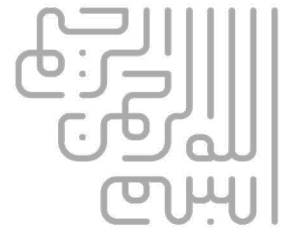


واکاوی و شناسایی مسائل و چالش‌های «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی»



تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۵/۶
Publish Date : 2026/07/28



عنوان: واکاوی و شناسایی مسائل و چالش‌های «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی»
تهیه و تدوین (Author): ریحانه رحمانی‌پور
واژه‌های کلیدی: مد و لباس، سبک پوشش اسلامی، ایرانی، سند ملی سبک پوشش ایرانی اسلامی، استایل، صنعت پوشاک
ناشر: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

DOI: <https://doi.org/10.22034/mrc.report.21719>

Permanent Link:

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

عنوان: واکاوی و شناسایی مسائل و چالش‌های «سند ملی سبک پوشش اسلامی-ایرانی»
نوع گزارش: طرح / لایحه ☐ ، نظارتی ☐ ، راهبردی ☒ ، پیش‌نویس قانونی ☐
نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه زنان، خانواده)
ناظر علمی: موسی بیات
ناظر علمی خارج از مرکز: محمدحسین مهربانی فرد
اظهار نظر کننده: حمید طریفی حسینی
گرافیک و صفحه آرایی: سیده فاطمه ابوطالبی
ویراستار ادبی: زهره عطاردی
تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۴/۴/۱



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۹
۲. مأموریت جمهوری اسلامی ایران در حوزه مدلباس.....	۱۰
۳. واکاوی سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی.....	۱۱
۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....	۱۸
منابع و مآخذ.....	۲۶

فهرست جداول

جدول ۱. مقایسه تکالیف کارگروه ساماندهی مد و لباس و شورای راهبری سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی.....	۱۶
جدول ۲. مقایسه اعضای کارگروه ساماندهی مد و لباس و شورای راهبری سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی.....	۱۷
جدول ۱ پیوست. نظام مسائل حوزه مدلباس براساس سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی.....	۲۱

فهرست شکل

شکل ۱. اقدامات اجرایی تعریف شده در سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی - ۱۴۰۳.....	۱۵
---	----



واکاوی و شناسایی مسائل و چالش‌های «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی»

چکیده



«قانون ساماندهی مد و لباس کشور» در سال ۱۳۸۵ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید که در آن تلاش شده اجزای مختلف زنجیره ارزش تولید پوشاک مورد توجه قرار گیرد و چالش‌های ناظر بر آن مرتفع شود. اما یکی از چالش‌های جدی در این عرصه فقدان رویکرد نظری در بسط و توسعه صنعت پوشاک بوده که این امر نیازمند تدوین سند سیاستی و تعیین چشم‌انداز کشور در این عرصه است. با گذشت حدود نوزده سال از تصویب قانون مذکور و تحولات حوزه پوشش، اهمیت بازار و صنعت پوشاک و اثرگذاری آن بر الگوی پوششی جامعه بیش‌ازپیش مشخص شده و این امر ضرورت تمرکز عمیق و وسیع‌تر سیاستگذار بر این موضوع را می‌طلبد. لذا در سال ۱۴۰۳ «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی» به‌عنوان یک سند بالادستی در شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید. سند مذکور در پنج ماده به تبیین و تشریح «مبانی، اصول و ارزش‌ها»، «هدف کلان»، «مسائل»، «سیاست‌های اجرایی» و «اقدامات و فعالیت‌های اجرایی» پرداخته است. بررسی این سند، نشان از فقدان جامعیت در مسئله‌شناسی، ضعف اولویت‌گذاری در نظام مسائل، فقدان برنامه زمان‌بندی در اهداف سند سیاستی، ضعف توجه به گروه‌های مختلف جامعه مخاطب، ضعف در تعریف مزیت رقابتی جمهوری اسلامی ایران در صنعت پوشاک در عرصه بین‌الملل، کم‌توجهی به وضعیت فعلی ساختار مدلباس کشور و کفایت حداقلی اقدامات پیش‌بینی شده در نسبت با مسائل دارد. لذا بازنگری در سند مذکور با هدف رفع چالش‌های مذکور ازسوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی پیشنهاد می‌شود.



بیان / شرح مسئله

ظرفیت مدلباس در انتقال فرهنگ قابل توجه است که با توجه به مزیت‌های رقابتی فرهنگ ایرانی اسلامی و با هدف ساماندهی وضعیت پوشش داخل کشور و جهانی شدن تمدن ایرانی اسلامی، بیشترین بهره‌برداری صورت گیرد. تحقق این مهم نیازمند تدوین چشم‌انداز کشور در این عرصه، سیاست‌های ناظر به آن و همچنین برنامه‌های اقدام و عملیاتی تحقق سیاست‌هاست. از سوی دیگر، فقدان چشم‌انداز کمی و کیفی در این حوزه یکی از مسائل مهم در توفیق حداقلی در اجرا و تحقق اهداف قانون ساماندهی مد و لباس است. در این راستا، **سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی** در سال ۱۴۰۳ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده است. با توجه به اهمیت جایگاه چشم‌انداز کلان و قدرت راهبری آن در سطح ملی و بین‌المللی، بررسی سند مذکور در اولویت قرار گرفت.

نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

بررسی سند نشان می‌دهد، به‌رغم اینکه سعی شده اصول و مبانی، نظام مسائل، سیاست‌های اجرایی، اقدامات عملیاتی به تفکیک مشخص گردند؛ اما نکاتی نسبت به سند وجود دارد که تحقق هدف کلان را خدشه‌دار خواهد کرد:

۱- ضعف جامعیت مسئله‌شناسی: تفکیکی بین مسائل کلان و مسائل خرد در سند وجود ندارد. ضروری است؛ نظام مسائل به‌صورت پلکانی و در نسبت با اصول و مبانی به سیاست‌های اجرایی و اقدامات متصل شود.

مسئله‌شناسی سند، آمیخته‌ای از مسائل نظری و گفتمانی و مسائل خرد و اجرایی وجود دارد. مضاف بر اینکه مسائل تدوین شده در برخی از حوزه‌ها حداقلی احصا شده است. به‌عنوان نمونه چالش‌های نظارت پیشینی بر طراحی‌ها و عدم سازماندهی طراحان، چالش‌های تجاری‌سازی تولیدات و ویژندسازی، عدم اتصال نظام‌مند طراحان به تولیدکنندگان، تمایز بین ویژند و تولیدکننده، الزامات ویژندسازی و ... اشاره نشده است.

۲- ضعف اولویت‌بندی مسائل و برنامه اقدام تدوین شده: لازمه تدوین سند راهبردی، تعیین اولویت مسائل و طراحی شبکه‌ای راهبردهای حل مسئله است. درواقع در موضوعات بینابخشی تشخیص مسئله و تجویز حل مسئله به‌صورت خطی امکان‌پذیر نیست. درواقع هر مرحله از تحقق اهداف مورد نظر و شکل‌گیری چرخه صنعت پوشاک، پیش‌نیازهایی دارد که عدم تحقق آنها، امکان ورود به دیگر اجزای چرخه را غیرممکن می‌سازد.

۳- فقدان برنامه زمان‌بندی در اهداف سند سیاستی: ذیل هدف تعیین شده در این سند، صرفاً یک هدف کمی در بازه زمانی ده‌ساله (بلندمدت) تعیین شده و آن تصاحب بیش از ۴۰ درصد بازارهای داخلی از سوی ویژندهای صاحب سبک ایرانی اسلامی است. لازمه تحقق این هدف، تعیین اهداف خرد در بازه‌های زمانی میان‌مدت و کوتاه‌مدت بوده که در سند مورد اشاره قرار نگرفته است. در سیاست‌های اجرایی و برنامه‌های اقدام ناظر به عرصه بین‌الملل نیز مواردی پیش‌بینی شده، اما ذیل اهداف و برنامه کمی و زمان‌بندی شاخص و سنجه‌ای با این مضمون در نظر گرفته نشده است.

۴- ضعف در تعریف مزیت رقابتی جمهوری اسلامی ایران در صنعت پوشاک در نسبت با کشورهای دیگر: با توجه به اینکه یکی از مسائل عنوان شده «ضعف دیپلماسی و فقدان حضور اثربخش در مناسبات بین‌المللی ...» است، تعیین مزیت رقابتی جمهوری اسلامی ایران در عرصه مدلباس و ساماندهی کلیه برنامه و اقدامات در راستای رسیدن به سطح رقابت در شاخص مزیتی، باید در اولویت قرار گیرد. تعیین این مهم در سند به انجام مطالعات آینده‌پژوهی ذیل اقدامات آموزشی - پژوهشی موکول شده که البته متولی آن نیز مشخص نیست.

۵- ضعف توجه به گروه‌های مختلف مصرف‌کننده: در سند مذکور تنوع جامعه مخاطب و نیازهای مختلف آن ازجمله نوجوان



مورد توجه قرار نگرفته‌اند. این درحالی است که هویت‌یابی یکی از مسائل مهم دوره نوجوانی است و مدلباس جامعه نقش بسزایی در این هویت‌یابی دارد.

۶- پیشنهاد ساختاری جدید بدون توجه به وضعیت فعلی ساختار مدلباس کشور: اشتراک بالای ۷۰ درصد تکالیف و اعضای عضو ساختار سیاستگذاری و اجرایی منجر به موازی‌کاری، صوری شدن انجام تکالیف و نظارت بر آنها و درنهایت ناکارآمدی ساختار سازمانی خواهد شد.

اعضای پیشنهادی در شورای راهبری در نسبت با اقدامات و تکالیف بیان شده نبوده و برخی از دستگاه‌ها از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ذکر نشده‌اند. این درحالی است که یکی از چالش‌های عرصه مدلباس کشور، ضعف ساختار اجرایی موجود است که نیاز به اصلاح و بازنگری دارد و در اصلاحیه مصوبه مذکور، بازنگری در ساختار اجرایی این حوزه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار شده است.

۷- عدم تفکیک عرصه مد و لباس از یکدیگر در سند: مفهوم «مد و لباس» عرصه‌ای فراتر از سبک پوشش را شامل می‌شود. کلیه ملزومات پوشش از قبیل کیف، کفش، اکسسوری‌های استایل و ... مشمول این سند است؛ که هرکدام از مواد مذکور الزامات و ابعاد مسئله‌شناسی خاص خود را دارند. ساختار فعلی (کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور) و ساختار پیشنهادی مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، امکان تحقق این هدف را ندارد و نیاز به ساختار اجرایی پرقدرت‌تر و همچنین تحول در چند محور صنعتی وجود دارد. لذا مناسب است از واژه «مدلباس» به‌عنوان جایگزین «مد و لباس» استفاده شود.

پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

با توجه به اهمیت این حوزه از حیث جایگاه انتقال فرهنگ در عرصه داخلی و بین‌المللی پیشنهاد می‌شود، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به بازنگری سند مذکور با عنایت به وضعیت موجود کشور از حیث قانونی، اجرایی و هم از حیث وضعیت مصرف جامعه و ظرفیت‌های موجود در این عرصه و همچنین افق تعریف شده در عرصه بین‌الملل اقدام و پیش‌نویس اصلاحی را جهت بررسی و تصویب به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه کند. علاوه بر اصلاح کلیات مذکور اصلاح موارد ذیل نیز پیشنهاد می‌شود:

۱- برگزاری جشنواره سالیانه بین‌المللی پوشاک راه ابریشم و انتخاب مزیت رقابتی «هویت پوشاک» به‌عنوان نماد صنعت پوشاک در ایران،

۲- اضافه شدن «نماینده تام‌الاختیار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، «نماینده تام‌الاختیار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری»، «نماینده تام‌الاختیار وزارت آموزش و پرورش»، «نماینده تام‌الاختیار سازمان برنامه و بودجه کشور» به اعضای شورای راهبری سند مذکور،

۳- تعیین اهداف کمی صادرات و استفاده از بازارهای بین‌المللی کشورهای منطقه در بازه زمانی مشخص کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت.

۴- الزام کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور به تعیین سنجه‌های کمی اقدامات اجرایی تعریف شده در قانون، براساس اهداف بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت تعیین شده. به عبارتی تحقق اصلاح سبک پوشش در جامعه نیازمند برنامه پلکانی و ترتبی است.

۵- تفکیک الزامات ویژندسازی و نیازمندی‌های تقویت تولیدکنندگان داخلی،

۶- توجه به گروه‌های مختلف جامعه و اقتضائات و نیازهای آنها در عرصه پوشاک.

۱. مقدمه

پوشش در هر جامعه‌ای یکی از ارکان اساسی معرف سبک زندگی است و رصد وضعیت پوشش جامعه می‌تواند معرف وضعیت فرهنگی و اجتماعی جامعه باشد. از این حیث، بررسی وضعیت مدلباس در جامعه ایران و تلاش در راستای ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای نزدیک شدن به پوشش تمدنی در راستای اصالت فرهنگی بومی و دینی جامعه ایران در اولویت قرار می‌گیرد. مضاف بر اینکه عنصر کلیدی در ساماندهی وضعیت رفتار پوششی مردم، کالای پوششی عرضه شده در جامعه است؛ چراکه بخش قابل توجهی از جامعه براساس مد و الگوی رایج در جامعه نوع پوشش خود را انتخاب می‌کنند [۱]. لذا تمرکز بر تنظیم‌گری در عرصه بازار پوشاک و سرمایه‌گذاری در این حوزه یکی از اولویت‌های مهم است.

البته قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵ مجلس شورای اسلامی، تلاش کرده گام مهمی در این راستا بردارد. اما خلأهای مهم تقنینی و اجرایی و همچنین مهم‌تر از همه رویکرد و مأموریت مهم جمهوری اسلامی ایران در این حوزه مشخص و روشن نیست. لذا به نظر می‌رسد، قبل از ارائه راهکار اصلاح ساختاری و پیشنهاد رفع چالش‌های موجود باید هدف‌گذاری کلان، بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت کشور تمدنی ایران اسلامی نسبت به این موضوع مشخص باشد.

در این راستا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف بوده براساس مصوبه هیئت‌وزیران در تاریخ ۱۳۹۹/۴/۲۸ «با همکاری دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارتخانه‌های صمت، اقتصاد و دارایی و در راستای اجرای اقدام ملی ۱۴ ذیل راهبرد کلان ۵ نقشه مهندسی فرهنگی کشور و با توجه به مفاد بند «۲» بخش «الف» ماده واحد وظایف و ترکیب اعضای ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور (مصوب جلسه ۷۴۸ مورخ ۱۳۹۳/۳/۲۷) سند ملی مد و لباس را با رعایت چارچوب تدوین اسناد ملی حوزه فرهنگ تدوین و به ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور ارائه کند» و بر این اساس شورای عالی انقلاب فرهنگی در راستای تعیین سیاست پشتیبان «قانون ساماندهی مد و لباس - مصوب ۱۳۸۵»^۱ و جلوگیری از انحراف مسیر اجرایی و عملیاتی در این حوزه و همچنین تحقق تکلیف مشخص شده از سوی هیئت‌وزیران به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پیش‌نویس سند مذکور که از سال ۱۳۹۹ از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تدوین شده را در جلسه ۹۰۰ مورخ ۱۴۰۳/۳/۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رساند.

لازم به ذکر است؛ با توجه به پیگیری‌های مرکز پژوهش‌های مجلس و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۱۴۰۴/۴/۶ حذف بند «تشکیل بنیاد ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی» و فراهم نمودن ظرفیت اجرایی و عملیاتی مورد نیاز تحقق اهداف سند مذکور از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به تصویب رسانید.

از این رو، در گزارش حاضر تلاش شده علاوه بر بررسی سند مذکور، نظام مسائل مندرج در سند، اقدامات ناظر به آنکه باید به عنوان راهبرد عملیاتی بازیگران و ذی‌نفعان حوزه مد و لباس در دستور اقدام قرار گیرد، تبیین شود و قابلیت راهبری این سند در حوزه مدلباس کشور مورد واکاوی قرار گیرد.

۱. سند مذکور براساس متن مصوبه در راستای مبانی اسناد بالادستی و قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵ تدوین شده است: «توجه جدی به مبانی، ارزش‌ها و اصول مورد تأکید در اسناد فرادستی به‌ویژه نقشه مهندسی فرهنگی کشور، قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵ مجلس شورای اسلامی، مصوبه مبانی، اصول و الزامات پیاده‌سازی برنامه جامع سبک زندگی اسلامی - ایرانی و کلیه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی در عرصه عفاف و حجاب، مبانی، ارزش‌ها و اصول زیر، چارچوب اصلی مبنای تدوین سند حاضر است».



۲. مأموریت جمهوری اسلامی ایران در حوزه مد لباس



مدگرایی و توجه به این مقوله در بستر سبک مصرف و مصرف‌گرایی قرار گرفته و به‌نوعی تکمیل‌کننده چرخه سرمایه‌داری در جهان است؛ ازسوی دیگر، نظام سرمایه‌داری تکثر در مد را در دستور کار خود دارد و نهادینه شدن سبک مصرف‌گرایی در زندگی به‌عنوان یک دگرگونی کلان فرهنگی و تغییر در راهبردهای اجرایی صنعت پوشاک از قبیل، کوتاه بودن عمر مد، پایین آمدن کیفیت کالای پوششی و تسری مد لباس به دیگر حوزه‌ها و شکل‌گیری مفهوم مد و لباس که عرصه‌های گسترده‌تری از قبیل آرایش، لوازم جانبی (اکسسوری) استایل و ... را پوشش می‌دهد، افراد به سمت تکثر در انواع پوشش و محوریت بودن مد متمایل می‌شوند. لذا به‌نظر می‌رسد، راهبرد انتخابی در این حوزه باید، معنابخشی به مد باشد تا از پوچ‌گرایی در این تنوع و تکثر جلوگیری شود و به‌نوعی زبان پوشاک انتقال‌دهنده معانی و مفاهیم فرهنگی قرار گیرد.

هرچند لباس از دیرباز نشان‌دهنده تمایزهای اجتماعی بوده و نوعی سبک زندگی را نمایندگی می‌کرده، اما سبک اسلامی با تکیه بر گفتمان «نه همین لباس زیباست، نشان آدمیت» در تلاش برای کاهش اثرگذاری ظواهر در کیفیت زندگی افراد جامعه بوده است. تکیه بر هویت‌ساز بودن سبک پوشش در برساخت جدید علم جامعه‌شناسی از لباس و تغییر نظام معنایی آن منجر به اهمیت یافتن سبک پوشش در جامعه شده است که البته باید از حیث تطابق با الگوی تمدن ایرانی- اسلامی مورد بررسی قرار گیرد.

بررسی اجمالی در این حوزه و واکاوی سیره ائمه اطهار نشان می‌دهد، لباس علاوه بر ویژگی پوشانندگی که ارائه‌دهنده ضوابط کلی پوشاک است، یک قاعده مهم دیگر را دربرداشته و آن انطباق با پوشش عموم مردم بوده است؛ به‌گونه‌ای که:

در حدیثی به سند صحیح از حمادبن عثمان نقل شده که می‌گوید: نزد امام صادق (ع) حضور داشتم که مردی به ایشان گفت: «خدایت سامان دهد! شما یادآوری کردید که علی‌بن ابی‌طالب (ع) جامه درشت می‌پوشید و پیراهن چهار درهمی داشت و ازاین‌قبیل (اقدامات انجام می‌داد)؛ ولی اینک جامه نو بر تن شما می‌بینم!» امام (ع) در پاسخ او فرمود:

«إِنَّ عَلِيَّ بْنَ أَبِي طَالِبٍ (ع) كَانَ يَلْبَسُ ذَلِكَ فِي زَمَانٍ لَا يُنْكَرُ (عَلَيْهِ)، وَ لَوْ لَبَسَ مِثْلَ ذَلِكَ الْيَوْمَ شَهْرَ بِهِ، فَخَيْرُ لِبَاسٍ كُلِّ زَمَانٍ لِبَاسُ أَهْلِهِ؛

هر آینه علی‌بن ابی‌طالب (ع) آن جامه را در روزگاری می‌پوشید که پوشیدنش ناپسند جلوه نمی‌کرد؛ ولی اگر در این روزگار، جامه‌ای چنین می‌پوشید، انگشت‌نما می‌شد. پس بهترین جامه برای هر روزگار، جامه مردم همان زمان است» [۲]. به‌عبارتی مطابق با حدیث نقل شده انگشت‌نما نبودن به‌واسطه پوشش سیره ائمه بوده که درواقع همان پرهیز از استفاده از لباس شهرت است.

ازسوی دیگر، رهبر شهید انقلاب در سال ۱۳۶۸ و در جمع بانوان شهرهای تهران، تبریز، اصفهان، و قم، مدگرایی را جنایتی علیه زنان عنوان کردند و فرمودند: «آیا جنایتی بزرگتر از این به زن وجود دارد که بیايند سر او را با آرایش و مد و جلوه‌گری و لباس و طلا و زیورآلات بند کنند و از او به‌عنوان یک ابزار و وسیله، در راه مقاصد گوناگون استفاده کنند و نگذارند در میدان سیاست و اخلاق و تربیت وارد بشوند؟ این، آن کاری است که در رژیم گذشته، دقیقاً و با برنامه انجام می‌گرفت».

