

تحلیل گفتمان شفافیت‌سازی در راستای تولید مد پایدار: رویکرد نشانه‌معناشناسی گفتمانی

صدیقه جوانمرد^۱، نیر طهوری^۲، حمیدرضا شعیری^۳، حبیب‌اله جوانمرد^۴

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استادیار گروه تخصصی هنر، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳. استاد گروه زبان فرانسه، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۴. دانشیار گروه مدیریت صنعتی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۱

دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۷

Discourse Analysis of Transparency in the Sustainable Fashion Production: A Discourse Semiotic-Semantics Approach

Sedigheh Javanmard¹, Nayyer Tahoori², Hamidreza Shairi³, Habibollah Javanmard⁴

1. Ph.D. Candidate in Art Research, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Assistant Professor of specialized art group, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3. Professor of french language group, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

4. Associate Professor of industrial management group, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Received: 2022/04/27

Accepted: 2022/07/02

10.30473/il.2023.63844.1535

Abstract

Fashion is a global industry that pollutes the environment by using natural resources. Sustainable fashion is a solution to deal with the environmental risks of the fashion industry, with the aim of preventing the waste of resources in the production and consumption sectors. The data of applied and descriptive-analytical study are collected through library research, are analyzed based on semantic semiotic approach of discourse in light of Jacques Fontaine's theory of transparency and prosthesis and Landowski's adaptation system. The main issue is to see how fashion can create the conditions for a discourse that allows the transition from a system of destruction to an ideal system of the environment. Based on this, seven examples of brand activities have been purposefully selected and examined in terms of environmental sustainability and transparency. The results show that stimuli such as celebrities and environmentalists with their actions are able to create a desirable discourse system. It is suggested that governments and the private sectors establish companies to collect old textiles using the theory of transparency and adaptation and explanation of fashion prostheses and their relationship in the sustainable fashion industry, and protect the environment as well as contribute to job creation.

Keywords: Fashion Industry, Environment, Semantic Discourse Sign, Sustainable Fashion, Transparency, Prosthesis, Sociolinguistics.

چکیده

مد یک صنعت جهانی است که با بهره‌گیری از منابع طبیعی، باعث آلودگی محیط‌زیست می‌شود. مد پایدار راهکار مقابله با خطرات زیست‌محیطی صنعت مد، با هدف جلوگیری از اتلاف منابع در بخش تولید و مصرف است. پژوهش حاضر با هدف کاربردی و روش توصیفی-تحلیلی، به شیوه‌ی کتابخانه‌ای گردآوری شده و با رویکرد نشانه‌معناشناسی گفتمان، اقدامات فعالان حوزه‌ی مد را در چارچوب نظریه‌ی شفافیت‌سازی و پروتوسازی ژاک فونتینی و نظام تطبیق لاندوفسکی مورد مطالعه قرار داده است. مسأله‌ی اصلی این است که بینیم چگونه مد می‌تواند شرایط گفتمانی را ایجاد کند که امکان عبور از نظام تخریب به نظام ایده‌آل زیست‌محیطی فراهم گردد. براین اساس، هفت نمونه از فعالیت‌های برندها به صورت هدفمند انتخاب و از نظر رعایت اصول پایداری در محیط‌زیست و شفافیت‌سازی بررسی شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که محرک‌هایی همچون سلبریتی‌ها و حامیان محیط‌زیست قادر هستند با اقدامات خویش نظام گفتمانی مطلوب ایجاد نمایند. پیشنهاد می‌شود دولت‌ها و بخش خصوصی با بهره‌جویی از نظریه‌ی شفافیت‌سازی، و تطبیق و تبیین پروتوسازی مد و پیوند آنها در صنعت مد پایدار علاوه بر فرهنگ‌سازی، به تاسیس شرکت‌های جمع‌آوری منسوجات قدیمی پرداخته و با بازیافت، علاوه بر حمایت از محیط‌زیست، در امر اشتغال‌زایی نیز سهیم باشند.

کلیدواژه‌ها: صنعت مد، محیط‌زیست، نشانه‌معناشناسی گفتمانی، مد پایدار، شفافیت‌سازی، پروتز، زبان‌شناسی اجتماعی.

مقدمه

مد به عنوان یک صنعت جهانی، سهم قابل توجهی از تولید اقتصادی را به خود اختصاص داده و جزء ده صنعت مهم کشورهای توسعه یافته و ابزاری برای بیان هویت‌های متفاوت یا تحمیل معیاری از زیبایی و مقبولیت محسوب می‌گردد. مصرفی بودن این پدیده موجب تولید انبوه و سوددهی بیشتر و در نتیجه مضراتی برای محیط‌زیست می‌گردد. مصرف بالای آب، سموم حاصل از عملیات نساجی، کشتار حیوانات، تهیه پوشاک با مواد مصنوعی و تولید زباله‌های غیرقابل برگشت به چرخه‌ی طبیعت باعث آسیب‌های زیست‌محیطی شده است.

مسئله‌ی اصلی پژوهش این است که چگونه می‌توان از آسیب‌های جدی مد به محیط‌زیست جلوگیری به عمل آورد و یا آن را کمتر کرد. کدام نظام‌های گفتمانی قادر هستند شرایط عبور به مد پایدار را فراهم سازند؟ چگونه می‌توان مد را به منبعی برای تعاملات سالم جامعه و محیط‌زیست تبدیل نمود؟ و چگونه می‌توان با آشتی دادن میان نظام شفافیت‌سازی، پروتوزسازی و تطبیق، برنامه‌ریزی‌هایی برای رفع مشکل مذکور پیدا کرد؟ فرض آن است که نظام شفافیت‌سازی گفتمانی و نظام تطبیق^۱ اریک لاندوفسکی^۲ می‌تواند کمک کند تا آسیب‌رسانی مد به محیط‌زیست کمتر شود. برای پاسخگویی به این پرسش‌ها، و پس از توضیح رویکرد پایداری در چارچوب نظری شفافیت‌سازی، پروتوزسازی و تطبیق، به اختصار آلودگی‌های زیست‌محیطی ناشی از صنعت مد برشمرده و راهکارهای مد پایدار مورد توجه قرار خواهد گرفت. در ادامه، با بررسی چند نمونه برند، تأثیرات منفی زیست‌محیطی آنها بیان خواهد شد. کاربرد نظریه‌ی شفافیت‌سازی، پروتوزسازی و تطبیق در صنعت مد نشان می‌دهد چگونه گفتمان اجتماعی و تعاملاتی که از این طریق فراهم می‌گردد راه را برای عبور به مفهوم پایداری مد ایجاد می‌کند. با توجه به سه رکن پایداری مبنی بر محیط‌زیست، جامعه و اقتصاد، و به دلیل نقش مهم مد در حوزه‌ی اقتصاد، اصول پایداری مبنی بر اجتناب از مصرف انرژی‌های تجدیدناپذیر و بهره‌گیری از انرژی‌های تجدیدپذیر از اهمیت بسیاری برخوردار است. به همین دلیل طرح مسئله‌ی پایداری مد در چارچوب نظری شفافیت‌سازی، تطبیق و پروتوزسازی با رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی مد

موردتوجه قرار گرفته تا از یک سو خطرات صنعت مد و راه‌حلهایی که تا کنون برای حل آن اندیشیده شده و از سوی دیگر مسئولیت و پاسخگو بودن برندهای مد در برابر اقداماتی که برای بالابردن سودشان به قیمت نابودی محیط‌زیست صورت می‌گیرد نشان داده شود.

پیشینه‌ی پژوهش

در زمینه‌ی مد پایدار، مارکتی^۳ و کارپووا^۴ (۲۰۲۰) در کتاب *خطرات مد، تأثیرات مخرب صنعت مد بر دنیای طبیعی* را نشان داده و مقولات جامعی را از خطرات صنعت مد ارائه کرده‌اند. برنوت^۵ و همکاران (۲۰۱۹) به آلودگی آب و مصرف بالای آب در این صنعت مد می‌پردازند. در مورد ارائه‌ی مدل نیز، بوتانی^۶ و دیگران (۲۰۱۹) در یک مطالعه‌ی موردی، مدلی را برای ارزیابی ابعاد پایداری اقتصادی و زیست‌محیطی در زنجیره تامین مد^۷ ارائه می‌دهند. سیماتی^۸ و همکاران (۲۰۱۷) ابزاری را در شرکتی در ایتالیا به‌عنوان احیاءکننده و بازیافت پوشاک معرفی می‌کند. گرابی^۹ و دیگران (۲۰۱۶) در مقاله‌ای به بررسی کمپین‌های سازمان‌های غیردولتی و مد پایدار پرداخته و تأثیر آن‌ها بر قضاوت مصرف‌کنندگان در مورد مد را نشان می‌دهند. فربود و نیکوکار (۱۳۹۴) تولید فناوری افزودنی را برای نیل به مد پایدار در ایران را حائز اهمیت می‌دانند. همچنین داوری (۱۳۹۶) در رساله‌ی دکتری خود با بررسی اصول و اهداف توسعه پایدار زیرساخت‌های موجود در ایران را مطالعه کرده و مدل کاربردی ارائه می‌دهد.

