهمیت شفافیت در زنجیره تأمین و استفاده از برچسب‌های شفافیت می‌پردازد. شفافیت به مصرف‌کنندگان این امکان را می‌دهد که از منبع محصولات خود آگاه شوند و انتخاب‌های آگاهانه‌تری داشته باشند. این بخش به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند چگونه می‌توانند از طریق انتخاب‌های خود به تأثیرگذاری بر روی صنعت مد و نساجی کمک کنند.

فصل دوم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی جامع مسائل اخلاقی و اجتماعی در زنجیره تأمین صنعت نساجی می‌پردازد و به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این صنعت آشنا شوند. این فصل به ترویج تولید اخلاقی و پایدار توجه دارد و به اهمیت شفافیت و مسئولیت اجتماعی در صنعت مد و نساجی تأکید می‌کند.



فصل ۳: اهمیت مرحله استفاده

فصل سوم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی اهمیت مرحله استفاده از پوشاک و منسوجات می‌پردازد. برخلاف رویکردهای معمول که بیشتر بر مراحل تولید تأکید دارند، این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که نقش حیاتی مرحله استفاده را در چرخه عمر محصولات درک کنند. نویسنده، کیت فلچر، به تحلیل این مرحله و تأثیرات آن بر پایداری و محیط زیست می‌پردازد.

یکی از موضوعات کلیدی در این فصل، بررسی سهم نسبی مراحل مختلف چرخه عمر یک محصول در تأثیرات زیست‌محیطی آن است. فلچر به تحلیل این موضوع می‌پردازد که چگونه هر مرحله از چرخه عمر، از تولید تا استفاده و پایان عمر، می‌تواند اثرات متفاوتی بر محیط زیست داشته باشد. این تحلیل به خوانندگان کمک می‌کند تا درک کنند که مرحله استفاده نه تنها به عنوان یک مرحله پایانی، بلکه به عنوان یک مرحله کلیدی در تعیین تأثیرات کلی یک محصول بر محیط زیست عمل می‌کند.

نویسنده در این فصل به بررسی انواع نوآوری‌های طراحی پایدار می‌پردازد که می‌تواند به کاهش اثرات منفی محیط زیستی کمک کند. این نوآوری‌ها شامل طراحی لباس‌هایی هستند که به راحتی تعمیر و نگهداری می‌شوند، همچنین لباس‌های چندمنظوره که می‌توانند در شرایط مختلف مورد استفاده قرار گیرند. این رویکردها به طراحان این امکان را می‌دهد که با ایجاد محصولاتی که طول عمر بیشتری دارند، به کاهش مصرف منابع و تولید زباله کمک کنند.

فلچر به طور خاص به طراحی لباس‌های کم‌شست‌وشو و چندمنظوره اشاره می‌کند. این نوع طراحی به مصرف‌کنندگان این امکان را می‌دهد که نیاز به شست‌وشوی مکرر را کاهش دهند، که خود به کاهش مصرف آب و انرژی منجر می‌شود. همچنین، لباس‌های چندمنظوره می‌توانند به کاهش نیاز به خرید لباس‌های جدید کمک کنند و در نتیجه اثرات زیست‌محیطی ناشی از تولید و مصرف را کاهش دهند.

نویسنده همچنین به تأثیر رفتار مصرف‌کننده در پایداری محصولات می‌پردازد. این بخش به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه انتخاب‌ها و رفتارهای مصرف‌کنندگان می‌تواند بر روی چرخه عمر محصولات و تأثیرات زیست‌محیطی آن‌ها تأثیر بگذارد. به عنوان مثال، مصرف‌کنندگانی که به خرید لباس‌های پایدار و با کیفیت توجه دارند، می‌توانند به کاهش تقاضا برای محصولات با کیفیت پایین و غیرپایدار کمک کنند. این رفتارها نه تنها تأثیرات مثبت بر روی محیط زیست دارند، بلکه می‌توانند به تغییرات



فرهنگی در صنعت مد و نساجی نیز منجر شوند.

فصل سوم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به خوانندگان این امکان را می‌دهد که اهمیت مرحله استفاده از پوشاک و منسوجات را درک کنند و به تأثیرات آن بر محیط زیست و پایداری توجه کنند. این فصل به بررسی نوآوری‌های طراحی پایدار و تأثیر رفتار مصرف‌کننده بر پایداری محصولات می‌پردازد و به خوانندگان کمک می‌کند تا با انتخاب‌های آگاهانه‌تر، به بهبود وضعیت محیط زیست و صنعت مد کمک کنند. این رویکرد جامع و نوآورانه به خوانندگان این امکان را می‌دهد که نه تنها به عنوان مصرف‌کنندگان، بلکه به عنوان افرادی مسئول در ایجاد تغییرات مثبت در صنعت مد و نساجی عمل کنند.

فصل ۴: بازیافت و تبادل منابع

فصل چهارم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به موضوعات مهمی چون بازیافت، استفاده مجدد و تبادل منابع در صنعت نساجی می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با راهکارهای نوین و پایدار برای مدیریت منابع و کاهش زباله‌ها در این صنعت آشنا شوند. نویسنده، کیت فلچر، در این فصل به بررسی ایده‌های

طراحان این امکان را می‌دهد که با استفاده از الگوهای بهینه، از ایجاد ضایعات در فرآیند تولید جلوگیری کنند. طراحی بدون ضایعات به معنای ایجاد الگوهایی است که تمام مواد اولیه را به طور کامل



کلیدی و تجربیات موفق در زمینه بازیافت و استفاده مجدد می‌پردازد. نویسنده در این بخش به معرفی مفاهیم طراحی بدون ضایعات (Zero Waste Design) می‌پردازد. این رویکرد به

مورد استفاده قرار می‌دهند و در نتیجه، زباله‌های تولیدی را به حداقل می‌رسانند. این رویکرد نه تنها به کاهش اثرات زیست‌محیطی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها نیز منجر شود.

فلچر به طراحی محصولات قابل بازیافت و استفاده مجدد نیز اشاره می‌کند.



این نوع طراحی به مصرف‌کنندگان این امکان را می‌دهد که پس از پایان عمر یک محصول، آن را به چرخه تولید بازگردانند یا به گونه‌ای دیگر مورد استفاده قرار دهند. طراحی محصولات با قابلیت بازیافت به طراحان این امکان را می‌دهد که از مواد اولیه‌ای استفاده کنند که به راحتی قابل بازیافت هستند، و این امر به کاهش زباله‌ها و حفظ منابع طبیعی کمک می‌کند.

فصل چهارم همچنین به تجربیات برندهای مختلف در زمینه بازیافت و استفاده مجدد می‌پردازد. نویسنده به بررسی نمونه‌های موفق از برندهایی می‌پردازد که با استفاده از روش‌های نوآورانه، توانسته‌اند به کاهش زباله و افزایش پایداری دست یابند. این برندها معمولاً از تکنیک‌های مختلفی مانند جمع‌آوری لباس‌های قدیمی، بازسازی و طراحی مجدد آن‌ها، و استفاده از مواد بازیافتی در تولید محصولات جدید استفاده می‌کنند. این تجربیات به عنوان الگوهایی برای دیگر برندها و طراحان در نظر گرفته می‌شوند.

نویسنده در این فصل به پتانسیل‌های تبادل منابع و همکاری‌های بین‌بخشی نیز اشاره می‌کند. این مفهوم به معنای ایجاد شبکه‌هایی از تولیدکنندگان، طراحان و مصرف‌کنندگان است که می‌توانند منابع را به اشتراک بگذارند و از یکدیگر یاد بگیرند. این نوع همکاری‌ها می‌تواند به بهبود فرآیندهای تولید و کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی کمک کند. به عنوان مثال، برندها می‌توانند با یکدیگر همکاری کنند تا مواد اولیه را به طور مشترک تأمین کنند یا با سازمان‌های محلی برای جمع‌آوری و بازیافت محصولات همکاری کنند. فصل چهارم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی جامع موضوعات بازیافت و تبادل منابع در صنعت نساجی می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با راهکارهای نوین و پایدار برای مدیریت منابع و کاهش زباله‌ها آشنا شوند. با تأکید بر طراحی بدون ضایعات، محصولات قابل بازیافت و تجربیات موفق برندها، این فصل به ترویج تفکر نوآورانه و همکاری‌های بین‌بخشی در راستای دستیابی به پایداری در صنعت مد و نساجی کمک می‌کند. این رویکردها نه تنها به حفظ محیط زیست کمک می‌کنند، بلکه می‌توانند به ایجاد یک صنعت مد و نساجی پایدارتر و مسئولانه‌تر منجر شوند.

فصل ۵: مد، نیازها و مصرف

فصل پنجم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی عمیق ارتباط بین مد و نیازهای انسانی می‌پردازد. این فصل به خوانندگان کمک می‌کند تا درک بهتری از چگونگی تأثیر نیازهای اساسی انسان بر مصرف مد و همچنین چالش‌های مربوط به

فرهنگ مصرف و راهکارهای تغییر آن پیدا کنند. نویسنده، کیت فلچر، در این فصل به تحلیل رفتار مصرف‌کننده و مفهوم «مد پایدار» می‌پردازد و به بررسی راهکارهایی برای پاسخگویی به نیازهای انسانی بدون آسیب به محیط زیست می‌پردازد.

نویسنده در این بخش به تحلیل نیازهای اساسی انسان، از جمله نیازهای فیزیولوژیکی، اجتماعی و روانی می‌پردازد و بررسی می‌کند که چگونه این نیازها بر رفتار مصرف‌کننده و انتخاب‌های مد تأثیر می‌گذارند. فلچر به این نکته اشاره می‌کند که مد نه تنها به عنوان یک وسیله برای پوشش، بلکه به عنوان ابزاری برای ابراز هویت و ارتباط اجتماعی نیز عمل می‌کند. این تحلیل به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند که چگونه نیازهای انسانی می‌توانند به شکل‌گیری روندهای مد و مصرف منجر شوند و چه تأثیراتی بر روی محیط زیست دارند.