البته ایشان درجای دیگری درخصوص مد فرمودند:

«... تقلید فرهنگی خطر خیلی بزرگی است، اما این حرف اشتباه نشود با اینکه بنده با مد و تنوع و تحول در روش‌های زندگی مخالفم، نه‌خیر. مدگرایی و نوگرایی اگر افراطی نباشد اگر روی چشم و هم‌چشمی و رقابت‌های کودکانه نباشد، عیبی ندارد. لباس، رفتار و آرایش تغییر پیدا می‌کنند، اما مواظب باشید قبله‌نمای این مدگرایی به سمت اروپا نباشد. این بد است. اگر مدیست‌های اروپا و آمریکا در مجلاتی که مدها را مطرح می‌کنند، فلان‌طور لباس را برای مردان و زنان خودشان ترسیم کردند، آیا ما باید در

همدان یا تهران یا در مشهد آن را تقلید کنیم؟ این بد است. خودتان طراحی کنید و خودتان بسازید»^۱. درواقع ایشان نیز در بیانات خود برای مد چارچوب و قواعدی را تعیین می‌کنند. افراطی نبودن، مبتنی بر چشم و هم‌چشمی نبودن، براساس الگوهای غربی نبودن سه‌مؤلفه‌ای است که براساس نظر رهبری، مدگرایی در جامعه باید با آن تحدید شود. **لذا مد و به تعبیری لباس عرف جامعه با رعایت اصل محوری پوشاندگی مورد تأیید است.** اما باید به این نکته توجه داشت که مدگرایی منتج به تهی از معنا شدن سبک پوشش نشود و از الگوهای بومی که دارای بنیان فرهنگی و ارزشی جامعه است، پیروی کند. **لذا معنابخشی به مد باید در اولویت قرار گیرد.**

حرکت به سمت تکثر در الگوهای پوششی در سال‌های اخیر در جامعه ایران نیز اتفاق افتاده است و تولیدی‌ها و ویژگی‌های بزرگ با استفاده از راهبرد تکثر در مدسازی، حاشیه اطمینان سود خود را افزایش می‌دهند. ازسوی دیگر، به‌رغم وجود تاریخچه غنی کشور ایران در صنعت نساجی به‌دلیل ضعف سیاستگذاری و اجرایی، عدم وجود راهبرد مشخص در حوزه صنعت نساجی و پوشاک و عدم تعیین مزیت رقابتی برای این صنعت در ایران در نسبت با جامعه بین‌الملل، سبک پوششی جامعه تحت تأثیر تحولات جامعه جهانی قرار گرفته و فرایند مدسازی بومی در داخل کشور تکمیل نشده و ازاین‌حیث در حال حاضر قابلیت راهبری عرصه مد وجود ندارد. لذا در تدوین راهبرد اجرایی، اصلاح عرصه مد و درنهایت رسیدن به **مد فرهنگی** باید بخش‌های مختلف چرخه مد بومی‌سازی شود. بر این اساس، مأموریت جمهوری اسلامی ایران در عرصه مد لباس، **شناسایی مزیت فرهنگی ایران اسلامی و برنامه‌ریزی در راستای تجاری‌سازی آن با هدف اثر گذاری بر سبک مصرف پوششی جامعه است.**

لازم به ذکر است؛ تدوین‌کنندگان این سند متذکر این نکته بودند که مزیت رقابتی تعریف شده برای صنعت مد کشور، «ایران فرهنگی و ظرفیت بالای دیپلماسی مد» است. به‌عبارتی می‌توان گفت؛ مأموریت انتخاب شده برای صنعت مد لباس کشور با توجه به ظرفیت آن به‌درستی انتخاب شده است.

۳. واکاوی سند ملی سبک پوشش اسلامی-ایرانی

بررسی مقدمه سند مذکور نشان می‌دهد که این سند به‌درستی جایگاه سبک پوشش را به‌عنوان «یکی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین شاخص‌های شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی» معرفی نموده و تلاش کرده در بیان مبانی، اصول و ارزش‌ها و هدف کلان به آن توجه داشته باشد. اما تدوین سند سیاستی الزاماتی دارد که گاهی مورد توجه قرار نگرفته و بدین‌جهت کارکرد و دستیابی به هدف سند را مختل می‌سازد.

ماده (۱) - در ماده (۱) رویکردهای اصلی و ارزش‌محور در حوزه ساماندهی کالای پوششی جامعه با تأکید بر مفهوم سبک‌سازی و ابعاد آن، وحدانیت در سبک و تکثر در الگو را به‌عنوان مبانی اصلی بیان کرده است. درواقع سبک ایرانی اسلامی یک سبک متمایز تمدنی است که باید در الگوهای متکثر از مد جاری شود. در ادامه سه اصل کلیدی، **صنعتی‌سازی، مردمی‌سازی و کاربردی‌سازی** را مورد توجه قرار داده و ذیل هرکدام از این اصول راهبردهای کلیدی را مطرح کرده است. درواقع نکته مثبت و قابل توجه در بین رویکردهای اصلی که در افق دید احیا و صدور تمدن اسلامی و سبک زیستی آن تنظیم شده‌اند، پذیرش تکثر، تأکید بر ابعاد زیبایی‌شناختی و اهمیت شکل‌گیری صنعت و ویژگی‌سازی است. نکته کلی که در این سند مورد توجه قرار نگرفته، تفکیک مد و لباس از یکدیگر است. به‌عبارتی، استفاده از مفهوم «مد و لباس»

۱. بیانات رهبر شهید انقلاب در دیدار جمعی از جوانان استان همدان، ۱۳۸۳/۴/۱۷.



عرصه‌ای فراتر از سبک پوشش را شامل می‌شود. همچنین، کلیه ملزومات پوشش از قبیل کیف، کفش، اکسسوری‌های استایل و ... مشمول این سند است. این درحالی است که هرکدام از مواد مذکور الزامات و ابعاد مسئله‌شناسی خاص خود را دارند. لذا اگر مقصود از این سند حکمرانی و ساماندهی همه این عرصه‌هاست؛ به‌نظر می‌رسد، ساختار فعلی و ساختار پیشنهادی امکان تحقق این هدف را ندارد و نیاز به ساختار اجرایی پرقدرت‌تر و تحول در چند محور صنعتی وجود دارد.

البته با توجه به مضمون سند و پیشینه کارشناسی تهیه سند به‌نظر می‌رسد هدف ساماندهی عرصه لباس باشد که به‌لحاظ اثرگذاری در تحولات عرصه سبک پوششی وزن بالاتری نیز دارد. لذا مناسب است از واژه «مدلباس» به‌عنوان جایگزین «مد و لباس» استفاده شود.

ماده (۲) - در ماده (۲) هدف کلان این سند، حکمرانی شایسته در حوزه پوشاک با رسیدن به هدف کمی «تصاحب بیش از ۴۰ درصد از بازارهای داخلی در بازه زمانی ده‌ساله به وسیله ویژگی‌های صاحب سبک ایرانی» عنوان شده است. درواقع هدف تعیین شده، دو چشم‌انداز کلان فرهنگی و اقتصادی را مورد نظر دارد.

البته با توجه به وضعیت موجود حکمرانی این حوزه و وضعیت پوششی جامعه، رسیدن به هدف بلندمدت تعیین شده، نیازمند اهداف کوتاه‌مدت و میان‌مدت است. به‌عبارتی، بیان مرحله‌ای گام‌های پیشرفت، تصویر دقیق‌تری از مسیر حرکت را ارائه می‌دهد. نکته دیگر اینکه با توجه به نگاه تمدنی به سبک پوشش، آیا هدف‌گذاری کلانی نسبت به صادرات و در اختیار گرفتن بازارهای منطقه‌ای و جهانی وجود ندارد؟ البته این موضوع در سیاست‌های اجرایی مورد توجه قرار گرفته است، اما هدف کمی کلان سند، توجهی به این موضوع نداشته است.

ماده (۳) - این ماده به بیان مسائلی ازجمله «حضور بلامنازع سبک پوشش غربی»، «غفلت از سبک‌سازی اسلامی - ایرانی در دو ساحت نظر و مصداق»، «خلأ نظام نظری در شناخت مفاهیم و رویکردهای اصلی و شاخص‌های عینی»، «فقدان گفتمان مشترک بین‌الادعانی ذی‌نفعان این حوزه»، «عدم شناخت کافی مسئولان امر از اهمیت و جایگاه موضوع و اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی»، «ضعف نظام تولید و آموزش دانش در ابعاد مختلف موضوع پوشاک»، «غلبه کپی‌کاری و بی‌توجهی به مالکیت معنوی و خلاقیت در این حوزه»، «ضعف دیپلماسی اقتصادی در این حوزه»، «ضعف نظام تبلیغی»، «عدم توجه به سبک‌سازی» و «عدم نظام حمایتی شفاف در ابعاد مختلف چرخه صنعت» پرداخته است.

به‌رغم تلاش در جهت ارائه مسئله‌شناسی جامع در این حوزه به‌نظر می‌رسد برخی از مسائل مهم از قبیل ضعف ساختار حکمرانی در این حوزه، ضعف نظام بودجه‌ریزی مرتبط با این موضوع، ضعف نظارت بر قوانین موجود، ضعف تدوین سازوکار مناسب در جهت کاهش قاچاق پوشاک، عدم شفافیت فرایندهای حمایتی و تشویقی در این حوزه، عدم توجه به گروه‌های اجتماعی مختلف مثل نوجوانان، ضعف ساماندهی طراحان کشور، عدم اتصال نظام‌مند طراحان به تولیدکنندگان، ضعف در تعیین و توسعه مزیت رقابتی جمهوری اسلامی ایران در عرصه بین‌الملل در تأمین بازار مورد توجه قرار نگرفته‌اند.

البته لازم به ذکر است؛ براساس نظر تدوین‌کنندگان این سند، «ایران فرهنگی» که در بند «۲» ماده (۱) مورد توجه قرار گرفته، نقطه تمایز ایران با دیگر کشورها و به‌عبارتی مزیت رقابتی ایران به‌حساب می‌آید. اما در بخش‌های دیگر این سند کمتر به این موضوع پرداخته شده است.

نکته دیگر که در مسئله‌شناسی دارای اهمیت می‌باشد، تعیین اولویت مسائل است. درواقع با توجه به تعدد مسائل موجود و محدودیت منابع مالی و انسانی در این حوزه و همچنین ضرورت ترتب زمانی و موضوعی مسائل، رسیدن به اهداف بلندمدت و میان‌مدت نیازمند تعیین نظام مسئله اولویت‌بندی شده است. درواقع نظام مسائل نباید به‌صورت خطی تعریف شود. بلکه تعریف شبکه‌ای مسائل به فهم آن و همچنین ارائه راهکار حل مسئله کمک می‌کند.

گفتنی است؛ که بررسی نسخ اولیه تدوین شده سند مذکور نشان از وجود نظم ساختاری خوبی در تعریف اهداف، کلان مسئله،

مسائل میدانی ناظر به آن و برنامه‌ای اقدام متناظر داشته است؛ اما به دلیل جلوگیری از مطول شدن سند، بخش‌هایی از متن تدوین شده با هم ادغام گردیده و بخش‌هایی نیز حذف شده که در نهایت منطق ساختاری متن خروجی را با ابهامات و خلأهایی از قبیل ضعف در تعیین اولویت مسائل روبه‌رو کرده است.