چارچوب نظری

شفافیت‌سازی

ژاک فونتنی^{۱۰} در مورد رابطه‌ی شفافیت^{۱۱} و مجاب‌سازی^{۱۲} از طریق ایجاد باور تاکید می‌کند که شفافیت امری فیزیکی است که از رابطه‌ی نور و ماده به‌دست می‌آید؛ ماده زمانی شفافیت می‌یابد که نور از آن عبور کند و حیات زیستی نه فقط تابع رابطه‌ی خاص بین موجودات و جهان پیرامون آن‌ها

3. S. Marcketti

4. L.Karpova

5. A.Brenot

6. E.Bottani

۷. زنجیره‌ی تامین شامل شبکه‌ای از افراد، سازمان‌ها، منابع، فعالیت‌ها و

فناوری‌ها است که در تولید و فروش یک کالا نقش دارند

8. B.Cimattia

9. S.Grappi

10. J. Fontanille

11. transparence

12. persuasion

1. Adaptation System

2. E.Landowski

اساس آن کنش‌گر جمعی شکل می‌گیرد. بر این اساس، پایداری کنشی دارای مفهومی جمع‌گرا و فرآیندی سیال است. یعنی اینکه، مسیر حرکت مستمر است؛ کنش‌گر پایدار قادر است درون این مسیر بدون گسست مانند یک کل و یا یک مجموعه‌ی به هم متصل حرکت کند. اگر این اتفاق کنشی در جامعه رخ دهد و مجموعه‌ها بتوانند در حین حرکت درون مسیرهای پیوسته، پایداری جمعی خود را حفظ کنند، با پایداری کنشی مواجه هستیم. محصول این دیدگاه رشد شفافیت کنشی است؛ چراکه دیگر مرز بین من و دیگری، برتری‌جویی، فاصله‌ی بین انسان و نه‌انسان و فاصله‌ی بین اشیاء و انسان‌ها برداشته می‌شود تا درون نظام ترکیبی امکان تطابق‌پذیری سالم ممکن گردد. به عنوان مثال اگر در مسیرهای جاده‌ای دوربین‌های کنترل سرعت را افزایش دهیم، اما باور جمعی نتواند با این ابزار ارتباط مؤثر برقرار کند، اصل در دسترس بودن تحقق نیافته است درحالی که بر اساس اصل تطابق، باید دسترسی و خودجمع‌بنداری با امکانات کنشی موجود تطبیق یافته و مرز بین انسان و نه‌انسان (رانندهٔ خودرو و دوربین کنترل سرعت) را به تعامل مثبت تغییر دهد. ونسان کافمن^{۱۰} (۲۰۰۰: ۹۴) اعتقاد دارد که نباید یک ممکن موجود را با حرکت جنبشی در راستای همسو شدن با آن یکی بگیریم. به دیگر سخن، ابزار شفافیت‌سازی ممکن است که جامعه در اختیار می‌گیرد؛ ولی استفاده‌ی کاربردی و بهینه از آن نیازمند برداشتن مرز بین انسان و این ابزار است تا جایی که آن ابزار به جزو وجودی انسان‌ها تغییر یابد.

چهار ویژگی ساختار روایی شفافیت‌سازی عبارتند از:

۱. فرآیند کنشی: فرآیندی که به ما اجازه می‌دهد تا زنجیره‌ی کنش‌ها و کارکردهای یک جریان را دریافت و مورد بررسی و تحلیل قرار دهیم.
۲. شناخت نقش‌های کنشی و چگونگی اجرای آن نقش‌ها.
۳. نظام ارزشی که بر اساس آن رابطه‌ی بین مد و جامعه و همچنین سلامتی زیستی آن مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.
۴. پایداری کنشی که مانند اصلی ترکیبی عمل می‌کند و سبب شکل‌گیری کنش‌گر جمعی تطابق‌پذیر و عمل‌گرا می‌گردد.

اگر چهار کارکرد فوق فراهم گردد، می‌توان به حداقل شفافیت لازم برای ارزیابی یک نظام روایی دست یافت؛ یک نظام باید قادر به تشخیص تقسیم نقش‌ها در زنجیره‌ی روایی

است، بلکه تابع دریافت و انتقال نور و به معنای کاربردی آن، شفافیت است. شفافیت امری واگراست که ما را از تمرکز در فضای بسته به انتقال به فضای باز هدایت کرده، نظام اطلاعات اجتماعی را در مورد مسائل افزایش می‌دهد، در نتیجه، هر چه مسائل در جامعه شفاف‌تر باشند، امکان شکل‌گیری زنجیره‌ی تراانسان- مکانی^۱ نیز آسان‌تر می‌شود. در حقیقت، شفافیت ما را از نظام فشاره‌ای^۲ به نظام گستره‌ای^۳ و مبسوط انتقال می‌دهد و سبب می‌گردد مراحل کنش به طور واضح قابل تشخیص باشد. در این مبحث کنش‌گر نظام را به صورت‌های شفاف، نیمه‌شفاف و غیرشفاف دریافت می‌کند و چون در مبحث شفافیت، کنشگران و جهان وقایع و رخدادها با هم در تعامل هستند، می‌توان گفت که شفافیت با مسئله‌ی روایت درگیر و امری روایی است؛ به عبارتی، هر چه قدر در مسیر ورود اطلاعات، موانع وجود داشته باشند از میزان شفافیتی آن‌ها کاسته می‌شود. در نتیجه، مبحث شفافیت در ارتباط با مانعی که بر سر راه خروج اطلاعات از فضای دیداری به مشاهده‌گر وجود دارد، قرار می‌گیرد و ما را با مسئله‌ی افق دیداری یا نظام افقی دریافت مواجه می‌سازد؛ یعنی در چشم‌انداز شفافیت اوج و افول وجود دارد و مسئله‌ی شفافیت با روایت آمیخته است؛ زیرا کنشگران می‌توانند باعث ایجاد موانع در مسیر خروج اطلاعات شوند و باعث کمتر دیده شدن این اطلاعات گردند و با توجه به میزان خروج این اطلاعات، ارزش‌های آن برای مشاهده‌گر متفاوت است. بنابراین ارزش، کنش، نظام کنشگران و پایداری کنشی^۴ (فونتنی، ۲۰۲۱، ۱۳۵-۱۳۴) مجموعه عواملی هستند که متعلق به حوزه‌ی روایت و سازوکار روایی می‌باشند. در حالی که در نظام روایی گرمسی^۵ فقط تأکید بر روابط هم‌نشینی و فرآیند مرحله‌ای جهت دست‌یابی به ارزش مطرح بود، در نظام پساگرمسی عناصر بسیار مهم دیگری مطرح می‌گردد که بدون آنها نظام روایی شفافیت‌سازی محقق نمی‌گردد: هم‌ارزی^۶، هم‌کنشی^۷، تجمیع‌گرایی، تطابق‌پذیری^۸ و امتزاج^۹. ژاک فونتنی پایداری کنشی را اصلی ترکیبی (تعهدپذیری و کنترل) می‌داند که بر

1. chaînes trajectives
2. intensity
3. extensity
4. consistence actantielle
5. A.j.Greimas
6. parallélisme
7. synchronisation
8. adaptation
9. fusion

ما را از یک ارتباط کاربردی به ارتباط زیبایی‌شناختی یا فرهنگی گسترش می‌دهد، مثل لباس ضدگلوله که توانایی فردی را در مکان‌های خاص، افزایش می‌دهد. به زعم فونتنی، تن به مثابه‌ی پروتزی است که ماهیت معنایی متن به آن وابسته است و تن خود در ارتباط با پروتزی دیگر و یا در تعامل با آن معنا ساز می‌شود (فونتنی، ۲۰۱۱: ۱۰۷).