در این فصل، نویسنده به بررسی رفتار مصرف‌کننده و تأثیر آن بر پایداری می‌پردازد. این بخش شامل تحلیل عواملی است که بر تصمیم‌گیری‌های مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد، از جمله فرهنگ، تبلیغات و دسترسی به اطلاعات. فلچر به این نکته اشاره می‌کند که رفتار مصرف‌کننده می‌تواند به عنوان یک نیروی قوی در ترویج پایداری عمل کند، به شرطی که مصرف‌کنندگان از گزینه‌های پایدار آگاه باشند و به آن‌ها دسترسی داشته باشند. این تحلیل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که بفهمند چگونه می‌توانند به عنوان مصرف‌کنندگان مسئول، تأثیر مثبتی بر روی صنعت مد و محیط زیست بگذارند. فلچر به مفهوم «مد پایدار» می‌پردازد و بررسی می‌کند که چگونه این مفهوم می‌تواند به نیازهای انسانی پاسخ دهد بدون اینکه به محیط زیست آسیب برساند. این بخش شامل بررسی رویکردهای مختلفی است که می‌تواند به ایجاد مد پایدار کمک کند، از جمله استفاده از مواد اولیه پایدار، طراحی محصولات با طول عمر بالا و ترویج رفتارهای مصرفی مسئولانه. نویسنده به این نکته تأکید می‌کند که مد پایدار باید به گونه‌ای طراحی شود که نه تنها به نیازهای فیزیکی بلکه به نیازهای اجتماعی و فرهنگی نیز پاسخ دهد.

در نهایت، نویسنده به چالش‌های مربوط به فرهنگ مصرف می‌پردازد و راهکارهایی برای تغییر این فرهنگ ارائه می‌دهد. فلچر به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه فرهنگ مصرف می‌تواند به ایجاد رفتارهای غیرپایدار منجر شود و چه اقداماتی می‌تواند برای تغییر این رفتارها انجام داد. این بخش شامل بررسی نقش آموزش، تبلیغات و رسانه‌ها در شکل‌دهی به فرهنگ مصرف است و به اهمیت ترویج آگاهی و مسئولیت



اجتماعی در بین مصرف‌کنندگان تأکید می‌کند.

فصل پنجم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با ارتباط بین مد و نیازهای انسانی آشنا شوند و تأثیرات آن بر محیط زیست را درک کنند. این فصل به بررسی رفتار مصرف‌کننده، مفهوم مد پایدار و چالش‌های مربوط به فرهنگ مصرف می‌پردازد و به خوانندگان کمک می‌کند تا با انتخاب‌های آگاهانه‌تر، به بهبود وضعیت محیط زیست و صنعت مد کمک کنند. این رویکرد جامع و نوآورانه به خوانندگان این امکان را می‌دهد که نه تنها به عنوان مصرف‌کنندگان، بلکه به عنوان افرادی مسئول در ایجاد تغییرات مثبت در صنعت مد و نساجی عمل کنند.

فصل ۶: محلی و سبک

فصل ششم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی اهمیت تولید محلی و سبک‌های زندگی پایدار می‌پردازد. این فصل به خوانندگان کمک می‌کند تا با مزایای تولید محلی و تأثیرات آن بر محیط زیست و جامعه آشنا شوند و همچنین به تحلیل چگونگی تأثیر سبک‌های زندگی پایدار بر انتخاب‌های مد می‌پردازد. نویسنده، کیت فلچر، در این فصل به پروژه‌ها و برندهای محلی که به پایداری توجه دارند و نقش فرهنگ و هویت محلی در طراحی و تولید مد می‌پردازد.

نویسنده در این بخش به بررسی مزایای تولید محلی می‌پردازد و تأکید می‌کند که تولید محلی می‌تواند به کاهش اثرات زیست‌محیطی کمک کند. این نوع تولید معمولاً شامل استفاده از منابع محلی، کاهش فاصله حمل و نقل و حمایت از اقتصادهای محلی است. فلچر به این نکته اشاره می‌کند که تولید محلی می‌تواند به کاهش انتشار کربن و مصرف انرژی کمک کند و در عین حال به حفظ فرهنگ‌های محلی و صنایع دستی نیز توجه داشته باشد. این بخش به خوانندگان این امکان را می‌دهد که بفهمند چگونه انتخاب‌های محلی می‌تواند به بهبود وضعیت محیط زیست و جامعه کمک کند.

فلچر به تحلیل سبک‌های زندگی پایدار می‌پردازد و بررسی می‌کند که چگونه این سبک‌ها می‌توانند بر انتخاب‌های مد تأثیر بگذارند. این بخش شامل بررسی رفتارهای مصرفی، ارزش‌ها و اولویت‌های افرادی است که به دنبال زندگی پایدار هستند. نویسنده به این نکته تأکید می‌کند که سبک‌های زندگی پایدار می‌توانند به تغییر در الگوهای مصرف و انتخاب‌های مد منجر شوند و به ترویج رفتارهای مسئولانه در صنعت مد کمک کنند. این تحلیل به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند چگونه می‌توانند با انتخاب‌های آگاهانه‌تر به ایجاد تغییرات مثبت در صنعت مد کمک کنند.

فصل ششم همچنین به معرفی پروژه‌ها و برندهای محلی که به پایداری توجه دارند می‌پردازد. فلچر به بررسی نمونه‌هایی از برندهای محلی می‌پردازد که با استفاده از مواد اولیه محلی و تکنیک‌های تولید پایدار، به ایجاد محصولات با کیفیت و پایدار پرداخته‌اند. این برندها معمولاً به حفظ فرهنگ‌های محلی و صنایع دستی توجه می‌کنند و به عنوان الگوهایی برای دیگر تولیدکنندگان عمل می‌کنند. این بخش به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با نمونه‌های موفق از تولید محلی آشنا شوند و الهام بگیرند. نویسنده در این بخش به بررسی نقش فرهنگ و هویت محلی در طراحی و تولید مد می‌پردازد. فلچر تأکید می‌کند که طراحی مد باید به فرهنگ و هویت محلی احترام بگذارد و از آن الهام بگیرد. این رویکرد می‌تواند به ایجاد محصولات منحصر به فرد و با کیفیت کمک کند که نه تنها به نیازهای مصرف‌کنندگان پاسخ می‌دهند، بلکه به حفظ فرهنگ‌های محلی و هویت‌های اجتماعی نیز کمک می‌کنند. این بخش به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند چگونه می‌توانند از فرهنگ و هویت محلی در طراحی و تولید مد بهره‌برداری کنند.

فصل ششم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی جامع اهمیت تولید محلی و سبک‌های زندگی پایدار می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با مزایای تولید محلی، تأثیر سبک‌های زندگی پایدار بر انتخاب‌های مد، و نقش فرهنگ و هویت محلی در طراحی و تولید آشنا شوند. این رویکرد جامع به خوانندگان کمک می‌کند تا با انتخاب‌های آگاهانه‌تر، به بهبود وضعیت محیط زیست و ترویج مد پایدار کمک کنند. این فصل نه تنها به ترویج تولید محلی و پایداری توجه دارد، بلکه به اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و هویت‌های محلی در صنعت مد نیز تأکید می‌کند.

فصل ۷: سرعت

فصل هفتم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی مفهوم سرعت در صنعت مد و تأثیرات آن بر پایداری می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با چالش‌های ناشی از «مد سریع» و فرصت‌های موجود برای ترویج «مد آهسته» آشنا شوند. نویسنده، کیت فلچر، در این فصل به تحلیل اثرات سرعت بر محیط زیست و جامعه و همچنین به بررسی نمونه‌های موفق از برندهایی که به کاهش سرعت تولید و مصرف توجه کرده‌اند، می‌پردازد.

نویسنده در این بخش به تحلیل مفهوم «مد سریع» می‌پردازد و تأثیرات آن بر محیط زیست و جامعه را بررسی می‌کند. مد سریع به تولید انبوه و سریع لباس‌ها و منسوجات اشاره دارد که معمولاً با هدف پاسخگویی به تقاضای فوری مصرف‌کنندگان انجام می‌شود. فلچر به این نکته اشاره می‌کند که این نوع تولید می‌تواند منجر به افزایش زباله، مصرف بی‌رویه منابع و آلودگی‌های زیست‌محیطی شود. همچنین، تأثیرات اجتماعی منفی مانند شرایط کاری نامناسب در کارخانه‌ها و بهره‌کشی از کارگران نیز از دیگر پیامدهای مد سریع است. این تحلیل به خوانندگان کمک می‌کند تا درک بهتری از چالش‌های ناشی از سرعت در صنعت مد پیدا کنند.

فلچر به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای کاهش سرعت تولید و مصرف می‌پردازد. این بخش شامل تحلیل موانع موجود در مسیر ترویج مد آهسته و تولید پایدار است. به عنوان مثال، فشارهای بازار و تقاضای بالا برای محصولات جدید می‌تواند مانع از تغییرات پایدار شود. با این حال، نویسنده همچنین به فرصت‌هایی اشاره می‌کند که می‌تواند به کاهش سرعت تولید و مصرف کمک کند، از جمله افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان، ترویج فرهنگ خرید مسئولانه و حمایت از برندهای پایدار. این تحلیل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با راهکارهای عملی برای کاهش سرعت در صنعت مد آشنا شوند.