ماده (۴) - در ماده (۴) این سند سیاست‌های اجرایی ناظر به مسائل و اهداف تعیین شده مورد توجه قرار گرفته است. «هماهنگی، هم‌افزایی و هم‌گرایی در مدیریت و پشتیبانی فرهنگی و اقتصادی»، «جریان‌سازی و هویت‌بخشی به حوزه پوشاک»، «شکل‌گیری و تقویت ویژند(برند)های صاحب سبک پوشاک اسلامی - ایرانی»، «پذیرش حداکثری سبک‌های اسلامی - ایرانی پوشش ناظر به زیست‌بوم‌های متنوع فرهنگی کشور و افزایش تقاضا برای آن»، «تدوین و نهادینه‌سازی استانداردهای روشن و مبتنی بر اصول اسلامی - ایرانی»، «افزایش حضور ایران در رویدادهای بین‌المللی پوشاک»، «پژوهش‌های بنیادی و کاربردی»، «افزایش سواد عمومی در نسبت با مسائل عینی و انضمامی سبک پوشش اسلامی - ایرانی»، «افزایش نظام تحقیق و توسعه دانش‌بنیان»، «دستیابی به ظرفیت تولید انبوه پوشاک اسلامی - ایرانی»، «غلبه پوشاک اسلامی - ایرانی در بازار»، «دسترسی آسان و ارزان مردم به پوشاک»، «تضمین سودآوری فعالیت در عرصه پوشاک اسلامی - ایرانی»، «بازارسازی و جریان‌سازی اجتماعی برای سبک اسلامی - ایرانی»، «فعال‌سازی انجمن‌ها و تشکل‌های مردم‌نهاد این حوزه» و «شفافیت نظام مبادله در تأمین زنجیره ارزش حوزه پوشاک» سیاست‌های اجرایی مورد نظر بوده است.

در این ماده به‌نوعی اهداف جزئی‌تر بیان شده، اما هدف‌گذاری کمی صورت نگرفته است. این درحالی است که با توجه به تأکید سند بر شکل‌گیری چرخه صنعت مدلباس و تأمین زنجیره ارزش مدلباس، مناسب بود هدف‌گذاری کمی هر کدام از واحدهای چرخه صنعت از قبیل طراحی، تولید، توزیع، تبلیغ و ... مشخص گردد.

نکته دیگر اینکه برخی از سیاست‌های بیان شده در حد کلان بوده و سیاست اجرایی باید ناظر به عملیات تدوین شود. به‌عنوان نمونه، می‌توان به سیاست تولید انبوه پوشاک اسلامی - ایرانی اشاره داشت. این سیاست به‌نوعی هدف کلان سند است که در [قانون ساماندهی مد و لباس](#) نیز مورد توجه قرار گرفته است. لذا در سیاست اجرایی باید راهبرد اجرایی رسیدن به این هدف مورد توجه قرار گیرد.

ماده (۵) - ذیل ماده (۵) ناظر به سیاست‌های اجرایی، اقدامات و فعالیت‌های اجرایی را ذیل چهار بخش «اقدامات آموزشی - پژوهشی»، «اقدامات تبلیغی - ترویجی»، «اقدامات اقتصادی - تجاری» و «اقدامات حقوقی - نظارتی» تنظیم کرده است. مسائل شناسایی شده را می‌توان در چند دسته گفتمانی - دانشی، طراحی، رسانه‌ای - تبلیغی، حکمرانی و اقتصادی - صنعتی جایابی کرد که حدود ۵۰ درصد از مسائل به حوزه گفتمانی - دانشی مربوط می‌شود. درواقع تلقی تدوین‌کنندگان سند مذکور این بوده که بخش قابل‌توجهی از مسائل مربوط به ابعاد نظری و ضعف دانش است که با مرتفع ساختن آن می‌توان تحول قابل ملاحظه‌ای در این عرصه را پیش‌بینی کرد. در میان مجموع مسائل برشمرده شده، چالش‌های طراحی در اولویت دوم قرار دارد. به‌عبارتی، بعد از تعریف و تثبیت گفتمان و دانش ناظر به آن، طراحی مبتنی بر دانش شکل گرفته و خلاقیت در طراحی تأثیر بسزایی در بهبود وضعیت صنعت پوشاک در کشور دارد. البته چالش‌های اقتصادی - صنعتی از جمله عدم دسترسی به پوشاک اسلامی - ایرانی و خلأ حمایت‌های پیش‌برنده و هوشمندانه از بخش‌های مختلف زنجیره تأمین پوشاک، نیز هم‌تراز با طراحی نقش مهمی در شکل‌گیری صنعت پوشاک اسلامی - ایرانی داشته‌اند. مسائل حکمرانی و رسانه‌ای نیز در ردیف‌های بعدی از شبکه مسائل این حوزه قرار دارند. بررسی «اقدامات و فعالیت‌های اجرای» نشان می‌دهد، حدود ۳۶ درصد از اقدامات مشخص شده در حوزه اقدامات اقتصادی - صنعتی، اقدامات فرهنگی، تبلیغی و حکمرانی نیز هر کدام به‌ترتیب ۲۵ و ۲۲ و ۱۶ درصد در اولویت‌های بعدی تعریف اقدامات اجرایی و عملیاتی بوده‌اند.

درواقع می‌توان گفت؛ در بخش اقدامات برخلاف مسائل کلان شناسایی شده، برنامه‌های عملیاتی با پشتوانه موضوعی اقتصادی در



اولویت قرار گرفته و از آن میان، مقابله با قاچاق، تضمین سود و جذب سرمایه‌گذار خارجی و دیپلماسی فعال هر کدام با ۳ فراوانی در اولویت قرار دارد. ارتقا و تأمین زیرساخت‌های صنعت، تأمین سکوه‌های فروش و بازار و واردات و صادرات نیز در اولویت‌های بعدی قرار دارند. لازم به ذکر است؛ توسعه واردات و صادرات در حوزه صنعت پوشاک در یک ردیف جدا طرح شده است که در صورت هم‌افزایی با جذب سرمایه‌گذار خارجی و دیپلماسی فعال در این حوزه در ردیف اول از اولویت اقدام قرار می‌گیرد.

ذیل اقدامات فرهنگی انجام اقدامات پژوهشی با هدف شناخت جامعه مخاطب و سبک مصرف پوششی جامعه و همچنین شناخت بازار جهانی با ۵ فراوانی در اولویت قرار داشته و ارتقای دانش علمی، فنی و افزایش آگاهی و نهادینه کردن ارزش حیا نیز به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار داشته‌اند. اقدامات پیش‌بینی شده در حوزه رسانه‌ای نیز با ۳ فراوانی بر «نظارت بر بازنمایی پوشش در رسانه‌ها و تبلیغات و مقابله با رفتار پوششی ناهنجار گروه‌های مرجع» تأکید داشته است.

لازم به توضیح است؛ در بخش اقدامات، برنامه عملیاتی که مرتبط با طراحی باشد، حداقلی بوده و با توجه به اشتراک اقدامات در دسته‌بندی فرهنگی و تبلیغی قرار گرفتند. این درحالی است که در ماده (۳) سند مسائل با محوریت «طراحی» در اولویت دوم قرار داشته‌اند.

نکته قابل توجه در این بخش «تشکیل بنیاد ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی» بود که ذیل اقدامات حقوقی و نظارتی عنوان شده بود. همان‌گونه که ذکر شد و در گزارش ارزیابی [قانون ساماندهی مد و لباس](#) [۱] نیز به آن اشاره شده، یکی از چالش‌های مهم در عرصه ساماندهی مدلباس در کشور ساختار سازمانی و اجرایی ضعیف آن است که نیاز به اصلاح و بازطراحی دارد.

البته در تاریخ ۱۴۰۴/۶/۴ و براساس مصوبه ۹۲۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی، عبارت «تشکیل بنیاد ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی» از بند «۷» جزء «د» ماده (۵) سند حذف شده و ذیل بند «۸» ماده (۶) سند، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف شد، ظرفیت اجرایی و عملیاتی مورد نیاز به‌منظور تحقق اهداف این سند و ساماندهی مد و لباس در کشور را فراهم نماید؛ چراکه تشکیل بنیاد مذکور در کنار تشکیل شورای راهبری اجرای این سند و کارگروه ساماندهی مد و لباس، نه تنها به حل این مسئله کمک نمی‌کرد، بلکه به دلیل ایجاد تکرر در متولیان تصمیم‌گیر در موضوع، تشتت در سیاست و اجرا را رقم می‌زد و در میان‌مدت به بی‌عملی تبدیل می‌گردید. مضاف بر اینکه شرح وظایف این بنیاد نیز ذکر نشده بود. لذا می‌توان گفت؛ مصوبه اخیر شورای عالی انقلاب فرهنگی، اتخاذ سیاستی درست در راستای جلوگیری از ساختارسازی غیرکارآمد است.

شکل ۱. اقدامات اجرایی تعریف شده در سند ملی سبک پوشش اسلامی- ایرانی- ۱۴۰۳



ماده (۶) - در ماده (۶) این سند الزامات اجرایی مورد توجه قرار گرفته و در این راستا شورای راهبری مسئولیت اجرایی‌سازی سند مذکور را برعهده دارد. این شورا متشکل از ۱۶ نفر اعضای حقوقی و سه نفر اعضای حقیقی است و دبیرخانه آن ذیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می‌گردد. در مورد ساختار پیشنهادی در سند و ساختار اجرایی و تنظیم‌گر موجود در این حوزه نکاتی قابل ذکر است.