نظام تطبیق^۱

برای تبیین نظام تطبیق، ابتدا به دو نظام معنایی لاندوفسکی می‌پردازیم: نظام معنایی مبتنی بر برنامه‌مداری که دارای هدف است، نظام «عمل^۲» نام دارد و نظام دیگر بر اساس «مقاعده‌سازی^۳» است به صورتی که با مقاعد کردن یک سیستم یا افراد، تغییر ایجاد شود، به عبارتی نظام عمل بر «نظام و قاعده» و نظام مقاعده‌سازی بر «نیت‌مندی^۴» استوار است، یعنی با برنامه‌ریزی نظام عملی و با نیت، تغییر ایجاد می‌شود، این دو نظام که یکی بر اساس ادراک حسی و دیگری بر اساس رویداد است مکمل یکدیگر بوده و نظام مبتنی بر ادراک حسی را نظام تطبیق می‌نامد، یعنی تطبیق سوژه با غیریت بیرونی که بر اساس اتفاق پایه‌گذاری شده، نظام رضا و تسلیم نام دارد (لاندوفسکی، ۲۰۰۵). در نظام تطبیق، تعاملی پویا بین دو طرف با ارزشی معادل برقرار می‌گردد و طرفین «کنش با هم^۵» را تجربه می‌کنند که قابلیت و توانش «حس کردن» متقابل می‌باشد که لاندوفسکی آن را توانش ادراکی-حسی می‌نامد. در نظام تطبیق ما با جهان وارد نوعی رابطه ادراکی می‌شویم که سبب آشتی و ادراک متقابل می‌گردد. بنابراین نوعی سماع برقرار می‌گردد که هر حرکت، پاسخی به حرکت سماع‌گر متقابل و همسو با اوست. پس، نظام تطبیق مبتنی بر همگرایی بین کنش‌گران است. سوژه‌های تن‌دار مجهز به توانش حسی هستند مانند انتقال آرامش و یا سرایت خنده از فردی به فرد دیگر. این نظام معنایی میان سوژه تن‌دار و اشیا نیز وجود دارد مانند رابطه‌ی سوژه با صفحه کلید رایانه یا پدال گاز اتومبیل که باعث تحریک شی و واکنش مکانیکی می‌شود. ویژگی بنیادی نظام معنایی تطبیق این است که هیچ کدام از دو طرف تعامل نمی‌توانند نتیجه‌ی تعامل را از قبل برنامه‌ریزی کنند و هر دو طرف تعامل، به دنبال کشف

بوده و مقادیر و میزان عهده‌داری هر نقش برای کنش‌گر را تشخیص دهد؛ با این عناصر امکان تشخیص فراهم گردیده و دو کلیدواژه‌ی اساسی برای مفهوم شفافیت‌سازی یعنی مسوولیت و تعهد مطرح می‌شود. این دو مولفه مشخص می‌کنند که هر کنش‌گر به چه اندازه در ایجاد زنجیره‌ی کنشی مسئول و عهده‌دار اجرای مسئولیت بوده است. به عبارتی هر نقش مسئولیت‌هایی را ایجاد می‌کند که بر عهده کنشگران و قابل تفکیک می‌باشد؛ با تفکیک این مجموعه عناصر می‌توان یک فرآیند روایی را مورد ارزیابی و میزان شفافیت آن را آشکار کرد. در غیر این صورت، و با عدم دستیابی به عوامل مذکور و مخفی نمودن اطلاعات، ابهام ایجاد شده و این ابهام در مسیر خلاف شفافیت حرکت کرده و در نتیجه نقش‌ها و کنش‌ها دچار اختلال می‌گردند و میزان فعالیت و تعهد کنشگران مخفی می‌ماند. در این جاست که زنجیره‌ی هم‌نشینی مطرح می‌گردد، هر چه قدر زنجیره‌ی هم‌نشینی طولانی‌تر و پیچیده‌تر باشد، میزان و شرایط ارزیابی دشوارتر می‌گردد (فونتنی، ۲۰۱۵، ۱۲۵-۱۲۲). روایت‌سازی اجتماعی مد یعنی شرایطی که بر اساس آن نوع حرکت مد درون بسترهای اجتماعی و میزان مقاومت در برابر شفافیت‌سازی آن یا عدم شفافیت‌سازی آن تعیین می‌گردد؛ پس مد می‌تواند بر اساس تخریب فرآیند روایی اجتماعی را دچار آسیب و یا براساس تطبیق با محیط‌زیست، فرآیند اجتماعی را دچار شفافیت و بهبود تعامل زیستی کند. مد تخریبی نظام عدم شفافیت را ترجیح می‌دهد درحالی که مد ترمیمی نظام شفافیت‌گفتمانی را ترجیح می‌دهد.

پروتز

پروتز به منظور افزایش توانایی، جانشین قسمت‌های از کارافتاده می‌شود، مانند عینک برای چشم کم‌سو. اما پروتز در روایت، یک جسمانه است که مسیر جدیدی را در درون گفتمان به روی موقعیت‌های موجود می‌گشاید و برای روایت، این فرصت را ایجاد می‌کند تا بتواند حوزه‌ی مانور خود را توسعه ببخشد. در واقع پروتز، نقصانی را جبران و یا توانش تن را افزایش می‌دهد و سبب گستردگی رابطه و یا حضور در تعاملات ما با دیگری می‌شود. پروتزها ابژه‌هایی هستند که در درون گفتمان قرار دارند و مسیر حرکت گفتمان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (توحیدلو و شعیری، ۱۳۹۶: ۲۷۵). امروزه پروتزها به عنوان کمک‌کننده در جنبه‌های دیگر نیز مطرح می‌شوند، برای مثال لباس پروتزی است که دامنه‌ی حضور،

1. accomodation
2. operation
3. manipulation
4. intentionnalitel
5. faire ensemble

شکلی ممکن برای تحقق بخشیدن به قابلیت‌های بالقوه‌ی دیگری است (بابک معین، ۱۳۹۳: ۱۳۰-۱۲۹).

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، روش تحقیق اتخاذ شده از منظر هدف، کاربردی و از منظر روش، توصیفی - تحلیلی محسوب می‌شود. داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز از طریق بررسی و مرور اسناد مکتوب چاپی و الکترونیکی و به صورت کتابخانه‌ای گردآوری شده است. همچنین نمونه‌های مورد مطالعه با توجه به اهداف پژوهش ۷ نمونه از فعالیت‌های عملیاتی که منجر به تغییر شرایط مخاطره‌آمیز به مطلوب شده است با رویکرد پایداری در چارچوب نظریه‌ی نظام شفافیت‌سازی گفتمانی ژاک فونتنی و نظام تطبیق اریک لاندوفسکی و نظریه‌ی پروتز مورد مطالعه قرار گرفته است. نمونه‌ها به صورت هدفمند و از میان برندها، پوشش‌های مردمی انتخاب شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

مد پایدار

پایداری^۱ در جهان امروز، در حقیقت نگاه مجددی است به شیوه‌ی زندگی، و بازبینی نگاه انسان به جهان پیرامون و آینده، لازمه‌ی حرکت به سوی آینده‌ای پایدار، آن است که در نوع نگاه، ارزش‌ها و نحوه‌ی عملکرد فردی و جمعی در مواجهه و ارتباط با محیط، تغییرات اساسی صورت گیرد. صنعت مد به‌عنوان مخرب محیط‌زیست در سالهای اخیر از سوی مدافعان محیط‌زیست مورد نقد قرار گرفته است. استفاده از منابع طبیعی و ایجاد زباله از مهم‌ترین مسائلی است که صنعت مد در ایجاد بحران زیست‌محیطی بدان دامن زده است. در همین راستا استفاده از منابع انرژی‌های تجدیدپذیر مطرح شده و تلاش می‌شود از مصرف مواد مصنوعی که چرخه‌ی بازگشت آنها به طبیعت بسیار طولانی است، احتراز شود.

شفافیت‌سازی و مد

شفافیت‌سازی باعث می‌شود تا بتوان هر بخشی از یک کنش

را به کنش‌گری نسبت داد و به همان میزان از او پاسخ خواست؛ برای مثال نصب دوربین در اماکن، به‌عنوان کنترل‌کننده‌های شفافیت‌ساز هستند، با افزایش شفافیت‌سازی زنجیره‌ی ترانسانسان- مکانی به بهترین وجه ممکن کارش را انجام می‌دهد و خطای انسانی را نسبت به محیط‌زیست کاهش می‌دهد؛ مثلاً اگر در مورد پسماندهای کارخانه‌های نساجی که به رودها تخلیه می‌شوند، شفافیت‌سازی صورت گیرد موجب کنترل نظام زیستی خواهد شد. شفافیت‌سازی از طریق چرخه‌ی صحیح اطلاعات و نشان دادن نمونه‌هایی از نتایج آسیب‌ها در راستای جلوگیری از آن است (شعیری و سیدابراهیمی، ۱۳۹۸: ۸۵-۷۶). در صنعت مد، شفافیت‌سازی به معنی ارائه‌ی گزارش روند تولید، تبیین فعالیت‌های زیست‌محیطی و رعایت پایداری می‌باشد. در همین راستا یک نمونه‌ی تبلیغات گفتمانی در بیلبردهای تبلیغاتی تهران مورد استفاده قرار گرفته که در آن مخاطب با گفتمانی مواجه می‌گردد که از «نجات زمین با دست دو»، «با تولید هر کالای نو تکه‌ای از زمین کم می‌شود» یا «قطع کمتر درختان با کالای دست دوم». صحبت می‌کند. اگر چه این گفتمان‌ها موجب ایجاد آگاهی در مخاطب می‌شود، اما در جهت شفافیت‌سازی کافی نیستند. چرا که باید از دو نوع مخاطب سخن گفت: مصرف‌کننده و تولیدکننده کالا. آیا این گفتمان موجب می‌گردد تا تولیدکنندگان کالاها از جستجوی منافع بیشتر خودداری کنند؟ نظام شفافیت‌سازی کمک می‌کند تا پایداری کنشی سبب خلق تفکر جمعی گردد که بر اساس آن اصل حرکت جمعی در راستای تطبیق با محیط پیرامون صورت پذیرد. تنها در این صورت به پایداری کنشی می‌رسیم که من برتر جای خود را به مای جمعی بدهد و بر این اساس اصل دسترسی به منابع برای کنش‌گران جمعی به یک فوریت غیرقابل انکار تبدیل شود. این امر تنها در صورتی تحقق می‌یابد که به قول کافمن ما خود را با یک ممکن موجود در میان همه‌ی ممکن‌های دیگر تقلیل دهیم و هم‌سویی با همه‌ی عناصر محیطی را برای شفافیت بیشتر لازم بدانیم.

پروتزسازی و مد

بنابر نظر امبرتو اکو^۲، ابژه‌ها به دلیل داشتن ۳ ویژگی قابلیت افزایش دهندگی، گستره‌بخشی و جانمایی قابلیت پروتزی پیدا می‌کنند (اکو، ۱۹۹۷: ۱۵۳-۱۵۷). مد نیز با داشتن این سه

۱. اصطلاح مد پایدار به عنوان یک هنجار اجتماعی، اولین بار توسط سازمان ملل در سال ۱۹۷۲ مورد استفاده قرار گرفت و در سال ۲۰۱۸ فراگیر شد و به یک موضوع مهم مدیریتی تبدیل شد. فرایندی پویا که افراد را قادر می‌سازد تا امکانات بالقوه و کیفی زندگی را به راه‌هایی برای حفظ و حمایت زمین ارتقاء دهند (بوتانی و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۶۱).

ویژگی ایجاد پروتز می‌کند و سبب تغییر رفتار فرد در جامعه و رسیدن به جایگاه زیست‌رفتاری و نزدیک شدن به دیگری ممتاز می‌شود. پیروان مد، در نظامی تخیلی با عبور از خودرئوسوبی به مرحله‌ای پویا و ممتاز دست می‌یابند و این هویتی است که مد ایجاد می‌کند و باعث ارتقای جایگاه فرد و پروتزی‌سازی می‌شود. پوششی مانند کفش، علاوه بر مراقبت از بدن، باعث ایجاد احساس مطلوب در افراد می‌شود. به عبارتی پروتز (کفش) هم کارکرد پوششی و مراقبتی دارد و هم در سیستم مد قرار دارد. برای مثال پوشیدن کفش آدیداس^۱ یا نایک^۲ احساس برتر بودن (به دلیل پوشیدن کفشی از یک برند معروف) را القا کرده و پروتزی‌سازی مد به وجود می‌آید؛ مد با ایجاد حس قدرت، از لحاظ هویت و برتر بودن پروتزی است که جانشین کمبود این احساس شده است. همین پروتزی‌سازی در راستای جبران یک احساس کمبود، می‌تواند پایداری کنشی را دچار مخاطره کند و محیط‌زیست را با خطر مواجه کند.

فرآیند کنشی مد

پیر بوردیو^۳ عادت‌واره و سلوک بدنی را دو ابزار کلیدی در رابطه با بدن به شمار می‌آورد؛ عادت‌واره‌ی ما یک محیط جسمانی، فرهنگی و اجتماعی است که ما - موجودات اجتماعی - در آن به سر می‌بریم و با آن شناسایی می‌شویم (کریگان، ۱۳۹۶: ۱۲۳). با توجه به این نظر می‌توان خوگرفتن به سبک و مد خاصی را عادت‌واره نامید. عادت‌واره باعث تکرار و تکرار سبب گم شدن مسیر معنایی می‌شود، با گم شدن مسیرهای معنایی، شفافیت ضعیف می‌شود و توجه به مسایل مهم دیگر در خصوص مد پایدار یا مدهای دوستدار طبیعت به فراموشی سپرده می‌شود و این باعث ابهام در امر شفافیت می‌شود؛ عادت کردن به مد، باعث می‌شود که شخص به دنبال شفاف‌سازی نبوده و بیشتر پروتزی‌سازی کند. در نظام مد همواره کنشگرانی وجود دارند که باعث خلق، تغییر، صعود و افول مد می‌شوند. کنش‌گر اول برند و کنش‌گر دوم مصرف‌کننده می‌باشد. در نتیجه در فرآیند کنشی مد، در خصوص شفافیت‌سازی، کنشگران اصلی مد که در اینجا برندها می‌باشند در دو نظام گفتمانی شفافیت اصلاحی و انحرافی جای می‌گیرند.

نظام گفتمانی شفافیت اصلاحی

در این نظام، کنش‌گر (برند) سعی دارد بر اساس سیستم

مطلوب در راستای اصلاح شرایط قدم برداشته و در گزارشاتی که ارائه می‌دهد فعالیت‌های بهبوددهنده را عنوان کند و همچنین با تبیین و ساخت مولفه‌های اصلاحی، شرایط نامناسب را حذف و اصلاح نموده و شرایط مطلوب را جایگزین آن می‌نماید. نظام شفافیت اصلاحی ۴ ویژگی دارد:

۱- کنشگران را وارد نظام تعاملی می‌کند.

۲- کنشگران در نظام تعاملی نسبت به اعمال خود پاسخگو و مسئول هستند.

۳- سبب می‌شود کنشگران صنعتی همواره در معرض قضاوت نهادهای اجتماعی قرار بگیرند. و این امر باعث ارزیابی و اصلاح آن‌ها می‌شود.

۴- سبب تشریک مساعی میان کنشگران صنعتی و اجتماعی در کنش توافقی شده و موجب رضایت ایشان در جامعه می‌شود. به عبارتی برندها در نظام روایی خود با ارائه‌ی گزارش از عملکرد تولیدات پایدار و استفاده از مواد کم‌خطر و رعایت حقوق حیوانات، قصد دارند بگویند محصولات آن‌ها شفاف بوده و یا وانمود به شفافیت‌سازی می‌نمایند. و علاوه بر آن، در مسیر قانون بوده و موجب رضایت خاطر جامعه و نهادهای اجتماعی می‌باشند. شفافیت اصلاحی را می‌توان نوعی از مباحثات گفتمانی در جهت ترمیم جراحتهای ایجاد شده در نظام روایی دانست.

نظام گفتمانی شفافیت انحرافی

شفافیت انحرافی نوعی مقاومت گفتمانی است که در آن کنشگران با فاصله گرفتن از شفافیت و با ارائه‌ی اطلاعات غیرواقعی باعث عدم اعتماد یا فریب جامعه شده و یا از انتشار گزارش در مورد فعالیت‌های خود امتناع می‌نمایند. در این خصوص گاهی تولیدکنندگان صنعت پوشاک، اصطلاحاً سبزشویی^۴ می‌نمایند. در نتیجه مشتریان دیگر نمی‌دانند چه چیزی درست یا نادرست است و نهایتاً اعتماد خود را به برند از دست می‌دهند. خاصیت منفی سبزشویی دروغ‌گویی، ابهام، نبود مدرک معتبر است؛ سبزشویی در نظام شفافیت‌سازی انحرافی جای دارد.

بر اساس نظریه‌ی لاکلائو^۵ و موفه^۶ برای ایجاد شفافیت، باید نظام تسلط کاهش یافته و به نظام هم‌ارزی دست یافت.

4. green washing

«جی وستر ولت» اصطلاح سبزشویی را به معنای «ادعای دوستدار طبیعت بودن برای کسب منفعت مالی بیشتر» بکار برده است

5. E. Laclau

6. C.Mouffe

1. Adidas

2. Nike

3. P.Bourdieu

کفش‌های مناسب دویدن را داشت. طراحی این محصول به گونه‌ای است که به دفعات قابلیت تبدیل شدن به کفش‌های مناسب برای دویدن دارد. (شکل ۲) در این اقدام آدیداس از نظام شفافیت اصلاحی پیروی کرده و اقدام مثبتی را جایگزین عملکرد نادرست قبلی خود نموده و کفش‌های آسیب‌رسان به واسطه‌گری کنش‌گر(بکام) به کفش‌های مفید تبدیل شد که از کشتار حیوانات جلوگیری کرده و محیط‌زیست را تحت حمایت قرار داد.



شکل ۱. کفش پلاستیک دریا
منبع: www.rmsclothes.com



شکل ۲. طراحی کفش آدیداس برای مد پایدار
منبع: mag.sarak-co.com

برند بربری

هنگامی که بربری در سال ۲۰۱۷ برای حفظ ارزش برند خود، میلیون‌ها دلار از محصولات خود را به آتش کشید، با انتقاد از سوی سهامداران خود مواجه شد، در واقع بربری با اقدام به آتش‌سوزی، در برابر شفافیت‌سازی مقاومت ایجاد کرد ولی در واکنش به این اعتراضات، اعلام کرد تا سال ۲۰۲۲ گازهای گلخانه‌ای را کاهش داده و تا سال ۲۰۳۰ در راستای اهداف زیست‌محیطی فعالیت خواهد نمود و از مواد سازگار با محیط‌زیست در محصولات خود استفاده می‌کند، برند بربری در سال ۲۰۲۰ با ارائه‌ی یک پیشنهاد از مشتریان‌ش خواست تا لباس‌های قدیمی‌شان را در ازای لباس‌های نو تحویل دهند. به عبارتی نظام اعتراضی از جانب حامیان مد پایدار و

برای ایجاد نظام‌های هم‌ارز باید موانعی همچون رابطه‌ی برتری را کاهش داده و یا از بین برد و موقعیت‌های مطلوب را جایگزین آن‌ها کرد. در نظام هم‌ارز، دال اجتماعی به دال هم‌ارز تبدیل می‌شود؛ مفهوم نظام اشتراکی دالی این است که شفافیت را به طریقی ایجاد کند که در درون یک بافت، اطلاعات سطوح مختلف موقعیت‌ها در اختیار همگان قرار گیرد و ارتباط میان آن‌ها هم‌سو شود؛ در این رابطه موقعیت‌ها، مکمل و در تعامل اطلاعاتی با همدیگر هستند. در نتیجه شفافیت همچون موقعیت ممتاز، به ابهام تبدیل نمی‌گردد. زیرا موقعیت ممتاز، بخشی از اطلاعات را مخفی کرده تا راه ورود به سیستم‌های اطلاعاتی، مسدود گردد ولی در نظام هم‌ارز تنها بحث شایستگی وجود دارد و این شایستگی توسط نظام رقابتی سالم از طریق ارزشیابی و شایسته‌محوری تعیین می‌گردد (لاکلاو و موفه، ۱۳۹۲: ۸۲-۸۱).

نمونه‌های مورد تحلیل

برند آدیداس

در سال ۲۰۰۶ زمانی که دیوید بکام متوجه شد کفش‌های فوتبال، ساخته شده در شرکت آدیداس، از پوست کانگورو تهیه می‌شود تصمیم گرفت کفش‌هایی با چرم مصنوعی بپوشد. پیرو اقدام وی، آدیداس اعلام کرد که طی سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ تعداد یک میلیون جفت کفش به فروش رسانده است که به صورت کامل از پلاستیک‌های رها شده در اقیانوس‌ها ساخته شده است، به تازگی نیز ماده‌ای تحت عنوان «پلاستیک اقیانوس» در ساخت کفش‌هایش بکار برده است. هرکشی^۱ که با این روش تولید می‌شود امکان ورود یازده بطری به اقیانوس را از بین می‌برد (شکل ۱). به عبارتی بکام به عنوان یک کنش‌گر باعث شد نظام غیرشفاف آدیداس به سمت نظام شفافیت رفته و مقاومت برند آدیداس را در تقابل با شفافیت در یک نظام روایی جانشینی قرار دهد و مانعی را در عدم تولید کفش از پوست حیوانات برداشته و کفش ساخته شده از مواد مصنوعی را جانشین آن کند، در نتیجه یک نظام گفتمانی را رقم بزند. همچنین آدیداس با معرفی طرح جدید خود، به سیستم «چرخه‌ی مد^۲» نزدیک شد و کفش‌هایی تولید کرد که به دفعات قابلیت تبدیل به

1. ساخته شده از پلاستیک‌های ساحل مالدیو deerup trainer

2. circular fashion

سیستمی که توسط آن مک آرتور برای حفاظت از محیط‌زیست طرح‌ریزی شد و در آن محصولات به صورت مجدد استفاده یا تجزیه می‌شوند.

سهام‌داران بربری باعث شد که شرکت بربری در نظام جدیدی قرار گرفته و دچار تغییر فرآیند شود و پروتز حامیانه برای محیط‌زیست ایجاد شود.

برند دیور

میشل فوکو^۱ در کتاب سوژه و قدرت استدلال می‌کند که هر جا قدرت وجود دارد، مقاومت هم وجود دارد، تفکر در مورد قدرت تنها جایی معنا دارد که توانایی مقاومت هم وجود داشته باشد (نوابخش و کریمی، ۱۳۸۸: ۶۰-۵۷). تحقیقات نشان می‌دهد که برندهایی با سود و قدرت بالاتر، درصد آسیب‌رسانی بیشتری برای محیط‌زیست دارند. برند دیور نیز از جمله‌ی این برندها است که فعالیت اندکی در حوزه‌ی حمایت از محیط‌زیست دارد. اما در راستای سیاست جدید دیور در پی اعتراض حامیان مد پایدار، در سال ۲۰۲۰ محصول جدید خود را به نمایش درآورد، دیور در این مجموعه که در پیست اسبدوانی لانگشام^۲ برگزار گردید، در کنار ۱۷۰ درخت با تگ‌های «کاشت برای آینده» که قرار است در جاهای مختلف کاشته شوند، رونمایی کرد، این مجموعه از مواد قابل بازیافت و بدون پلاستیک با پیام «طبیعت ما را آزاد خواهد کرد» تهیه شده بود. مانکن‌ها با لباس‌هایی دوخته شده با الیاف طبیعی با هدف ماندگاری بیشتر در کمد لباس در این مجموعه به نمایش گذاشته شدند. همچنین بعد از آتش‌سوزی جنگل آمازون، برندهای دیور و لویی ویتون^۳ حدود ۱۰ میلیون یورو برای مقابله با آتش‌سوزی هزینه کردند (شکل ۳). بدون شک اگر اعتراضات نهضت‌های حامی محیط‌زیست و نظارت کنترل‌گر^۴ ایشان روی برندها نبود، کمتر برندی در پی رفع مسایل آسیب‌زننده‌ی خود بر محیط‌زیست قرار می‌گرفت، در مورد برند دیور نیز، اعتراضات بعنوان نیرویی قوی در جهت رفع ابهام در اقدامات این برند، باعث تغییر سیاست این برند شد که با ساخت زمینه‌ای جنگل‌وار در لانگشام، اهمیت محیط‌زیست را گوشزد کند و در مورد محصولات خود شفافیت‌سازی نماید، هرچند که در چالش فروش سبز^۵ تنها ۳۰

1. P.M,Foucault
2. Hippodrome de Longchamp
3. Louis Vuitton

۴. سازمانی به نام «چالش فروش سبز» برندها را از نظر پایبندی به حفظ محیط‌زیست رتبه‌بندی می‌کند

5. The green carpet challenge

چالش فروش سبز توسط لیویا فرث و به منظور رتبه‌بندی برندها از نظر پایبندی به حفظ محیط‌زیست بنیان‌گذاری شد.

درصد شفافیت داشته است.



شکل ۳. نمونه‌ای از طرح لباس دیور در مجموعه‌ی لانگشام
منبع: parchi.ir

برند لویی ویتون

پس از نمایش مجموعه‌ی بهاره‌ی لویی ویتون در سال ۲۰۲۲، گروهی از حامیان محیط‌زیست حاضر در نمایش، با شعار «مصرف بیش از حد برابر است با انقراض»، به مضرات صنعت مد اعتراض کردند. برک^۶ مدیر عامل این برند گزارشی از سیاست‌ها و اقدامات این برند ارائه داد. این اقدامات شامل عدم استفاده از مواد پلاستیکی در محصولات خود و کاهش ۱۶ درصدی مصرف پلاستیک در بسته‌بندی و همچنین راه‌اندازی کارگاه‌های آموزشی تعمیرات کیف‌های دستی قدیمی است، وی اعلام کرد که تا سال ۲۰۵۰ به اهداف صددرصدی زیست‌محیطی خواهد رسید و اکنون با مصرف مواد طبیعی از جمله پنبه و پشم، بالاترین درصد استانداردهای زیست‌محیطی را در میان برندهای دیگر دارد.^۷ در و پاییز سال ۲۰۲۱ کفشی را با ۹۰ درصد مواد بازیافتی و سازگار با محیط‌زیست رونمایی کرد. (شکل ۴) برند لویی ویتون اخیراً لوگوی جدید خود را که شبیه نماد معروف بازیافت است به نمایش گذاشت. (شکل ۵) و همانطور که ذکر شد مبلغ ۱۰ یورو برای کنترل و مقابله با آتش‌سوزی جنگل‌ها پرداخت کرد.



شکل ۴. کفش طراحی شده لویی ویتون از مواد بازیافتی
منبع: brandkade.com

6. M.Berk

7. <https://www.brandkade.com/Fa/Magazin/Details/12272>



شکل ۷. صندل‌های آل‌بردز

منبع: article.tebyan.net



شکل ۵. لوگوی جدید لویی ویتون

منبع: brandkade.com

برند زاگرس پوش

زاگرس پوش، با توجه به هویت نامی خود، کوهستان را بزرگترین نماد تأثیربخش در برند خود می‌داند، کمپین «لمس بلوط» نخستین آمیزش زاگرس با بلوط درخت جاودانه‌ی حیات و نماد زندگی و ماندگاری است. برند زاگرس پوش در این کمپین خود را حامی جنگل‌های بلوط لرستان می‌داند و اقدام به تولید عطر بلوط برای یادآوری حفاظت از محیط‌زیست با رایحه‌ی دلپذیر بلوط نموده است. در این اقدام، جنگل بلوط پروتزی به منظور آگاهی برای عدم آسیب‌رسانی به پوشش گیاهی جنگل ایجاد کرده است، به عبارتی عطر بلوط با ایجاد رابطه‌ی ادراکی با طبیعت ایجاد نظام تطبیقی می‌نماید و یادآوری می‌کند که انسان جزئی از طبیعت بوده و برای حفظ آن باید تلاش بنماید. برند مذکور با کاشت بلوط در مناطق جنگلی، شفافیت‌سازی نموده و بار دیگر متذکر می‌شود که پوشش‌های گیاهی در حال انقراض هستند و این‌گونه با تبلیغات خود، همگان را متوجه تخریب پوشش گیاهی نموده و با تأکید بر مفاد کاشت بلوط علاوه بر خاطر نشان کردن اهمیت و جایگاه تقدیسی بلوط در تفکر ایرانی، به محیط‌زیست نیز توجه نشان داد.

بقچه‌ی ایرانی

افسانه احسانی، از سال ۱۳۸۴ با تمرکز بر کارآفرینی در زمینه‌ی گردشگری و هنرهای بومی فعالیت خود را آغاز و موسسه‌ی آوای طبیعت پایدار را تاسیس نموده و قراردادهای بین‌المللی در خصوص گردشگری منعقد کرد. ساخت عروس‌های محلی (شکل ۸)، گردن‌بند و گوشواره ایده‌ی خوبی برای حفظ ارزش‌های بومی و محیط‌زیست بود که با پیشنهاد ایشان و همت بانوان روستایی عشایری و جمع‌آوری تکه پارچه‌های دورریز میسر گردید.

برند ریبوک و آل‌بردز

برند ریبوک^۱ برای اولین بار کفشی با استفاده از پنبه و ذرت تولید کرد، رویه‌ی کفش از نوعی کتان به نام پنبه‌ی تلخ، کفی کفش از روغن لوبیای کاستور و دیگر قسمت‌های کفش از کتان‌ی که از ذرت استخراج شده، ساخته شده است. (شکل ۶) با توجه به اهمیت مد پایدار و نیز محبوبیت سلبریتی‌ها در جوامع، حمایت ایشان از مد پایدار، دارای اهمیت است. برای مثال لئوناردو دی‌کاپریو^۲ در سال‌های اخیر به جمع سرمایه‌داران برند «آل‌بردز»^۳ پیوست، برند مذکور فعالیت خود را از سال ۲۰۱۶ با تولید کفش‌هایی که از مواد بازیافتی تولید می‌شوند آغاز کرد. دی‌کاپریو در این خصوص در چند مستند نیز به ایفای نقش پرداخته است. آخرین تولید این برند، صندل ساخته شده از نیشکر است. (شکل ۷) در این مورد، اقدام یک سلبریتی باعث شده است که برند سبز، خود را بیش از پیش به نمایش گذارده و کنش اخلاقی در خصوص محیط‌زیست صورت گیرد و به واسطه‌ی محبوبیت دی‌کاپریو، مستندهای برند مذکور دیده شده و برند آل‌بردز به دو هدف، یعنی بیشتر دیده شدن و تبلیغ محصولات خود و حمایت از محیط‌زیست دست یابد و گفتمان اخلاقی خود را مطرح نماید.



شکل ۶. کفش طراحی شده آل‌بردز از مواد بازیافتی

منبع: article.tebyan.net

1. Reebok
2. L.DiCaprio
3. Allbirds

مصرف‌کنندگان از من‌رسوبی به من‌ممتاز می‌شود و چون امکان نبرد با مدهای غالب جامعه تا حدودی وجود ندارد می‌توان با آشتی دادن این صنعت با مد پایدار و توجه به مضرات مد و ایجاد پروتزی جدید، هم مساله‌ی مد را نفی نکرده و هم به اهداف زیست‌محیطی نزدیک شد. یعنی مد، هم باید پروتزی‌سازی کند و هم محیط‌زیستی باشد و مد محیط‌زیستی باید این تناقض را رفع نماید. متوجه شدیم که کفش پروتزی است که جنبه‌ی پروتزی در مد هم دارد و با اقدام دیوید بکام، برند آدیداس خود را ملزم به تولید کفش‌هایی از پلاستیک‌های رها شده در اقیانوس‌ها دانست. کفش‌های مذکور پروتزی وابسته به دنیای مد است که از بدن مراقبت می‌کند و با شفافیت‌سازی که به واسطه‌ی بکام صورت گرفت و توسط برند آدیداس اعمال شد، در خدمت حفظ محیط‌زیست است، پروتزی که مد سبز محسوب می‌شود. همچنین بازیافت و تغییر کاربری محصولات مد، امری مهم در بخش توسعه‌ی پایدار محسوب می‌شود و باعث توان‌افزایی و ترغیب مردم به عرضه‌ی البسه‌ی غیرقابل استفاده‌ی خود به مراکز بازیافتی می‌باشد. اقدامات بربری برای تعویض البسه‌ی کهنه با نو، لویی ویتون در تولید کفش بازیافتی، کفش‌های آل‌بردز با تحریک دی‌کاپریو، اقدامات دیور برای کمک به کنترل آتش‌سوزی جنگل‌ها و نمایش لانگشام، عطر بلوط زاگرس‌پوش و بقچه‌ی ایرانی در فرآیند بازآفرینی صنایع دستی و هنرهای بومی و روستایی ایران به امر بازیافت مبادرت ورزیده و با تغییر فرآیند از نقصان به کنش و از کنش به توانش رسیده اند و با ایجاد شفافیت‌سازی و پروتزی‌سازی در نظام تطبیقی با محیط‌زیست قرار گرفته و نظامی روایی تعریف کرده و پروتزی جدید ساخته‌اند که علاوه بر زیبایی و دست‌ساز بودن، حامی محیط‌زیست نیز می‌باشد. به عبارتی، مد باید به سطحی از هوشیاری برسد که بدانند چه خطراتی برای محیط‌زیست دارد، همانطور که پیش‌تر ذکر شد، نقش سلبریتی‌ها، برندها و کمپین‌های حامی محیط‌زیست در این مساله بسیار مهم می‌باشد. اما ایجاد گفتگمانی علمی و کاربردی در این مساله راهگشا می‌باشد که طبق پژوهش حاضر، با عنایت به نظریه‌ی شفافیت‌سازی و تدوین و تبیین سایت‌های کنترل‌گر برندها و نیز پروتزی‌سازی مد پایدار و در نهایت، تطبیق‌سازی می‌توان به این مهم دست یافت. در نتیجه به‌منظور پیوند مد سبز و پروتزی، شفافیت‌سازی امری موکد می‌باشد و به این منظور، مد نباید از مواد خطرزا



شکل ۸. عروسک‌های محلی روستای تاجمیر، خراسان جنوبی
منبع: Boghcheirani

دغدغه‌های احسانی در اکوتوریسم منجر به فعالیت مذکور شده و آگاه‌سازی در مورد آسیب‌های مد برای محیط‌زیست را آغاز کرد و با ایجاد تغییرات مثبت و با ایجاد پروتزی (عروسک‌سازی) باعث احیای هنرهای دست‌ساز عشایری و روستایی گردیده و با شفافیت‌سازی در خصوص مضرات پارچه‌های رها شده در طبیعت، گفتگمان معناداری ایجاد کرد که در قالب طرح جمع‌آوری پارچه‌های دورریز و کسب و کار در ایران دارای چند ویژگی مهم است: بازیابی آنچه که از حوزه‌ی کاربرد میدانی خارج شده است؛ در دسترس قرار دادن یک ممکن که فراموش شده بود و امر بیپه‌ده تلقی می‌شد؛ تطبیق آنچه که نه‌انسان تلقی می‌شد با جایگاه وجودی انسانی. بازگشت به نظام شفافیت با القای این موضوع که آنچه نامطلوب و غیرقابل دسترس پنداشته می‌شود می‌تواند به بخشی از نظام روایی همسو و تطبیق‌پذیر با شرایط زیستی تبدیل گردد.

پیوند نظام‌های پروتزی، شفافیت‌سازی، تطبیق با پایداری

مد پروتزی است که باعث تقویت اعتمادبه‌نفس و هویت فردی شخص می‌شود، پروتزی می‌تواند در راستای شفافیت‌سازی کاربردی شود. برای مثال بازیافت محصولات مد به عنوان یک امر پروتزی ضمن کارآفرینی به حفظ محیط‌زیست نیز کمک می‌کند و برای مصرف‌کنندگان محصولات بازیافتی هویتی جدید تعریف می‌کند که مورد تحسین نیز هست. در نتیجه پروتزی منفی مد، عملکردی مثبت و محبوب می‌یابند. توجه به این مساله که آیا مد پایدار در بحث شفافیت‌سازی کارکرد پروتزی‌سازی دارد نیز در خور توجه است. مد مساله‌ای مهم، مخصوصاً نزد قشر جوان است و تصمیم‌گیرنده‌ی مهمی برای نقش‌های ایشان در زندگی اجتماعی است مد با پروتزی‌سازی باعث ارتقای نقش

استفاده کرده و باعث ائتلاف انرژی و آلودگی محیط‌زیست شود و محصولاتی ارائه دهد که جنبه‌ی زیبایی‌شناختی و کاربردی داشته باشد. در جدول ذیل فعالیت‌های ۷ برند

جدول ۱. اقدامات و کنش برندها بر اساس محرک کنش‌گر

| ردیف | برند | نقصان یا شرایط نامطلوب | کنش‌گر محرک | اقدامات کنش‌گر | کنش برند | توانش | گفتمان |
|------|----------------|--|---|---|--|---|-----------------------|
| ۱ | آدیداس | تولید کفش با پوست حیوانات-رتبه خوب در چالش فرش سبز | دیوید بکام | امتناع از پوشیدن کفش | تولید کفش از پلاستیک اقیانوس | بازیافت مواد پلاستیکی | پروتزسازی تطبیق |
| ۲ | بربری | آتش‌سوزی تولیدات انباشته-رتبه ضعیف در چالش فرش سبز | اعتراض سهام‌داران و حامیان محیط‌زیست | اختصاص لباس به افراد عادی با قیمت کمتر | تعویض البسه‌ی نو با کهنه | حرکت به سمت پایداری و تحقق آن تا سال ۲۰۳۰ | شفافیت‌سازی |
| ۳ | دیور | تولیدات غیرپایدار،رتبه ضعیف در چالش فرش سبز | اعتراض حامیان محیط‌زیست | نقد برند در سایت چالش فرش سبز | نمایش لباس ساخته شده از الیاف طبیعی، کمک مالی برای پیشگیری از آتش‌سوزی جنگل | حرکت به سمت پایداری | پروتزسازی |
| ۴ | لویی ویتون | تولیدات غیرپایدار،رتبه ضعیف در چالش فرش سبز | اعتراض حامیان محیط‌زیست | شعار علیه مصرف‌گرایی و حضور معترضان در نمایش لباس بهار ۲۰۲۲ | ارائه گزارش از فعالیت‌های زیست‌محیطی، ساخت کفش از مواد بازیافتی و کمک مالی برای پیشگیری از آتش‌سوزی جنگل | بازیافت مواد پلاستیکی | پروتزسازی |
| ۵ | آل‌بردز و ریوک | تولیدات غیرپایدار،رتبه متوسط در سایت چالش فرش سبز | لئوناردو دی‌کاپریو | تبلیغات در زمینه‌ی محصولات پایدار آل‌بردز | تولید کفش بازیافتی و محصولات پایدار بر پایه الیاف گیاهی | بازیافت مواد پلاستیکی و تولیدات ارگانیک | پروتزسازی تطبیق |
| ۶ | زاگرس پوش | عدم اطلاعات عمومی در خصوص جنگل‌های بلوط و تخریب آنها | حس همزیستی با طبیعت توسط مسوول مارکتینگ | توجه به طبیعت غرب ایران | کاشت بلوط در کوهستان‌های غرب ایران، تولید عطر بلوط | کمک به حفظ گونه‌های بلوط در ایران | پروتزسازی شفافیت‌سازی |
| ۷ | بقچه‌ی ایرانی | تبدیل تکه پارچه‌های دورریز به زیاله | افسانه احسانی | فراخوان جمع‌آوری تکه پارچه | ساخت عروسک‌های بومی | معرفی دست‌سازهای بومی ایجاد اشتغال | پروتزسازی شفافیت‌سازی |

اقدام مطلوب و شفافیت اصلاحی، ایجاد پروتز نموده و باعث ایجاد رفع نقص و جانشینی اقدام مثبت می‌شود و در صورتی که باعث به وجود آمدن تعامل میان مد و محیط‌زیست و در نهایت رفتار مطلوب تولیدکننده و مصرف‌کننده در عالم مد شود، نظام تطبیق ایجاد می‌شود به طوری که نظامی پویا مبتنی بر برنامه و هدف به وجود آمده و با ایجاد رابطه‌ی

بر اساس جدول فوق، برندها بر اساس نوع فعالیت، گفتمان معناداری ایجاد می‌کنند، در مواردی که برند بنابر اعتراض، فعالیت مثبتی را اعمال می‌کند، شفافیت‌سازی می‌نماید و اگر شفافیت‌سازی در راستای اصلاح و بهبود وضعیت قبلی باشد، شفافیت اصلاحی و در صورت وجود ابهام و سبزشویی، شفافیت انحرافی انجام می‌دهد. و در صورت

حسی و ادراکی که هدف آن همزیستی با محیط‌زیست است باعث هم‌آوایی می‌شود و در نهایت گفتمان معنادار ایجاد می‌شود که موجب ارتقای فرهنگ در چگونگی رابطه‌ی انسان و محیط‌زیست در حوزه‌ی مد می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