نویسنده در این بخش به مفهوم «مد آهسته» می‌پردازد و بررسی می‌کند که چگونه این رویکرد می‌تواند به عنوان یک راهکار پایدار عمل کند. مد آهسته به تولید و مصرف لباس‌ها و منسوجات با کیفیت و با دقت بیشتر اشاره دارد که به نیازهای واقعی مصرف‌کنندگان پاسخ می‌دهد و در عین حال به حفظ محیط زیست و فرهنگ‌های محلی توجه دارد. فلچر به این نکته تأکید می‌کند که مد آهسته می‌تواند به کاهش زباله و افزایش طول عمر محصولات کمک کند و به ترویج رفتارهای مصرفی مسئولانه منجر شود. این بخش به خوانندگان کمک می‌کند تا با اصول مد آهسته آشنا شوند و راهکارهایی برای ترویج آن در زندگی روزمره خود پیدا کنند.

فصل هفتم همچنین به بررسی نمونه‌های موفق از برندهایی می‌پردازد که به کاهش سرعت تولید و مصرف توجه کرده‌اند. فلچر به تحلیل تجربیات برندهایی می‌پردازد که با استفاده از رویکردهای پایدار و مد آهسته، توانسته‌اند به موفقیت‌های چشمگیری دست یابند. این برندها معمولاً بر روی کیفیت، طراحی منحصر به فرد و ارتباط نزدیک با مصرف‌کنندگان تمرکز دارند و به عنوان الگوهایی برای دیگر تولیدکنندگان عمل می‌کنند.



این بخش به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با نمونه‌های عملی از تغییرات مثبت در صنعت مد آشنا شوند و الهام بگیرند.

فصل هفتم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی جامع مفهوم سرعت در صنعت مد و تأثیرات آن بر پایداری می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای کاهش سرعت تولید و مصرف آشنا شوند و به اهمیت ترویج مد آهسته به عنوان یک راهکار پایدار توجه کنند. با تأکید بر تحلیل «مد سریع»، بررسی چالش‌ها و فرصت‌ها، و معرفی نمونه‌های موفق، این فصل به ترویج تفکر نوآورانه و مسئولانه در صنعت مد کمک می‌کند و به خوانندگان این امکان را می‌دهد که به عنوان مصرف‌کنندگان آگاه، تأثیر مثبتی بر محیط زیست و جامعه بگذارند.

فصل ۸: کاربر-سازنده

فصل پایانی کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به بررسی نقش کاربران به عنوان سازندگان و مشارکت‌کنندگان در فرآیند طراحی و تولید مد می‌پردازد. این فصل به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با مفهوم «کاربر-سازنده» و تأثیر آن بر پایداری آشنا شوند و همچنین به تحلیل پروژه‌های مشارکتی که کاربران را در فرآیند طراحی دخیل می‌کنند، بپردازند. نویسنده، کیت فلچر، در این فصل به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای ایجاد ارتباط نزدیک‌تر بین طراحان و مصرف‌کنندگان و تأثیر این رویکرد بر نوآوری و پایداری در صنعت مد می‌پردازد.

نویسنده در این بخش به بررسی مفهوم «کاربر-سازنده» می‌پردازد، که به معنای مشارکت فعال کاربران در فرآیند طراحی و تولید است. این مفهوم به کاربران این امکان را می‌دهد که نه تنها مصرف‌کنندگان، بلکه سازندگان و طراحان نیز باشند. فلچر تأکید می‌کند که این رویکرد می‌تواند به افزایش پایداری منجر شود، زیرا کاربران با درک عمیق‌تری از نیازهای خود و تأثیرات محصولات بر محیط زیست، می‌توانند به طراحی و تولید محصولات پایدارتر کمک کنند. این بخش به خوانندگان کمک می‌کند تا بفهمند چگونه می‌توانند به عنوان کاربران فعال، در فرآیند طراحی و تولید تأثیرگذار باشند.

فلچر به تحلیل پروژه‌های مشارکتی می‌پردازد که کاربران را در فرآیند طراحی دخیل می‌کنند. این پروژه‌ها معمولاً شامل همکاری بین طراحان و مصرف‌کنندگان است که به ایجاد محصولات منحصر به فرد و پاسخگو به نیازهای واقعی مصرف‌کنندگان منجر می‌شود. نویسنده به بررسی نمونه‌هایی از این پروژه‌ها می‌پردازد که در آن‌ها کاربران به عنوان



همکاران در فرآیند طراحی عمل می‌کنند و این همکاری می‌تواند به نوآوری‌های جدید و پایداری بیشتر در صنعت مد منجر شود.

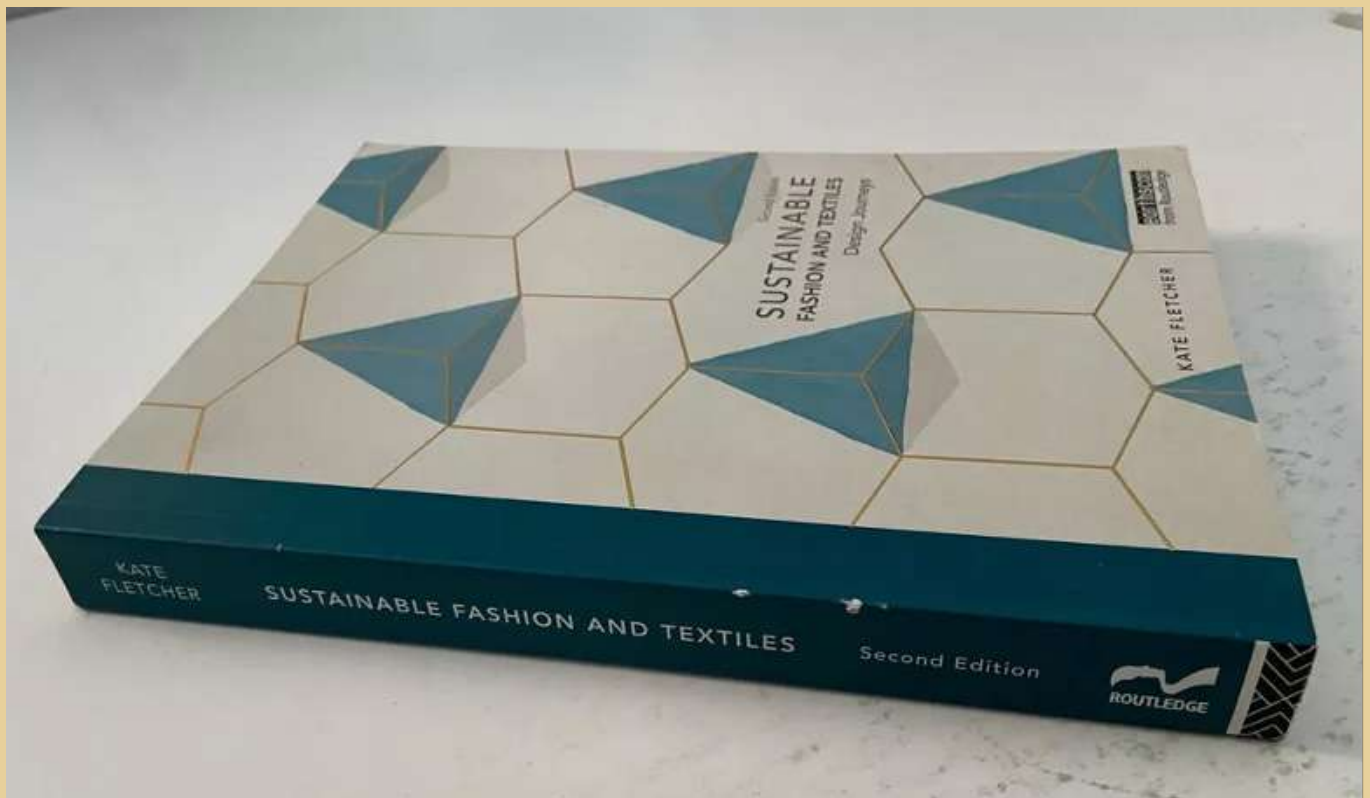
نویسنده در این بخش به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای ایجاد ارتباط نزدیک‌تر بین طراحان و مصرف‌کنندگان می‌پردازد. این ارتباط می‌تواند به بهبود فرآیند طراحی و تولید کمک کند و به طراحان این امکان را می‌دهد که به نیازها و خواسته‌های واقعی مصرف‌کنندگان پاسخ دهند. فلچر به چالش‌هایی اشاره می‌کند که ممکن است در این مسیر وجود داشته باشد، از جمله عدم آگاهی مصرف‌کنندگان از فرآیندهای طراحی و تولید و همچنین موانع فرهنگی و اجتماعی. با این حال، نویسنده همچنین به فرصت‌هایی اشاره می‌کند که می‌تواند به ایجاد این ارتباط نزدیک‌تر کمک کند، از جمله استفاده از فناوری‌های نوین و رسانه‌های اجتماعی برای تعامل بهتر با مصرف‌کنندگان.

در نهایت، فلچر به تأثیر این رویکرد بر نوآوری و پایداری در صنعت مد می‌پردازد. این بخش شامل بررسی این موضوع است که چگونه مشارکت کاربران در فرآیند طراحی می‌تواند به ایجاد محصولات جدید و پایداری منجر شود. نویسنده تأکید می‌کند که این رویکرد می‌تواند به ترویج تفکر خلاق و نوآورانه در صنعت مد کمک کند و به طراحان این امکان را می‌دهد که با در نظر گرفتن نیازهای واقعی مصرف‌کنندگان، به طراحی محصولات بهتری بپردازند. این تأثیرات نه تنها بر روی کیفیت محصولات، بلکه بر روی پایداری کلی صنعت مد نیز تأثیرگذار است.