جدول ۱. مقایسه تکالیف کارگروه ساماندهی مد و لباس و شورای راهبری سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی [۲] [۳]

وظایف کارگروه ساماندهی مد و لباس	وظایف شورای راهبری سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی
اتخاذ سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی شدن مواد قانون	وضع سیاست‌ها و ضوابط لازم و نظارت بر عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در حیطه مأموریتی سند
بررسی و تصویب برنامه‌های پیشنهادی اعضای کارگروه	
تعیین برنامه دستگاه‌ها برای تحقق اهداف قانون	هماهنگی و برنامه‌ریزی و پیگیری اجرای سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی
ایجاد هماهنگی و انسجام در برنامه‌ریزی و مراحل اجرایی فعالیت‌های دستگاه‌ها	
نظارت بر فعالیت‌ها و عملکرد دستگاه‌ها و ارزیابی آنها	تهیه و ارسال گزارش سالیانه اجرای برنامه‌های اجرایی و اثربخشی شورا، با همکاری سازمان برنامه و بودجه کشور، سازمان اداری و استخدامی کشور و سایر دستگاه‌های مسئول به دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی
اخذ گزارش عملکرد دستگاه‌های مشمول قانون	
تنظیم و تصویب شیوه‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به این آیین‌نامه یا کارگروه	تهیه پیش‌نویس دستورالعمل و آیین‌نامه‌های سیاستی و اجرایی در چارچوب این سند
پیگیری نتایج گزارش‌های ارائه شده به کارگروه	-
تعیین شرایط استفاده از تسهیلات بانکی و امتیازات دولتی و تعیین مشمولان تسهیلات و امتیازات	-
-	روزآمدسازی سند، هر ۵ سال یکبار
-	رصد مداوم وضعیت مد و لباس

براساس جدول تطبیقی فوق، حدود ۷۰ درصد از تکالیف شورای راهبری ذیل سند مذکور با تکالیف کارگروه ساماندهی مد و لباس مشترک است. در این وضعیت اولویت با کدام ساختار سازمانی است؟ ساختاری که براساس مصوبه مجلس شورای اسلامی شکل گرفته و یا ساختاری که براساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی شکل گرفته است؟ نکته دیگر اینکه، نظارت بر کارگروه ساماندهی مد و لباس نیز جزء تکالیف شورای مذکور است. این درحالی است که کارگروه مد و لباس طبق قانون باید به مجلس شورای اسلامی گزارش بدهد. ازسوی دیگر، با توجه به تکلیف نظارتی هر دو ساختار، دستگاه‌هایی که به واسطه عضویت در دو ساختار تکالیفی برعهده دارند باید به دو مرجع نظارتی پاسخ‌گو باشند که این خود منجر به افزایش بوروکراسی نظارتی و صوری شدن فرایند نظارت خواهد شد.

جدول ۲. مقایسه اعضای کارگروه ساماندهی مد و لباس و شورای راهبری سند ملی سبک پوشش اسلامی-ایرانی [۲][۳]

اعضای کارگروه ساماندهی مد و لباس	اعضای شورای راهبری سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی
معاون امور هنری وزارت فرهنگی و ارشاد اسلامی به‌عنوان نماینده تام‌الاختیار این وزارتخانه و رئیس کارگروه	وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار ایشان (رئیس شورای راهبری)
نماینده تام‌الاختیار وزارت بازرگانی	نماینده تام‌الاختیار وزارت امور اقتصادی و دارایی
نماینده تام‌الاختیار وزارت صنایع و معادن	معاون صنایع عمومی وزارت صمت
	معاون تجارت و خدمات وزارت صمت
نماینده تام‌الاختیار سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران	معاون ذی‌ربط سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
سه نفر از نمایندگان صنوف طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس	دو نفر از فعالان صنعتی-صنعتی پوشاک
نماینده کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی به‌عنوان ناظر	یکی از اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی
-	معاون امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
-	دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور (دبیر شورای راهبری)
-	معاون امور زنان و خانواده ریاست‌جمهوری
-	رئیس شورای فرهنگی اجتماعی خانواده و زنان شورای عالی انقلاب فرهنگی
-	رئیس شورای حوزوی شورای عالی انقلاب فرهنگی
-	معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه
-	رئیس شورای اجتماعی کشور
-	نماینده تام‌الاختیار از مرکز ملی فضای مجازی
-	نماینده تام‌الاختیار از پلیس فتا
-	رئیس اتاق اصناف ایران
-	یک نفر از اساتید دانشگاه در حوزه مرتبط
-	دو نفر (الزاماً یک نفر از بانوان) از فعالان فرهنگی و هنری حوزه طراحی لباس و ترویج عفاف و حجاب
نماینده تام‌الاختیار وزارت آموزش و پرورش	-
نماینده تام‌الاختیار معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور	-

براساس جدول فوق بالای ۷۰ درصد از اعضای عضو کارگروه ساماندهی مد و لباس در شورای مذکور در سند، نیز عضویت دارند. البته با توجه به گذشت نزدیک به ۲۰ سال از تشکیل کارگروه تغییراتی در لیست اعضای عضو نیز ایجاد شده و این اشتراک اعضا افزایش می‌یابد.

درواقع می‌توان گفت؛ دو ساختار با اشتراک وظایف بالای ۷۰ درصد، بالای ۷۰ درصد اشتراک در اعضا نیز دارند؛ و نماینده هرکدام از دستگاه براساس مصوبات هرکدام از ساختارها باید در فواصل زمانی مشخص در جلسات جداگانه‌ای شرکت کنند. این حجم از موازی‌کاری ساختاری و تکلیفی در نظام حکمرانی محل اشکال است. مضاف بر اینکه دبیرخانه هر دو ساختار باید ذیل وزارت فرهنگ



و ارشاد اسلامی تشکیل شود.

نکته دیگر اینکه باگذشت حدود یک سال و نیم از تصویب سند مذکور، شورای راهبری مندرج در این سند تشکیل جلسه نداده است. البته ذیل بند «۷» ماده (۶) این سند، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف شده، ظرف مدت ۶ ماه پس از ابلاغ سند، اصلاحات و ویرایش جدیدی از قانون «ساماندهی مد و لباس» و یا آیین‌نامه اجرایی آن را تدوین و در هیئت‌وزیران یا مجلس شورای اسلامی تصویب کند.

درحقیقت با این بند مفری برای رفع تعارضات این سند و قانون مصوب مجلس در نظر گرفته شده است. حال آنکه مصوبه هیئت‌وزیران به لحاظ حقوقی امکان تغییر در مصوبه مجلس را ندارد و این موضوع باید به صورت طرح یا لایحه در مجلس شورای اسلامی پیگیری شود.

در سطح بررسی ساختار داخلی این شورا نیز نکاتی وجود دارد. از قبیل اینکه به رغم اختصاص یک سرفصل جدا ذیل اقدامات و فعالیت‌های اجرایی با عنوان «اقدامات آموزشی- پژوهشی» و طرح مسائلی از جنس آموزشی و پژوهشی همچون «خلأ نظام نظری و پشتوانه فکری منسجم و واحد برای تبیین سبک پوشش اسلامی- ایرانی»، «فقر سواد فرهنگی عمومی پوشش در جامعه و ضعف سواد تخصصی در نظام آموزشی، خلأ کادرسازی و نبود نظام مناسب و روزآمد تربیت نیروی انسانی متخصص در نسبت با منابع سه گانه هویت اسلامی- ایرانی»، «بازنگری و روزآمدسازی برنامه‌های درسی و سرفصل‌های آموزشی در حوزه نساجی، طراحی، دوخت و سبک لباس و پوشاک (به ویژه طراحی لباس) براساس معیارهای اسلامی- ایرانی و ...»، «ایجاد مراکز استعدادیابی، رشد، خلاقیت و نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه سبک پوشش اسلامی- ایرانی»، دستگاه‌های مرتبط با این موضوع از قبیل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و وزارت آموزش و پرورش، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در شورای مذکور عضویت ندارند. از سوی دیگر با توجه به اینکه بخش قابل توجهی از چالش‌های این حوزه به بودجه و ساختار سازمانی آن مرتبط می‌شود، اما سازمان اداری استخدامی و سازمان برنامه و بودجه کشور نیز در این ساختار جایی ندارند. در مورد اعضا، عدم حضور نماینده وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز محل اشکال است. چراکه بخش قابل توجهی از چالش‌های این حوزه مرتبط به وضعیت نامعلوم رسته شغلی برخی از شاغلان از جمله طراحان و ... است و همچنین برخی از انواع حمایت‌ها از قبیل حمایت‌های بیمه‌ای باید از مسیر این وزارتخانه دنبال شود.

در نتیجه می‌توان گفت؛ دو ساختار اجرایی مطرح شده در سند نه تنها چالش ساختاری این حوزه را حل نمی‌کند، بلکه چالش جدید تعدد متولی را نیز اضافه خواهد کرد و سند مذکور از این حیث نیاز به بازنگری دارد.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تدوین سند ملی سبک پوشش اسلامی- ایرانی گام بسیار مهم در فرایند صنعتی‌سازی پوشاک در ایران است؛ اما با توجه به چالش‌های موجود در این حوزه و همچنین چارچوب تدوین سند نکاتی نسبت به آن وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد.

الف) ضعف اولویت‌گذاری در نظام مسائل: یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری، تعیین اولویت‌هاست. درواقع برنامه‌ریزی به معنای تعیین اولویت‌ها در افق زمانی مشخص است. این درحالی است که در سند مذکور مجموعه‌ای از مسائل احصا شده‌اند. فارغ از اینکه مشخص گردد به لحاظ عملیاتی کدام یک در اولویت قرار دارند. درواقع این انتظار وجود داشت که با توجه به اجزای چرخه صنعت پوشاک در کشور و وضعیت موجود در این حوزه، اولویت‌های عملیاتی تعیین شود. بیان کلی مسائل و عدم تعیین اولویت‌گذاری و ترتب اقدام خود موجب آشفتگی در حوزه مورد نظر می‌شود. چراکه تحقق یک هدف در زمان نامناسب خود می‌تواند منجر به ایجاد

چالش‌ها و مسائل جدیدی شود. به‌عنوان نمونه، «برگزاری نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، رویدادها و همایش‌های تخصصی سبک پوشش اسلامی - ایرانی، طراحی و اجرای رویدادهای جریان‌ساز فرهنگی هنری ملی و بین‌المللی در حوزه سبک پوشش اسلامی - ایرانی با استانداردها و روش‌های مبتکرانه بومی، متناسب با کرامت انسانی و در چارچوب شرع اسلام و قوانین نظام اسلامی، ضمن جذب مشارکت مجموعه‌های بین‌المللی و کشورهای فعال در حوزه سبک پوشش اسلامی» در چه مرحله‌ای از برنامه کلان تدوین شده و پس از کدام وضعیت از صنعت پوشاک در کشور باید دنبال شود؟

ب) فقدان جامعیت در نظام مسائل شناسایی شده: یکی از چالش‌های سند مذکور ضعف در مسائل احصا شده است. به‌عبارتی، مناسب بود به تفکیک عرصه‌های مختلف چرخه صنعت پوشاک از قبیل طراحی، تولید، توزیع و تبلیغ و ... مسائل در دو سطح کلان و خرد شناسایی و در مرحله بعد سیاست‌های اجرایی و اقدامات عملیاتی ناظر به آن تعریف می‌شد. اما مسائل تدوین شده به‌صورت حداقلی احصا گردیده و در مورد یکی از مراحل مهم این عرصه مثل طراحی، تجاری‌سازی تولیدات و ویژندسازی به مسائلی از قبیل، عدم ساماندهی طراحان حوزه مد و لباس، عدم اتصال نظام‌مند طراحان به تولیدکنندگان، تمایز بین ویژند و تولیدکننده، الزامات ویژندسازی و ... اشاره نشده است.

