

# مد به نام ما

نوجوانه از نسل جدید دریافته، این است که نوجوان در پوشش هم می‌خواهد خاص باشد. همان‌طور که در ویژگی‌های نسلی «یونیک‌نس» و علاقه‌مند به خاص بودن است. تا چند سال قبل اگر دنیای مد بر مدار پوشش نوجوانان می‌گذشت اما در حال حاضر با طیف‌های مختلفی در پوشش طرف هستیم که جنسیت بردار هم نیست. اعلام استقلال به این معنا که من می‌توانم هر لباسی را که دلم می‌خواهد بپوشم، همراه شدن با رفتار و پوشش گروه همسالان یک‌گذار از نوجوان در بلوغ به جوان تصمیم‌گیرنده است. گرایش به مدهای من‌درآوردی مغایر با خانواده البته یک جدال هویتی هم هست. برای این‌که هویت و زیبایی‌های خود را به نمایش بگذارد. تا قبل از آن کودک در خانواده از پدر و مادرش الگوبرداری می‌کند به طوری که رفتار، گفتار و حتی پوشش آنها متناسب با سلیقه و فرهنگ خانواده است اما طی سال‌های اخیر و با ایجاد شبکه‌های ارتباط جمعی در بستر اینترنت، تمام افراد و به خصوص نوجوانان در دهکده کوچک جهانی، می‌توانند با فرهنگ‌های مختلف در سراسر جهان آشنا شوند و حالات‌شان برای بیشتر انتخاب باز است. این سرک کشیدن در فرهنگ‌های متفاوت شرایط را برای یک نوجوان در جهت انتخاب هنجارهای مطلوب جامعه سخت‌تر می‌کند و گاهی او ارزش‌هایی متفاوت با فرهنگ خانوادگی خود را انتخاب می‌کند که بخشی از آن شامل مد و لباس می‌شود.

اما مهم‌ترین چیزی که وجود دارد، این است که ما برای نوجوان ایرانی در ذائقه‌سازی مبتنی بر فرهنگ ایرانی-اسلامی کم گذاشته‌ایم.

که از روند کار ما بازدید می‌کنند.

**۴ شما چه نوع سبک پوششی را برای جامعه خودمان مناسب می‌بینید؟**

فرهنگ غنی و اسلامی کشورمان همیشه در اولویت است. منتها باید بین لباس‌های مجلسی و اجتماع و لباس‌های خانگی تمایزی قائل شویم. یکی از نکاتی که بسیار اهمیت دارد و باید به آن توجه کرد، بحث سواد پوشاک و آگاهی از پوشیدن چه نوع لباسی در چه مکانی است که باید با تأسف بگویم ما در نهادهای آموزشی خود به خوبی این مسأله را به دانش‌آموز و دانشجو منتقل نکرده‌ایم. البته به تازگی طی اقداماتی با آموزش و پرورش رایزنی‌هایی داشته‌ایم که به نظر می‌آید نتیجه آنها مثبت است.

**۴ در حال حاضر توجه مصرف‌کنندگان به برند ایرانی یا وارداتی است؟**

اگر بخواهیم بگوییم که میل جامعه به کدام سبک و الگو می‌چرخد، باید بگوییم متأسفانه

الگوهای وارداتی طرفداران بیشتری در کشور دارد. ما از سال ۹۵ در حوزه خرده‌فروشی توانسته‌ایم ارتقای سطح خوبی داشته باشیم. دیگر آمار مثبتی که می‌تواند ما را در این حوزه امیدوار کند، رشد ۱۷ درصدی صنعت نساجی در سال گذشته است که هنوز هم جای پیشرفت دارد.

امروزه در صنعت و حوزه پوشاک چنان پیشرفتی داشته‌ایم که حتی یک نفر با یک چرخ خیاطی در خانه و در شعبه‌های متفاوت کارخانه‌های نساجی، می‌تواند شروع به تولید کند. از این بابت پیشرفت خوبی داشته‌ایم.

درکل باید بگوییم که مسئولان در کنار شعارهای خود اگر توجه و حمایت بیشتری در این حوزه داشته باشند، ما می‌توانیم شاهد چرخش چرخ‌های صنعت پوشاک و اقتصاد کشور باشیم.

**۴ الگوهای خود را در طراحی و مد، معمولاً از کجا و توسط چه کسانی تأمین می‌کنید؟**

من پیگیر این هستم که از الگوهای داخلی پیروی کنم اما باید اعتراف کنم در رقابت با الگوهای وارداتی، فاصله زیادی داریم. نکته‌ای که می‌تواند امیدوارکننده باشد، این است که استعدادهای خوبی در حوزه تولید لباس‌های داخلی داریم که همین نکته بسیار

می‌تواند در آینده به ما کمک کند.

**۴ شما به عنوان دبیر کارگروه مد و لباس، چقدر به تولیدکننده‌ها در خصوص تولید هرچه بیشتر لباس نوجوان تأکید دارید؟**

تأکید اکنون ما روی اتاق تولید و پژوهش و زمانی که از آنها صحبت می‌کنیم، یعنی بیشتر اجزای اعضای زنجیره پوشاک را در خود دارد. اما وقتی ما برای اولین بار در جشنواره فجر، بخش لباس نوجوان را به کار می‌گیریم به این معنی است که توجه تولیدکنندگان به سمت پوشاک و لباس و مد نوجوان رفته و تأکید داریم که نوجوان‌ها را از یاد نبرند. به نظرم تا این تغییرات انجام نشود، نمی‌توان زیاد امیدوار بود. ما فعلاً در گام‌های اولیه هستیم و قدم‌های بعدی را با سرعت و عمق بیشتری طی می‌کنیم تا بتوانیم به نتایج قابل قبولی برسیم.