فصل هشتم کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» به خوانندگان این امکان را می‌دهد که با مفهوم «کاربر-سازنده» و تأثیر آن بر پایداری آشنا شوند. این فصل به بررسی پروژه‌های مشارکتی، چالش‌ها و فرصت‌های موجود برای ایجاد ارتباط نزدیک‌تر بین طراحان و مصرف‌کنندگان و تأثیر این رویکرد بر نوآوری و پایداری در صنعت مد می‌پردازد. با تأکید بر مشارکت فعال کاربران، این فصل به ترویج تفکر نوآورانه و مسئولانه در صنعت مد کمک می‌کند و به خوانندگان این امکان را می‌دهد که به عنوان مصرف‌کنندگان آگاه، تأثیر مثبتی بر محیط زیست و جامعه بگذارند.

نتیجه‌گیری

کتاب «مد و نساجی پایدار: سفرهای طراحی» با بررسی جامع و عمیق موضوعات مختلف در زمینه پایداری، به طراحان، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کمک می‌کند تا درک بهتری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در صنعت مد داشته باشند. اثری ارزشمند و تاثیرگذار در زمینه پایداری در مد و نساجی است که با نگاهی جامع و نوآورانه، راه‌حل‌های عملی برای چالش‌های این صنعت ارائه می‌دهد. این کتاب برای هر کسی که به دنبال درک بهتر مسائل پایداری و ایده‌های نوین در طراحی و تولید پوشاک و منسوجات است، کتابی ضروری و خواندنی است و نه تنها به ارائه اطلاعات می‌پردازد، بلکه به ترویج تفکر انتقادی و نوآوری در طراحی پایدار نیز توجه دارد.



گردآورنده: گلشن حسینی موسی آبادی

«The True Cost»

«هزینه واقعی»

کارگردان: اندرو مورگان

سال ساخت: ۲۰۱۵

مدت زمان: ۹۲ دقیقه

مستند *The True Cost* به کارگردانی اندرو مورگان، نگاهی عمیق به پشت پرده صنعت مد جهانی می‌اندازد و تأثیرات ناگوار آن را بر کارگران، محیط زیست و مصرف‌کنندگان بررسی می‌کند. این مستند در تلاش است تا واقعیت‌های تلخی را که پشت لباس‌های زیبا و پرزرق و برق قرار دارد، به نمایش بگذارد و سؤالات مهمی را درباره هزینه‌های واقعی صنعت مد سریع (*Fast Fashion*) مطرح کند.

مستند از یک سمت با دوربین خود وارد نمایش‌های مد و فروشگاه‌های شیک و پر زرق و برق می‌شود، و از سوی دیگر مخاطب را به کارگاه‌های تولیدی کشورهای فقیر نظیر بنگلادش می‌برد. در بنگلادش، جایی که بسیاری از برندهای معروف جهان تولیدات خود را بر پایه کارگرانی با دستمزدهای ناچیز و شرایط کاری غیرانسانی بنا کرده‌اند، شاهد چهره‌ی دیگری از صنعت مد هستیم. کارگرانی که روزانه با حقوق بسیار پایین، بدون امنیت شغلی و در شرایطی ناایمن و سخت مشغول به کار هستند. حقوق این کارگران اغلب به کمتر از ۳ یا ۴ دلار در روز می‌رسد و آنها هیچ گزینه‌ای جز پذیرش این شرایط ندارند.

این شرایط سخت به دلیل سیستم اقتصادی ناعادلانه‌ای است که برندهای مد ایجاد کرده‌اند؛ سیستمی که بر پایه‌ی کاهش هزینه‌ها و افزایش سود برای برندها شکل گرفته و باعث شده تا کارخانه‌ها به رقابت برای ارائه قیمت‌های پایین‌تر بپردازند. در این رقابت، هزینه‌های پایین تنها بر دوش کارگران ستم‌دیده سنگینی می‌کند.



اما داستان این صنعت به شرایط کارگران محدود نمی‌شود. مستند *The True Cost* سپس به مزارع بزرگ پنبه در کشورهای فقیر مانند هند می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه کشاورزان با مشکلات فراوانی روبه‌رو هستند. استفاده از بذره‌های تراریخته و سموم شیمیایی نه تنها محیط زیست را به شدت آلوده کرده، بلکه سلامت بسیاری از کشاورزان و جوامع محلی را نیز به خطر انداخته است. این کشاورزان به شدت به شرکت‌های بزرگ کشاورزی وابسته شده‌اند و این وابستگی آنها را به ورطه نابودی کشانده است. برخی از آنها، به دلیل فشارهای مالی و بیماری‌های ناشی از سموم، به خودکشی روی آورده‌اند. به این ترتیب، چرخه‌ای از استثمار، آلودگی زیست‌محیطی و آسیب انسانی شکل گرفته که به قیمت‌های پایین لباس‌های مد روز مرتبط است.





در ادامه مستند، تمرکز به مصرف‌کنندگان معطوف می‌شود و به این سؤال مهم پاسخ می‌دهد که چگونه مدگرایی و مصرف‌گرایی بی‌رویه بر رفتار و زندگی مصرف‌کنندگان تأثیر گذاشته است. تبلیغات گسترده و وسوسه‌برانگیز برندهای مد، مصرف‌کنندگان را به خرید بیش از حد و بدون توجه به شرایط تولید محصولات تحریک می‌کند. این رفتار، اگرچه در ظاهر جذاب و بی‌ضرر به نظر می‌رسد، اما پیامدهای زیان‌باری برای انسان و محیط زیست به همراه دارد. مصرف‌کنندگان، بدون اینکه بدانند، به بخشی از چرخه‌ای تبدیل می‌شوند که با استثمار کارگران و تخریب محیط زیست تغذیه می‌شود.

مستند با پژوهش‌های جامع و مثال‌های فراوان نشان می‌دهد که برای متوقف کردن این چرخه مخرب، باید تغییرات عمیقی در تفکر مادی‌گرایانه و مصرف‌گرایانه‌ای که در دل نظام سرمایه‌داری شکل گرفته است، به وجود آید. The True Cost به وضوح نشان می‌دهد که تنها راه حل واقعی، تغییر در الگوهای مصرف و تولید، و حرکت به سمت مد پایدار و اخلاقی است. این مستند به ما یادآوری می‌کند که قیمت واقعی لباس‌های ارزان قیمت، بسیار بیشتر از آن چیزی است که ما در فروشگاه‌ها می‌پردازیم.

یکی از بخش‌های مهم مستند، فاجعه ریزش ساختمان رانا پلازا در بنگلادش است که در آن هزاران کارگر جان خود را از دست دادند. این حادثه نشان‌دهنده سطح بالای بی‌توجهی به امنیت کارگران در این صنعت است. همچنین مستند به مشکلات محیط زیستی مرتبط با صنایع نساجی می‌پردازد. بسیاری از کارخانه‌ها در فرایند تولید از مواد شیمیایی خطرناک استفاده می‌کنند که منجر به آلودگی گسترده محیط زیست و مشکلات جدی سلامتی در جوامع محلی می‌شود. به عنوان مثال، در برخی مناطق نزدیک به کارخانه‌های دباغی چرم، نرخ تولد نوزادان با ناهنجاری‌های جسمی و ذهنی به دلیل آلودگی‌های شیمیایی به طرز چشمگیری افزایش یافته است. با این حال، شرکت‌های بزرگ مد هیچ‌گاه مسئولیت این مشکلات را بر عهده نمی‌گیرند.

در بخش دیگری از مستند، داستان‌های تکان‌دهنده دیگری از جمله خودکشی کشاورزان هندی به دلیل بدهی‌های سنگین، مبارزات طبقه کارگر در کامبوج، و فاجعه‌های زیست‌محیطی ناشی از سموم شیمیایی مورد استفاده در کشاورزی مطرح می‌شود. این مسائل نشان می‌دهد که مد سریع یک تجارت فاسد است که تنها به سودآوری شرکت‌ها و سهامداران اهمیت می‌دهد، در حالی که کارگران، به ویژه زنان کشورهای در حال توسعه، به عنوان بردگان این سیستم قربانی می‌شوند.

در نهایت، مستند The True Cost این پیام را منتقل می‌کند که کشورهای در حال توسعه بیشترین آسیب را از این صنعت ناعادلانه می‌بینند و قربانی اقدامات غیراخلاقی شرکت‌های بزرگ مد می‌شوند. مستند با طرح این پرسش که «این لباس‌ها از کجا می‌آیند؟» از بینندگان می‌خواهد که در مورد تصمیمات خرید خود بیشتر فکر کنند و به مسئولیت اخلاقی خود در قبال شرایط تولید لباس‌ها آگاه باشند.

گردآورنده: شکیبا ناصری



طراحان مشهور

یکی از جریان‌های مهم و روبه‌رشد در صنعت مد، توجه به اصول پایدار، مک‌کارتنی و آیلین فیشر، نقش پیشرویی در این حوزه داشته‌اند. احترام به حقوق انسان‌ها و حیوانات، به شکلی نوآورانه

استلا مک‌کارتنی:

پیشگام مد وگان و پایدار

استلا مک‌کارتنی، متولد ۱۹۷۱ در لندن، از یک خانواده هنری و فعال حقوق حیوانات برخاست و از همان دوران کودکی به اصول زیست‌محیطی و اخلاقی علاقه‌مند شد. او پس از فارغ‌التحصیلی در رشته طراحی لباس، تجربه‌های گوناگونی کسب کرد و در سال ۲۰۰۱ خانه مد خود را تأسیس کرد. برند او به سرعت به یکی از نام‌های مطرح در دنیای مد تبدیل شد، اما آنچه مک‌کارتنی را از دیگران متمایز می‌کند، تعهد جدی او به اصول پایداری و مد وگان است.

اقدامات مهم در کارنامه مک‌کارتنی:

- ۲۰۰۴: همکاری با برند آدیداس، جایی که مک‌کارتنی با طراحی لباس‌های ورزشی پایدار و دوستدار محیط زیست، تلاش‌های خود را در راستای تغییرات مثبت در این حوزه آغاز کرد.
- ۲۰۰۸: انتشار اولین عطر وگان، که کاملاً از مواد گیاهی و بدون آزمایش بر روی حیوانات تهیه شده بود.
- ۲۰۱۱: ساخت اکسسوری‌های وگان که بدون استفاده از چرم یا پوست حیوانات طراحی و تولید شدند.
- ۲۰۱۲: طراحی لباس تیم المپیک لندن برای برند آدیداس، اقدامی که هم از لحاظ طراحی و هم از نظر پایداری تحسین‌برانگیز بود.
- ۲۰۱۶: ارائه مجموعه کامل لباس شنا با تأکید بر استفاده از مواد دوستدار محیط زیست.
- ۲۰۱۸: همکاری با استن اسمیت برای طراحی لباس ورزشی وگان و تأسیس خیریه‌ای برای حمایت از پروژه‌های مرتبط با پایداری.
- ۲۰۲۱: طراحی اولین کفش فوتبال وگان با همکاری آدیداس و پل پوگبا.
- ۲۰۲۲: معرفی اولین لباس و کیف لوکس ساخته شده از قارچ mycelium، که یکی از ابتکارهای خلاقانه در صنعت مد پایدار به شمار می‌آید.



حوزه مد پایدار

ی و مسئولیت اجتماعی است که برخی از طراحان برجسته، مانند استلا

. این طراحان با ترویج استفاده از مواد دوستدار محیط زیست و

ورانه مفاهیم مد و اخلاق را با هم تلفیق کرده اند

افتخارات برجسته
مک کارتنی:

مک کارتنی به دلیل تلاش‌های برجسته خود در زمینه

پایداری و نوآوری در صنعت مد، افتخارات متعددی کسب کرده است. او اولین طراح لباسی بود که روی جلد مجله Vogue آمریکا به عنوان چهره‌ای پیشرو در مد پایدار ظاهر شد. همچنین، او در نشست‌های جهانی محیط زیست و تغییرات اقلیمی شرکت کرده و از سوی سازمان‌های بین‌المللی به دلیل خدماتش به حوزه پایداری و حقوق حیوانات مورد تقدیر قرار گرفته است.

از جمله افتخارات ویژه او، دریافت نشان CBE (فرمانده امپراتوری بریتانیا) است که به دلیل خدمات چشمگیرش در زمینه مد و پایداری به او اعطا شد. وی همچنین به عضویت در بنیان‌گذاری سازمان‌های زیست‌محیطی مانند SOS درآمده و پروژه‌هایی مرتبط با کشاورزی پایدار و محصولات بیوسکوئین (Biosequins) را معرفی کرده است.

گسترش برند مک کارتنی:



امروزه برند استلا مک کارتنی به‌عنوان یک نام پیشرو در حوزه مد پایدار، مجموعه متنوعی از لباس‌های زنانه ready-to-wear، لباس‌های unisex، لباس کودک، لباس‌های زیر زنانه، اکسسوری‌ها و لباس‌های ورزشی را ارائه می‌دهد. او با ۴۸ فروشگاه تحت مالکیت مستقیم و ۲۱ فروشگاه غیرمستقیم، تأثیر بسزایی بر صنعت مد جهانی دارد و همچنان به پیشبرد اصول پایداری ادامه می‌دهد.

مک کارتنی با تلفیق هنر طراحی لباس با مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی، الگویی موفق برای دیگر طراحان و فعالان این حوزه ایجاد کرده است. او به‌طور مداوم در حال نوآوری و ارائه راهکارهای جدید برای بهبود زنجیره تأمین مد و کاهش تأثیرات منفی این صنعت بر محیط زیست است.

آیلین فیشر:

پیشگام مد پایدار و دوستدار محیط زیست

می‌برند. این شیوه‌ها به کاهش کربن و بازیابی سلامت خاک کمک می‌کند و به مبارزه با تغییرات آب و هوایی می‌پردازد. ۲. پشم مسئول: فیشر از کشاورزانی حمایت می‌کند که رفاه حیوانات و مدیریت زمین را رعایت می‌کنند. این نوع پشم نه تنها به حفظ محیط زیست کمک می‌کند، بلکه شرایط بهتری را برای حیوانات فراهم می‌آورد.

۳. فیبر درختی: او از فیبرهایی استفاده می‌کند که انرژی، آب و مواد شیمیایی کمتری نیاز دارند و تولید آن‌ها به نابودی درختان کهنسال منجر نمی‌شود.

۴. پنبه ارگانیک: استفاده از پنبه ارگانیک به معنای کاهش استفاده از مواد شیمیایی مضر و تأثیرات منفی آن بر محیط زیست است.

۵. لنین ارگانیک: این ماده به‌عنوان یک گزینه پایدار در طراحی لباس‌ها مطرح می‌شود، زیرا در فرآیند تولید آن نسبت به پنبه، آب و انرژی کمتری مصرف می‌شود. ۶. الیاف بازیافتی: او به شدت بر روی استفاده از الیاف بازیافتی تأکید دارد که به کاهش زباله‌ها و حفاظت از منابع طبیعی کمک می‌کند.

تجدید خرید: آیلین فیشر معتقد است که خرید لباس‌های باکیفیت و استفاده طولانی‌مدت از آن‌ها، می‌تواند به کاهش

آیلین فیشر، طراح لباس آمریکایی و از چهره‌های تاثیرگذار در صنعت مد پایدار، در سال ۱۹۵۱ به دنیا آمد. او نه تنها به طراحی لباس‌های زیبا و شیک شهرت دارد، بلکه به عنوان یک فعال محیط زیست، تلاش‌های قابل توجهی را در جهت کاهش تأثیرات منفی صنعت مد بر روی سیاره انجام داده است. در سال ۲۰۰۹، او لاین معروف «آیلین سبز» را راه‌اندازی کرد که به طور خاص بر روی استفاده از مواد سازگار با محیط زیست، تجارت منصفانه و طراحی دایره‌ای تمرکز دارد. این لاین، به طور جدی به افزایش عمر لباس‌ها و کاهش هدررفت منابع کمک می‌کند.

رویکرد آیلین فیشر به پایداری

آیلین فیشر در وبسایت خود درباره پایداری در سه بخش اصلی صحبت کرده است:

طراحی پایدار، تجدید خرید، و جلوگیری از هدر رفتن منابع. هر یک از این بخش‌ها نشان‌دهنده تعهد او به حفظ محیط زیست و ارتقاء آگاهی عمومی در زمینه مد پایدار است.

طراحی پایدار: در طراحی پایدار، فیشر از مواد متنوع و سازگار با طبیعت استفاده می‌کند که به شرح زیر هستند:

۱. پشم احیاکننده: او با کشاورزانی همکاری می‌کند که از شیوه‌های چرای جامع بهره



این محصولات پایدار خواهند بود. آیلین فیشر با رویکرد مبتکرانه خود در طراحی مد پایدار، نه تنها الگویی برای دیگر طراحان و برندها ایجاد کرده، بلکه به ارتقاء آگاهی عمومی درباره اهمیت پایداری و مسئولیت اجتماعی در صنعت مد کمک شایانی کرده است. او با تأکید بر طراحی و تولید مسئولانه، به عنوان یکی از چهره‌های برتر مد پایدار شناخته می‌شود و تأثیرات مثبت او بر روی جامعه و محیط‌زیست به وضوح مشهود است.

منابع:

۱. <https://www.thegoodtrade.com/features/>

[/luxury-eco-friendly-designers](https://www.thegoodtrade.com/features/luxury-eco-friendly-designers)

۲. www.stellamaccartney.com

۳. <https://sustainable-earth.org/sustainable--0/>

[/fashion-designers](https://sustainable-earth.org/sustainable--0/fashion-designers)

۴. <https://luxiders.com/top-sustainable->

[2022-luxury-brands](https://luxiders.com/top-sustainable-2022-luxury-brands)

۵. www.eileenfisher.com

۶. <https://blog.fabrics-store.com>

[sustainable-fashion-10/10/2023/](https://blog.fabrics-store.com/sustainable-fashion-10/10/2023/)

[/goat-eileen-fisher](https://blog.fabrics-store.com/sustainable-fashion-10/10/2023/goat-eileen-fisher)

زباله‌ها کمک کند. او به مشتریان توصیه می‌کند که در نهایت لباس‌های خود را به دیگران اهدا کنند تا از هدررفت آن‌ها جلوگیری شود.

جلوگیری از هدررفت منابع: به منظور جلوگیری از هدر رفتن محصولات، فیشر استراتژی‌های خاصی را در نظر گرفته است. او معتقد است که جایی که دیگران زباله می‌بینند، او فرصت می‌بیند. طراحی بدون ضایعات یکی از اصول کلیدی اوست که در آن تمام ضایعات به آثار هنری، آویزها و اشیاء تزئینی تبدیل می‌شود. مراحل این فرآیند شامل موارد زیر است:

۱. پاداش به مشتریان: برای هر لباسی که به فروشگاه بازگردانید، ۵ دلار پاداش دریافت می‌کنید، بدون توجه به شرایط لباس.

۲. بررسی و بازسازی: تیم متخصص فیشر به بررسی لک، سوراخ و ساییدگی لباس‌ها می‌پردازد. لباس‌هایی که در وضعیت عالی هستند، برای فروش مجدد ارائه می‌شوند و بقیه به آثار هنری تبدیل می‌شوند.

۳. تمیزی کامل: هر قطعه لباس کاملاً تمیز می‌شود تا برای مشتریان دوباره قابل استفاده باشد.

۴. قیمت مناسب: محصولات تجدید شده با قیمت‌های ارزان‌تر عرضه می‌شوند، به این ترتیب هم به کاهش زباله‌ها کمک می‌شود و هم افراد بیشتری قادر به خرید



گردآورنده:

زینب

علی دوستی



برندهای ایرانی

• برند Rule the Sign



یکی از مشهورترین برندهای ایرانی در حوزه مد پایدار، روله د ساین است. این برند پارچه‌های قدیمی را با صنایع دستی اصیل ایرانی ترکیب می‌کند و به خلق محصولاتی جدید و جذاب می‌پردازد.

• برند نوبانو



خانم زهرا منوچهری، مؤسس برند نوبانو، این شرکت را به منظور حمایت از صنایع ایرانی و محافظت از محیط زیست ایجاد کرده است. «نوبانو» محصولات خود را با استفاده از الیاف طبیعی تولید می‌کند و در بسته‌بندی‌های خود از مصرف پلاستیک جلوگیری می‌نماید تا بدین ترتیب سهمی در مد پایدار داشته باشد.

• برند تیرشه



تجزیه و بازیافت چرم مصنوعی سال‌ها طول می‌کشد. شرکت تیرشه با درک این موضوع، محصولاتی را با ترکیب فرش‌های قدیمی ایران و چرم طبیعی تولید می‌کند. ترکیب عناصر اصیل سنتی با رعایت اصول مد اخلاقی یا پایدار، تیرشه را به برندی قابل احترام تبدیل می‌کند. با این حال، یکی از اصول مورد نظر در مد پایدار، عدم استفاده بی‌رویه از چرم طبیعی است که تیرشه نسبت به آن توجه اندکی داشته است.

• برند دیزا



«ارزش‌های پوشیدنی» شعار برند دیزا است. این برند معتقد است از مد اخلاقی و پایدار حمایت می‌کند و این موضوع را در عمل نیز به خوبی نشان داده است. دیزا از طراحان دیگر نیز حمایت می‌کند.

حامی مد سبزر

• برند ویراگو



این برند از متریال‌هایی استفاده می‌کند که عملاً دورریختنی اما باکیفیت هستند. بدین ترتیب ویراگو از مواد بازیافتی برای محصولات خود استفاده می‌کند. آیتم اصلی ویراگو کلاه است، اما در کنار تولید و عرضه کلاه‌های مختلف، اکسسوری‌های گوناگونی مانند دستکش، کمر بند و کیف با برند ویراگو به بازار عرضه می‌شوند.

• برند سارا بقا



اگرچه این برند در دسته تولیدکنندگان پوشاک نیست، اما به دلیل خلاقیت و داشتن ایده‌های جدید در این لیست جای گرفته است. سارا بقا با استفاده از خمیر حاصل از کتاب‌های بازیافت‌شده، اکسسوری‌های گوناگون تولید می‌نماید.

• برند می‌لی‌کاد



یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های می‌لی‌کاد حفاظت از محیط زیست و طراحی، تولید و عرضه سبز است. به همین منظور، توسعه پایدار یکی از اهداف مهمی است که این برند می‌خواهد بدان تحقق ببخشد. همچنین می‌لی‌کاد به سنت و فرهنگ ایرانی توجه زیادی دارد.

سخن پایانی

اگرچه به نظر می‌رسد مفهوم مد پایدار و توجه به محیط زیست در دنیای بزرگ مد گم شده است، اما با نگاهی به شرکت‌های تولیدکننده پارچه‌های ارگانیک می‌توانیم امیدوار باشیم که توجه به محیط زیست همچنان وجود دارد.

منابع:

tarahanelebas.com/mag

vaghtemod.ir

گردآورنده: الناز شهبازی



معرفی برند ایرانی:

تیرشه

به طور معمول یافتن برندهای خارجی حامی مد پایدار کار بسیار دشواری است، البته دشوارتر از برندهای ایرانی نیست، زیرا تعداد برندهای ایرانی حامی محیط زیست بسیار کم‌تر از برندهای خارجی است، اما تعداد آن‌ها صفر هم نیست. تیرشه یکی از آن برندهاست. متأسفانه برندهای بسیار کمی هستند، که در ایران پایدارند و تعدادی هم که روند تولیدشان را پایداری قرار داده‌اند معمولاً برندهای نوپا هستند، که بازهم متأسفانه تعداد بسیار کمی این برندهای ارزشمند را می‌شناسند و حتی تعدادی هیچ اطلاعی از وجود چنین برندهایی ندارند، چه برسد به اینکه شناخت چنین برندهای جهانی باشد.

است، هرچقدر چرم مصنوعی بیشتری وارد محیط شود، که معمولاً هم بازیافت سختی دارند همانقدر به محیط آسیب وارد می‌شود. این در صورتی است، که

مد پایدار هیچ وقت استفاده از چرم حیوانی را تایید نکرده است. همانطور که میدانید دور ریز چرم حیوانی بسیار زیاد است. اما تیرشه از همین دور ریزها نیز نهایت استفاده را میکند و از آنها اکسسوری، نشانک کتاب، سرکلیدی و... تولید کرده و در نهایت به صورت هدیه بر روی خریدتون گذاشته میشود. مؤسس این برند پریسا شهبسوار که فوق لیسانس گرافیک دارد میباشد.



تیرشه از سال ۱۳۹۷ در شیراز برای اولین بار با طراحی خلاقانه شامل تلفیق فرش دستباف با قدمت چندین ساله ایرانی و چرم طبیعی به صورت دست دوز آغاز گردید. تیرشه بر این باور

است که برای حفظ فرهنگ و هنر اصیل ایرانی به عنوان یک کالای با ارزش آن را در دنیای مدرن امروزی معرفی مینماید. به علت قدمت فرش‌ها از هرکار فقط یک عدد ساخته میشود. این برند با تبدیل فرش‌های قدیمی ایرانی به کیف و ... این فرش‌ها را به چرخه‌ی استفاده برمی‌گرداند، قسمت بحث برانگیز قضیه اینجاست، که تلفیق این فرش‌ها با چرم طبیعی کمی دور از انتظار است، اما این برند معتقد



اکسسوری های تیرشه



نام این کیف
عالم تاج است
فرش لول بافت
با ۹۰ سال
قدمت و هنر
دست بافندگان
ایل باصری فارس
است.

منابع:

[@Tirsheh.handcraft](https://tarahanelebas.com/Iranian-brand-who-support-sustainable-fashion)

گردآورنده: زهرا خزائی



ابریشم یا دست کوک خورده
و فرش دست بافت ۶۰ ساله.



پاتاگونیا

مقدمه‌ای بر برند پوتوگونیا

تاریخچه و تاسیس:

برند پاتاگونیا، به عنوان یکی از پیشگامان عرصه لباس‌های بیرونی و فعالیت‌های محیط زیستی، در سال ۱۹۷۳ توسط یون شوینارد تأسیس شد. آغاز این داستان به سال ۱۹۵۷ برمی‌گردد، زمانی که یون شوینارد اقدام به ساخت ابزارهای کوهنوردی کرد. با گذر زمان، و تا سال ۱۹۷۰، تجهیزات شوینارد به بزرگترین تأمین‌کننده سخت‌افزار برای کوهنوردی در ایالات متحده تبدیل شد. با تأسیس شرکت پاتاگونیا به همراه همسرش مالیندا، آنها به‌طور رسمی به عرصه پوشاک وارد شدند.

نوآوری و مسئولیت اجتماعی:

در سال‌های ۱۹۸۴ تا ۱۹۸۶، پاتاگونیا به عنوان یکی از اولین شرکت‌ها در ایالات متحده، امکانات مراقبت از کودک را در دفاتر خود راه‌اندازی کرد. همچنین، این شرکت اعلام کرد که ۱۰٪ از سود سالانه خود را به گروه‌های محیط‌زیستی اختصاص می‌دهد. این درصد بعدها به ۱٪ از فروش یا ۱۰٪ از سود، بسته به این که کدام بزرگتر باشد، تغییر کرد. در سال ۱۹۹۴، پاتاگونیا اولین گزارش ارزیابی محیط‌زیستی خود را منتشر کرد و در سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۵، شوینارد و کریگ متیوز، بنیاد «۱٪ برای سیاره» را تأسیس کردند. در این دوره، برنامه بازیافت نخ مشترک نیز آغاز شد که به مشتریان این امکان را می‌دهد تا لباس‌های پاتاگونیا را در فروشگاه‌ها در ازای اعتبار فروشگاه بازگردانند.

تحولات پایدار:

از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۵، پاتاگونیا با راه‌اندازی «پرتاب لباس پایدار»، به یک شرکت ثبت شده مزایای کالیفرنیا و همچنین یک شرکت تأیید شده B تبدیل شد. این برند، صندوق ۲۰ میلیون دلاری را تأسیس کرده و مشتریان را به تعمیر لباس‌های خود با راه‌اندازی بزرگترین مرکز تعمیر لباس در آمریکای شمالی تشویق می‌کند.

در سال ۲۰۱۶، پاتاگونیا به همراه سایر شرکت‌های دارای لیست B، صندوقی ۳۵ میلیون دلاری را برای تأمین مالی نصب پنل‌های خورشیدی راه‌اندازی کرد.



چالش‌ها و اقدامات کنونی:

در سال ۲۰۱۹، پاتاگونیا تحت تأثیر شیوع ویروس کرونا، وبسایت خود را به مدت نامحدود تعطیل کرد و همچنین به همراه برند نورث فیس، در تحریم تبلیغات فیسبوک شرکت کرد. در سال ۲۰۲۱، این برند لوگوی خود را از محصولاتش حذف کرد و تصمیم به توقف فروش کالا به جکسون هیل مانتین ریزورت در وایومینگ گرفت.