ج) فقدان برنامه زمان‌بندی در اهداف سند سیاستی: یکی از الزامات مهم در تنظیم‌گری و حکمرانی مطلوب یک حوزه، تعیین اولویت‌ها براساس زمان‌بندی مشخص است و برای هر یک از اولویت‌ها و مسائل شناسایی شده باید اهداف خردتر و با زمان‌بندی مشخص تعیین شود. درواقع این سند باید مسیر آینده کشور در حوزه پوشاک را با توجه به زمان‌بندی مشخص می‌کرد. این درحالی است که هیچ زمان‌بندی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدتی در سند مذکور مورد توجه قرار نگرفته است. به‌عنوان نمونه، «حمایت از تهیه و تأمین پارچه و لباس کارکنان دولت و بخش عمومی براساس تولیدات تولیدکنندگان اسلامی - ایرانی پوشاک به‌ویژه نشان‌ها و ویژندهای صاحب سبک در پوشاک اسلامی - ایرانی، ضمن ایجاد فضای رقابتی از طریق شاخص‌گذاری کیفیت، نوآوری، کارایی و تناسب با معیارهای اسلامی - ایرانی» به‌عنوان یکی از برنامه‌های اقدام در چه بازه زمانی باید انجام گیرد؟

د) ضعف توجه به گروه‌های مختلف مصرف‌کننده: یکی از چالش‌های جدی عرصه پوشاک ضعف توجه به نیازها و خواست‌های نسل جوان و نوجوان در طراحی و تأمین پوشاک مبتنی بر مبانی فکری و هویتی بومی است و به همین جهت «حضور فعال و بلامنازع سبک پوشش غربی» که از مسائل شناسایی شده در این سند می‌باشد، روزبه‌روز در جامعه رو به فزونی است. باین‌حال، در سند مذکور هیچ اشاره‌ای به گروه‌های مختلف سنی و به‌طور خاص نوجوانان نشده است.

ه) ضعف در تعریف مزیت رقابتی جمهوری اسلامی ایران در صنعت پوشاک در نسبت با کشورهای دیگر: یکی از الزامات مهم در عرصه بین‌الملل تعریف مزیت رقابتی در سطح جهانی است. درواقع با توجه به اینکه دیگر کشورها در این عرصه بسیار پیشرو هستند و به جاییایی نسبی در این حوزه در عرصه بین‌الملل رسیده‌اند، موفقیت ایران در عرصه بین‌الملل منوط به انتخاب یک مزیت رقابتی با توجه به فرهنگ بومی است که توانایی رقابت با دیگر کشورها را داشته باشد. البته در سند ذیل بند «۵» اقدامات تبلیغی و ترویجی به «شناخت، رصد و تحلیل مداوم رقبا جهانی در حوزه پوشاک و فهم دقیق ظرفیت‌ها و فرصت‌های ایجاد ارزش افزوده در زنجیره پوشاک داخلی به‌منظور نقش‌آفرینی مؤثر ملی و بین‌المللی، ضمن ارتباط مؤثر با مراکز تحقیقاتی بین‌المللی به‌منظور انتقال دانش روز» اشاره شده است. اما با توجه به اینکه تعیین جایگاه کلان جمهوری اسلامی ایران در بین کشورهای دنیا در حوزه مدلباس، امری سیاستی است، واگذاری آن به مراکز پژوهشی منجر به تقلیل مسئله، جهت‌گیری‌های متفاوت و بعضاً متعارض و عدم برنامه‌ریزی عملیاتی جهت تحقق آن شود. درواقع این سند باید یکی از اهداف کلان خود را تعیین مزیت رقابت بین‌المللی ایران و ارائه برنامه جهت رسیدن به آن قرار دهد. مضاف بر اینکه در عرصه بین‌الملل نیز اهداف سند باید در نسبت با مخاطب بین‌المللی متفاوت تعریف شود. به‌عنوان نمونه، هدف‌گذاری برای کشورهای مسلمان همسایه باید با هدف‌گذاری برای کشورهای مسلمان آسیای شرقی متفاوت باشد.



و) پیشنهاد ساختاری جدید بدون توجه به وضعیت فعلی ساختار مدلباس کشور: یکی از چالش‌های جدی در این سند، تعریف ساختارهای سازمانی جدید است که به لحاظ مأموریت و تکالیف در موارد قابل توجهی با یکدیگر اشتراک دارند و این امر منجر به موازی کاری و آشفتگی در اقدامات می‌گردد و انسجام عملکردی و در نهایت تحقق اهداف مورد نظر در این حوزه را به تعویق می‌اندازد.

از سوی دیگر، ساختار تدوین شده نیاز منطبق با مسائل و اقدامات تعریف شده در سند نیست. به عنوان نمونه، به رغم تأکید پرتکرار اقدامات پژوهشی و دانشی، اما در ساختار تدوین شده، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ذکر نشده است.

پیشنهادهای

با توجه به اهمیت این حوزه از حیث جایگاه انتقال فرهنگ در عرصه داخلی و بین‌المللی و چالش‌های ناظر به سند پیشنهاد می‌شود، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به بازنگری سند مذکور با عنایت به وضعیت موجود کشور از حیث قانونی، اجرایی و هم از حیث وضعیت مصرف جامعه و ظرفیت‌های موجود در این عرصه و همچنین افق تعریف شده در عرصه بین‌الملل اقدام و پیش‌نویس اصلاحی را جهت بررسی و تصویب به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه کند. علاوه بر اصلاح کلیات مذکور اصلاح موارد ذیل نیز پیشنهاد می‌شود:

۱) برگزاری جشنواره سالیانه بین‌المللی پوشاک راه ابریشم و انتخاب مزیت رقابتی «هویت پوشاک» به عنوان نماد صنعت پوشاک در ایران،

۲) اضافه شدن «نماینده تام‌الاختیار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، «نماینده تام‌الاختیار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری»، «نماینده تام‌الاختیار وزارت آموزش و پرورش»، «نماینده تام‌الاختیار سازمان برنامه و بودجه کشور» به اعضای شورای راهبری سند مذکور،

۳) تعیین اهداف کمی صادرات و استفاده از بازارهای بین‌المللی کشورهای منطقه در بازه زمانی مشخص کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت.

۴) الزام کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور به تعیین سنجه‌های کمی اقدامات اجرایی تعریف شده در قانون، براساس اهداف بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت تعیین شده. به عبارتی، تحقق اصلاح سبک پوشش در جامعه نیازمند برنامه پلکانی و ترتبی است و بیان مجموعه‌ای از اهداف و اقدامات بدون تعیین اولویت برنامه‌ها حصول اهداف را در پی نخواهد داشت.

۵) تفکیک الزامات ویژندسازی و نیازمندی‌های تقویت تولیدکنندگان داخلی،

۶) توجه به گروه‌های مختلف جامعه و اقتضائات و نیازهای آنها در عرصه پوشاک.

جدول ۱ پیوست. نظام مسائل حوزه مدلباس براساس سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی [۳]

مسائل	سیاست‌های اجرایی	اقدامات و فعالیت‌های اجرایی
حضور فعال و بلامنازع سبک پوشش غربی در جامعه، به‌دلیل مغفول ماندن سبک متمایز و ممتاز اسلامی - ایرانی در هر دو ساحت تبیین نظری و نمونه‌پردازی‌های عینی	جریان‌سازی و هویت‌بخشی به حوزه پوشاک در راستای حفظ هویت اسلامی - ایرانی	تدوین و اجرای برنامه‌های پیشگیرانه تربیتی در تقویت عزت نفس، تعقل، خودباوری و خلاقیت در کودکان، نوجوانان و جوانان و «پیوند زدن عفاف، امنیت و شادکامی» در خانواده‌ها، مدارس، دانشگاه و رسانه‌ها به‌عنوان یک عامل کلیدی در پیشگیری از بدن‌نمایی، جلوه‌گری و پوشش‌های تحریک‌آمیز جنسی و افزایش قدرت تمیزدهی میان سبک‌های بهنجار از نابهنجار و متعاقباً گزینش و به‌کارگیری مربیان براساس صلاحیت‌ها و توانمندی‌های مرتبط
	غلبه الگوهای اسلامی - ایرانی پوشش در فضای بصری زندگی روزمره مردم در جامعه ایران و دسترسی آسان و ارزان‌قیمت مصرف‌کنندگان پوشاک اسلامی - ایرانی	برگزاری دوره‌های معرفت‌افزایی و مهارت‌افزایی در تقویت سواد عمومی، تخصصی و تحلیل انتقادی سبک پوشش غربی در مهدکودک‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش فنی - حرفه‌ای
	احصاء، تبیین و نهادینه شدن قواعد و استانداردهای روشن و متمایز در حوزه سبک پوشش، مبتنی بر اصول مبنای اسلامی - ایرانی (سبک پوشش عفیانه) درمقابل حاکمیت مطلق قواعد مرسوم، متداول و جهانی و افزایش سهم حضور و مشارکت ایران در جشنواره‌ها و بازارهای پوشاک منطقه‌ای و جهانی	ابجاد مرکز سنجش و پایش کیفیت پوشاک ایرانی (در راستای ارائه مجوزهای کیفی لازم برای فعالیت تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک ایرانی) به‌منظور نشان‌گذاری مؤثر تنبیهی (منفی) به فروشندگان لباس‌های نابهنجار یا قاچاق و حمایتی (مثبت) به فروشندگان پوشاک با کیفیت اسلامی - ایرانی و انجام اقدامات تنبیهی (مانند تذکر و پلمپ) و خدمات تشویقی (تبلیغات محیطی و ...) مقتضی به‌منظور توسعه استانداردهای کیفیت در سبک پوشش اسلامی - ایرانی