پیشرفت گسترده‌ی صنعت مد؛ نتایج متفاوتی از جمله مد سریع و آهسته را حاصل شده که اولی برای تولید بیشتر و نزول قیمت و دومی در تقابل با اولی و برای جبران آسیب آن به محیط‌زیست و روند کندتر مد شکل گرفته، به صورتی که باعث پیدایش نهضت‌های مد پایدار شده است. این پژوهش با هدف توضیحی بر صنعت مد، محیط‌زیست و راهکارهای پیشنهادی برای کاهش آسیب به محیط‌زیست به مساله‌ی نظام گفتمانی شفافیت، پروتز و تطبیق پرداخته و دو نظام گفتمان شفافیت اصلاحی و انحرافی را مورد توجه قرار داده است. با بررسی چند برند، نشان داده شد که برای شفافیت‌سازی از ابزار مختلف همچون اقدامات برندها در خصوص تولید پایدار، ارایه‌ی گزارش، فعالیت سلبریتی‌ها به‌عنوان کنشگران مفید، و برگزاری نمایشگاه‌های مد پایدار و ارتقای آگاهی جامعه در مورد خطرات صنعت مد و ایجاد پروتز می‌توان آسیب‌های زیست‌محیطی مد را کاهش داد. پژوهش‌های انجام شده در گذشته صرفاً در جهت تبیین مد پایدار و یا تأثیرات منفی مد بر محیط‌زیست، روش‌های باز یافت و غیره بوده و به مقوله‌ی گفتمان‌های مؤثر برای

تغییر رویه‌ی مد مخرب و جهت‌دهی مثبت آن توجهی نشده است. از لحاظ شباهت میان این تحقیق و تحقیقات انجام شده تنها می‌توان افزایش آگاهی در خصوص خطرات مد و مصرف‌گرایی مد برای محیط‌زیست را نام برد و از لحاظ تفاوت بر اساس آنچه که بیان شد می‌توان گفت با استعانت از نظریه‌ی شفافیت‌سازی و ایجاد پروتز مد پایدار می‌توان اقدامات مؤثری انجام داده و با پیوند میان پروتز‌سازی و شفافیت، در مسیر پایداری مد قدم برداشت. به صورتی که صنعت مد با اعلام گزارشات مثبت زیست‌محیطی خود، علاوه بر شفافیت‌سازی، پروتز‌سازی نیز بنماید، برندها و چهره‌های مشهور حمایت‌های رسانه‌ای از مد پایدار انجام داده و مردم نیز به عنوان قشر مهم مصرف‌کننده‌ی مد به این امر واقف بوده و در این مهم یاری‌گر باشند و همگی با ایجاد پروتزی جدید با گفتمان معنایی در خدمت محیط‌زیست باشند. در نهایت، کسب و کارهای خانگی، تحت حمایت بخش دولتی یا خصوصی و یا به‌صورت خودجوش می‌توانند در امر باز یافت در راستای تولیدات و دست‌ساخته‌های هنری مؤثر باشند.

این مقاله برگرفته از رساله دکتری تخصصی پژوهش هنر صدیقه جوانمرد با عنوان "مطالعه مد و پیامدهای آن در جهان مدرن" است که به راهنمایی دکتر نیر طه‌پوری و مشاوره دکتر حمیدرضا شعیری و دکتر حبیب‌الله جوانمرد در گروه هنر دانشکده عمران، معماری و هنر، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران در حال انجام است.

منابع

فرهود، فریناز و نیکوکار، منصوره. (۱۳۹۴). نقش فناوری تولید افزودنی در دستیابی به مد پایدار، فصلنامه هنرهای تجسمی و کاربردی، ۱۳۳-۱۱۵.

کریگان، کیت. (۱۳۹۶). *جامعه‌شناسی بدن: نظریه‌های مدرن، پست مدرن، پاسا‌خترگراییانه*. ترجمه محسن نصری‌راد، تهران: انتشارات نقش و نگار. چاپ دوم.

لاکلاو، ارنستو و شانتال، موفه. (۱۳۹۲). *هژمونی و استراتژی سوسیالیستی*. ترجمه محمد رضایی. تهران: ثالث.

معین، مرتضی بابک. (۱۳۹۰). *معنا به مثابه تجربه زیسته (گذر از نشانه‌شناسی کلاسیک به نشانه‌شناسی با دورنمای پدیدارشناختی)*. تهران: سخن

نوابخش، مهرداد و کریمی، فاروق. (۱۳۸۸). *واکوی مفهوم قدرت در نظریات میشل فوکو، فصلنامه مطالعات سیاسی*. ۳: ۴۹-۶۳.


توحیدلو، یگانه و شعیری، حمیدرضا. (۱۳۹۶). *مطالعه‌ی پروتز‌سازی گفتمانی*. نشریه پژوهش ادبیات معاصر جهان. ۲۲: ۲۸۶-۱۶۹.

داوری، روشنگر. (۱۳۹۶). *تبیین مدل توسعه‌ی پایدار پوشاک: (مطالعه‌ی موردی: ایران)*. رساله دکتری رشته پژوهش هنر. دانشکده‌ی هنر دانشگاه الزهرا

شعیری، حمیدرضا. (۱۳۹۴). *مقاومت، ممارست و مماشات گفتمانی: قلمروهای گفتمان و کارکردهای نشانه‌معناشناختی آن*. مجله جامعه‌شناسی ایران. شماره ۲۲: ۱۲۲-۱۲۸.

شعیری، حمیدرضا و سید ابراهیمی، فاطمه. (۱۳۹۸). *نشانه بوم زیست ادبی: نظریه و روش*. مجله ادبیات و زبان‌ها، ۴۶: ۶۹-۸۹.

- Bottani, E., Tebaldi, L., Lazzari, I., & Casella, G. (2019). A model for assessing economic and environmental sustainability dimensions of a fashion supply chain and a case study. *IFAC PapersOnLine*, 52(13), 361–366
- Brenot, A., Coste-Manière, I., Deroche, M., Godat, E., Lemoine, L., Ramchandani, M., Sette, E., & Tornai, C. (2019). Water footprint in fashion and luxury industry. In S.S. Muthu (Ed.). *Water in textiles and fashion: Consumption, footprint, and life cycle assessment*, 95–113.
- Cimatti, B., Campana, G., & Carluccio, L. (2017). Eco design and sustainable manufacturing in fashion: A case study in the luxury personal accessories industry. *Procedia Manufacturing* [paper presentation] In the 14th Global Conference on Sustainable Manufacturing, GCSM 3-5 October 2016, Stellenbosch, South Africa, (pp. 393 – 400).
- Eco, U. (1985). *La Guerre du Faux*. Paris: Grasset.
- Fontanille, J. (2015). *Formes de vie*. Liège: Presses universitaires de Liège.
- Fontanille, J. (2021). *Ensemble. Pour une anthropologie sémiotique du politique*. Liège : Presses Universitaires de Liège.
- Grappi, S., Romani, S., & Barbarossa, C. (2016). Fashion without pollution: How consumers evaluate brands after an NGO campaign aimed at reducing toxic chemicals in the fashion industry, *Journal of Cleaner Production*, 149, 1164-1173.
- Kaufmann, V. (2000). De la mobilité à la motilité, dans Bassand, Kaufmann & Joye (dirs.). *Enjeux de la sociologie urbaine*, Lausanne. Presses polytechniques Universitaires Romandes.
- Landowski, E. (2005). *Les interdictions risquées*. limoge:plum
- Marcketti, S., & Karpova, E. (2020). *The dangers of fashion: Towards ethical and sustainable solutions*. Bloomsbury Visual Arts.
- Moretto, A., Macchion, L., Lion, A., Caniato, F., Danese, P., & Vinelli, A. (2018). Designing a roadmap towards a sustainable supply chain: A focus on the fashion industry. *Journal of Cleaner Production*, 193, 169-184.
- <https://www.brandkade.com/Fa/Magazin/De tails/12272,2022/02/15>
- <https://www.mag.sarak-co.com/fashion-and-weather,2020/08/21>
- <https://parchi.ir/2019/09/29>
- <https://www.rnsclthes.com,2022/02/13>
- <https://www.article.tebyan.net,2022/08/11>

| | |
|---|---|
|  | <p>COPYRIGHTS © 2023 by the authors. Licenses PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0)</p> |
|---|---|