درباره پاتاگونیا

پاتاگونیا یک شرکت آمریکایی پوشاک است که لباس‌های بیرونی را بازاریابی و می‌فروشد. اولین فروشگاه این برند در سال ۱۹۷۳ در ونتورا افتتاح شد و با گسترش خط تولید خود، به تولید لباس‌های مخصوص سایر ورزش‌های بیرونی نیز پرداخت. امروزه، پاتاگونیا علاوه بر لباس‌های ورزشی، محصولات دیگری مانند غذای کمپینگ، کیسه‌های خواب و کوله‌پشتی نیز ارائه می‌دهد.

پاتاگونیا در تلاش برای تبدیل شدن به یک برند پایدار، مفهوم «لباس پوشیده» را در سال ۲۰۱۷ معرفی کرد. این مفهوم به مشتریان این امکان را می‌دهد که اقلام خاص پاتاگونیا را در شرایط خوب، در ازای اعتبار کالای جدید بازگردانند. همچنین، این برند به دلیل اهدا ۱٪ از کل فروش خود به گروه‌های محیط‌زیستی و ۱۰۰٪

از فروش روز جمعه سیاه به سازمان‌های محیط‌زیستی، شناخته شده است.

آیا پاتاگونیا یک برند پایدار است؟

برند پاتاگونیا با دریافت برچسب B، در زمره پایدارترین برندها در بخش لباس‌های ورزشی و بیرونی قرار دارد. این برند به افزایش سهم خود از مواد سازگار با محیط‌زیست ادامه می‌دهد و به عنوان یکی از پیشگامان در پرداخت دستمزدهای زندگی، شناخته شده است. پاتاگونیا همچنین در ائتلاف‌های لباس پایدار و «۱٪ برای سیاره» عضویت دارد و بر تولید محصولات باکیفیت و بادوام تأکید دارد.

آیا پاتاگونیا یک شرکت مسئولیت اجتماعی است؟

این برند پیشرو در ترویج شرایط کاری ایمن‌تر و شیوه‌های عادلانه کار در زنجیره‌های تأمین خود است و در جنبش مسئولیت شرکتی (CR) مشارکت دارد.

محصولات و خدمات پاتاگونیا

از سال ۲۰۱۲، تولید پاتاگونیا توسط تعدادی از کارخانه‌های پیمانکاری در شانزده کشور از جمله ایالات متحده انجام می‌شود. در حالی که درصد محصولات ساخت آمریکا با گذشت زمان کاهش یافته است، پاتاگونیا به عنوان یک پاسخ به کاهش صنعت نساجی ایالات متحده و مغازه‌های خیاطی باکیفیت داخلی، همچنان به این کار ادامه می‌دهد.



چرا پاتاگونیا مهم است؟

لوگوی این برند نمایانگر کوه‌های مونته فیتز روی است، واقع در پاتاگونیا در مرز آرژانتین و شیلی. پاتاگونیا با تعهد به محیط زیست و مسئولیت اجتماعی، به‌عنوان یک برند نوآور در صنعت پوشاک شناخته می‌شود و در تلاش برای ایجاد تأثیر مثبت بر روی جامعه و محیط زیست خود است.

پاتاگونیا و سیاست‌های اجتماعی

در سال ۲۰۲۰، برچسب «احمق‌ها را بیرون کنید» این برند به شدت توجه‌ها را جلب کرد و نشان‌دهنده موضع قوی این برند در برابر سیاستمدارانی است که به تغییرات آب و هوایی بی‌اعتنا هستند. پاتاگونیا همچنین در سال ۲۰۲۲ ابتکاری برای مبارزه با اطلاعات نادرست در مورد تغییرات آب و هوا راه‌اندازی کرد.

DON'T BUY THIS JACKET



کمپین «لباس پوشیده»

در دنیای تحت سلطه مد سریع، پاتاگونیا با معرفی ابتکار «لباس پوشیده» خود، نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند.

این برند با ترغیب مشتریان به ارسال اقلام قدیمی خود برای تعمیر، به مقابله با فرهنگ مصرف‌گرایی و یک‌بار مصرفی در صنعت مد می‌پردازد.

ایده «لباس پوشیده» به شما این امکان را می‌دهد که لباس‌های پاتاگونیا استفاده‌شده را معامله و خریداری کنید.



این رویکرد نشان‌دهنده یک موضع قوی در برابر ذهنیت دور ریختنی است. پاتاگونیا از طریق برگزاری رویدادها و استفاده از رسانه‌های اجتماعی، به معرفی اقلام تعمیر شده می‌پردازد و از ترویج مصرف مسئولانه و کاهش زباله حمایت می‌کند.

The infographic is divided into two rows, each with three columns representing the steps of the trade-in process. The top row is in Persian, and the bottom row is in English. Each step is accompanied by an icon: a hanger with a question mark for Step 1, a hand holding a gear with arrows for Step 2, and a dollar sign for Step 3.

مرحله 1 (Step 1): وسایل واجد شرایط خود را جمع آوری کنید. ما اکثر لباس‌ها و وسایل پاتاگونیا را می‌پذیریم که کاملاً کاربردی و در شرایط خوبی هستند. (Gather Your Eligible Gear. We accept most Patagonia clothing and gear that's completely functional and in good condition.)

مرحله 2 (Step 2): اقلام خود را برای ما ارسال کنید. وسایل خود را از طریق پست تجارت کنید - فقط برجسب حمل و نقل با نرخ ثابت 7 دلاری را جای کنید - یا در هر یک از فروشگاه‌های ما. (Send Us Your Items. Trade in your gear by mail—just print the \$7 flat-rate shipping label—or at any of our stores.)

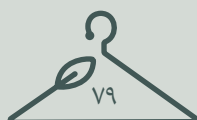
مرحله 3 (Step 3): اعتبار پاتاگونیا را دریافت کنید. برای هر لباسی که واجد شرایط باشد، اعتباری برای استفاده در فروشگاه یا آنلاین در WornWear.com یا Patagonia.com دریافت خواهید کرد. (Get Patagonia Credit. For every garment that's eligible, you'll get credit to use in store or online at WornWear.com or Patagonia.com.)

Buttons in Persian: "با چه چیزی می‌توانم معامله کنم؟", "آدرس ارسال کنید", "چقدر می‌گیرم؟", "یک فروشگاه پیدا کنید".

Buttons in English: "What Can I Trade In?", "Mail It In", "How Much Will I Get?", "Find a Store".

کمپین «به سیاره ما رأی دهید»

قبل از انتخابات میان‌دوره‌ای ۲۰۲۲ ایالات متحده، پاتاگونیا با اجرای کمپین «به سیاره ما رأی دهید» خود را به عنوان یک برند متعهد به حفظ محیط زیست معرفی کرد. این برند به‌ویژه در روز انتخابات، فروشگاه‌های خود را به‌طور موقت بست و این اقدام نه تنها تأکیدی بر تعهدش به مسائلی چون حفظ طبیعت و تغییرات اقلیمی بود، بلکه به عموم مردم یادآوری کرد که مشارکت در انتخابات می‌تواند تأثیر عمیقی بر آینده سیاره ما داشته باشد.



کمپین «کمتر خرید کنید، بیشتر مطالبه کنید»

در واکنش به بحران جهانی تغییرات آب و هوایی، پاتاگونیا کمپین «کمتر خرید کنید، بیشتر مطالبه کنید» را راه‌اندازی کرد. این کمپین به مصرف‌کنندگان توصیه می‌کند که به جای خرید بیشتر، محصولات کمتری خریداری کنند و در عوض از برندها بخواهند که استانداردهای بالاتری برای پایداری و مسئولیت اجتماعی ارائه دهند. این کمپین بر ضرورت تغییر به سمت یک اقتصاد چرخشی تأکید می‌کند و از مصرف‌کنندگان می‌خواهد تا از برندهایی که به پایداری و شفافیت اهمیت می‌دهند، حمایت کنند.

فعال‌سازی سیاسی و اخلاقی پاتاگونیا

مواضع سیاسی جسورانه علیه دولت ترامپ

در سال ۲۰۱۷، پاتاگونیا با اتخاذ مواضع سیاسی جسورانه، تعهد خود به حفظ محیط زیست را به وضوح نشان داد. زمانی که رئیس‌جمهور ترامپ فرمان اجرایی را برای کاهش اندازه بناهای ملی، از جمله پارک ملی گوش‌های خرس، امضا کرد، پاتاگونیا با گروه‌های بومی آمریکایی و سازمان‌های مدافع محیط زیست متحد شد تا این فرمان را در دادگاه به چالش بکشد. این اقدام نه تنها یک استراتژی دفاع از محیط زیست بود بلکه به‌عنوان یک نمونه بارز از همبستگی اجتماعی نیز تلقی می‌شود. پاتاگونیا حتی مواضع سیاسی خود را تا برچسب‌های محصول خود گسترش داد و با تولید یک جفت شورت محدود که پیام «احمق‌ها را بیرون کنید» را به همراه داشت، پیام خود را به‌طور مستقیم به مصرف‌کنندگان منتقل کرد.

کمپین ممنوعیت برندسازی شرکتی

در سال ۲۰۲۱، پاتاگونیا برای همسویی بهتر با ارزش‌های خود، یک قدم دیگر برداشت و تمام گزینه‌های برندسازی شرکتی را ممنوع کرد. این تصمیم به‌طور واضح نشان‌دهنده تعهد این برند به پایداری و حفاظت از محیط زیست بود. این اقدام نه تنها با هویت برند پاتاگونیا همخوانی داشت، بلکه مفهوم را تقویت کرد که اقدامات عملی در راستای ترویج آینده‌ای پایدار از کلمات به مراتب مؤثرترند.

با توجه به نگرانی‌های فزاینده جهانی در مورد عدالت اجتماعی، نابرابری و مسائل مربوط به پایداری، بسیاری از مصرف‌کنندگان به دنبال پاسخگویی از سوی شرکت‌هایی هستند که از آن‌ها خرید می‌کنند. مفهوم شرکت‌های سودمند یا «B Corps» به‌عنوان یک الگو، وسیله‌ای را برای شرکت‌ها فراهم می‌آورد تا تعهد خود را به عملکرد اجتماعی و محیط زیستی به‌طور شفاف نشان دهند.



تأثیر و موفقیت پاتاگونیا به عنوان یک B Corp

برای تبدیل شدن به یک B Corp گواهی شده، یک شرکت باید استانداردهای خاصی را در زمینه مسئولیت اجتماعی و محیط زیستی رعایت کند، با هدف ایجاد ارزش برای جامعه به جای فقط سهامداران سنتی. این استانداردها شامل گذراندن ارزیابی تأثیر B، بررسی ریسک و برآورده کردن الزامات درآمد سالانه ۵ میلیارد دلار است که همه اینها هر سه سال یکبار برای اطمینان از تعهد مداوم به پایداری ارزیابی می‌شوند. این مدل، تعادل بین تولید سود و بهره‌مندی عمومی را فراهم می‌آورد و باید مورد توجه شرکت‌های بیشتری قرار گیرد.

پاتاگونیا به عنوان یک B Corp گواهی شده، موفقیت خود را با مدل‌های تجاری پایدار نشان می‌دهد. درآمد این برند در سال‌های اخیر به طور پیوسته افزایش یافته و ارزش تخمینی آن به حدود ۳ میلیارد دلار رسیده است. این شرکت سالانه ۱۰۰ میلیون دلار درآمد دارد و فروش آن در دهه گذشته چهار برابر شده و به حدود ۱ میلیارد دلار در سال رسیده است. همچنین، پاتاگونیا توانسته است تمرکز خود را بر تأمین اخلاقی و رفاه کارکنان حفظ کند.

این شرکت در سال ۲۰۱۶، ۱۰۰٪ فروش جمعه سیاه خود را به علل محیط زیستی اهدا کرد و مزایای کارمندی زیادی را برای کارکنان خود فراهم کرده است. این اقدامات، نه تنها نشان‌دهنده تعهد برند به مسئولیت اجتماعی است، بلکه اعتبار و محبوبیت پاتاگونیا را نیز در میان مصرف‌کنندگان افزایش داده است. در ارزیابی تأثیر B Corp، پاتاگونیا امتیاز ۱۵۱،۴ را کسب کرده است، در حالی که میانگین امتیاز برای تمامی شرکت‌های B Corp تنها ۵۰،۹ است.

پاسخ به نیازهای مصرف‌کنندگان اخلاقی

بررسی کلی محبوبیت پاتاگونیا نشان می‌دهد که تقاضای مصرف‌کنندگان برای شرکت‌های اخلاقی‌تر و پایدارتر در حال افزایش است. امروزه، مصرف‌کنندگان به طور فزاینده‌ای به تأثیرات آنچه مصرف می‌کنند توجه می‌کنند و به سمت محصولات پایدارتر و شرکت‌هایی که به تأمین اخلاقی و پایداری اولویت می‌دهند، تمایل پیدا می‌کنند.

یک گزارش اخیر توسط NielsenIQ نشان می‌دهد که ۹۵٪ مصرف‌کنندگان سعی می‌کنند اقداماتی برای زندگی پایدار انجام دهند و جستجوهای اینترنتی با کلماتی مانند «دوستدار محیط زیست» یا «قابل استفاده مجدد» در سال گذشته به طرز چشمگیری افزایش یافته است.



این نقاط داده ارتباط مستقیمی با عادات خرج کردن مصرف‌کنندگان دارند و به وضوح نشان می‌دهد که در عصر امروز، وقتی گزینه وجود داشته باشد، مصرف‌کنندگان احتمالاً به سمت انتخاب محصول پایدارتری می‌روند.

شفافیت و ارتباط با مشتریان

شفافیت یکی دیگر از کلیدهای موفقیت پاتاگونیا است. این برند در بازاریابی تلاش‌های پایداری خود، مانند ارائه لباس‌های پایدار تجارت منصفانه از سال ۲۰۱۴ و تولید لباس‌های ساخته‌شده از مواد بازیافتی، به خوبی عمل کرده است. پاتاگونیا توانسته است یک کمپین برندسازی مؤثر را حفظ کند و به‌عنوان یک برند پایدار شناخته شود که محصولات باکیفیتی ارائه می‌دهد و وفاداری مشتریان را جلب می‌کند.

مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۸ توسط Accenture نشان می‌دهد که برندهایی که به‌طور واضح در مورد اهداف خود ارتباط برقرار می‌کنند، ۶۴٪ برای مصرف‌کنندگان جذاب‌تر هستند. مصرف‌کنندگان تمایل دارند تأثیر هزینه‌های خود را بدانند و شفافیت شرکت‌کلیدی است برای کمک به درک آنها. در دنیای امروز، شفافیت و پایداری به‌عنوان ضروریات رقابتی در بازار تجاری تبدیل شده‌اند و پاتاگونیا به‌خوبی این موضوع را نشان می‌دهد.

جمع‌بندی

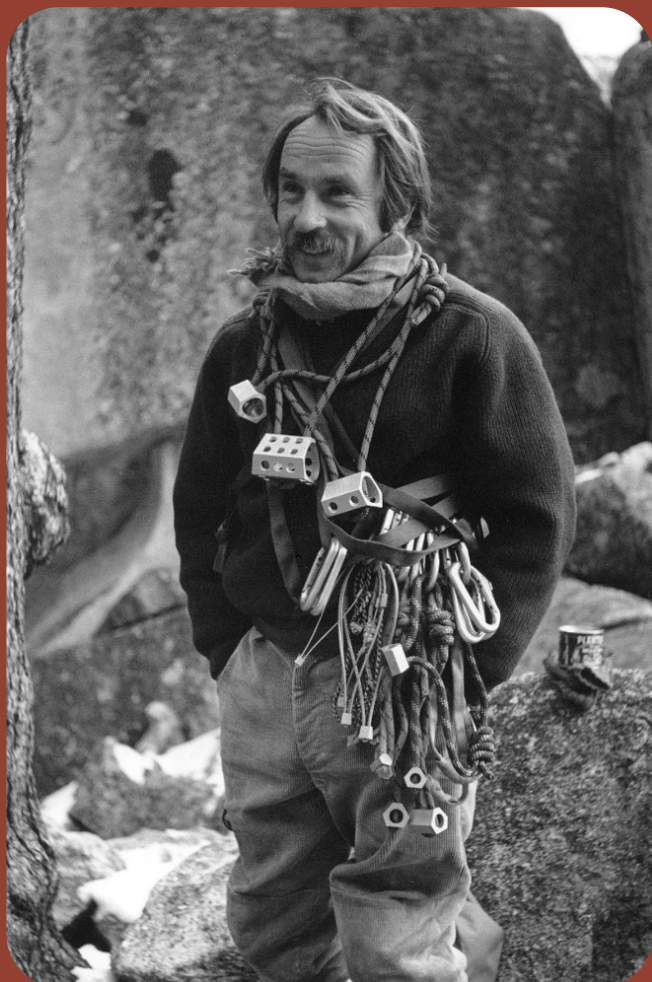
در نهایت، برخی ممکن است استدلال کنند که داستان موفقیت پاتاگونیا منحصر به فرد است و تکرار مدل آن ممکن است برای همه مشاغل به‌دلیل تلاش و هزینه‌های مرتبط با تبدیل شدن به یک برند واقعاً پایدار، دشوار باشد. در حالی که اتخاذ شیوه‌های پایدار ممکن است در ابتدا هزینه‌بر باشد، این سرمایه‌گذاری در بلندمدت نتیجه خواهد داد، به‌ویژه با توجه به افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان برای محصولات اخلاقی.

شرکت‌هایی مانند بن و جری، که به‌عنوان یک B Corp گواهی شده شناخته می‌شوند، نیز در تلاش برای کاهش ردپای کربن خود با ابتکاراتی چون بسته‌بندی پایدار و استفاده کمتر از پلاستیک عمل می‌کنند. این‌گونه برندها نشان می‌دهند که تعهد به اخلاق و پایداری می‌تواند به موفقیت مالی چشمگیری منجر شود.

در نهایت، حرکت به سمت مدل‌های پایدارتر نه تنها هوشمندانه‌ترین اقدام برای شرکت‌های در حال رشد است، بلکه به نفع کل جامعه و سیاره نیز خواهد بود. با در نظر گرفتن تمامی این موارد، B Corp های گواهی شده به شرکت‌های امروزی کمک می‌کنند تا از تمرکز سنتی سودمحور فاصله بگیرند و به شکل‌دهی مجدد نحوه ارزش‌گذاری و تأثیر تصمیمات خرید مصرف‌کنندگان پردازند. پاتاگونیا ثابت می‌کند که



می‌توان به‌طور همزمان اخلاقی، شفاف و پایدار بود و این موضوع برای جلب نظر مصرف‌کنندگان و ایجاد یک آینده بهتر برای سیاره زمین بسیار حیاتی است.



منابع:

[https://www.highsnobiety.com/tag/۲۰۲۰-Patagonia%patagonia/#:~:text=The ۲۰۲۰ of ۲۰۲۰ a, border ۲۰۲۰ is %logo ۲۰ Chile ۲۰ and %Argentina](https://www.highsnobiety.com/tag/۲۰۲۰-Patagonia%patagonia/#:~:text=The%۲۰۲۰,of%۲۰۲۰,a,border%۲۰۲۰,is%logo%۲۰Chile%۲۰and%Argentina)
<https://sites.lsa.umich.edu/op-ed-patagonia-/۲۲/۱۱/۲۰۲۳/mje-proves-the-success-of-sustainable-corporations>

گردآورنده: گلشن حسینی موسی آبادی



سندس

تابستان ۱۴۰۳

Sondos.tfd@gmail.com