مسائل	سیاست‌های اجرایی	اقدامات و فعالیت‌های اجرایی
– نبود شناخت کافی از مناسبات واقعی صنعت پوشاک و اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی براساس تعاریف نادرست از این مناسبات (عدم درک ماهیت فرهنگی هویت‌ساز و منزلت‌آفرین لباس، ساختار منظومه‌ای و خلاقیت‌محور صنعت پوشاک در جغرافیای تجارت جهانی و رقابت‌پذیری آن) – فقر سواد فرهنگی عمومی پوشش در جامعه و ضعف سواد تخصصی در نظام آموزشی، خلا کادرسازی و نبود نظام مناسب و روزآمد تربیت نیروی انسانی متخصص در نسبت با منابع سه‌گانه هویت اسلامی – ایرانی (اصول وحدت‌بخش اسلامی، جغرافیای فرهنگی ایران و استانداردهای حرفه‌ای جهانی) و ضعف نظام پژوهشی و تولید اطلاعات در این عرصه به‌ویژه مطالعات روند پژوهانه و آینده‌پژوهی پوشاک	فراهم نمودن زمینه گسترش پژوهش‌های بنیادین و کاربردی در نسبت با مسائل عینی و انضمامی حوزه سبک پوشش اسلامی – ایرانی ناظر به پیشینه تاریخی، حال و آینده ایران اسلامی و ارتقای دانش پایه و توسعه شبکه‌های علم، فناوری و نوآوری در حوزه سبک پوشش اسلامی – ایرانی ضمن تمهید حمایت‌های مقتضی از خلاقیت و نوآوری در این حوزه زمینه‌سازی برای افزایش سواد عمومی و تخصصی سبک پوشش اسلامی – ایرانی در جامعه و به‌روزرسانی نظام آموزشی و تربیتی در حوزه نساجی، طراحی، دوخت و تبلیغ پوشاک به‌منظور ایجاد زمینه تربیت، آموزش کادرسازی و به‌کارگیری موفق آنها در این حوزه و هویت‌زایی برای طراحان؛ تقویت سازوکارهای پیشگیرانه و مهارکننده در ساختارهای تربیتی جامعه به‌منظور پیشگیری از گرایش به سبک‌های وارداتی و ناهنجار پوشش بدن و مدل‌های ناهنجار پوشش برخورداري از نظام تحقيقات و توسعه دانش‌بنیان هدفمند و راهگشا و شبکه‌های قدرتمند و پیشرفته علم، فناوری و نوآوری در حوزه مد لباس اسلامی – ایرانی	بازنگری و روزآمدسازی برنامه‌های درسی و سرفصل‌های آموزشی در حوزه نساجی، طراحی، دوخت و سبک لباس و پوشاک (به‌ویژه طراحی لباس) براساس معیارهای اسلامی – ایرانی، ظرفیت‌های جغرافیای فرهنگی ایران در حوزه پوشش و همچنین مناسبات حرفه‌ای روز (بعد تخصصی و حرفه‌ای) و تحلیل انتقادی قواعد و مناسبات جهانی پوشاک، با نظارت و تأیید شورای عالی انقلاب فرهنگی و در چارچوب مصوبات آن راه‌اندازی و تقویت واحدهای پژوهشی، دانشگاهی و حوزوی رمد و مطالعات راهبردی پوشاک اسلامی – ایرانی در سطح ملی و بین‌المللی در اتصال با مراکز نوآوری، طراحی، تولید سنتی و صنعتی پوشاک اسلامی – ایرانی؛ انجام مطالعات مردم‌شناختی و مخاطب‌شناسی (شناسایی نظام زیبایی‌شناختی، علایق، ترجیحات و ظرفیت‌های تاریخ فرهنگی) ناظر به موقعیت‌های مختلف جغرافیایی ایران فرهنگی؛ انجام تحقیقات بازار و پایش مستمر روند تغییر سلیق و ترجیحات مصرف‌کنندگان و روش‌های ذائقه‌سازی، جهت‌بخشی و هدایت نظام علائق و ترجیحات؛ انجام پژوهش‌های بنیادی و کاربردی ناظر به بومی‌سازی روش‌ها و استانداردهای فعالیت‌ها، خدمات (اعم از رسانه‌ای و تبلیغاتی، اجتماعی، اقتصادی و ...)؛ زنجیره ارزش و رویدادهای حوزه سبک پوشش و صنعت پوشاک، فرایندهای شبکه‌سازی در ارائه خدمات طراحی پوشاک اسلامی – ایرانی؛ شناخت، رمد و تحلیل مداوم رقبای جهانی در حوزه پوشاک و فهم دقیق ظرفیت‌ها و فرصت‌های ایجاد ارزش افزوده در زنجیره پوشاک داخلی به‌منظور نقش‌آفرینی مؤثر ملی و بین‌المللی، ضمن ارتباط مؤثر با مراکز تحقیقاتی بین‌المللی به‌منظور انتقال دانش روز؛ توسعه مطالعات آینده‌پژوهی در حوزه صنعت پوشاک و سبک پوشش اسلامی – ایرانی در بعد جهانی، منطقه‌ای و ملی به‌منظور ترسیم دقیق افق پیش روی نقش‌آفرینی مؤثر ویژند(برند)های داخلی در سبک پوشش اسلامی – ایرانی و نیز رمد وضعیت، تحولات و روند پوشش در جامعه و نگرش مردم نسبت به پوشش اسلامی – ایرانی به‌منظور آینده‌نگاری در این زمینه؛ حمایت مادی و معنوی از توسعه پژوهش‌های پشتیبان سبک و سبک‌سازی پوشش اسلامی – ایرانی اعم از مطالعات و تحقیقات کاربردی، روندپژوهی، آینده‌پژوهی و هدایت و جهت‌بخشی هوشمند سرمایه‌گذاری در احزای مختلف زنجیره پوشاک اسلامی – ایرانی- به‌ویژه تولید از تولید مواد اولیه (خصوصاً نساجی) تا تولید پوشاک- با تمرکز بر فرصت‌های کسب ارزش افزوده بالا، مبتنی‌بر ظرفیت‌های داخلی و مطالعات آینده‌پژوهی؛ تعیین اولویت‌های واردات و صادرات حوزه پوشاک و تنظیم سازوکارهای نظارت بر آن، مبتنی‌بر شناخت و ارزیابی صحیح ظرفیت‌های موجود، ایجاد ارزش افزوده تولید داخل و افزایش صادرات در برابر واردات در نسبت با افق پیش رو و آینده‌پژوهی صورت گرفته در حوزه صنعت پوشاک و مد لباس ایجاد مراکز استعدادیابی، رشد، خلاقیت و نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه سبک پوشش اسلامی – ایرانی ایجاد و تقویت سازوکارهای نظارت پیشینی بر فرایند طراحی و تولید لباس و سبک‌های پوشش بدن

مسائل	سیاست‌های اجرایی	اقدامات و فعالیت‌های اجرایی
ضعف خلاقیت و نوآوری در طراحی الگو و غلبه کپی‌برداری و تقلید از الگوهای پر فروش وارداتی و غفلت از ظرفیت‌های متنوع جغرافیای ایران اسلامی در بازآفرینی و روزآمدسازی سبک‌های پوشش بومی در چارچوب فرهنگ اسلامی	احیای موارث تمدنی و سنن ملی و قومی در سبک پوشش و حجاب، شکل‌گیری تصویری مثبت و پذیرش اجتماعی حداکثری سبک‌های اسلامی – ایرانی پوشش ناظر به زیست‌بوم‌های متنوع فرهنگی کشور و افزایش تقاضا برای آن (فعال شدن ظرفیت‌های متنوع قومی و جغرافیایی ایران اسلامی در طراحی و تجاری‌سازی پوشاک اسلامی – ایرانی) ضمن فعال شدن حداکثری ظرفیت‌های بومی استانی در ساماندهی سبک پوشش بوم‌بنیان، اعم از ظرفیت‌های رسمی و غیررسمی (تشکل‌های مردم‌نهاد)	طراحی و راه‌اندازی موزه‌های لباس اقوام ایرانی و نمایش سبک‌های متنوع اسلامی – ایرانی پوشش، ضمن امکان عرضه نوآوری‌های اسلامی – ایرانی لباس اقوام مبتنی بر اقتضانات جغرافیای فرهنگی هر منطقه
گسست و عدم انسجام میان اجزای مختلف سیاست‌گذاری، اجرایی و عملیاتی اثرگذار پوشاک و عدم هماهنگی میان آنها (فقدان فعالیت‌های هدفمند، اصولی و نظام‌مند بین محقق، طراح، تولیدکننده، بازاریاب و توزیع‌کننده)	تمهید تحقق حکمرانی شایسته ملی در حوزه پوشاک اسلامی – ایرانی از طریق هماهنگی، هم‌افزایی و هم‌گرایی در مدیریت و پشتیبانی فرهنگی و اقتصادی آن در نسبت با ضرورت‌ها، اولویت‌ها و سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران در سامان‌بخشی و پیشبرد سبک پوشش اسلامی – ایرانی	ایجاد فضاهایی برای شکل‌گیری و تقویت ارتباطات و تعاملات اجزای مختلف چرخه مد و لباس اسلامی – ایرانی (از طراحی تا تولید، توزیع و بازاریابی و فروش) در قالب نمایشگاه‌ها، انجمن‌ها، جشنواره‌ها، رویدادها، همایش‌های تخصصی و سایر سازوکارهای مقتضی و نوین و هوش مصنوعی
	تنظیم و تصویب قوانین و مقررات مقتضی در تسهیل و حذف دیوان‌سالاری‌های زائد و هم‌گرایی، هدفمندسازی و هوشمندسازی فرایندهای اداری پشتیبان صنعت پوشاک اسلامی – ایرانی (از جمله امور تولیدی، امور گمرکی و خدمات بیمه و امور مالیاتی)؛ از طریق سازوکارها و تشریفات قانونی نظام حقوقی کشور در زمینه تصویب قوانین و مقررات	تشکیل بنیاد ملی سبک پوشش اسلامی – ایرانی و اتخاذ تدابیر لازم جهت اجرایی‌سازی این سند
شکل‌گیری گفتمان مشترک میان بازیگران اصلی و محوری حوزه پوشاک، حول ادبیات و شاخص‌های اسلامی – ایرانی پوشش (پذیرش شاخص‌های سبک پوشش اسلامی – ایرانی در میان کنشگران اصلی این حوزه)	دستیابی به ظرفیت تولید انبوه پوشاک ایرانی باکیفیت و دارای قیمت رقابتی در سطح جهانی ضمن برخورداری از نظام هوشمند تولید یا واردات مواد اولیه معطوف به اقتضانات سبک متمایز پوشش اسلامی – ایرانی	تهیه دستورالعمل اجرایی و پیگیری اجرای الزام به نصب برچسب کالاهای پوشاکی (لیبلینگ) در بازار کشور، جهت جلوگیری از عرضه کالای غیرمجاز و یا بدون تطابق با برچسب و نشان تجاری کالا و حفظ حقوق و آگاهی مصرف‌کنندگان
ضعف دیپلماسی و فقدان حضور اثربخش در مناسبات بین‌المللی حوزه پوشاک اسلامی – ایرانی و بی‌توجهی به کنش‌ها و واکنش‌های صنعت پوشاک ایران در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی؛	برخورداري از دیپلماسی مؤثر فرهنگی، هنری و تجاری با کنشگران بین‌المللی حوزه پوشاک، چه در سطح حکمرانی و چه در سطح انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی مردمی، به‌منظور معرفی و ترویج سبک پوشش اسلامی – ایرانی در خارج از کشور با تکیه بر ظرفیت‌های متنوع لباس اقوام	پیشبرد دیپلماسی فعال اقتصادی در کسب فناوری‌های پیشرفته (محصولات‌های تک) و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه سبک پوشش اسلامی
	توسعه مناطق آزاد تجاری بوم‌بنیان، ویژه پوشاک در نواحی مختلف مرزی ایران در راستای تقویت دیپلماسی اقتصادی و فرهنگی با محوریت پوشاک اقوام و ظرفیت‌های متنوع آن	

مسائل	سیاست‌های اجرایی	اقدامات و فعالیت‌های اجرایی
ضعف نظام تبلیغاتی و رسانه‌ای سبک پوشش اسلامی – ایرانی و تأثر از فضای بین‌المللی در نمایش (تبلیغات و بازنمایی رسانه‌ای) و عرضه میدانی الگوها در ساخت اجتماع (غلبه سبک‌های وارداتی در فضای بصری جامعه)	جریان‌سازی اجتماعی و بازسازی برای سبک اسلامی – ایرانی پوشش (کنشگری فعال و الهام‌بخش در تبلیغ و الگوسازی سبک پوشش اسلامی – ایرانی و تصویرسازی مثبت از آن در مقابل انفعال در برابر هجوم تبلیغاتی غرب) و لزوم ساماندهی فضای تبلیغی ترویجی در جهت پوشش حداکثری جلوه‌های سبک پوشش اسلامی – ایرانی در رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه رسانه‌های محیطی (تبلیغات شهری و ویتترین‌ها) و متعاقبا غلبه هر چه بیشتر مظاهر عینی آن در سطح جامعه	تنوع‌بخشی در تبلیغ و نمایش الگوهای پوشش اسلامی – ایرانی با تکیه بر ظرفیت‌های متنوع ایران فرهنگی در پوشش عقیقانه و پرهیز از تکرار و یکنواختی و محدود شدن به نوع خاصی از محصولات اسلامی – ایرانی لباس به‌منظور تأمین روحیه تنوع‌طلبی جوانان امروز، با در نظر گرفتن اصول و شاخص‌های وحدت‌بخش اسلامی – ایرانی در حوزه پوشش
		طراحی برنامه‌ها و تولیدات رسانه‌ای تبلیغی- ترویجی سناریو (فیلم‌نامه) محور و قرار دادن آن در چارچوب روایت‌های زندگی روزمره در راستای ایجاد نگرش مثبت در مخاطبین نسبت به مفاهیم اخلاقی غیرت، خویش‌داری، حیا و عفت در روابط اجتماعی به‌عنوان یک امر ارزشمند و حیاتی در زندگی روزمره
		نظارت بر کیفیت بازنمایی سبک پوشش بانوان و آقایان در رسانه‌های داخلی (اعم از رسانه‌های جمعی و اجتماعی) به‌ویژه تبلیغات تجاری و همچنین نظارت بر چگونگی ارائه الگوهای پوشش بانوان و آقایان در تبلیغات محیطی و ویتترین فروشگاه‌ها از حیث تناسب آن با شاخص‌های عقیقانه اسلامی – ایرانی پوشش با بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی (مثل اصناف پوشاک) و برخورد قاطع با تخلفات به‌منظور مقابله با استفاده ابزاری از زنان و حفظ شان و کرامت بانوان، جلوگیری از اشاعه نمادهای ایدئولوژی‌ها و مکاتب انحرافی و نمادهای جنسی و شکل‌گیری انگاره‌های جنسی از پوشش و آرایش بدن
		تصویرسازی صحیح و مثبت از زن ایرانی و نیز کیفیت پوشش بدن وی در رسانه‌ها (برنامه‌های تلویزیونی و تبلیغات تجاری) با ویژگی‌های خاص زیستی و مردم‌شناختی زن ایرانی به‌منظور تقویت عزت نفس و خودباوری وی به‌عنوان یک مسلمان ایرانی
		مواجهه بازدارنده با مد و لباس نامتعارف و ناهنجار چهره‌های شناخته شده، مشهور و سلبریتی در حوزه‌های ورزشی، هنری، سینمایی و رسانه‌ای (مجریان صدا و سیما)
		استفاده مبتکرانه و فنی از ظرفیت لباس ورزشی برای بازنمایی سیمای فاخر و کاربردی حجاب و سبک پوشش اسلامی – ایرانی در رویدادهای جهانی
		کاهش هزینه‌های تبلیغات و ویژند(برند)های داخلی و اختصاص فضای مطلوب تبلیغ و نمایش به آنها در سطح رسانه‌های جمعی، اجتماعی و محیطی در عین محدودسازی و مقیدسازی تبلیغات و ویژند(برند)های غیرایرانی در سطح رسانه‌های جمعی، اجتماعی و محیطی (با لحاظ شاخص‌ها و معیارهای کلی اسلامی – ایرانی در پوشش و خلاقیت در سبک و طرح)
		طراحی الگوی تبلیغ و ترویج پوشش اسلامی – ایرانی و رفع شبهات در زمینه زیست عقیقانه

مسائل	سیاست‌های اجرایی	اقدامات و فعالیت‌های اجرایی
		هدایت، نظارت و پایش پیوسته رعایت حجاب و موازین شرعی پوشش و شاخص‌های فرهنگی خصوصاً در مورد بانوان برای لباس واحد یا رسمی یا تأمینی نهادها و مجموعه‌های عمومی و دولتی به‌ویژه مجموعه‌هایی که روزانه در تعامل حداکثری با افشار مختلف جامعه هستند؛ مثل معلمان، کارکنان بانک‌ها، بیمه‌ها، مراکز بهداشتی-درمانی، مراکز خدماتی، رفاهی-حمل‌ونقل عمومی و ... اتخاذ اقدامات تشویقی و تنبیهی الزام‌آور و مقتضی
فقدان ویژند(برند)های صاحب‌سبک در حوزه پوشاک اسلامی - ایرانی	زمینه‌سازی برای شکل‌گیری و تقویت ویژند(برند)های صاحب سبک پوشاک اسلامی - ایرانی و شکل دادن و سامان‌بخشی به منظومه و چرخه پوشاک ایرانی حول محور اسلوب اسلامی - ایرانی پوشش معطوف به تأمین نیاز بازار داخلی و نیز بازارهای مستعد منطقه‌ای و جهانی	حمایت از تهیه و تأمین پارچه و لباس کارکنان دولت و بخش عمومی براساس تولیدات تولیدکنندگان اسلامی - ایرانی پوشاک به‌ویژه نشان‌ها و ویژندهای صاحب سبک در پوشاک اسلامی - ایرانی، ضمن ایجاد فضای رقابتی از طریق شاخص‌گذاری کیفیت، نوآوری، کارایی و تناسب با معیارهای اسلامی - ایرانی
	فعال‌سازی ظرفیت انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی مردم‌نهاد حوزه سبک پوشش اسلامی - ایرانی در استان‌های مختلف در تصمیم‌سازی و پیشبرد سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی در این حوزه و الگوسازی پوشش اسلامی - ایرانی	حمایت از تشکیل و رشد انجمن‌ها، تشکلهای و مجامع صنفی حوزه لباس و سبک پوشش اسلامی - ایرانی به‌ویژه ناظر به ظرفیت‌های لباس اقوام
		ایجاد جریان، ائتلاف و رویدادهای بین‌المللی در سطح جهان اسلام با نوآوری و کارآفرینی الگوهای اسلامی پوشاک و فعال‌سازی مؤثر ظرفیت ویژند(برند)ها، انجمن‌ها و تشکل‌های مردمی داخلی شاخص در سبک پوشش اسلامی-ایرانی
	تجاری‌سازی پوشاک اسلامی - ایرانی از طریق بازساماندهی هوشمند نظام صادرات و واردات پوشاک و مواد اولیه آن مبتنی بر ظرفیت‌ها و فرصت‌های زنجیره ارزش احصا شده در پوشاک اسلامی - ایرانی (شفافیت نظام مبادله در حوزه پوشاک)	قطع زنجیره قاچاق در چرخه تجاری پوشاک کشور از طریق تسهیل دسترسی فعالان صنفی و صنعتی پوشاک اسلامی به رقابتی‌ترین ظرفیت‌های داخلی و مزیت‌های معقول و مقرون‌به‌صرفه خارجی جهت تأمین مجموعه کالاها و خدمات مورد نیاز این صنف و صنعت برای بهینه‌سازی فرایندهای تولید و عرضه و کاهش قیمت تمام شده محصولات و توسعه بازارهای داخلی و خارجی آنها از طریق ایجاد بازار شفاف مبتنی بر خدمات دانش‌بنیان
		حمایت و پشتیبانی از تأسیس و نوسازی زیرساخت‌ها، فناوری‌ها، ماشین آلات و تجهیزات واحدهای فعال در حوزه سبک پوشش اسلامی - ایرانی
		اختصاص تسهیلات گمرکی و مالیاتی و قانونی برای واردات مواد اولیه، تولید و عرضه پوشاک اسلامی
	شکل‌گیری قدرتمند اقتصاد سبک پوشش اسلامی - ایرانی در کشور و تضمین سودآوری فعالیت در حوزه پوشاک اسلامی - ایرانی براساس سیاست‌های نظام اسلامی	تضمین سودآوری و تأمین امنیت سرمایه‌گذاری در حوزه سبک پوشش اسلامی - ایرانی از طریق اختصاص تسهیلات لازم برای حمایت از ویژند(برند)های شناخته شده فراملی و معتبر داخلی به‌منظور ورود به حوزه پوشاک اسلامی (رفع یا کاهش مالیات، خدمات بیمه، اعطای وام، فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم فنی، تأمین هدفمند ارز پشتیبان، رفع محدودیت‌های قانونی و تسهیل فرایند اخذ مجوزهای قانونی و ...)
		حذف شبکه‌های واسطه‌گری و دلالتی در صنعت پوشاک
		برگزاری نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، رویدادها و همایش‌های تخصصی سبک پوشش اسلامی-ایرانی، طراحی و اجرای رویدادهای جریان‌ساز فرهنگی، هنری، ملی و بین‌المللی در حوزه سبک پوشش اسلامی - ایرانی با استانداردها و روش‌های مبتکرانه بومی، متناسب با کرامت انسانی و در چارچوب شرع اسلام و قوانین نظام اسلامی، ضمن جذب مشارکت مجموعه‌های بین‌المللی و کشورهای فعال در حوزه سبک پوشش اسلامی



منابع و مآخذ



- [۱] رحمانی پور، ریحانه. «بررسی وضعیت اجرایی سازی قانون «ساماندهی مد و لباس» و آیین نامه اجرایی آن»، مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۱۹۳۱۵، ۱۴۰۲.
- [۲] «قانون ساماندهی مد و لباس»، مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۵.
- [۳] «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی»، شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۴۰۳.

عنوان: واکاوی و شناسایی مسائل و چالش‌های «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی»



DOI: <https://doi.org/10.22034/mrc.report.21719>

Permanent Link:

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

گزیده سیاستی

قانون ساماندهی مد و لباس در سال ۱۳۸۵ تصویب شد، اما ضعف مبانی نظری و سیاستی صنعت پوشاک باقی ماند. «سند ملی سبک پوشش اسلامی - ایرانی» مصوب ۱۴۰۳ نیز از نظر مسئله‌شناسی، اولویت‌بندی، زمان‌بندی و توجه به مزیت رقابتی و مخاطبان، نیازمند بازنگری است.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، رویروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir