

مروری بر چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس

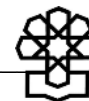
معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی
دفتر: مطالعات فرهنگی

کد موضوعی: ۲۷۰
شماره مسلسل: ۱۴۰۱۷
آذرماه ۱۳۹۳

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۴.....	پیشینه قانونی تدوین قانون ساماندهی مد و لباس
۱۱.....	بررسی عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۲۳.....	بررسی موانع و چالش‌های تقنینی و اجرایی پیش روی ساماندهی مد و لباس در کشور
۴۰.....	جمع‌بندی و پیشنهادها
۴۳.....	منابع و مأخذ



مروری بر چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس

چکیده

اگرچه قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵/۱۰/۱۲ مجلس شورای اسلامی، تلاش نموده با محور قرار دادن موضوع مد و تطبیق آن با فرهنگ اسلامی - ایرانی، گامی نو در راستای تحقق گفتمان حجاب در جمهوری اسلامی ایران و عملیاتی نمودن منویات مقام معظم رهبری در این زمینه بردارد، با این حال تحلیل محتوای قانون ساماندهی مد و لباس، بررسی گزارش عملکرد کارگروه و مصاحبه با دست‌اندرکاران این حوزه از جمله دبیر کارگروه، طراحان و تولیدکنندگان فعال در این عرصه، نشان می‌دهد این قانون به لحاظ محتوایی و همچنین در فرآیند اجرا با چالش‌هایی روبرو است.

بی‌توجهی قانون به مد به‌عنوان یک صنعت و بی‌توجهی آن به زیرساخت‌های مورد نیاز تولید پوشاک، عدم ضمانت اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، فقدان بودجه کافی برای پیشبرد اهداف کارگروه از مهمترین **چالش‌های تقنینی** پیش رو و عدم توجه طراحان به مد به‌عنوان یک صنعت، عدم تمایل تولیدکننده به استفاده از ظرفیت طراحان لباس در تولید، ضعف در صنعت نساجی و طراحی پارچه در کشور، فقدان زیرساخت‌های لازم جهت فروش آثار مورد تأیید کارگروه ساماندهی مد و لباس، عدم نظارت کافی از سوی نهادهای ناظر به‌ویژه اتحادیه پوشاک بر فعالیت تولیدکنندگان، ضعف در اطلاع‌رسانی و تبلیغات در آثار طراحی شده، حجم گسترده واردات رسمی و غیررسمی پوشاک و ملحقات وابسته از مهمترین **چالش‌های اجرایی** این حوزه به‌شمار می‌آید.

لازمه رفع موانع تقنینی و اجرایی مذکور، اصلاح قانون ساماندهی مد و لباس و توجه به زیرساخت‌های اقتصادی آن از طریق تقویت صنعت نساجی و جایگاه وزارت صنعت، معدن و تجارت در قانون، تقویت صنعت نساجی داخلی از طریق اعطای معافیت‌های مالیاتی در ازای نوسازی تکنولوژی، ارائه تسهیلات به واحدهای تولیدی و طراحان مد و لباس با اولویت طراحانی که اقدام به ثبت مشخصات خود در بانک جامع طراحان نموده‌اند و با کارگروه ساماندهی مد و لباس همکاری می‌کنند و تولیدکنندگانی که از ظرفیت طراحان مورد تأیید کارگروه در تولیدی خود بهره‌جسته و اقدام به تولید انبوه طرح‌های مورد تأیید نموده‌اند، تمرکز نظارت بر واحدهای تولید عمده به‌جای واحدهای صنفی خرده‌فروشی پوشاک، کاهش تعرفه مواد اولیه، پارچه و ملحقات وابسته پوشاک که امکان تولید آنها در داخل کشور وجود ندارد، تأسیس و راه‌اندازی فروشگاه‌های عرضه پوشاک اسلامی - ایرانی برای حمایت

از طراحان لباس و تولیدکنندگان فعال در این عرصه در سراسر کشور و اعطای برخی از معافیت‌های مالیاتی به عرضه‌کنندگان محصولات در این فروشگاه‌ها، طراحی نظام سایزبندی استاندارد پوشاک متناسب با تیپولوژی اندام زنان و مردان ایرانی.

آنچه در این میان بیش از تمامی موارد یاد شده حائز اهمیت است توجه به ابعاد اقتصادی مد در کنار زوایای فرهنگی آن و به‌روزرسانی زیرساخت‌های مورد نیاز این صنعت به ویژه صنعت نساجی است. زیرا تغییر در ذائقه پوشش افراد جامعه و مقابله با پوشاک نامناسب و مغایر با فرهنگ اسلامی، علیرغم نیاز به فرهنگ‌سازی، نیازمند فعال‌سازی ظرفیت‌های اقتصادی این حوزه و توجه به منطق سودآوری اقتصادی آن برای تولیدکننده و عرضه‌انبوه مد اسلامی - ایرانی با قیمت منصفانه و با کیفیت است.

مقدمه

موضوع لباس و به تبع آن سبک پوشش یکی از مهمترین عناصر سازنده فرهنگ و هویت ایرانیان را تشکیل می‌دهد. این اهمیت آنقدر بالاست که در تاریخ ایران یکی از شیوه‌های تغییر اجباری هویت ملی و دینی ایرانیان به‌منظور نوسازی فرهنگی و اجتماعی، اجبار به تغییر در نوع و سبک پوشش - یک شکل کردن لباس مردان و کشف حجاب زنان از سوی رضاشاه - بوده است. با پیروزی انقلاب اسلامی، مسئله لباس و سبک پوشش به‌ویژه پوشاک اجتماع به یکی از مهمترین ابعاد سیاستگذاری فرهنگی به‌عنوان عنصر اصلی و قوام‌دهنده به گفتمان حجاب در جمهوری اسلامی ایران تبدیل شد. این دغدغه با رویارویی با جهان غرب، گسترش ابعاد جنگ نرم و پیدایش تکنولوژی‌های ارتباطی و به تبع آن گسترش ابعاد تهاجم فرهنگی با اهمیت‌تر شده است. ترویج گسترده مدل‌ها و الگوهای غربی به‌ویژه در سال‌های اخیر و به تبع آن نابسامانی در وضعیت پوشش زنان و مردان جامعه - علیرغم وضع قوانین مختلف در این زمینه - این موضوع را به یکی از مسائل فرهنگی در کلانشهرها و حتی شهرهای کوچک تبدیل کرده و ضرورت فرهنگ‌سازی و مقابله با آن را به یک نیاز ملی مبدل کرده است.

در حال حاضر موضوع مد، سبک پوشش و اهمیت سیاستگذاری در این خصوص از دو منظر قابل

توجه است:

۱. از یک‌سو گسترش بدپوششی و بدحجابی در سالیان اخیر این موضوع را به یکی از نگرانی‌های اصلی متدینین و سیاستگذاران تبدیل کرده و برخورد سلبی نیروی انتظامی به‌منظور کاهش این مسئله اجتماعی را رقم زده است. استفاده از لباس‌های مغایر با فرهنگ اسلامی - ایرانی در کنار موفقیت ناچیز برخوردهای سلبی با بدحجابان، ضرورت توجه به موضوع مد و پوشاک اسلامی - ایرانی را بیش از هر زمان دیگری مطرح کرده است.

۲. از سوی دیگر به واسطه گسترش مدل‌های اروپایی و مغایر با فرهنگ اسلامی - ایرانی در سطح



جامعه، اقشار متدین جامعه در تهیه پوشاک اسلامی و متناسب با نیاز زندگی روزمره خود، با دشواری‌هایی روبرو شده‌اند که منجر به نارضایتی عمیقی در آنها شده است.

نکته حائز اهمیت آنکه لازمه موفقیت اقدامات صورت گرفته در راستای مقابله با روند بدحجابی در جامعه، توجه به لزوم ارائه الگوهای جایگزین، منطبق با فرهنگ ایرانی و اسلامی در کنار تأکید بر پرهیز از الگوهای بیگانه است. به عبارت دیگر تأکید بر پرهیز از استفاده از الگوهای غربی در پوشاک، در شرایطی اثرگذار خواهد بود که الگوی جایگزین متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی و با توجه به نیاز اقشار مختلف جامعه (با توجه به تفاوت‌های سنی، جنسی، شغلی...) ارائه گردد، امری که در بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز به کرات مورد تأکید قرار گرفته است:

«بنده بعد از انقلاب به الجزایر رفتم. در خیابان، ماشین ما عبور می‌کرد. یک وقت دیدم پسر جوانی نصف موی سرش را تراشیده و نصف دیگر را باقی گذاشته. هرچه نگاه کردم دیدم این آرایش زیبایی ندارد. مشخص بود او از کسانی تقلید کرده بود. بنده با این چیزها مخالفم و دوست نمی‌دارم جوانان ما این‌طور حرکت کنند و دختر و پسر ما دائم چشمشان به آنها باشد...»^۱

«...تقلید فرهنگی خطر خیلی بزرگی است، اما این حرف اشتباه نشود با اینکه بنده با مد و تنوع و تحول در روش‌های زندگی مخالفم، نخیر. 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 مُدیست‌های اروپا و آمریکا در مجلاتی که مدها را مطرح می‌کنند، فلان‌طور لباس را برای مردان و زنان خودشان ترسیم کردند آیا ما باید اینجا در همدان یا تهران یا در مشهد آن را تقلید کنیم؟ این بد است. **خودتان طراحی کنید و خودتان بسازید...** من می‌خواهم بگویم اگر شما موی سرتان را می‌خواهید آرایش کنید، اگر می‌خواهید لباس بپوشید، اگر می‌خواهید سبک راه رفتن را تغییر دهید، بکنید اما خودتان انجام دهید از دیگران یاد نگیرید»^۲.

با توجه به تأکیدات مقام معظم رهبری بر لزوم برآمدن سبک‌های پوشش از فرهنگ اسلامی - ایرانی و همچنین نیاز جامعه به فرهنگ‌سازی در این زمینه، مجلس شورای اسلامی در تاریخ ۱۳۸۵/۱۰/۱۲ قانون ساماندهی مد و لباس را به تصویب رساند. براساس این قانون، کارگروهی مرکب از دستگاه‌های مختلف در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف به پیگیری موضوع ساماندهی مد و لباس گشت.

علیرغم گذشت هشت سال از تصویب قانون، هم‌چنان موضوع حجاب و سبک پوشش در فضای عمومی یکی از دغدغه‌های جدی سیاستگذاران را تشکیل می‌دهد، (به‌ویژه آنکه وضعیت پوشش

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

۲. همان.

بدحجابان با پدیده‌هایی چون مانتوهای جلو باز و بدون دکمه و ساپورت پوشی ابعاد جدیدی یافته است). نگاهی به بازار پوشاک به‌ویژه مانتو به‌عنوان یکی از عناصر معرف حجاب در جامعه نشان می‌دهد همچنان این بازار فاصله عمیقی با تحقق الگوهای اسلامی - ایرانی پوشش دارد.

آنچه به‌نظر می‌رسد باید به آن پاسخ داد این نکته است که چرا علیرغم تصویب قانون ساماندهی مد و لباس تحول جدی در وضعیت پوشش آحاد جامعه و طراحی مد اسلامی ایرانی رخ نداده است؟ آیا کارگروه ساماندهی مد و لباس توانایی ساماندهی و تحول لازم را داراست؟ در نهایت چالش‌ها و موانع تقنینی و اجرایی پیش روی قانون ساماندهی مد و لباس که مانع از اجرای کامل قانون و تحقق مصوبات کارگروه گشته است چیست؟

گزارش حاضر بر آن است ضمن بررسی پیشینه قانونی شکل‌گیری کارگروه ساماندهی مد و لباس، به بررسی و ارزیابی عملکرد این کارگروه از زمان شکل‌گیری آن تاکنون پرداخته و سپس با توجه به ارزیابی اقدامات صورت گرفته و مصاحبه با دست‌اندرکاران این حوزه^۱ (اعم از مسئولین اجرایی، طراحان لباس و تولیدکنندگان آن) مهمترین موانع و چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس را احصا نماید.^۲

پیشینه قانونی تدوین قانون ساماندهی مد و لباس

با پیروزی انقلاب اسلامی، مجلس شورای اسلامی، به تبعیت از قانون اساسی و فرمایشات امام خمینی مبتنی بر لزوم رعایت حجاب به‌عنوان یک تکلیف شرعی برای زنان،^۳ اقدام به تصویب قوانینی درخصوص پوشش آحاد جامعه نمود که بخش اعظم این قوانین به جرم‌انگاری و مجازات کیفری متخلفین و بدحجابان پرداخته است.

مروری بر سیر تدوین و وضع قوانین مرتبط با این موضوع نشان می‌دهد در ابتدا قانونگذار با الزام بر رعایت پوشش اسلامی در سازمان‌ها و نهادها به‌علت امکان نظارت بیشتر بر این حوزه، به برخورد با بدحجابان اقدام کرده سپس با وضع قوانین در فضای عمومی بر دامنه شمول قانون و افراد تحت پوشش افزوده است.

۱. مصاحبه با حمید قبادی دبیر کارگاه ساماندهی مد و لباس، طراحان لباس خانم‌ها تمجیدی، رازیانی، ضرغامی؛ تولیدکنندگان پوشاک آقایان ملک‌شاهی، داورزنی، معتمد، زندیه.

۲. اگرچه موضوع مد و لباس با توجه به نوع مخاطبان (زن، مرد، کودک) و فضای پوشش (اجتماع، محل کار و محافل زنانه) از ابعاد و زوایای مختلفی برخوردار است، اما در این مطالعه بنا بر دلایل مذکور تمرکز اصلی بر پوشاک بانوان و به‌طور خاص پوشاک اجتماع یعنی مانتو گذاشته شده است.

۳. در اوایل پیروزی انقلاب اسلامی پیش از آنکه سیاست فرهنگی خاصی در مورد فرهنگ البسه، آرایش و زیبا سازی بدن تدوین شود توضیح‌المسائل و فتوای دینی از جمله حضرت امام خمینی (ره) و مصاحبه‌های ایشان با خبرنگاران داخلی و خارجی، تا حدودی دیدگاه‌های حکومت اسلامی را درخصوص پوشش و حجاب و تعریف از زنانگی و مردانگی مورد قبول نظام اسلامی روشن کرده بود.



گام اول: برخورد با بدحجابان در سازمان‌ها و نهادهای دولتی

نخستین قانونگذاری صورت گرفته در این حوزه به مهرماه ۱۳۶۰ و تصویب قانون بازسازی نیروی انسانی وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی و وابسته به دولت بازمی‌گردد. بر اساس ماده (۱۸) این قانون عدم رعایت حجاب اسلامی یکی از موارد اعمال خلاف اخلاق عمومی شناخته شده و مرتکب آن مشمول قانون بازسازی نیروی انسانی می‌شد (ماده ۱۹) مجازات‌هایی از **توبیخ کتبی با درج در پرونده تا بازخريد اخراج و انفصال از خدمت** برای فرد خاطی در نظر گرفته بود.^۱

این قانون که تنها برای مدت دو سال اعتبار داشت بعدها با قانون هیئت‌های رسیدگی به تخلفات اداری (مصوب اسفندماه ۱۳۶۲ مجلس شورای اسلامی)، جایگزین شد. براساس بند «۱۳» ماده (۸) این قانون، عدم رعایت حجاب، تخلف و مشمول مجازات اداری می‌شود.

علاوه بر این، براساس بخشنامه «رعایت ظواهر شرعی و حجاب اسلامی در محیط کار» مورخ ۱۳۶۸، «قانون رسیدگی به تخلفات اداری» ۱۳۷۲/۹/۲۳، «بخشنامه به‌منظور جلوگیری از اشاعه منکرات و جرائم منافعی عفت عمومی (فحشا)» مورخ ۱۳۸۴/۱/۲۲ و ... قانونگذار تلاش کرده با هرگونه بدحجابی به‌ویژه در ادارات و مؤسسات دولتی **برخورد کیفری یا سلبی** نماید.

گام دوم: برخورد با بدحجابان در حوزه عمومی

قانون دیگری که درخصوص پوشش زنان ازسوی مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید، ماده (۱۰۲) قانون تعزیرات بود که درحال حاضر به‌صورت تبصره‌ای به ماده (۶۳۸) قانون مجازات اسلامی الحاق شده است. ماده (۱۰۲) زنانی را که بدون حجاب شرعی در معابر و انظار عمومی ظاهر می‌شوند **را مکلف به رعایت حجاب شرعی در انظار عمومی و معابر نموده بود.** هرچند که عدم ارائه توضیح درخصوص «حجاب شرعی» و حدود آن، از صراحت قانون کاسته بود.^۲

گام سوم: برخورد با مظاهر بدحجابی در پروسه تولید، فروش

در سال ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی، قانون «نحوه رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی که استفاده از آنها در ملاءم خلاف شرع است یا عفت عمومی را جریحه‌دار می‌کند» را به تصویب رساند که در آن علاوه بر فروشندگان این نوع لباس‌ها، استفاده‌کنندگان از این نوع البسه نیز مشمول مجازات دانسته شده بودند. براساس ماده (۱) این قانون کسانی که **عالمأ لباس‌ها و نشانه‌هایی که علامت مشخصه گروه‌های ضد اسلام یا انقلاب است تولید کنند یا وارد کنند و یا بفروشند و یا در ملاءم و انظار عمومی از آنها استفاده نمایند** مجرم شناخته می‌شوند و البسه و

۱. شادی صدر، مجموعه قوانین و مقررات پوشش در جمهوری اسلامی ایران، تهران، نیلی، ۱۳۸۸، ص ۲۲.

۲. در قانون تعزیرات سال ۱۳۶۲ برای مجازات زنانی که بدون پوشش شرعی در معابر عمومی ظاهر می‌شدند، مجازات شلاق در نظر گرفته شده بود که با اصلاح قانون به حبس و پرداخت هزینه نقدی تغییر یافته است.

اشیای مذکور در حکم قاچاق محسوب می‌شود. علاوه بر این در ماده (۴) این قانون، «کسانی که در انظار عمومی وضع پوشیدن لباس و آرایش آنان خلاف شرع و یا موجب ترویج فساد و یا هتک عفت عمومی باشد، توقیف و خارج از نوبت در دادگاه صالح محاکمه و حسب مورد به یکی از مجازات‌های مذکور در ماده (۲) محکوم می‌گردند». با وجود این در سال‌های اخیر این قانون به ندرت اجرایی شده است.^۲

گام چهارم: الزام دستگاه‌ها به گسترش فرهنگ حجاب

با توجه به مؤثر نبودن اقدات جزایی/ کیفری در بهبود کیفیت پوشش آحاد جامعه، در سال ۱۳۷۶، شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان عالی‌ترین مرجع سیاستگذاری فرهنگی کشور به‌منظور در اولویت قرار دادن موضوع حجاب و عفاف در برنامه‌های دستگاه‌های اجرایی برای مقابله با روند فزاینده بدحجابی و تعریف استانداردهای فرهنگی مناسب برای ترویج فرهنگ عفاف منطبق با فرهنگ دینی و ملی، «قانون راهکارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف» را به تصویب رساند. در این قانون که در سه بخش تنظیم شده، ۲۶ دستگاه اجرایی و قانونگذار وظایف مشخصی را در راستای ترویج حجاب و عفاف برعهده گرفته‌اند. علیرغم تلاش این قانون در راستای ترویج حجاب و عفاف در جامعه، قانون فوق نیز به‌دلایل متعدد چون فقدان ضمانت اجرا، برخورد‌های سلیقه‌ای دستگاه‌ها با وظایف محول شده به آنها، کلی بودن برخی از مفاد قانون، در نظر نگرفتن اعتبار برای اجرای قانون و... به‌طور کامل اجرایی نشد.

گام پنجم: ساماندهی مد و لباس

با توجه به اینکه یکی از خلأهای جدی سیاستگذاری در راستای ترویج حجاب و عفاف، فقدان مصادیق و الگوهای متنوع به‌عنوان الگوی مورد تأکید جامعه ایرانی - اسلامی در عرصه پوشش احساس می‌شود، در اسفندماه ۱۳۸۴ طرح پیشنهاد ساماندهی مد و لباس به‌منظور توجه به جنبه‌های فرهنگی تولید لباس و هدایت و تشویق صنایع تولیدی به کمیسیون فرهنگی مجلس ارائه و به‌عنوان یک سیاست

۱. تذکر و ارشاد، توبیخ و سرزنش، تهدید، تعطیل محل کسب به مدت سه ماه تا ۶ ماه در مورد فروشنده و جریمه نقدی از ۵۰۰ هزار ریال تا یک میلیون ریال در مورد واردکننده و تولیدکننده، ۱۰ تا ۲۰ ضربه شلاق یا جریمه نقدی از ۲۰ تا ۲۰۰ هزار ریال در مورد استفاده‌کننده، لغو پروانه کسب در مورد فروشنده و ۲۰ تا ۴۰ ضربه شلاق یا جریمه نقدی از ۲۰ تا ۲۰۰ هزار ریال در مورد استفاده‌کننده.

۲. در آیین‌نامه اجرایی این قانون (مصوب ۱۳۶۸/۴/۵) کمیسیونی مرکب از نمایندگان نخست‌وزیری، شورای عالی قضایی، وزارت کشور، وزارت ارشاد، وزارت فرهنگ، وزارت آموزش و پرورش، صدا سیما و شورای فرهنگی اجتماعی زنان مظاهر فساد را تشخیص می‌دهند و به مراجع قضایی ابلاغ می‌کنند. مراجع قضایی موظفند براساس مصادیق و موارد مشخص شده از سوی کمیسیون به تخلفات رسیدگی کنند.

به‌نظر می‌رسد از سال‌های پایانی دهه ۱۳۷۰ به این سو، کمیسیون یاد شده عملاً تشکیل نشده و نیروی انتظامی مصادیق نقض حجاب شرعی را در انظار اماکن عمومی برای ضابطان خود تعیین کرده است.



حمایتی تشویقی و تنظیمی در ۱۱ ماده و ۳ تبصره تحت عنوان «قانون ساماندهی مد و لباس» در تاریخ ۱۳۸۵/۱۰/۱۲ در هفتمین دوره مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید.^۱

نکته حائز اهمیت اینکه تا پیش از این قانون، قانونگذار صرفاً به اقدامات سلبی (مجازات بدحجابان در جامعه) اکتفا نموده و اقدامات ایجابی یعنی تلاش برای ارائه طرح‌های متنوع پوشش متناسب فرهنگ اسلامی مورد اغفال قرار گرفته بود. به عبارت دیگر موضوع «مد» و سیاستگذاری در این حوزه - به عنوان یکی از مهمترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در گسترش و ترویج فرهنگ «حجاب و عفاف» در جامعه - مورد بی‌توجهی واقع شده بود. یکی از علل این موضوع را می‌توان در نگاه سیاستگذاران فرهنگی جامعه و قبیح دانستن پدیده مد و متعارض فرض نمودن آن با الگوی پوشش اسلامی دانست (امری که با بیانات مقام معظم رهبری و حمایت ایشان از مد خودجوش و اسلامی - ایرانی رنگ باخت). در نتیجه می‌توان رویکرد سیاستگذار در خصوص پدیده مد تا سال ۱۳۸۴ را سکوت و نادیده انگاشتن این پدیده تلقی کرد.

در چنین شرایطی، افزایش روند بدحجابی در جامعه که به معنای عدم کارکرد و حتی کژکارکرد اقدامات سلبی در برخورد با بدحجابی بود، خلأ الگوی پوشش (مد) اسلامی - ایرانی را در رابطه با نیاز آحاد جامعه به‌ویژه جوانان به‌عنوان مهمترین قشر مخاطب اقدامات کیفی، بیش از هر چیز دیگری منعکس ساخت؛ امری که در نهایت سیاستگذار را به طراحی قانونی در خصوص ساماندهی مد و لباس با هدف ضرورت طراحی سبک‌های پوشش متناسب با الگوی اسلامی - ایرانی سوق داد.

قانونگذار هدف از تصویب این قانون را چنین برشمرده است:

۱. حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی،
 ۲. ارج نهادن، تبیین، تثبیت و ترویج الگوهای بومی و ملی،
 ۳. هدایت بازار تولید و عرضه البسه و پوشاک براساس طرح‌ها و الگوهای داخلی،
 ۴. ترغیب عموم مردم به پرهیز از انتخاب و مصرف الگوهای بیگانه و غیرمأنوس با فرهنگ و هویت ایرانی.
- براساس قانون «ساماندهی مد و لباس» وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف گردید جهت **پی‌ریزی ساختار مدیریتی** این مسئله، کارگروهی مرکب از نمایندگان تام‌الاختیار هریک از وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، بازرگانی و صنایع و معادن و سازمان صداوسیما و معاونت برنامه ریزی ریاست جمهوری و نمایندگان صنوف ذیربط و نیز یک نفر به‌عنوان عضو ناظر از کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی تشکیل دهد.
- براساس تبصره ماده (۱) مصوبات این کارگروه پس از امضا و ابلاغ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی **قابل اجرا خواهد بود.**

۱. اظهارنظر کارشناسی درباره: طرح ساماندهی مد و لباس، دفتر مطالعات فرهنگی، شماره مسلسل ۱۹۰۷۸۹۲، ۱۳۸۵.

در مواد ۱۱ گانه قانون، تکالیفی برای وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، بازرگانی، تعاون، کار و امور اجتماعی، صنایع و معادن و بانک‌ها تعیین کرده است.

ترویج نمادها و الگوهای پارچه و لباس، تشکیل نمایشگاه و جشنواره‌های ملی و منطقه‌ای، حمایت از طرح‌ها تحت عنوان قانون حمایت مؤلفان و مصنفان، نمایشگاه‌های عرضه فصلی لباس و پوشاک، گرفتن عوارض گمرکی برای واردات تجاری لباس‌های خارجی، اولویت بخشی در ارائه تسهیلات دولتی به تعاونی‌ها و طراحان لباس، حمایت و پشتیبانی از تحقیقات و رساله‌های تخصصی این حوزه از جمله موضوعات مورد توجه در متن قانون است. با توجه به تعدد دستگاه‌های مذکور، تحقق اهداف مد نظر قانون، **نیازمند اقدام هماهنگ دستگاه‌های عضو** و اهتمام سایر دستگاه‌های ذکر شده در قانون در عمل به تکالیف مصرح در آن است.

برای اجرایی شدن قانون ساماندهی مد و لباس، آیین‌نامه اجرایی این قانون، توسط هیئت وزیران در تاریخ ۱۳۸۷/۴/۱۱ به تصویب رسید.

- براساس ماده (۲) آیین‌نامه، وظایف کارگروه به شرح زیر است:
- اتخاذ سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اجرایی شدن مواد قانون،
 - بررسی و تصویب برنامه‌های پیشنهادی اعضای کارگروه،
 - تعیین برنامه دستگاه‌ها برای تحقق اهداف قانون،
 - نظارت بر فعالیت‌ها و عملکرد دستگاه‌ها و ارزیابی آنها، اخذ گزارش عملکرد دستگاه‌های مشمول قانون،
 - ایجاد هماهنگی و انسجام در برنامه‌ریزی و مراحل اجرایی فعالیت‌های دستگاه‌ها،
 - تنظیم و تصویب شیوه‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به این آیین‌نامه یا کارگروه،
 - پیگیری نتایج گزارش‌های ارائه شده به کارگروه،
 - تعیین شرایط استفاده از تسهیلات بانکی و امتیازات دولتی و تعیین مشمولان تسهیلات و امتیازات.
- علاوه بر موارد مذکور، در آیین‌نامه اجرایی قانون برای هریک از دستگاه‌های عضو کارگروه، مجموعه وظایفی تعریف شده که عمدتاً بعد اجرایی دارد. وظایف و تعهدات دستگاه‌های عضو کارگروه به شرح جدول زیر است:



جدول ۱. وظایف و تعهدات دستگاه‌های اجرایی در راستای آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس براساس میزان وظایف

شرح وظایف									وزارتخانه
حمایت از تشکیل و تقویت صنف طراحان	همکاری با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای برپایی نمایشگاه	توسعه «طرح جلوه‌های حجاب» با تنوع‌بخشی به مدل‌های اسلامی	پیگیری و اعمال تعرفه‌های گمرکی بر واردات تجاری پوشاک	نظارت مستمر و مؤثر بر صنوف تولیدکننده و عرضه‌کننده لباس	حمایت از طراحان موفق لباس اسلامی در امور صنفی برای تولید انبوه	ارائه تسهیلات قانونی برای کاهش قیمت لباس تولید داخل	حمایت عملی از طراحان و تولیدکنندگان پوشاک اسلامی	برپایی نمایشگاه فصلی و دائمی	وزارت بازرگانی
تسهیل و تسریع در فرآیند صدور مجوز تأسیس مؤسسات فرهنگی و هنری	فراهم کردن امکان ثبت هنری آثار طراحان پارچه و لباس	ترویج نمادها و الگوها پارچه و لباس با کمک سایر ابزارهای فرهنگی (سینما، تئاتر و...)	زمینه‌سازی برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی	ایجاد نمایشگاه دائمی / موزه / نگارخانه پارچه و لباس ایرانی اسلامی	تشکیل خانه طراحان پارچه و لباس	ساماندهی طراحان پارچه و لباس	دبیرخانه کارگروه	وزارت فرهنگ و ارشاد	
			تهیه دستورالعمل نحوه برگزاری جشنواره سالیانه در مدارس	تهیه دستورالعمل جامع برای ساماندهی وضعیت ظاهری لباس دانش‌آموزان	فراهم کردن زمینه طراحی‌های متنوع برای لباس دانش‌آموزان و معلمان	افزایش آگاهی دانش‌آموزان در خصوص مظاهر تهاجم غربی و معرفی الگوی پوشاک اسلامی - ایرانی	تهیه و تدوین برنامه جامع آموزشی و پرورشی در خصوص فرهنگ پوشش	وزارت آموزش و پرورش	
				تدوین دستورالعمل برای نحوه حضور بازیگران در تلویزیون و سینما با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	پرهیز از ترویج الگوهای غربی پوشش در برنامه‌ها و اطلاع‌رسانی	تهیه برنامه تلویزیونی جهت معرفی نمادها و الگوهای اسلامی ایرانی	ترویج الگوهای مناسب پوشش در فیلم‌ها، گزارش‌ها و...	سازمان صدا و سیما	

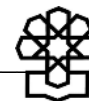
شرح وظایف							وزارتخانه	
					تلاش برای افزایش ارتقای کیفیت پوشاک اسلامی ایرانی تولید داخل	حمایت از کارخانه‌ها و تولیدکنندگان لباس اسلامی ایرانی به خصوص چادر	فراهم‌سازی ارتباط طراحان با کارخانه‌های نساجی و تولیدکنندگان	وزارت صنعت، معدن و تجارت
						فراهم کردن امکان تحقق طرح‌های بودجه‌ای پیشنهادی دستگاه‌های عضو	تأمین منابع لازم برای اجرایی شدن قانون	معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور

همان‌طور که از متن قانون ملاحظه می‌شود وظایف هریک از دستگاه‌های مذکور را می‌توان به شکل زیر خلاصه کرد:

- فرهنگ و ارشاد اسلامی ← ساماندهی طراحان مد و لباس
- وزارت آموزش و پرورش ← جامعه‌پذیری الگوی پوشش اسلامی - ایرانی
- وزارت صنعت، معدن و تجارت^۱ ← حمایت و نظارت بر تولیدکنندگان لباس اسلامی - ایرانی
- سازمان صدا و سیما ← فرهنگ‌سازی در خصوص مصرف پوشاک و لباس اسلامی - ایرانی
- معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست‌جمهوری ← تأمین منابع لازم برای اجرایی شدن قانون

علاوه بر این به استناد ماده (۳) آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، به‌منظور ایجاد تشکیلات و ساختارهای مورد نیاز برای حسن انجام وظایف محوله به کارگروه مربوطه، آیین‌نامه داخلی کارگروه ساماندهی مد و لباس مشتمل بر ۷ ماده و ۱۸ تبصره به تصویب کارگروه رسیده است.

۱. با توجه به ادغام وزارت صنعت و معدن و بازرگانی و شکل‌گیری وزارت صنعت، معدن تجارت در این بخش وظایف هر دو وزارتخانه یاد شده در قانون با یکدیگر ادغام شده است.



دستورالعمل صدور مجوز برپایی نمایشگاه و جشنواره مد و لباس ایرانی - اسلامی و آیین‌نامه تشکیل کارگروه‌های استانی مد و لباس از جمله مصوبات دیگر کارگروه ساماندهی مد و لباس است. با توجه به اینکه براساس قانون، پیگیری اقدامات مطرح شده در قانون ساماندهی مد و لباس، برعهده کارگروه مذکور است و هرگونه تلاش در راستای ساماندهی مد و لباس باید براساس سیاست‌ها و خط‌مشی‌های وضع شده از سوی این کارگروه صورت پذیرد، در ادامه به بررسی مجموعه اقدامات این کارگروه پرداخته خواهد شد.

بررسی عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

همان‌طور که ذکر شد کارگروه ساماندهی مد و لباس از سال ۱۳۸۷ به صورت رسمی کار خود را با تصویب آیین‌نامه اجرایی آغاز کرد، زیرا عمده فعالیت‌های کارگروه در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۷ به تدوین آیین‌نامه اجرایی گذشت. برای بررسی عملکرد کارگروه با توجه به تغییر دولت در سال ۱۳۹۲ و به تبع آن تغییر مدیریت و رویکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس و به منظور شفاف‌سازی بیشتر، مجموعه اقدامات کارگروه به دو بخش از سال ۱۳۸۷-۱۳۹۱ و ۱۳۹۲-۱۳۹۳ تقسیم‌بندی خواهد شد: مجموعه اقدامات صورت گرفته از سوی کارگروه ساماندهی مد و لباس را می‌توان براساس ماهیت اقدام، به چند دسته تقسیم کرد:

۱. تدوین و تصویب آیین‌نامه‌ها و خط‌مشی‌ها برای پیشبرد اهداف قانون

کارگروه ساماندهی مد و لباس براساس بند «۶» ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی، موظف به تنظیم و تصویب شیوه‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به آیین‌نامه یا کارگروه است. در این گزارش تلاش شده مجموعه آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی که از سوی کارگروه برای پیشبرد اهداف مد نظر قانون، تدوین شده و درحقیقت تعیین‌کننده خط‌مشی و سیاست‌های کارگروه است، ذکر گردد.

۲. تصویب طرح‌ها و پروژه‌های زیرساختی در راستای ساماندهی مد و لباس

کارگروه ساماندهی مد و لباس در طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۳ اقدام به تصویب طرح‌ها و پروژه‌های زیرساختی برای عملیاتی‌سازی برخی از مواد قانون از جمله بند «۲» و «۳» آیین‌نامه اجرایی نموده است. هرچند که بخش عمده این طرح‌ها (به‌ویژه طرح‌های مصوب در دوره اول کارگروه) به علت فقدان اعتبارات صرفاً در حد یک مصوبه مانده و وارد فاز اجرایی نگشته است.

۳. اقدامات حمایتی از ظرفیت مردمی فعال در عرصه مد و لباس

کارگروه ساماندهی مد و لباس با توجه به وظایف حاکمیتی که براساس قانون برعهده دارد، به‌عنوان نهادی ظرفیت‌ساز برای فعال‌سازی بخش خصوصی در این حوزه به فعالیت می‌پردازد. بدین منظور حمایت از ظرفیت‌های مردمی فعال در این حوزه به‌ویژه طراحان در دستور کار کارگروه قرار گرفته است. تلاش در راستای حفظ مالکیت معنوی آثار طراحی شده از سوی طراحان از جمله مهمترین این اقدامات است.

۴. اقدامات ترویجی (نمایشگاهی - تبلیغی) در عرصه ساماندهی مد و لباس

کارگروه ساماندهی مد و لباس در راستای ترویج فعالیت‌های صورت گرفته در این حوزه، اقدام به مجموعه فعالیت‌های تبلیغی در قالب برگزاری نمایشگاه، راه‌اندازی سایت و... کرده است. این اقدامات نقش مؤثری در افزایش آگاهی مردم از اقدامات صورت گرفته در این حوزه ایفا خواهد کرد. در ادامه هر یک از این موارد به تفکیک مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس از سال ۱۳۸۷-۱۳۹۱

براساس گزارش ارسالی کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی^۱، این کارگروه از زمان شکل‌گیری خود تا شهریورماه ۱۳۹۱ در مجموع ۳۲ جلسه تشکیل داده است. مجموعه اقدامات انجام شده در این دوره عبارتند از:

جدول ۲. تدوین و تصویب آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها برای پیشبرد اهداف قانون

ردیف	عنوان مصوبه	توضیحات
۱	آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس	ابلاغیه شماره ۵۲۹۲۹/ت ۳۷۵۲۶ ک مورخ ۱۳۸۷/۴/۱۱ کمیسیون فرهنگی هیئت دولت
۲	دستورالعمل نمایشگاه‌های مد و لباس	ابلاغیه شماره ۱/۱۶۶۱۸ مورخ ۱۳۸۷/۶/۵
۳	آیین‌نامه داخلی دبیرخانه کارگروه	ابلاغیه شماره ۱/۵۸۹۷ مورخ ۱۳۸۸/۲/۲۶
۴	آیین‌نامه کارگروه‌های استانی ساماندهی مد و لباس	مورخ ۱۳۹۱/۷/۸

۱. پاسخ کارگروه ساماندهی مد و لباس مورخ ۱۳۹۱/۱۱/۳ به شماره نامه ۹۱/۴۷۵۶۶ به نامه مرکز پژوهش‌های مجلس به شماره ۸۲-۱۱/۸۷۷۷ مورخ ۱۳۹۱/۸/۲۸ در رابطه با عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس.



جدول ۳. تصویب طرح‌ها و پروژه‌های زیرساختی در راستای ساماندهی مد و لباس

ردیف	عنوان	توضیحات
۱	تصویب کلیات اساسنامه خانه طراحان لباس	پس از انجام مراحل قانونی در صورت تأمین اعتبار لازم تأسیس خواهد شد.
۲	بررسی طرح لباس فرم مشاغل	این طرح پس از تصویب به‌علت نبود بودجه مکفی برای اجرا به مرکز امور زنان و خانواده ریاست‌جمهوری ارجاع گردید که تا کنون نیز اجرایی نشده و کارگروه ساماندهی مد و لباس ظرفیت اجرای آن را در صورت تأمین منابع مالی خواهد داشت.
۳	پیشنهاد تأسیس موزه ملی و گنجینه تخصصی لباس	نظر به وجود ظرفیت‌ها و گنجینه‌های متعدد لباس در مجموعه‌های مختلف تابعه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ایجاد موزه تخصصی لباس از طریق گردآوری تمام نمونه‌ها مورد تصویب کارگروه قرار گرفته است و تحقق این امر در صورت اختصاص مکان مناسب و بودجه مکفی امکانپذیر خواهد بود.
۴	پیشنهاد تأسیس طرح پارک فرهنگی فناوری مد و لباس	طرح مزبور در جلسه مورخ ۱۳۸۸/۳/۲۳ کارگروه تصویب و به تأیید وزیر محترم وقت رسید. فاز مطالعاتی و اجرایی این طرح به اتمام رسیده و در صورت تأمین منابع مالی عملیاتی خواهد شد.
۵	تأسیس بنیاد ملی مد و لباس اسلامی - ایرانی	بنیاد ملی مد و لباس اسلامی - ایرانی مؤسسه‌ای است غیرانتفاعی، غیردولتی و دارای شخصیت حقوقی مستقل که در راستای پی‌ریزی ساختار کارآمد اجرایی به‌عنوان بازوی عملیاتی کارگروه ساماندهی مد و لباس تأسیس گردیده است.

جدول ۴. اقدامات حمایتی از ظرفیت مردمی فعال در عرصه مد و لباس

ردیف	عنوان	توضیحات
۱	صدور پروانه مالکیت معنوی برای طراحان	بهموجب ماده (۴) قانون ساماندهی مد و لباس و با اعلام نظر و تأیید اعضای کمیسیون ماده (۴)، آثار طراحان حقیقی و حقوقی پس از طی مراحل قانونی به ثبت رسیده و پروانه موقت مالکیت معنوی دریافت می‌کنند. پروانه‌های موقت ۶ ماهه با ارجاع به دفتر حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از گذران مراحل قانونی ثبت اختراعات و مالکیت صنعتی به پروانه‌های دائمی مالکیت معنوی تبدیل و جاهت قانونی برای تمامی دستگاه‌ها پیدا می‌کند.
۲	تأسیس بانک جامع طراحان	مستند به ردیف ۲ بند «الف» آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس بخش امور طراحان با ارتباط‌گیری با دانشگاه‌ها، مراکز آموزشی، مراکز فنی و حرفه‌ای نسبت به شناسایی و اخذ اطلاعات آموزشی و حرفه‌ای طراحان اقدام نموده است.
۳	تأسیس شبکه یکپارچه‌سازی مد و لباس اسلامی ایرانی (شیما)	به‌منظور صیانت از طرح‌های مورد تأیید کمیسیون ماده (۴) و نیز استانداردسازی لباس‌های موجود در بازار و نظارت و کنترل بازار لباس‌های ایرانی در آبان‌ماه ۱۳۹۱ این شبکه طراحی شده است هرچند که هم‌اکنون به‌صورت گسترده اجرایی نمی‌گردد.

جدول ۵. اقدامات ترویجی کارگروه در عرصه ساماندهی مد و لباس

ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۱	راه‌اندازی اولین پایگاه اطلاع‌رسانی مد و لباس	معرفی، ترویج و اطلاع‌رسانی آخرین اقدامات کارگروه ساماندهی مد و لباس از جمله اهداف این پایگاه می‌باشد. تارنمای دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس به آدرس www.modelebas.ir در معرض دید می‌باشد.
۲	نمایشگاه مد و لباس در مجموعه ورزشی تفریحی ارم	در مجموعه ورزشی تفریحی ارم ۲۵ شهریورماه لغایت ۲ مهرماه ۱۳۹۲ در این نمایشگاه ۴۲ شرکت تولیدی به عرضه محصولات چادر، مانتو و پوشش سر پرداختند.
۳	نمایشگاه عکس با موضوع عفاف و حجاب	نمایشگاه عکس به نام «مستوره‌های نور» به مناسبت سالروز عفاف و حجاب مورخ ۱۳۸۹/۴/۲۳ لغایت ۱۳۸۹/۵/۴ در فرهنگسرای نیاوران
۴	برگزاری اولین نمایشگاه ملی مد و لباس ایرانی اسلامی در فرهنگسرای نیاوران	این نمایشگاه در تاریخ ۱۴ لغایت ۱۸ اسفندماه ۱۳۸۹ برگزار گشت. از نقاط قوت این نمایشگاه می‌توان به بخش پژوهش و نشست‌های تخصصی علمی با دانشگاهیان و صاحب‌نظران حوزه مد و لباس در قالب ۷ پنل موضوعی اشاره نمود.
۵	نمایشگاه عرضه و فروش پوشاک برتر	۱۹ لغایت ۲۵ اسفندماه ۱۳۸۹ در سالن حجاب و عفاف مرکز آفرینش‌های هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۶	برگزاری نمایشگاه ویژه چادر (پوشش و حجاب اسلامی)	بخش پوشش و حجاب اسلامی نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم با رویکرد فرهنگی توسط دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای نخستین بار راه‌اندازی شد. در طول برپایی نمایشگاه بیش از ۸۰۰ طرح و مدل متنوع در قالب انواع پوشش و ملزومات حجاب بانوان عرضه شد. این نمایشگاه از تاریخ ۱۳۹۰/۵/۶ لغایت ۱۳۹۰/۶/۵ برگزار شد.
۷	نمایشگاه ملی مد و مانتو	این نمایشگاه با هدف ایجاد یکپارچگی هماهنگی و انسجام میان بخش‌های مختلف چرخه طراحی تولید و توزیع در عرصه مد و مانتو با محوریت تولید و عرضه مانتو در تاریخ ۱۳۹۰/۸/۲۸ در فرهنگسرای نیاوران برگزار شد.
۸	راه‌اندازی اولین نمایشگاه دائمی مد و لباس اسلامی و ایرانی	این نمایشگاه در ۲۴ بهمن‌ماه ۱۳۹۰ در دو طبقه شامل بخش اول چادر و مقنعه و بخش دوم مانتو و سایر پوشش‌های اسلامی - ایرانی بانوان افتتاح گردید. متأسفانه به‌علت نبود اعتبارات کافی، نمایشگاه بعد از دو سال تعطیل گردید.
۹	جشنواره ملی مد و لباس فجر اسفندماه ۱۳۹۰	این نمایشگاه از تاریخ ۱۱ لغایت ۱۸ اسفندماه ۱۳۹۰ برگزار گردید، در این جشنواره قریب به ۳ هزار اثر به دبیرخانه رسید که از این تعداد ۱۴۳ اثر به‌عنوان اثر قابل قبول، وارد جشنواره شدند.
۱۰	تولید انیمیشن‌های یک دقیقه‌ای	کارگروه ساماندهی مد و لباس به‌منظور ایجاد فضای تبلیغی و الگوسازی لباس‌های اسلامی - ایرانی اقدام به ساخت انیمیشن‌های یک دقیقه‌ای با موضوع مد و لباس نموده است که از طریق ایجاد هماهنگی و تعامل میان شبکه بازار صدا و سیما و کارگروه ساماندهی مد و لباس مراحل پخش آن فراهم خواهد شد.

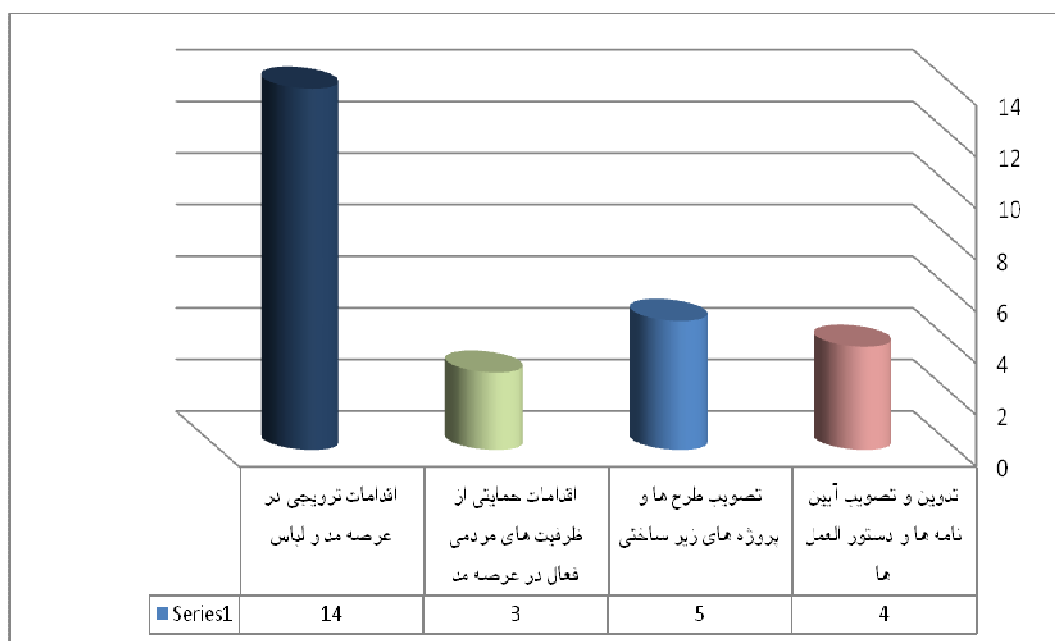


ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۱۱	برگزاری دومین نمایشگاه بزرگ چادر	دومین نمایشگاه بزرگ چادر در بخش عفاف و حجاب نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم در ماه مبارک رمضان از تاریخ ۱۳۹۱/۴/۲۵ لغایت ۱۳۹۱/۵/۲۴ برگزار گردید. براساس فراخوان بیستمین نمایشگاه قرآن کریم، اطلاع‌رسانی برای جمع‌آوری آثار(چادر و مقنعه) از طراحان انجام و تعداد ۱۰۰ اثر با شرکت ۲۰ طراح به دبیرخانه کارگروه رسید که ۴۸ اثر برای شرکت در بخش نمایشگاهی انتخاب گردید. در این نمایشگاه طی مراسمی از چادر مانتو «سریر» رونمایی شد.
۱۲	نمایشگاه مد و لباس اسلامی ترکیه	در این نمایشگاه که ۱۳۹۱/۶/۲۳ لغایت ۱۳۹۱/۶/۲۶ در استانبول ترکیه برگزار شد بیش از ۵۰ طرح منتخب با نگرش لباس‌های بومی و سنتی ایرانی به نمایش درآمد.
۱۳	دومین نمایشگاه مد و مانتو آبان‌ماه ۱۳۹۱	این نمایشگاه در سه بخش نمایش (اصلی) علمی و فروش برگزار گردید. از میان ۱۵۰۰ طرح واصله ۱۳۵ طرح به بخش نمایش و ۵۹ طرح به بخش فروش راه یافته و براساس تدابیر ازسوی تولیدکنندگان حدود ۲۵۰ طرح به چرخه تولید وارد خواهد شد.
	دومین جشنواره و نمایشگاه فجر اسفندماه ۱۳۹۱	این نمایشگاه در ۸ بخش مسابقه، علمی و دانشگاهی، بین‌الملل، برندها و فروش، اقوام و استان‌ها، سازمان‌ها و نهادها، صنعت و فعالیت‌های هنری و فرهنگی برگزار گردید.

مجموعه اقدامات کارگروه از سال ۱۳۸۷ - ۱۳۹۱ در راستای ساماندهی مد و لباس به شرح زیر

قابل بررسی است:

نمودار ۱. مجموعه اقدامات کارگروه از سال ۱۳۸۷-۱۳۹۱ در راستای ساماندهی مد و لباس



همان‌طور که ملاحظه می‌شود بخش عمده‌ای از اقدامات کارگروه در طول سال‌های ابتدایی شکل‌گیری خود (۱۳۸۷-۱۳۹۱) بر اقدامات **ترویجی** و به‌ویژه برگزاری نمایشگاه‌های پوشاک مناسبی متمرکز شده است. نگاهی به مواد و اهداف تصریح شده در قانون ساماندهی مد و لباس نشان می‌دهد، موضوع برگزاری نمایشگاه‌ها، جشنواره‌های ملی و منطقه‌ای در ماده (۳)^۱ و همچنین نمایشگاه‌های عرضه فصلی لباس و پوشاک در ماده (۵)^۲ مورد توجه قانونگذار قرار گرفته است و بدین‌ترتیب برگزاری جشنواره‌ها تلاش در راستای اجرایی‌سازی این مواد تلقی می‌گردد.

اگرچه برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها اقدام مثبتی در فراهم‌سازی سازوکارهای اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس و پیوند بین تولیدکنندگان، صنعتکاران، طراحان و عموم مردم است، اما تمرکز بیش از اندازه بر این موضوع و **عدم توجه بر سایر وظایفی که قانون بر عهده دستگاه‌ها نهاده**، مانع از عملیاتی شدن اهداف مد نظر کارگروه در این دوره زمانی شده است. نگاهی به وضعیت حجاب و فضای عمومی جامعه در طول این سال‌ها نیز نشان می‌دهد تأثیر این نمایشگاه‌ها، در بهبود عرصه مد و لباس به‌علت عدم تولید انبوه طرح‌های ارائه شده در آن، چندان ملموس نیست.

۲. عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس از سال ۱۳۹۲-۱۳۹۳^۳

مجموعه اقدامات کارگروه ساماندهی مد و لباس در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۳ را می‌توان در نکات زیر خلاصه کرد:

جدول ۶. تدوین و تصویب آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها برای پیشبرد اهداف قانون

ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۱	تدوین شیوه‌نامه اجرایی نمایش زنده لباس	تطبیق نمایش زنده لباس با قوانین شرعی، فرهنگ و عرف عمومی کشور، ایجاد سازوکار برای اجرای نمایش زنده لباس به شیوه بومی و پرهیز از تبرج، بسترسازی برای اجرای شیوه‌های ترویجی و فرهنگ‌سازی روز دنیا مطابق با قوانین شرعی، فرهنگ و عرف عمومی کشور... از جمله مهمترین اهداف تدوین این شیوه‌نامه می‌باشد.

۱. ماده (۳) - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است با همکاری وزارت بازرگانی جهت تبادل فرهنگی ملل مسلمان، موزه، نمایشگاه و جشنواره ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی با محوریت معرفی نمادها و الگوهای پارچه و لباس ایرانی - اسلامی برگزار نماید.

۲. ماده (۵) - وزارت بازرگانی مکلف است برای دسترسی عمومی و حمایت از تولید و فروش پارچه‌ها و پوشاک منطبق با الگوهای ایرانی - اسلامی، نمایشگاه‌های عرضه فصلی مد و لباس و پوشاک برگزار نماید.

۳. مجموعه اقدامات ذکر شده در جداول از مصاحبه با دبیر محترم کارگروه ساماندهی مد و لباس جناب آقای قبادی مورخ ۱۳۹۳/۲/۲۱ در پاسخ به نامه ۱۴/۱۴۱۴/۲۳۰۱-۸۲ مرکز پژوهش‌ها مورخ ۱۳۹۳/۲/۲۰ استخراج شده است.



جدول ۷. تصویب طرح‌ها و پروژه‌های زیرساختی در راستای ساماندهی مد و لباس

ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۱	راه‌اندازی واحد صدور مجوزها	توجه و تأکید بر ظرفیت‌های بخش خصوصی و انجمن‌ها و تشکل‌های غیردولتی از سیاست‌ها و برنامه‌های کارگروه ساماندهی مد و لباس است. لازمه فعال‌سازی ظرفیت‌های مردمی جهت پیشبرد اهداف کارگروه، راه‌اندازی واحد صدور مجوزها برای فعالیت‌های گوناگون این حوزه در قالب مؤسسات هنری مد و لباس، انتشار ژورنال، برپایی نمایشگاه و جشنواره، با هماهنگی سایر بخش‌ها و به‌ویژه نیروی انتظامی است. در حال حاضر ۴ واحد صدور مجوز در رابطه با صدور مجوز مؤسسات هنری مد و لباس، صدور برگزاری نمایشگاه و نمایش زنده لباس، صدور مجوز انتشار ژورنال لباس و مجوز پایگاه الکترونیکی ایجاد شده است.
۲	راه‌اندازی واحد مالکیت معنوی	به استناد ماده (۲) قانون حمایت مؤلفان، مصنفان و هنرمندان و به‌منظور تحقق اهداف مندرج در ماده (۴) قانون ساماندهی مد و لباس مبنی بر حمایت حقوقی آثار هنرمندان عرصه مد و لباس، دبیرخانه کارگروه اقدام به راه‌اندازی واحد مالکیت معنوی جهت ارسال آثار تأیید شده از سوی کمیسیون ماده (۴)، به دفتر حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نموده است. تاکنون ۴۰۵ ثبت اثر در حوزه لباس صادر گردیده است.
۳	اجرای طرح پرنیا	طرح پرنیا نخستین مرکز دانشگاهی مد و لباس با هدف ترویج فرهنگ مد و لباس ایرانی اسلامی در میان اقشار جوان به‌ویژه دانشجویان می‌باشد. جهت اجرای این طرح دانشگاه الزهرا انتخاب شده و پس از امضای تفاهمنامه فضایی به مساحت ۶۰ متر در دانشگاه الزهرا از تاریخ ۱۳۹۲/۲/۲۱ به مدت پنج سال در اختیار بنیاد ملی مد و لباس قرار گرفت. این مرکز در تاریخ ۱۳۹۳/۱/۳۱ رونمایی شد.
۴	راه‌اندازی دبیرخانه تحویل آثار	به‌منظور ساماندهی آثار تحویل داده شده به دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس جهت ارزیابی و دریافت تأییدیه گواهی‌نامه ثبت اثر و نشان شیما دبیرخانه آثار در محل بنیاد ملی مد و لباس تشکیل گردیده است. پس از ثبت کلیه اطلاعات طراح و طرح و همچنین تصویر اثر، لباس‌ها به کمیسیون داوری ارسال و نتیجه ظرف حداکثر سه هفته اعلام می‌شود. تعداد آثار رسیده از تیرماه ۱۳۹۲ لغایت خردادماه ۱۳۹۳، یک هزار و ۲۲۰ اثر بوده است.
۵	تشکیل کمیسیون‌های مد نظر آیین‌نامه داخلی	تشکیل کمیسیون تبلیغ و رسانه با هدف تبلیغ، فرهنگ‌سازی و معرفی مدل‌های ایرانی اسلامی به جامعه با کمک رسانه‌ها؛ تشکیل کمیسیون ماده (۴) جهت ارزیابی آثار رسیده به دبیرخانه؛ تشکیل کمیسیون صدور مجوز و نظارت بر فعالیت‌های نمایشگاهی مد و لباس جهت ارزیابی و بررسی صلاحیت متقاضیان؛

ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۶	تشکیل شورای‌های راهبردی	سیاست ایجاد انسجام در بین دست‌اندرکاران این حوزه از اولویت‌های بسیار مهم و جدی این دوره از فعالیت‌های کارگروه ساماندهی مد و لباس است. به همین منظور کارگروه اقدام به راه‌اندازی شورای‌های راهبردی نموده است. این شوراها مهمترین مشکلات حوزه مربوط به خود را در بخش ساماندهی مد و لباس به کارگروه جهت تصمیم‌گیری و سیاستگذاری منتقل می‌کنند: الف) شورای راهبردی علمی - دانشگاهی: متشکل از ۴۰ نفر از رؤساء، معاونین، مدیران گروه و اساتید مرتبط با رشته طراحی پارچه و لباس. ب) شورای راهبردی صنعت: با حضور نمایندگان صنایع پارچه، نخ و ابزارآلات دوخت و دوز. ج) شورای راهبردی تولید و فروش: زیر نظر اتحادیه سراسری پوشاک. د) شورای راهبردی بین‌الملل: با هدف معرفی ظرفیت‌های ایران به خارج از کشور و جریان‌سازی طرح‌های مبتنی بر الگوی اسلامی ایرانی.

جدول ۸. اقدامات حمایتی از ظرفیت مردمی فعال در عرصه مد و لباس

ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۱	اعطای مجوز فعالیت به مؤسسات هنری مد و لباس (برندسازی)	به استناد ماده (۵۸۴) قانون تجارت، آیین‌نامه اصلاحی ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری و نیز بند «الف» ماده (۷) آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس به‌منظور حمایت از فعالیت‌ها طراحان و فعالان در عرصه مد و لباس، کارگروه اقدام به صدور مجوز فعالیت مؤسسات هنری مد و لباس نموده است. کارگروه ساماندهی مد و لباس از طریق بنیاد ملی مد و لباس طراحان واجد شرایط را جهت اخذ مجوز به دبیرخانه صدور مجوز معرفی نموده و پس از بررسی و ارسال مدارک به مراجع ذیربط و اخذ تأییدیه صلاحیت، معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد مجوز را صادر می‌نماید. تصمیم‌گیری در خصوص لغو مجوز این مؤسسات و نظارت بر آنها برعهده کارگروه است.
۲	صدور نشان شیما (شناسه یکپارچه مد و لباس ایرانی)	به استناد وظایف مندرج در بند «الف» ماده (۷) آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس و به‌منظور ترویج الگوهای ملی و بومی و هدایت بازار تولید و نیز ترغیب مردم در پرهیز از انتخاب الگوهای بیگانه، کارگروه ساماندهی مد و لباس اعطای نشان شیما را در دستور کار خود قرار داده است. شیما یا شناسه یکپارچه مد و لباس ایرانی است که داشتن آن به معنای طی مسیر داوری‌های لازم و اخذ تأیید عرضه لباس می‌باشد. تاکنون بیش از ۵ هزار ۴۶۰ نشان شیما صادر شده است.



ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۳	فعال سازی بانک اطلاعاتی دست اندرکاران مد و لباس* (طراحان و تولیدکنندگان)	به استناد وظایف مندرج در ماده (۷) آیین نامه اجرایی و تکالیف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مبنی بر ساماندهی طراحان و دست اندرکاران مد و لباس، بانک اطلاعاتی طراحان و تولیدکنندگان راه اندازی شده است. تاکنون مجموعه جامع و کاملی از ۲۰ هزار طراح، تولیدکننده، توزیع کننده، حوزه نشر، صنعت سراسر کشور شامل سوابق تحصیلی، شغلی، سوابق دانشگاهی، ثبت اثر، شیما و... جمع آوری شده است.
۴	اجرای طرح خرید آثار برگزیده جهت تولید انبوه	طرح فوق به منظور کاربردی ساختن آثار برگزیده مانتو (اجتماع و مجلسی) در جشنواره ها، نمایشگاه های مد و لباس منطبق با الگوی اسلامی - ایرانی و تولید و عرضه آنها در جامعه، برنامه ریزی و اجرا می گردد. این طرح با انعقاد قرارداد فی مابین بنیاد ملی مد و لباس و تولیدکنندگان لباس در چارچوب قانونی صورت می پذیرد.
۵	اعطای کارت صلاحیت طراحان	گسترش مد و سبک زندگی اسلامی - ایرانی بدون توجه به جایگاه طراحان پارچه و لباس کشور ممکن نخواهد بود. لذا به استناد بند «۲» بخش «الف» ماده (۷) آیین نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس کشور و در راستای اجرای سیاست ها و برنامه های کارگروه ساماندهی مد و لباس در خصوص هویت بخشی به فعالان و دست اندرکاران و ساماندهی کلی این حوزه در مسیر ترویج فرهنگ پوشش اسلامی - ایرانی شیوه نامه صدور کارت صلاحیت و شناسایی طراحان پارچه و پوشاک کشور تدوین گشته است. براساس این اقدام که با همکاری انجمن طراحان صورت می پذیرد کارت صلاحیت طراحان صادر می گردد. به عبارت دیگر پس از بررسی صلاحیت های مهارتی توسط انجمن طراحان رتبه بندی آنها براساس معیارهای ارزیابی کارگروه صورت خواهد پذیرفت. بدین ترتیب جامعه طراحان یک هویت تعریف شده و طبقه بندی شده دریافت می نماید که ملاک هرگونه معرفی، قضاوت و نظارت بر فعالیت های صورت گرفته از سوی آنها خواهد بود.
۶	تلاش در راستای الحاق بیمه طراحان مد و لباس ذیل بیمه هنرمندان	کارگروه به استناد وظایف مندرج در ماده (۷) قانون ساماندهی مد و لباس، در راستای حمایت از طراحان لباس و نیز به استناد دستورالعمل اجرایی بیمه تأمین اجتماعی، پدیدآورندگان آثار طبق ضوابط شخصی (داشتن ثبت اثر، نشان شیما، گواهی حضور در نمایشگاه و...) را جهت استفاده از بیمه هنرمندان به واحد مربوط معرفی می نماید. تاکنون تعداد ۳۱ متقاضی بیمه هنرمندان عرصه طراحی مد و لباس به دبیرخانه مراجعه نموده که برای ۱۹ پرونده بیمه، معرفی نامه صادر و به صندوق حمایت از بیمه هنرمندان معرفی شده اند.
۷	ارزشیابی معنوی طراحان مد و لباس	براساس این طرح، طراحان مد و لباس به استناد مستندات ارائه شده رتبه هنری دریافت نموده و بدین ترتیب امکان دریافت مدرک معادل برای آنها فراهم می گردد.

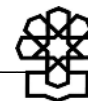
* ایده راه اندازی بانک اطلاعاتی دست اندرکاران مد و لباس در دوره قبل مطرح گشته است.

جدول ۹. اقدامات ترویجی (نمایشگاهی - تبلیغی) در عرصه ساماندهی مد و لباس

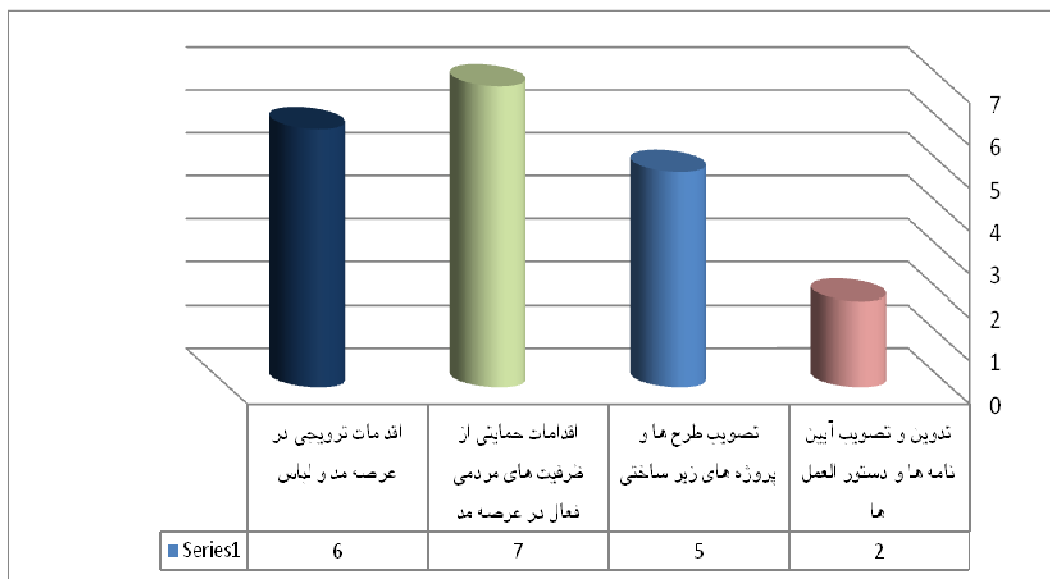
ردیف	عنوان اقدام	توضیحات
۱	صدور مجوز برگزاری نمایشگاه / جشنواره و نمایش زنده لباس	تاکنون تعداد ۲۵ متقاضی برپایی نمایش لباس و جشنواره مد و لباس به دبیرخانه صدور مجوز مراجعه نمودند که تعداد ۶ متقاضی (۴ متقاضی نمایش زنده لباس و ۲ متقاضی نمایش لباس) مجوز برپایی نمایش را اخذ کرده‌اند.
۲	تدوین و تولید ژورنال	ژورنال‌ها تاریخچه صنعت مد و لباس هر کشور هستند. با توجه به برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات در طول سال‌های شکل‌گیری کارگروه و اعطای نشان شیما به بسیاری از آثار شرکت‌کننده در این جشنواره‌ها و ضرورت بهره‌گیری از اقلام تبلیغاتی تخصصی در معرفی آثار برگزیده، کارگروه ساماندهی مد و لباس اقدام به انتشار ۸ ژورنال تخصصی مد و لباس توسط بنیاد نموده است. به استناد بند «ز» ماده (۲) و بند «الف» ماده (۷) آیین‌نامه اجرایی در جهت ترویج فرهنگ پوشش اسلامی در بنیاد مجوز انتشار ژورنال صادر می‌گردد. تاکنون تعداد ۱۸ متقاضی رسانه‌های تصویری نوشتاری در زمینه‌های ژورنال، پایگاه الکترونیکی، کتاب، لوح فشرده، تابلو، عکس و پوستر به دبیرخانه صدور مجوز مراجعه نمودند که تعداد ۷ متقاضی مجوز انتشار ژورنال و یک متقاضی مجوز انتشار لوح فشرده را اخذ کرده‌اند.
۳	انتشار کتاب مجموعه مقالات بنیاد ملی مد و لباس	مقالات برگزیده نمایشگاه آبان ۱۳۹۱ و ۱۰ مقاله برگزیده جشنواره فجر ۱۳۹۲ در قالب کتاب به چاپ رسیده است.
۴	راه‌اندازی پایگاه اطلاع‌رسانی مد و لباس	به‌منظور اطلاع‌رسانی اقدامات و رویدادهای مهم، ارتباط سریع و کارآمد با مخاطبین و ارائه خدمات در این حوزه پایگاه اینترنتی مد و لباس به آدرس www.lebasirani.ir و www.modfasl.com راه‌اندازی شد.
۵	برگزاری بخش عفاف و حجاب جشنواره عفاف و حجاب ۹۲ (رمضان ۱۳۹۳)	این نمایشگاه از ۶ بخش نمایش، فروش، جنبی، کارگاه آموزشی، نشست‌های تخصصی و علمی، لوازم عبادت تشکیل شده بود. در بخش نمایش ۴۵ چادر منتخب و ۱۵ پوشش سر در معرض دید عموم قرار گرفت و در بخش فروش از ۱۴۰ درخواست به‌دلیل محدودیت فضای نمایشگاهی در نهایت ۴۲ تولیدکننده موفق به ارائه آثار خود شدند.
۶	برگزاری سومین جشنواره و نمایشگاه فجر	سومین جشنواره مد و لباس فجر در تالار وحدت از ۱۵ تا ۲۳ اسفندماه سال ۱۳۹۲ در دو بخش نمایش و فروش برپا شد که در آن ۲۱۴ لباس بعد از ارزیابی به بخش نمایش راه یافت.

مجموعه اقدامات کارگروه ساماندهی مد و لباس در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۳ به شرح زیر قابل

بررسی است:



نمودار ۲. اقدامات کارگروه ساماندهی مد و لباس در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۳



همان‌طور که ملاحظه می‌شود، برخلاف دوره قبل که اقدامات کارگروه عمدتاً بر محور «اقدامات ترویجی در عرصه مد و لباس» متمرکز شده بود، در این دوره شاهد توزیع متوازن اقدامات صورت گرفته هستیم. نکته حائز اهمیت آنکه در این دوره، «اقدامات حمایتی از ظرفیت‌های مردمی فعال در عرصه مد» با رشد چشمگیری همراه بوده است. این اقدامات که با هدف رسمیت‌بخشی به طراحان و ایجاد انگیزه فعالیت هرچه بیشتر برای آنها در این عرصه صورت می‌گیرد، نقش مهمی در تحقق منویات رهبری و لزوم برآمدن مد از ظرفیت‌های داخل کشور و متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی ایفا خواهد کرد. به عبارت دیگر پیش‌نیاز تحقق مد و لباس ایرانی - اسلامی به رسمیت شناختن طراحان لباس در کشور و حمایت مستمر از آنهاست.

مقایسه اقدامات صورت گرفته در دو دوره مورد بررسی نشان می‌دهد در سال‌های (۱۳۸۷-۱۳۹۱) عدم توجه به فعال‌سازی ظرفیت‌های مردمی و بخش خصوصی در اجرای قانون در کنار تلاش نهادهای دولتی برای ورود به عرصه اجرای قانون کاملاً مشهود است. نتیجه این نوع نگاه در نهایت سبب شده عمده اقدامات کارگروه بر فعالیت‌های ترویجی متمرکز شده و فقدان اعتبارات دولتی در سایه نبود مشارکت بخش خصوصی عملیاتی نشدن پروژه‌های زیر ساختی مصوب را رقم زند.

این درحالی است که در دوره دوم مورد بررسی (۱۳۹۱-۱۳۹۲) کارگروه با درک ضرورت حفظ ساختار مدیریتی خود، به‌عنوان نهادی ظرفیت‌ساز برای فعال‌سازی بخش خصوصی در این حوزه به فعالیت پرداخته است. به همین علت بخش عمده‌ای از اقدامات کارگروه در این دوره به حمایت از طراحان و تولیدکنندگان عرصه مد و لباس و هویت‌بخشی به آنها اختصاص یافته است. به عبارت دیگر کارگروه با رسمیت‌بخشی و نظارت بر فعالیت‌های بخش خصوصی در این عرصه زمینه مناسبی را برای

اجرای مواد قانون ساماندهی مد و لباس فراهم ساخته است.

با وجود این و علیرغم تلاش‌های صورت گرفته از سوی کارگروه، هم‌چنان برخی از مواد قانون اجرایی نشده است. برای مثال در راستای ماده (۷) قانون، وزارتخانه‌های تعاون، کار و امور اجتماعی و صنایع و معادن مکلفند در تأسیس تعاونی، اعطای مجوز فعالیت و استفاده از تسهیلات دولتی، طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس مبتنی بر الگوهای ایرانی - اسلامی را در اولویت قرار دهند و بانک‌ها نیز ملزم هستند که در اعطای تسهیلات بانکی و وام‌های خود اشتغالی، متقاضیان فوق را در اولویت قرار دهند. با وجود این اقدام مؤثری در این خصوص صورت نگرفته است.

براساس ماده (۸) قانون، وزارت بازرگانی موظف است تمهیدات و اقدامات حمایتی لازم را برای تشکیل و تقویت صنف طراحان لباس اعمال نماید. علیرغم تأکید قانون فوق، هم‌چنان خانه طراحان لباس پس از گذشت ۸ سال از تصویب قانون شکل نگرفته است.

براساس ماده (۲) قانون، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مکلفند در جهت ترویج نمادها و الگوهای پارچه و لباس ایرانی و بومی مناطق مختلف ایران نمادها و الگوهای مورد تأیید کارگروه (کمیته) یاده شده در ماده (۱) این قانون را تشویق و ترغیب و تبلیغ نمایند و در جهت پرهیز از تبلیغ الگوهای مغایر با فرهنگ ایرانی - اسلامی اهتمام جدی بورزند. با وجود این نگاهی به عملکرد رسانه‌ها و صدا و سیما در این خصوص در سالیان اخیر نشان می‌دهد مشارکت صدا و سیما تنها در حد اطلاع‌رسانی نمایشگاه‌های مد و لباس بوده و اهتمام جدی از سوی این سازمان برای ترویج الگوهای اسلامی در تولیدات تلویزیونی صورت نپذیرفته است.

ازسویی دیگر نگاهی به وضعیت حجاب در سطح جامعه و لباس‌های عرضه شده در مانتوفروشی‌های سطح کشور نشان می‌دهد علیرغم فعالیت‌های بنیاد و تکلیف‌های قانونی ایجاد شده در قانون نه تنها شاهد بهبود وضعیت در این عرصه نبوده‌ایم، بلکه در حال حاضر شاهد گسترش مظاهر بدحجابی در پوشاک عرضه شده در کشور هستیم. تولید مانتوهای جلو باز و بدون دکمه، گسترش ساپورت‌های تنگ و چسبان، کوتاه شدن آستین مانتوها بخشی از این موارد هستند.

با توجه به مطالب ذکر شده در ادامه تلاش شده برخی از موانع پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس احصا گردد.



بررسی موانع و چالش‌های تقنینی و اجرایی پیش روی ساماندهی مد و لباس در کشور

اگرچه قانون ساماندهی مد و لباس در نوع خود یکی از مهمترین قوانین وضع شده در حوزه ترویج حجاب و عفاف در جامعه بوده و شاید بتوان آن را به‌علت توجه به مسئله مد، قانونی مترقی دانست، اما با وجود این بررسی قانون و عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس از زمان شکل‌گیری تاکنون نشان می‌دهد این قانون به لحاظ محتوایی و شکلی (چالش‌های تقنینی) و به لحاظ عملیاتی (چالش‌های اجرایی) دارای چالش‌هایی است که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد:

۱. چالش‌های تقنینی پیش روی حوزه مد و لباس

۱-۱. عدم توجه قانون به مد به‌عنوان یک صنعت و بی‌توجهی به زیرساخت‌های مورد نیاز

تولید پوشاک

شاید بتوان مهمترین چالش قانون ساماندهی مد و لباس را بی‌توجهی به مد به‌عنوان یک پدیده اقتصادی و صنعتی دانست. در این قانون، فرآیند تولید مد و لباس فرآیندی ساده انگاشته شده که در آن غلبه با نگاه فرهنگی جهت تولید پوشاک و مد است. فرض قانون ساماندهی مد و لباس بر این است که صرف هم‌نشینی دستگاه‌های تأثیرگذار در چرخه تولید پوشاک ذیل یک کارگروه با تأکید بر اولویت جنبه هنری - فرهنگی به موضوع لباس^۱ منجر به تحول در وضعیت پوشش خواهد شد. بدین ترتیب می‌توان گفت قانون توجه چندانی به ظرفیت‌ها، امکانات و الزامات اقتصادی و زیرساختی مورد نیاز جهت تولید پوشاک در کشور ننموده است.

به‌عبارت دیگر اگرچه در قانون ساماندهی مد و لباس تلاش شده برای وزارت صنعت، معدن و تجارت (وزارت بازرگانی و وزارت صنعت و معدن سابق) به‌عنوان متولی حوزه صنعت در کشور، مجموعه وظایفی جهت ساماندهی، حمایت و نظارت بر فرآیند تولید پوشاک در نظر گرفته شود، اما نگاه ساده‌انگارانه به بحث تولید مد و لباس سبب شده بسیاری از عوامل زیرساختی و اقتصادی مؤثر در این فرآیند نادیده انگاشته شود. برای مثال در شرایطی که صنعت نساجی کشور از مشکلات عدیده‌ای چون نبود فناوری مناسب، ورشکستگی کارخانجات، هزینه‌بر بودن این صنعت در کشور و... رنج می‌برد، صرف الزام قانونی وزارت صنعت، معدن و تجارت به حمایت از تولیدکنندگان (بدون توجه به لزوم به‌روزرسانی زیرساخت‌های اقتصادی) نه‌تنها در راستای پیشبرد اهداف قانون راهگشا نخواهد بود، بلکه در مجموع سبب خواهد شد هزینه تولید لباس در ایران بسیار بیشتر از هزینه تولید لباس در کشورهای همسایه گردد.

۱. ریاست وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی شاهی بر این ادعاست.

ازسوی دیگر افزایش تعرفه واردات پوشاک به کشور که در قانون ساماندهی مد و لباس تسری گشته بدون توجه به منطق اقتصادی تولید پوشاک منجر به افزایش واردات غیررسمی به کشور و ضرردهی تولیدکنندگان داخل کشور (به‌علت هزینه پایین کالای وارد شده) گشته است.

آنچه حائز اهمیت است موضوع ساماندهی مد و لباس در کشور علاوه بر نیاز به توجه به جنبه‌های فرهنگی و ابعاد زیباشناختی، در قدم اول نیازمند فراهم ساختن زیرساخت‌های لازم جهت تولید پوشاک و در نظر گرفتن مد به‌عنوان یک صنعت در کشور است. به‌عبارت دیگر لازمه مَدسازی و تأثیرگذاری بر ذائقه مصرف‌کننده تولید انبوه پوشاک متنوع است که بدون توجه به زیرساخت‌های اقتصادی و به‌روزرسانی صنایع نساجی امکانپذیر نیست.

عدم توجه به منطق اقتصادی تولید پوشاک و الزامات آن را می‌توان از ماده (۱) قانون و واگذاری ریاست کارگروه به وزیر فرهنگ و ارشاد و استقرار دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس در معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز مشاهده نمود. با توجه به اینکه بخش اعظم فعالیت‌ها باید در وزارت صنعت و معدن صورت پذیرد (رجوع شود به جدول ۱) بی‌توجهی به ضرورت فعال‌سازی ظرفیت صنایع در قانون، پیشبرد اهداف کارگروه را دور از ذهن می‌نماید.

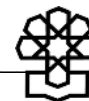
۲-۱. عدم ضمانت اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس

اگرچه در این قانون تلاش شده برای برخی از دستگاه‌های مرتبط با حوزه مد و لباس چون صدا و سیما، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت آموزش و پرورش و وظایفی طراحی گردد، اما نکته حائز اهمیت آنکه در صورت عدم اجرای وظایف ازسوی هر یک از این وزارتخانه‌ها، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان رئیس کارگروه از اختیارات ویژه جهت اعمال این مدیریت برخوردار نیست. به‌عبارت دیگر اگرچه براساس تبصره ماده (۱) قانون ساماندهی مد و لباس، مصوبات کارگروه براساس امضای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی قابل اجراست، اما در صورتی که یکی از وزارتخانه‌ها و دستگاه‌ها از انجام وظایف محوله خود سر باز زنند، هیچ امکان نظارتی برای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی وجود ندارد، زیرا به لحاظ ساختاری وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از قدرت اجرایی هم‌عرضی با سایر وزرا برخوردار بوده و در قانون نیز تمهیدی برای این موضوع اندیشیده نشده است.

بدین ترتیب واگذاری راهبری چند دستگاه و نهاد دولتی به مقام اجرایی یک دستگاه هم‌عرض دیگر، مانع از دستیابی به یک مدیریت مؤثر و نافذ گشته و ضمانت اجرایی قانون را با چالش مواجه ساخته است.

۳-۱. فقدان بودجه کافی برای پیشبرد اهداف کارگروه

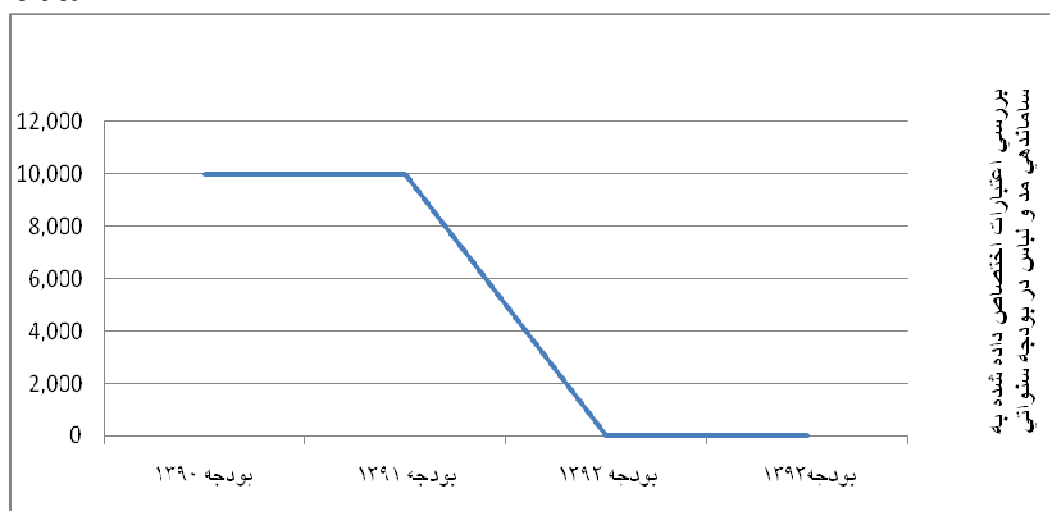
یکی از مشکلات پیش روی کارگروه ساماندهی مد و لباس عدم تخصیص اعتبار کافی برای



اجرایی‌سازی وظایف محوله بوده است. از زمان شکل‌گیری کارگروه تاکنون تنها در دو سال ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ بودجه مجزایی به‌صورت اختصاصی برای موضوع ساماندهی مد و لباس اختصاص داده شده است.^۱ توضیح آنکه در لایحه بودجه سال ۱۳۹۰ برای موضوع «ساماندهی مد و لباس» ازسوی دولت هیچ اعتباری اختصاص نیافته بود، با وجود این در زمان بررسی لایحه در مجلس شورای اسلامی ازسوی نمایندگان مجلس برای این موضوع ۱۰,۰۰۰ میلیون ریال اختصاص یافت. این اعتبار در قانون بودجه سال ۱۳۹۱ نیز تمدید شد. با وجود این در سنوات بعد این موضوع مغفول ماند و در قانون بودجه سال ۱۳۹۲ و همچنین قانون بودجه سال ۱۳۹۳ اعتباری برای این موضوع اختصاص نیافت.

نمودار ۳. بررسی اعتبارات اختصاص داده شده به موضوع ساماندهی مد و لباس در بودجه سنواتی

(به میلیون ریال)



عدم اختصاص بودجه برای کارگروه سبب شده مصوبات آن امکانی جهت عملیاتی شدن نیابند. همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، بسیاری از مصوبات کارگروه از جمله خانه طراحان لباس، طراحی لباس فرم مشاغل، موزه ملی و گنجینه تخصصی لباس، طرح پارک فرهنگی فناوری مد و لباس به‌علت کمبود اعتبارات لازم بی نتیجه مانده است.

اگرچه معاونت فرهنگی - هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تاکنون از طریق بودجه عمومی خود، اعتبارات لازم برای برگزاری نمایشگاه‌ها و سایر اقدامات مقطعی را تهیه نموده، اما آنچه مسلم است انجام طرح‌های بلندمدت و بنیادین ازسوی کارگروه نیازمند تخصیص اعتبارات لازم برای این موضوع است.

۱. اگرچه پس از تصویب قانون ساماندهی مد و لباس هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۶/۷/۲۹ بنابر پیشنهاد شماره ۱/۸۹۴۴ مورخ ۱۳۸۶/۴/۴ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تأیید معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی مبلغ یک میلیارد ریال از محل اعتبار ردیف ۵۰۳۰۰۱ (هزینه‌های پیش‌بینی نشده) قانون بودجه سال ۱۳۸۶ کل کشور را به اجرای قانون مذکور اختصاص داد، اما آنچه حائز اهمیت است تنها در دو قانون بودجه کشوری برای این موضوع به‌صورت رسمی و مشخص اعتبار در نظر گرفته شده است.

فقدان برنامه و ردیف بودجه مستقل برای موضوع ساماندهی مد و لباس به معنای به رسمیت نشناختن اهمیت این موضوع در راستای گسترش فرهنگ حجاب در جامعه از سوی نهادهای مسئول است. بدین ترتیب لازمه گسترش فعالیت‌های کارگروه و حمایت از طراحان و تولیدکنندگان عرصه مد و لباس، اختصاص بودجه است.

با توجه به اینکه براساس بند «و» آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور موظف به «توجه ویژه به پیشنهاد دستگاه‌های اجرایی و وظایف مندرج در قانون و آیین‌نامه جهت تأمین منابع لازم برای اجرایی شدن مصوبات و پیگیری مراحل تصویب در لایحه بودجه سنواتی» است، عدم اختصاص اعتبار برای این موضوع در بودجه سنواتی به معنای اجرایی نشدن این بند از سوی معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی است.

۲. چالش‌های اجرایی پیش روی حوزه مد و لباس

عدم توجه قانون ساماندهی مد و لباس به الزامات مورد نیاز در کشور جهت طراحی، تولید و عرضه پوشاک به‌ویژه عدم توجه قانون به لزوم فعال‌سازی صنعت نساجی جهت تولید پوشاک اسلامی - ایرانی و همچنین عدم ضمانت اجرایی آن، در فرآیند اجرا چالش‌هایی را رقم زده است که در ادامه به برخی از این موارد اشاره می‌شود.

۱-۲. پراکندگی اقدامات صورت گرفته در حوزه ساماندهی مد و لباس

همان‌طور که ذکر شد حوزه مد و لباس یک حوزه چندوجهی محسوب می‌شود که نیازمند اقدامات هماهنگ دستگاه‌های مختلف در کنار یکدیگر است. قانون ساماندهی مد و لباس برای برقراری ارتباط بین دستگاه‌های مختلف، سیاستی را اتخاذ کرده که می‌توان از آن با عنوان سیاست هم‌نشینی یاد کرد. بدین معنی که در قانون فوق تلاش شده با کنار هم قرار دادن دستگاه‌های فعال در عرصه طراحی، تولید و توزیع لباس ذیل یک کارگروه و تعیین وظایف مشخص برای هر یک از آنها، ارتباط مؤثری بین اجزای فعال در این عرصه فراهم گردد.

پس‌فرض طراحان قانون بر این بوده که اتخاذ رویکرد هم‌نشینی منجر به تهیه و تدوین برنامه اقدام مشترک در خصوص ساماندهی مد و لباس شده و زمینه همکاری بین‌دستگاهی فراهم خواهد گشت.

در حال حاضر نیز کارگروه ساماندهی مد و لباس با پذیرش این نگاه، تلاش کرده سیاست هم‌نشینی را پیاده‌سازی کند. کارگروه ساماندهی مد و لباس به‌عنوان نهاد متولی این عرصه تلاش نموده با برگزاری نمایشگاه‌های مد و لباس و در نظر گرفتن بخش‌های مختلف برای آن از جمله بخش علمی - دانشگاهی، صنعت و تکنولوژی‌های نوین، مؤسسات هنری مد و لباس و... بخشی از این انفصال



و از هم گسیختگی را از طریق کنار هم قرار دادن اجزا و آشنایی هر بخش با نیازها و ظرفیت‌های سایر بخش‌ها جبران کند. علاوه بر این برگزاری جلسات متعدد با دستگاه‌های فعال در این عرصه، طراحان، تولیدکنندگان و سایر صاحب‌نظران نیز با چنین هدفی در کارگروه ساماندهی مد و لباس صورت می‌گیرد. با این حال نگاهی به وضعیت حاکم بر بازار نشان می‌دهد، به نظر نمی‌رسد صرف آشنایی دست‌اندرکاران با ظرفیت‌های موجود در این حوزه با یکدیگر، منجر به یک برنامه اقدام مشترک و همکاری طولانی مدت و خودانگیخته گردد.

عدم طراحی مکانیسمی برای ارتباط سیستماتیک و منسجم اعضا در قانون ساماندهی مد و لباس در کنار فقدان ضمانت اجرایی قانون، منجر به چالش‌هایی در فرآیند اجرا شده که مهمترین آن^۱ فعالیت‌های پراکنده و جزیره‌ای نهادهای مرتبط در این عرصه است.

در چنین شرایطی اگرچه در بخش‌های مختلف کشور، تلاش‌هایی صورت می‌پذیرد، اما ارتباط منطقی بین فعالیت‌ها حلقه گمشده‌ای است که منجر به نابسامانی فعالیت‌های صورت گرفته، گشته است. بدین ترتیب هیچ‌یک نهادهای فعال در عرصه مد و لباس از قبیل مراکز دانشگاهی، مراکز تولیدی، انجمن نساجی و اتحادیه پوشاک، صدا و سیما و... از ظرفیت‌های موجود در سایر بخش‌ها آگاهی ندارند. این درحالی است که لازمه موفقیت در عرصه ساماندهی مد و لباس اتصال تمامی حلقه‌های واسط در این زمینه یعنی طراحی طرح ازسوی هنرمند، گسترش دانش فنی و تکنیکی ازسوی دانشگاه، ظرفیت صنعت جهت تولید طرح، کاربردی ساختن محصول از طریق تولید انبوه و توزیع گسترده آن در کنار تبلیغ مؤثر آثار از رسانه ملی است.

عدم اتصال حلقه‌های تشکیل‌دهنده حوزه مد و لباس در کشور، ریشه در مسائل ساختاری و فرهنگی متعددی دارد که در ادامه تلاش شده به برخی از این موارد اشاره شود. لازم به ذکر است بخش عمده این چالش‌ها به تلقی نادرست از این حوزه و جایگاه آن ازسوی دست‌اندرکاران بازمی‌گردد. برآیند تمامی این چالش‌ها که ماحصل مصاحبه با مجموعه‌ای از دست‌اندرکاران این حوزه از قبیل طراحان، تولیدکنندگان و دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس در کشور است،^۲ در کنار یکدیگر به صورت عناصری تقویت‌کننده عمل نموده و نابسامانی در عرصه مد و لباس را رقم زده است.

۱-۲. بی‌توجهی طراحان به مد به‌عنوان یک صنعت (دوگانه هنر و صنعت)

یکی از الزامات اجرای موفقیت‌آمیز قانون را باید در ارتباط مستمر و پایدار طراحان و تولیدکنندگان فعال در عرصه مد و لباس جهت کاربردی شدن مد اسلامی ایرانی دانست؛ امری که درحال حاضر به یکی از چالش‌های اصلی این حوزه تبدیل شده است. یکی از عوامل مؤثر در گسست ارتباط بین

۱. مصاحبه با دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس مورخ ۱۳۹۳/۲/۲۱ طراحان و تولیدکنندگان لباس.

۲. مصاحبه با حمید قبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس، طراحان لباس خانم‌ها میترا تمجیدی، رازیانی، ضرغامی؛ تولیدکنندگان پوشاک آقایان ملک‌شاهی، داووری، معتمد، زندیه.

تولیدکننده و طراح، بنابر اعلام طراحان و تولیدکنندگان، عدم توجه برخی طراحان به نیاز بازار و ظرفیت‌های تولید صنعتی است. امری که منجر به طراحی آثار هنری و خاص از سوی طراحان گشته که حتی در صورت هماهنگی با ذائقه عموم مردم، امکان تولید گسترده و در تیراژ زیاد آن را به علت خاص بودن، فراهم نخواهد کرد. بسیاری از طراحان همچون بسیاری از فعالین حوزه هنر، به طرح خود به‌عنوان یک «اثر هنری» و نه یک کالا می‌نگرند. نگاهی که نشئت گرفته از طرز تلقی آنها از مد و در نظر گرفتن آن به‌عنوان یک هنر و نه یک صنعت است. از دیدگاه ناتالی هینیک لازمه تلقی یک امر به‌عنوان یک اثر هنری، سه شرط است:

- فراغت از هر کارکردی به غیر از کارکرد زیباشناختی.

- پیوند با امضای یک هنرمند.

- منحصر به فرد بودن اثر و یکتا بودن آن به نحوی که جانشین‌پذیر نباشد.^۱

به‌عبارت دیگر «اثر هنری» عموماً به‌علت پیوند آن با مفهوم «خلق» با خاص بودن پیوند خورده است. چنین تلقی سبب شده کاربردی بودن آثار، مورد پسند بودن آنان از سوی بخش اعظم جامعه، امکان تولید آن در تیراژ زیاد - در سایه چنین نگاهی - در محاق قرار گیرد و آنچه به‌عنوان جامعه هدف مورد توجه طراحان قرار می‌گیرد، طرح خاص، مخاطب خاص و تولید در تیراژ محدود باشد.

آسیب‌زا بودن چنین تلقی و عدم نگاه به «مد» به‌عنوان صنعت (همان‌گونه که در اغلب کشورهای دنیا مطرح است) از یک‌سو باعث خواهد شد در بسیاری از موارد، طراح علاقه‌ای به ورود به بازار و تولید انبوه طرح خود نداشته باشد و از سوی دیگر تولیدکننده به‌علت خاص بودن طرح‌ها، هزینه‌بر بودن آن و یا عدم تطابق آنها با سلیقه عموم جامعه متمایل به تولید انبوه آنها نباشد. زنجیره‌ای که در نهایت سبب افزایش قیمت پوشاک به‌علت خاص بودن آن، عدم تحول در بازار و بلا تکلیفی وضعیت مد و لباس در کشور خواهد شد.

۲-۱-۲. عدم تمایل تولیدکننده به استفاده از ظرفیت طراحان لباس در تولید

در حال حاضر یکی از مشکلات صنعت مد و لباس در کشور عدم تمایل تولیدکنندگان به استفاده از ظرفیت طراحان در کشور است. اگرچه بخشی از این نگاه، به موارد ذکر شده در سطور بالا بازمی‌گردد، اما نگاه سودمحور تولیدکنندگان و تمایل آنها به کاهش هزینه و عدم ریسک در بازار نیز آسیب‌زا است. تمایل هرچه بیشتر به کاهش هزینه‌های تولید، سبب شده، برخی از تولیدکنندگان، تمایل چندانی به استخدام یک طراح در تولیدی خود نداشته و ترجیح دهند برای کاهش هزینه تولید لباس،

۱. ناتالی هینیک، جامعه‌شناسی هنر، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، نشر آگه، ص ۱۲۷.



به کپی‌برداری مدل‌ها به‌ویژه کپی‌برداری از مدل‌های خارجی که عمدتاً مغایر با فرهنگ اسلامی - ایرانی نیز هستند، بپردازند.

عدم تمایل تولیدکننده‌ها به پرداختن حق معنوی طراح و عدم درج نام طراح بر روی پوشاک تهیه شده نیز متقابلاً بر گسست ارتباط طراح و تولیدکننده دامن زده است.

در حال حاضر بخش عمده‌ای از محصولات ارائه شده در بازار مانند به‌عنوان یکی از مهمترین پوشاک کاربردی در جامعه اسلامی - ایرانی برای زنان، مدل‌های کپی شده از کشورهای چون ترکیه و مالزی و... است، زیرا منطق اقتصادی حاکم بر نگاه تولیدکننده، طراح را به‌عنوان یکی از عناصر اصلی تولید نمی‌پذیرد. لازمه پیوند طراح و تولیدکننده پذیرش طراح از سوی تولیدکننده و صرف هزینه برای طراحی لباس ایرانی - اسلامی است.

۳-۱-۲. ضعف صنعت نساجی و طراحی پارچه در کشور

در حال حاضر صنعت نساجی و به‌ویژه تولید پارچه در کشور با مشکلات عدیده‌ای روبرو است. واردات گسترده، عدم مرغوبیت مواد اولیه تولید داخل و نبود فناوری مناسب، ورشکستگی برخی از کارخانجات نساجی و حضور نداشتن این صنعت در بازارهای بین‌المللی، از جمله مشکلات صنایع نساجی و تولید پارچه در کشور است.

مصاحبه‌های صورت گرفته با طراحان و تولیدکنندگان این حوزه نشان می‌دهد، یکی از مهمترین مشکلات این حرفه، در حال حاضر بحث مواد اولیه و ماشین‌آلات صنعتی است. اگرچه صنعت نساجی ما در داخل صنعتی دیرپاست، اما در حال حاضر این صنعت به‌علت مشکلات مختلف، پاسخگوی نیاز بازار نبوده و از خلاقیت و تنوع کافی در ارائه پارچه و ملحقات لباس (چون دکمه، خرج کار و...) برخوردار نیست. امری که منجر به استقبال طراحان و تولیدکنندگان از واردات پارچه و ملحقات لباس و افزایش قیمت کالاهای تولید شده گشته است.

آسیب‌شناسی صنعت پارچه در ایران نشان می‌دهد این صنعت از عدم خلاقیت و توجه به طراحی پارچه رنج می‌برد، به‌نحوی که به‌ندرت به طرح اصیلی برمی‌خوریم که محصول داخل باشد. آنچه که به‌عنوان پارچه ایرانی با طراحی خاص ایرانی برجای مانده است تنها پارچه‌هایی است که به‌طور سنتی در کارگاه‌ها بافته می‌شود و تقریباً به غیر از اندک نوآوری طرح‌های آن عمدتاً دست نخورده باقی مانده است. اهمیت نداشتن طراحی در تولید پارچه باعث شده در عمل طراحان پارچه از گردونه صنایع نساجی خارج شده و یا در همراهی با این سیستم به کپی آثار دست چندم دیگران بسنده کنند. بدین ترتیب یکی از مهمترین مسائلی که باعث رکود در صنعت نساجی شده و تأثیر مستقیم در طراحی لباس دارد، ضعف طراحی پارچه در این صنعت است. امری که منجر به گسترش واردات پارچه و به تبع آن افزایش قیمت تولید برای طراح و تولیدکننده گشته است.

از سوی دیگر فرسودگی ماشین‌آلات یکی از عارضه‌های صنعت نساجی کشور محسوب می‌شود. بدیهی است که استفاده از ماشین‌آلات با تکنولوژی پایین از میزان کیفیت محصولات تولیدی و امکان رقابت آنها با بازارهای جهانی خواهد کاست. در حال حاضر کمبود نقدینگی بیشتر واحدهای تولیدی، امکان واردات ماشین‌آلات صنعتی و به‌روز را از آنها گرفته است. لازمه تحول حوزه مد و لباس حضور ماشین‌آلات صنعتی به‌روز و کارآمد است که به‌علت هزینه بالای آنها و محدودیت سرمایه تولیدکنندگان، امکان خرید این صنایع مقدور نبوده و همین امر به‌عنوان یکی از موانع اساسی در پیاده‌سازی برخی از طرح‌های طراحان در صنعت (به‌علت نیاز آنها به ماشین‌آلات صنعتی) و همچنین تولید انبوه محصولات مطرح گشته است.

واردات گسترده پوشاک و منسوجات، مواد اولیه و به‌ویژه نخ از مبادی رسمی و غیررسمی در سالیان اخیر از جمله عوامل آسیب‌زا به صنعت در طول سالیان اخیر بوده است. با توجه به کارگری بالای صنایع نساجی و پوشاک و سهم برآوردی ۳۰-۵۰ درصدی دستمزد از کل قیمت تمام شده منسوجات و هزینه دستمزد کارگر، در سال ۱۳۹۰ واردات رسمی و غیررسمی منجر به از دست رفتن ۴۰۰ تا ۷۰۰ هزار شغل مستقیم در کشور شده است.^۱ جالب آنکه واردات رسمی به ایران (از گمرک‌های جهان) در سال ۲۰۱۱ (۱۳۹۰ شمسی) معادل دو دهه سرمایه‌گذاری ارزی در صنایع نساجی و پوشاک ایران است. اگر حجم واردات قاچاق و چمدانی را به این مقدار اضافه کنیم به میزان غیرقابل تصور بیش از نیم قرن سرمایه‌گذاری ارزی در صنایع نساجی و پوشاک کشور خواهیم رسید.^۲ بدین ترتیب ضعف صنعت نساجی در کشور یکی از چالش‌های پیش روی ساماندهی مد و لباس است.

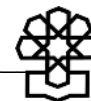
۴-۱-۲. عدم حمایت نهادهای دولتی و بانک‌ها از فعالین عرصه مد و لباس

براساس ماده (۷) قانون ساماندهی مد و لباس، وزارتخانه‌های تعاون، کار و امور اجتماعی و صنایع و معادن مکلفند در تأسیس تعاونی، اعطای مجوز فعالیت و استفاده از تسهیلات دولتی، طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی را در اولویت قرار دهد و بانک‌ها نیز موظفند در اعطای تسهیلات بانکی و وام‌های خوداشتغالی، متقاضیان فوق را در اولویت قرار دهند. این در حالی است که مصاحبه‌های صورت گرفته با طراحان و تولیدکنندگان نشان می‌دهد که در حال حاضر این مواد اجرایی نمی‌شود.

افزایش روزافزون هزینه‌های تولید مانند قیمت مواد اولیه، حقوق، دستمزد، انرژی و سوخت مورد نیاز تولید، مالیات و عوارض گوناگون، هزینه بسته‌بندی و حمل‌ونقل، نرخ سود بانک‌ها، نوسانات نرخ ارز

۱. احسان سلطانی، تأثیرات ویرانگر واردات بر صنعت نساجی، ماهنامه صنعت نساجی و پوشاک، سال سی و دوم، ش ۲۴۵ (پیاپی ۳۶۱)، خرداد ۱۳۹۳، ص ۲۸.

۲. همان.



و... موجب ورشکستگی بسیاری از این واحدهای تولیدی شده است. با توجه به اینکه بخش اعظم واحدهای تولیدی فعال در این حوزه را شرکت‌های بزرگ با سرمایه گسترده تشکیل نمی‌دهند، این واحدها برای مقابله با حجم گسترده واردات پوشاک و مواد نساجی و چالش‌های ذکر شده نیازمند حمایت‌های متعدد اقتصادی اند.

ازسوی دیگر با اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها و افزایش حامل‌های انرژی، واحدهای نساجی جزء صنایع آسیب‌پذیر قرار گرفتند. این صنایع که با فرسودگی ماشین‌آلات دست و پنجه نرم می‌کنند به نوعی صنایع پرمصرف انرژی محسوب می‌گردند. کمبود نقدینگی، مسائل ناشی از تحریم‌ها... لزوم حمایت نهادهای دولتی و بانک‌ها را از فعالین این حوزه مطرح می‌نماید.

متأسفانه درحال حاضر نرخ سود بانکی در ایران بسیار بالاست و شرایط اعطای تسهیلات بانکی در ارتباط با صنعت نساجی مطلوب نیست، زیرا بانک‌ها تصور می‌کنند برگشت پول در این صنعت ریسک بالایی دارد.

عدم حمایت از طراحان در این عرصه نیز از دیگر موارد قابل ذکر است. درحال حاضر بسیاری از طراحان فعال در عرصه مد اسلامی - ایرانی به علت کمبود سرمایه و فقدان ظرفیت رقابت با واحدهای تولیدی، قادر به عرضه محصولات خود به صورت گسترده در سطح بازار نیستند. امری که در سایه خلأ حمایت‌های لازم از این قشر منجر به محدود ماندن طرح‌های تولید شده در نمایشگاه‌های مد و لباس گشته است.

۵-۱-۲. فقدان زیرساخت لازم جهت فروش یا عرضه آثار مورد تأیید کارگروه ساماندهی مد

و لباس

یکی از مهمترین چالش‌های پیش روی حوزه مد و لباس کشور عدم عرضه محصولات متناسب با فرهنگ اسلامی ایرانی به صورت گسترده در مناطق مختلف کشور است. اگرچه جشنواره مد و لباس فجر و عفاف و حجاب که ذیل نمایشگاه قرآن برگزار می‌گردد، تلاش کرده‌اند تا به ترویج مدل‌های ایرانی - اسلامی بپردازند، اما محدود بودن زمان برگزاری این دو نمایشگاه و عدم عرضه گسترده محصولات متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی به علت گستردگی ارتباط طراح و تولیدکننده همچنان یکی از چالش‌های جدی این حوزه در افزایش دسترسی آحاد مردم به مدل‌های مورد تأیید است. لازمه افزایش دسترسی مردم به پوشاک اسلامی - ایرانی تأسیس و راه‌اندازی فروشگاه‌های عرضه لباس اسلامی - ایرانی است.

اگرچه درحال حاضر برندهای متعددی در کشور ازسوی طراحان لباس شکل گرفته و بنابر اعلام کارگروه ساماندهی مد و لباس تاکنون بیش از ۵ هزار ۴۶۰ نشان شیما صادر شده است، اما عدم حمایت ویژه از طراحان برای فروش آثارشان و در کنار عدم استقبال تولیدکنندگان از طرح‌های آنها،

سبب شده طراحی لباس به علت عدم امکان رقابت با تولیدکنندگان بزرگ فرصتی برای ترویج آثار خود را پیدا نمایند. در حال حاضر بسیاری از برندهای پوشاک ایرانی و اسلامی در فضای عمومی جامعه و فروشگاه‌های رسمی به فروش نمی‌رسد بلکه به صورت اینترنتی و در مزون‌های شخصی مشتریان خود را می‌یابند.

بدین ترتیب فقدان زیرساخت لازم برای فروش آثار مورد تأیید کارگروه ساماندهی مد و لباس که دارای نشان شیما هستند یکی از مهمترین چالش‌های پیش رو است که هم طراح و هم مصرف‌کننده را با چالش مواجه ساخته است.

۶-۱-۲. عدم نظارت کافی از سوی نهادهای ناظر به ویژه اتحادیه پوشاک بر فعالیت‌های

تولیدکنندگان

اگرچه فرهنگ‌سازی و حمایت از تولیدکنندگان و طراحان دو اقدام اساسی مهم در ساماندهی حوزه مد و لباس در کشور تلقی می‌شود، اما در این میان نمی‌توان از نقش نهادهای نظارتی به ویژه اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران در کاهش عرضه نامتناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی چشم‌پوشی کرد. براساس بخشنامه صادره از سوی این اتحادیه، چیدمان و نمایش هر نوع شلوار چسبان، زیپ‌دار، ساق شلوار، ساپورت، مانتو تنگ و کوتاه در ویتترین و دید عموم ممنوع است. در حالی که نگاهی به فروشگاه‌های فروش پوشاک به ویژه مانتو در سراسر کشور از عدم اجرایی شدن این بخشنامه حکایت می‌کند. به نظر می‌رسد در حال حاضر عمده تلاش نهادهای مسئول در عرصه نظارت به نیروی انتظامی و برخورد با بدحجابان محول شده است این در حالی است که اداره اماکن، نظارت چندانی بر مانتو فروشی‌ها و پوشاک عرضه شده از سوی آنها نداشته و به کرات شاهد فروش محصولات مغایر با فرهنگ اسلامی - ایرانی در فروشگاه‌های لباس سطح شهر هستیم.^۱

لازمه موفقیت در تغییر ذائقه و ارزش‌های مبتنی بر پوشش مردم از یک سو فرهنگ‌سازی و از سوی دیگر عدم دسترسی آسان به الگوهای متغایر با پوشاک اسلامی است. امری که نیازمند نظارت نهادهای متولی بر فروشگاه‌های لباس و حتی پیش‌تر از آن واحدهای تولیدی است.^۲ زیرا تا زمانی که بازار پوشاک از کالاهای نامناسب انباشته شده نمی‌توان انتظار رعایت حجاب و عفاف را از مردم داشت.

۱. به‌تازگی تلاش‌هایی در راستای نظارت بر مانتو فروشی‌های متخلف که به عرصه محصولاتی چون ساپورت، مانتو تنگ و کوتاه در ویتترین و دید عموم می‌پردازند شروع شده است که عمدتاً به بستن فروشگاه‌های متخلف منجر می‌گردد.

۲. اگرچه گستردگی واحدهای تولیدی یکی از چالش‌های اصلی پیش رو این عرصه است به‌نحوی که بنا بر اظهار ابوالقاسم شیرازی، رئیس اتحادیه پوشاک تهران، تنها در تهران ۱۷ هزار واحد عرضه‌کننده فعالیت می‌کند با وجود این برخورد قاطع با برخی متخلفان از یک سو در کنار استفاده از مشوق‌های تشویقی برای فروشگاه‌هایی که اقدام به عرضه محصولات متناسب با فرهنگ اسلامی ایرانی می‌نمایند در این عرصه بسیار تأثیرگذار خواهد بود.



۷-۱-۲. ضعف در اطلاع‌رسانی و تبلیغات در آثار طراحی شده

یکی از خلأهای جدی در عرصه ساماندهی مد و لباس در حال حاضر عدم توجه نهادهای تبلیغی و وسایل ارتباط جمعی به لزوم برنامه‌ریزی جدی در این عرصه به‌منظور تبلیغ الگوی اسلامی - ایرانی پوشش متناسب با هر قشر، سن و جنس جهت مقابله با تلاش‌های رسانه‌های بیگانه در حوزه مد و لباس است. این درحالی است که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با سرمایه‌گذاری بر حوزه فرهنگ به‌منظور تغییر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه اسلامی به‌ویژه فرهنگ حجاب تلاش گسترده را آغاز کرده‌اند. براساس برخی از آمارهای غیررسمی در حال حاضر حدود ۸۰ شبکه ماهواره‌ای در ایران قابل دسترسی هستند که به‌صورت اختصاصی به نمایش مد و لباس می‌پردازند؛^۱ لباس‌هایی که عمدتاً مغایر با فرهنگ اسلامی ایرانی است. البته تبلیغ پوشش غربی صرفاً به این کانال‌ها منتهی نمی‌شود و سایر شبکه‌های ماهواره‌ای نیز در متن برنامه‌های خویش بدان اقدام می‌ورزند.

در چنین فضایی نقش تبلیغات و برنامه‌ریزی رسانه‌ای جهت ارائه الگوهای پوشش متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی ضروری است. امری که علیرغم تأکید قانون ساماندهی مد و لباس بر آن به‌عنوان یکی از اجزا و حلقه‌های مؤثر در این فرآیند، مورد بی‌مهری واقع شده است.

براساس بند «د» ماده (۷) آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس، ترویج الگوهای مناسب پوشش منطبق با ارزش‌های فرهنگی، اسلامی و ملی در فیلم‌ها، سریال‌ها، مستندها، ماهنگ‌ها، پویانمایی‌ها، گزارش‌ها و گفتگوها، انعکاس جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مد و لباس اسلامی و ملی و معرفی طرح‌های ارائه شده و طراحان موفق در برنامه‌های سیما، پرهیز از ترویج الگوهای غربی پوشش در پخش برنامه‌های سیما از جمله وظایف صدا و سیما در نظر گرفته شده‌اند. امری که به‌نظر می‌رسد چندان اجرایی نمی‌گردد.

به‌نظر می‌رسد در حال حاضر آنچه در زمینه موضوع حجاب و عفاف از سوی رسانه ملی به‌عنوان مهمترین نهاد تأثیرگذار در این عرصه مورد توجه قرار گرفته، تقبیح بدحجابی و تأکید بر لزوم پایبندی مردم به حجاب به‌عنوان یک ارزش دینی و هنجار اجتماعی به‌صورت کلی و دستوری در خلال برنامه‌های مختلف است. این درحالی است که لازمه تحول در این عرصه از سوی رسانه ملی اقدامات عملیاتی در راستای ارائه الگوهای پوشش اسلامی - ایرانی در برنامه‌های تلویزیونی، از قبیل استفاده از طرح‌های مورد تأیید کارگروه از سوی مجریان و بازیگران، معرفی الگوهای مورد تأیید کارگروه مد و لباس در خلال برنامه تلویزیونی، دعوت از طراحان و تولیدکنندگان موفق در این عرصه و معرفی آنها و... است. به‌عبارت دیگر در حال حاضر در برنامه‌های تلویزیونی صدا و سیما، تمرکز اصلی بر موضوع «نبایدهای پوشش» گذاشته شده و در زمینه مصادیق حجاب اسلامی - ایرانی، معرفی برندهای

1 . <http://khabaronline.ir/detail/۳۶۳۹۸۳/society/social-damage>.

فعال این عرصه، کمتر شاهد فعالیت چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم هستیم. علاوه بر این در حال حاضر در تمامی دنیا، بازیگران یکی از فعالان و عناصر اصلی زنجیره مد و لباس را تشکیل می‌دهند. درحقیقت بازیگران ستارگانی هستند که کم یا زیاد یک بعد اسطوره‌ای دارند^۱ و به‌عنوان یک گروه مرجع نقش مهمی در جریان‌سازی این حوزه ایفا می‌کنند. مبحثی که در ایران در فعال سازی ظرفیت‌های مد و لباس اسلامی ایرانی و ترویج آن هم چندان جدی گرفته نشده است. علاوه بر نقش صدا و سیما، سایر نهادهای اطلاع‌رسان در این عرصه نیز حائز اهمیت هستند. برای مثال در بسیاری از کشورهای اروپایی امروزه مجلات مد و لباس نقش مهمی را در جهت‌دهی بازار و گسترش مرزهای دانش در این حوزه ایفا می‌کنند. در کشور ما نشریات تخصصی مد و لباس انگشت‌شمارند و با ایدئال این عرصه نیز فاصله بی‌شمار دارند. خلأ حضور نشریات تخصصی در این عرصه نیز از دیگر چالش‌های موجود در راستای اطلاع‌رسانی و گسترش دانش عمومی در این حوزه است.^۲

علاوه بر این در حال حاضر هیچ‌یک از خبرگزاری‌های رسمی در جمهوری اسلامی ایران صفحه و بخش مجزایی برای موضوع «حجاب و عفاف» و «مد و لباس» ندارند (به‌استثنای هنر آنلاین) و مباحث و چالش‌های این حوزه را ذیل امور اجتماعی یا فرهنگی پوشش می‌دهد. این درحالی است که به‌نظر می‌رسد اختصاص یک سرفصل مجزا به این موضوع در خبرگزاری‌ها نقش مهمی در فعال‌سازی طراحان و منتقدین و مسئولین در این حیطه ایفا نماید.

لازم به ذکر است خلأ اطلاع‌رسانی و کاربرد ابزار رسانه‌ای در پیشبرد اهداف مد و لباس ایرانی - اسلامی از سوی خود کارگروه ساماندهی مد و لباس نیز به‌عنوان مهمترین نهاد فعال در این عرصه نیز به چشم می‌خورد، زیرا پایگاه اطلاع‌رسانی کارگروه ساماندهی مد و لباس و بنیاد ساماندهی مد و لباس نیز به‌دلیل کمبود اعتبارات، در حال حاضر کاملاً غیرفعال است.

۸-۱-۲. ضعف دانشگاه‌ها در فعال‌سازی ظرفیت‌های حوزه مد و لباس

یکی دیگر از مهمترین بخش‌های مؤثر در ساماندهی وضعیت مد و لباس کشور دانشگاه‌ها هستند. در حال حاضر رشته‌های طراحی لباس و پارچه ذیل مجموعه هنرهای تجسمی در برخی از دانشگاه‌های کشور در حال تدریس هستند. با این حال این رشته‌ها چندان نتوانسته‌اند، نیاز مد و لباس کشور را پاسخگو باشند.

به‌روز نبودن سرفصل‌ها و واحدهای درسی و مختص بودن رشته طراحی لباس در ایران تنها برای زنان از چالش‌های قابل ذکر است. در حال حاضر بخش عمده‌ای از دُروس تخصصی ذیل رشته طراحی

۱. برگرفته از مصاحبه آنا ثانی با هنر آنلاین.

<http://www.honaronline.ir/Pages/News-۴۶۰۴۷.aspx>.

۲. برگرفته از مصاحبه با مهدی محمودی مشاور رئیس اتحادیه صنف پوشاک.

<http://honaronline.ir/Pages/Printable-News-۴۳۷۳۴.aspx>.



لباس در دانشگاه‌ها، به مسائل هنری و زیباشناختی مرتبط بوده و تنها در دوره کارورزی بر روی پیوند این موضوع با حوزه صنعت کار می‌شود، به همین خاطر ارتباط نظام طراحی و تولید در بخش دانشگاهی مد و لباس به شدت کم‌رنگ است. از سوی دیگر بنابر اظهار نظر برخی از مدرسین این حوزه، سیستم آموزشی کشور ما به عنوان طراحی لباس، عمدتاً متمرکز بر آموزش نقاشی بر پارچه و یا طراحی بوده و بعد از طی سنوات آموزشی، دانشجو با کمترین آمادگی و مهارت تخصصی در خیاطی وارد بازار کار می‌شود.^۱ به همین علت بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک حاضر به پذیرش آنها در فضای کاری تولیدی‌ها نیستند.

از سوی دیگر، علیرغم حضور این رشته آکادمیک در کشور، همچنان پژوهش‌های کاربردی در این حوزه برای پیوند صنعت و دانشگاه جدی گرفته نشده است. برای مثال موضوع طراحی نظام سایزبندی استاندارد پوشاک متناسب با تیپولوژی اندام زنان و مردان ایرانی و برگرفته از فرهنگ اسلامی مغفول مانده و عمدتاً در طراحی لباس از سایزبندی رایج در کشورهای اروپایی مدد گرفته می‌شود. این در حالی است که پژوهش در حوزه مد و لباس در دانشگاه‌ها - در قالب پایان‌نامه‌ها و مقالات تدوین شده - باید در خدمت این رشته، کاربردی شدن آن و توسعه دانش تخصصی در این راستا قرار گیرد.

یکی دیگر از چالش‌های پیش روی پژوهش دانشگاهی در حوزه مد و لباس خلأ بررسی معیارهای مد و لباس اسلامی ایرانی است. به عبارت دیگر به نظر می‌رسد همچنان فهم مشترکی بین مسئولین و دست‌اندرکاران این رشته از آنچه به عنوان مد اسلامی - ایرانی (در تمام زمینه‌های طرح، رنگ، مدلینگ، نمایش زنده و...) تلقی می‌گردد وجود ندارد. نبود چنین فهم مشترکی سبب برخوردهای سلیقه‌ای با این موضوع شده است.

۲-۲. واردات بی‌رویه رسمی و غیررسمی پوشاک و ملحقات وابسته

علاوه بر موارد یاد شده، یکی از مهمترین چالش‌های پیش روی ساماندهی وضعیت مد و لباس در کشور، واردات گسترده پوشاک از مبادی رسمی و غیررسمی است. اگر چه واردات گسترده پوشاک دارای ابعاد متعدد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است، اما آنچه در این نوشتار واردات پوشاک را حائز اهمیت ساخته، تأثیر منفی این مسئله بر هرگونه سیاستگذاری حمایتی و تشویقی در حوزه ساماندهی مد و لباس در کشور است. به عبارت دیگر مغایرت پوشاک وارد شده با فرهنگ اسلامی - ایرانی از یک سو تلاش سیاستگذار را در راستای ساماندهی مد و لباس با شکست روبرو ساخته (به علت تغییر ذائقه مردم) و از سوی دیگر انگیزه طراح و تولیدکننده ایرانی را برای تولید لباس اسلامی - ایرانی از بین خواهد برد، زیرا در بیشتر مواقع کالاهای وارد شده از قیمت موجود در کف بازار ارزان‌تر هستند.

۱. برگرفته از مصاحبه امیرحسین مهدوی‌زاده با هنر آنلاین.

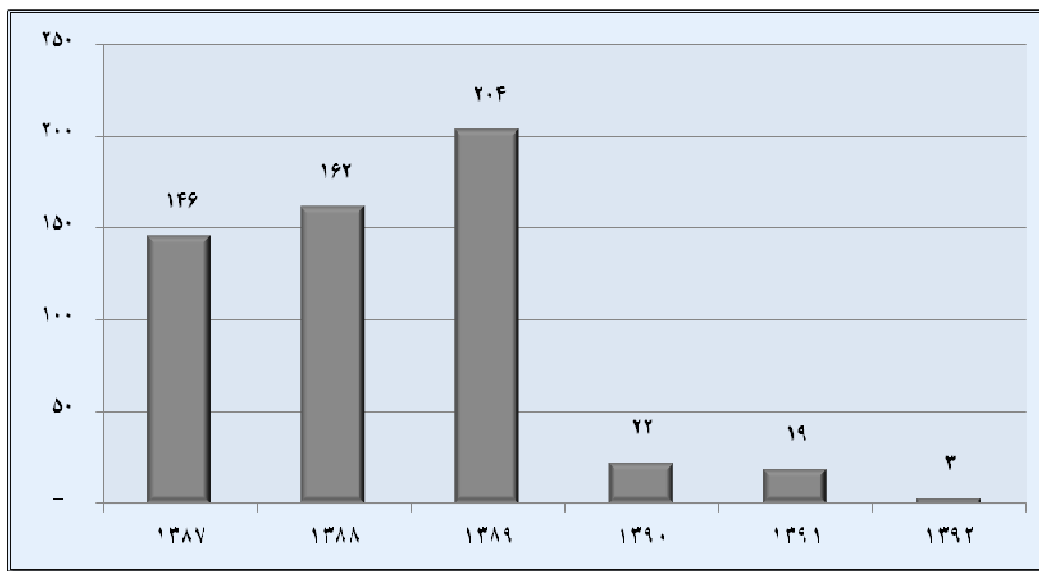
براساس آمار اعلام شده از سوی دبیراتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع نساجی ایران، ارزش بازار مصرف پوشاک در ایران حدود ۱۴ هزار میلیارد تومان در سال برآورد می‌شود که حداکثر ۵۵ درصد از آن را محصولات تولید داخل پوشش می‌دهند و ۴۵ درصد مابقی توسط واردات رسمی یا قاچاق تأمین می‌شود.

در ادامه تلاش شده وضعیت واردات و قاچاق پوشاک از زمان تصویب آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس تا کنون مورد بررسی قرار گیرد.

بررسی آمار واردات رسمی صورت گرفته طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲^۱، رشد واردات پوشاک را طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۸۹ و کاهش واردات را طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲ نشان می‌دهد.

نمودار ۴. میزان واردات رسمی پوشاک طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲

(ارقام به میلیون دلار)



مآخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران^۲ و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز.

۱. قسمت یازدهم از کتاب قانون و مقررات سال‌های مورد بررسی، شامل فصول پنجاهم تا شصت‌وسوم به مواد نساجی و مصنوعات از این مواد اختصاص دارد. در این میان فصول شصت‌ویکم تا شصت‌وسوم به ردیف‌های تعرفه‌ای پارچه اختصاص یافته است. این سه فصل عبارتند از:

۱. لباس و متفرعات لباس، کشیاف یا قلاب‌باف (فصل ۶۱)،
 ۲. لباس و متفرعات لباس، غیرکشیاف و غیرقلاب‌باف (فصل ۶۲)،
 ۳. سایر اشیای دوخته و مهیا؛ مجموعه‌ها، لباس و اشیای نساجی مستعمل، ضایعات و کهنه پارچه‌های نساجی (فصل ۶۳).
- فصل شصت‌وسوم که تحت عنوان سایر اشیای نساجی دوخته و مهیا و... از آن نام برده شده، دارای زیربخش‌های متنوعی است که انواع روتختی، رومبلی، رومیزی، رختخواب، پتو و... را شامل می‌شود و بنابراین نمی‌توان تمام زیربخش‌های این فصل را در زمره پوشاک قرار داد، از این‌رو در نمودار ۱ واردات پوشاک بدون احتساب این فصل رسم شده است.
۲. نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۵ به شماره ۲۲/۲۵۳۸۹/۲۶۱۸۲۹ به مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.



بررسی مقدار واردات وزنی پوشاک در سال‌های ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۲ نشان می‌دهد حجم واردات رسمی طی این سال‌ها تقریباً نزدیک به هم بوده و اختلاف آشکاری در میان آنها مشاهده نمی‌شود، اما از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۳۹۲ این روند سیر نزولی داشته و هم از نظر وزنی و هم از نظر ارزشی به شدت افت کرده به طوری که در سال ۱۳۹۲ میزان وزنی واردات پوشاک به کمترین رقم طی ۸ سال گذشته کاهش یافته (حدود ۴۲۲ تن) و از نظر ارزشی نیز از رقم ۲۲/۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۰ به رقم ۳/۱ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲ رسیده است.

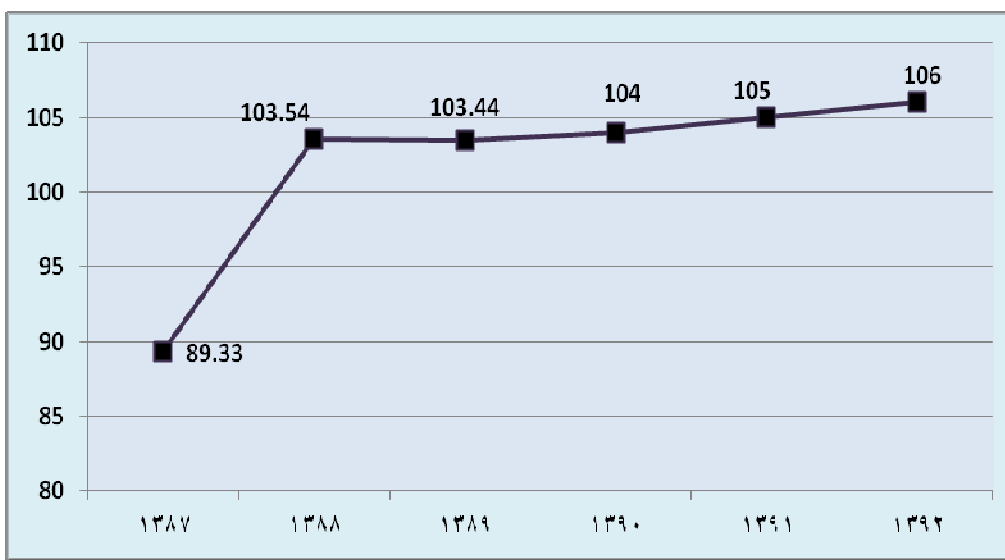
در بیان علل کاهش شدید واردات رسمی پوشاک باید گفت یکی از علل کاهش ارزش ۸۵ درصدی واردات رسمی پوشاک در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال ۱۳۹۰، ناشی از قرار گرفتن پوشاک در اولویت ۱۰ گروه‌های کالایی و ممنوعیت ثبت سفارش جهت واردات پوشاک از نیمه دوم سال ۱۳۹۲ بوده است. البته دقیقاً مشخص نیست جهت تأمین نیاز داخلی چه حجمی از کاهش واردات رسمی، از ناحیه افزایش سهم تولیدات داخلی یا قاچاق در بازار تأمین شده است. به علاوه نرخ‌های حقوق ورودی ۱۰۰ درصدی برای واردات پوشاک بجز مالیات بر ارزش افزوده نسبت به میانگین نرخ حقوق ورودی واقعی کل کالاها که رقمی حدود ۵/۹ درصد^۱ برای ۷ ماهه نخست سال ۱۳۹۲ بوده است، نرخی بالا محسوب شده و همین امر انگیزه برای واردات رسمی را کاهش و به عکس برای قاچاق این کالا افزایش می‌دهد.

در نمودار ۵ متوسط نرخ حقوق ورودی اخذ شده (واقعی) از پوشاک وارداتی در زیرفصل‌های ۶۱ و ۶۲ کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات نشان داده شده است.

۱. بررسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۳ کل کشور ۴. مالیات بر واردات، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۳۳۸۲، ۱۳۹۲/۰۹/۲۷.

نمودار ۵. متوسط نرخ حقوق ورودی اخذ شده پوشاک طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲

(درصد)

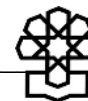


مأخذ: کتاب قانون مقررات صادرات و واردات طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود نرخ حقوق ورودی برای دو فصل کالایی ۶۱ و ۶۲ طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲ روند صعودی داشته که بخشی از این افزایش ممکن است به دلیل اجرایی شدن ماده (۶) قانون ساماندهی مد و لباس باشد. براساس ماده (۶) قانون فوق، وزارت بازرگانی مکلف است برای حمایت از تولیدات داخلی با رعایت قانون مقررات صادرات و واردات مصوب سال ۱۳۷۲ و اصلاحات بعدی آن، عوارض گمرکی، بر واردات تجاری پوشاک و پارچه‌های خارجی وضع نماید به نحوی که امکان رقابت برای تولیدکنندگان داخلی فراهم گردد.

بدین ترتیب اگرچه دولت از طریق وضع تعرفه تلاش نموده حجم واردات پوشاک را کنترل کرده و یا ممنوعیت‌هایی را بر روی برخی از اقلام وضع کند، اما در نهایت افزایش تعرفه پوشاک منجر به گسترش قاچاق آن در داخل کشور شده است. سودآوری بسیار بالای قاچاق پوشاک و فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود در بازار ایران جذابیت سرمایه‌گذاری سایر کشورها در بازار واردات غیررسمی پوشاک ایران را افزایش و امکان توسل به پدیده قاچاق را برای تأمین نیازمندی‌های داخلی در پی داشته است.

سیاست‌گذاری‌های اشتباه در بخش تولید و تجارت پوشاک، پایین بودن هزینه قاچاق منسوجات، البسه و پوشاک در مقایسه با هزینه واردات رسمی یا تولید داخلی، عدم وجود توزیع‌کننده شناسنامه‌دار، عدم توجه به برندسازی در حوزه تولید و واردات پوشاک، وجود تقاضای داخلی و همراهی با مدهای روز پوشاک، از دیگر دلایل و مواردی است که بسترهای لازم برای قاچاق پوشاک،



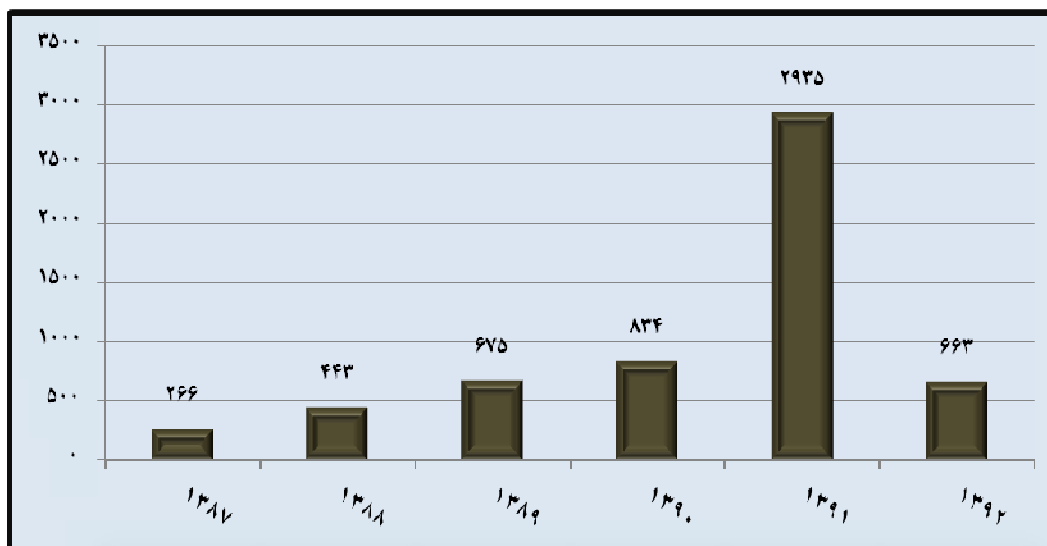
هم در شکل سازمان‌یافته و هم غیرسازمان‌یافته را فراهم و صنعت پوشاک کشور با بیش از ۲۵۰ هزار نفر نیروی کار را فلج نموده است.^۱

همچنین علاوه بر مشکل دریافت ارز طی سال‌های گذشته برخی از موانع اجرایی از قبیل رسوب ماشین‌آلات این صنعت در گمرک جهت ترخیص که در برخی از مواقع نیز صرفه تولید خود را از دست داده‌اند، به افزایش انگیزه قاچاق دامن زده است.

در کنار این موارد مشکلاتی از قبیل عدم آگاهی بسیاری از عرضه‌کنندگان با برندهای معتبر پوشاک نیز مزید بر علت شده است.^۲

از سوی دیگر سیاستگذاری‌های اشتباه در بخش تولید و تجارت پوشاک ظرف سال‌های اخیر باعث شده است تا هزینه قاچاق منسوجات، البسه و پوشاک به مراتب کمتر از هزینه واردات رسمی یا تولید داخلی باشد. برای مثال در سال ۱۳۹۲ به دلیل مشکلات گمرکی و همچنین افزایش نرخ ارز، هزینه واقعی واردات رسمی هریک دلار پوشاک از خارج کشور حدود ۸۴۰۰ تومان بوده، این درحالی است که هزینه همین میزان واردات از مبادی غیرقانونی و غیررسمی حداکثر حدود ۴۵۰۰ تومان بوده است.^۳ نمودار ۶ میزان قاچاق پوشاک مکشوفه طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲ که تنها بخش کوچکی از کل حجم قاچاق ورودی به کشور را دربرمی‌گیرد، نشان می‌دهد:

نمودار ۶. قاچاق مکشوفه پوشاک طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲ (میلیارد ریال)



مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران^۴ و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز.

1. <http://epe.ir/Home/Single/1612>.

2. <http://www.ettelaat.com/etiran/?p=38274>.

۳. به نقل از مهندس یکتا دبیراتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع نساجی ایران در جمع خبرنگاران مورخ ۱۳۹۲/۱۰/۰۵.

۴. نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۵ به شماره ۲۲/۲۵۳۸۹/۲۶۱۸۲۹ به مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

نکته قابل توجه اختلاف بسیار زیاد بین کشفیات قاچاق و واردات رسمی پوشاک در کشور است، به طوری که مطابق با آمارهای دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران ارزش واردات این کالا در سال ۱۳۹۲ حدود ۳/۱ میلیون دلار بوده است و میزان کشفیات قاچاق لباس و متفرعات آن نیز حدود ۶۶/۳ میلیارد تومان (۲۷/۶ میلیون دلار) بوده است که با در نظر گرفتن هر دلار ۲۴۰۰ تومان حدود این اختلاف از نظر ارزشی در سال ۱۳۹۲ به بیش از ۸۰۰ درصد رسیده، یعنی در سال ۱۳۹۲ ارزش کشفیات قاچاق پوشاک بیش از ۸ برابر واردات رسمی آن بوده است. در عین حال این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که این مقدار تنها شامل قاچاق مکشوفه بوده و احتمالاً قاچاق غیرمکشوفه می‌تواند به مراتب بیشتر باشد.

ورود کالا به کشور به شکل قاچاق علاوه بر چالش‌های فرهنگی پیش رو، منجر به کاهش درآمدهای دولت از محل حقوق ورودی می‌شود. به علاوه هنگامی که کالا به صورت قاچاق وارد کشور شود، به علت عدم پرداخت حقوق ورودی، می‌تواند با قیمت‌های بسیار کمتر از کالاهایی که از مجرای قانونی وارد کشور می‌شوند عرضه شده و در نتیجه قدرت رقابت تولیدات داخلی و یا کالاهایی که از مبادی رسمی وارد کشور می‌شوند در مقایسه با کالاهای قاچاق کاهش می‌یابد.^۱

بدین ترتیب واردات غیررسمی پوشاک به کشور به دلیل صدمه‌ای که به ظرفیت‌های تولیدی کشور در حوزه مد و لباس (کاهش انگیزه‌های به وجود آمده در میان طراحان و تولیدکنندگان و همچنین سیاستگذاری‌های به عمل آمده) خواهد زد، یکی دیگر از چالش‌های جدی این حوزه محسوب می‌شود.

جمع‌بندی و پیشنهادها

تأکیدات مقام معظم رهبری بر لزوم برآمدن سبک پوشش آحاد جامعه به‌ویژه زنان از فرهنگ اسلامی - ایرانی در کنار ترویج گسترده مدل‌ها والگوهای غربی از سوی رسانه‌های بیگانه و به تبع آن نابسامانی در وضعیت پوشش زنان و مردان جامعه، سبب گشت مجلس شورای اسلامی در تاریخ ۱۳۸۵/۱۰/۱۲ قانون ساماندهی مد و لباس را به تصویب رساند. براساس این قانون کارگروهی مرکب از نمایندگان تام‌الاختیار هریک از وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، بازرگانی و صنایع و معادن و سازمان صداوسیما و معاونت برنامه‌ریزی ریاست جمهوری و نمایندگان صنوف ذیربط و نیز یک نفر به‌عنوان عضو ناظر از کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف به پیگیری موضوع ساماندهی مد و لباس گشته‌اند.

اگرچه کارگروه ساماندهی مد و لباس تلاش نموده طی این مدت با انجام اقداماتی در قالب تدوین و

۱. زهرا کاویانی، بررسی قاچاق پوشاک در ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۱۰۹۸۷.



تصویب آیین‌نامه‌ها و خط‌مشی‌ها جهت پیشبرد اهداف قانون، تصویب طرح‌ها و پروژه‌های زیرساختی در راستای مد و لباس، اقدامات حمایتی از ظرفیت‌های مردمی فعال در این عرصه و همچنین اقدامات ترویجی (نمایشگاهی - تبلیغی) تحولاتی را در این عرصه به وجود آورد، با وجود این و علیرغم گذشت هشت سال از تصویب قانون، همچنان موضوع حجاب و سبک پوشش در فضای عمومی جامعه، یکی از دغدغه‌های جدی سیاستگذاران را تشکیل می‌دهد. نگاهی به بازار پوشاک به‌ویژه مانتو به‌عنوان یکی از شاخص‌های حجاب در جامعه نیز نشان‌دهنده فاصله عمیق این بازار با الگوی اسلامی - ایرانی پوشش است.

اگرچه بخشی از نابسامانی پوشش به موضوع جنگ نرم و تبلیغ رسانه‌های معاند در خصوص ترویج پوشش نامناسب در جهت تغییر هویت اسلامی - ایرانی بازمی‌گردد، اما بخشی از وضعیت نامطلوب حجاب و عفاف در کشور و نگرانی‌های به‌وجود آمده نیز ریشه در عدم اجرای مناسب قانون ساماندهی مد و لباس دارد.

در این گزارش برای بررسی چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس، ضمن تحلیل محتوای قانون با دست‌اندرکاران این حوزه از جمله دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس، طراحان لباس و تولیدکنندگان این عرصه، مصاحبه حضوری صورت پذیرفته و مجموعه چالش‌های ذکر شده در دو قالب کلی چالش‌های تقنینی و اجرایی طبقه‌بندی گشته است. در ادامه مجموعه چالش‌های احصا شده به همراه پیشنهادهایی جهت حل هر یک از مسائل ذکر شده مربوطه ارائه شده است.

جدول ۱۰. چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس

به همراه پیشنهادهایی برای حل مسائل مربوطه

پیشنهاد جهت حل معضل	چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس	
اصلاح قانون مد و لباس و لزوم توجه به زیرساخت‌های اقتصادی آن از طریق تقویت صنعت نساجی و جایگاه وزارت صنعت، معدن و تجارت در قانون	بی‌توجهی قانون به مد به‌عنوان یک صنعت و بی‌توجهی آن به زیرساخت‌های مورد نیاز تولید پوشاک	چالش تقنینی
تقویت جایگاه رئیس کارگروه	عدم ضمانت اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس	
اختصاص ردیف برنامه‌ای و اعتبار مجزا ذیل تمامی دستگاه‌های ذکر شده در قانون با عنوان برنامه «ساماندهی مد و لباس»	فقدان بودجه کافی جهت پیشبرد اهداف کارگروه	
الزام طراحان مد و لباس به ثبت مشخصات خود در بانک جامع طراحان و جلوگیری از فعالیت آنها در صورت فقدان مجوز فعالیت.	بی‌توجهی طراحان به مد به‌عنوان یک صنعت و لزوم تولید انبوه آثار طراحی شده	چالش‌های اجرایی
حمایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از طراحان لباسی که با واحدهای تولیدی لباس همکاری می‌نمایند و تأمین حق معنوی آثار طراحی شده.		
ایجاد خانه طراحان لباس.		

چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس	پیشنهاد جهت حل معضل
عدم تمایل تولیدکننده به استفاده از ظرفیت طراحان لباس در تولید	- الزام واحدهای تولیدی به استفاده از طراحان لباس مورد تأیید کارگروه با مشارکت اتحادیه.
ضعف در صنعت نساجی و طراحی پارچه در کشور	- تقویت صنعت نساجی داخلی از طریق اعطای معافیت‌های مالیاتی در ازای نوسازی تکنولوژی. - ورود ماشین‌آلات مدرن و جدید با تکنولوژی پیشرفته برای تولید منسوجات و کاهش تعرفه واردات ماشین‌آلات مورد نیاز صنعت نساجی.
عدم حمایت نهادهای دولتی و بانک‌ها از فعالین عرصه مد و لباس	ارائه تسهیلات به واحدهای تولیدی و طراحان مد و لباس با اولویت طراحانی که اقدام به ثبت مشخصات خود در بانک جامع طراحان نموده‌اند و با کارگروه ساماندهی مد و لباس همکاری می‌کنند و تولیدکنندگانی که از ظرفیت طراحان مورد تأیید کارگروه در تولیدی خود بهره جسته و اقدام به تولید انبوه طرح‌های مورد تأیید نموده‌اند.
فقدان زیر ساخت‌های لازم جهت فروش آثار مورد تأیید کارگروه ساماندهی مد و لباس	تأسیس و راه‌اندازی فروشگاه‌های عرضه پوشاک اسلامی - ایرانی جهت حمایت از طراحان لباس و تولیدکنندگان فعال در این عرصه در سراسر کشور و اعطای برخی از معافیت‌های مالیاتی به عرضه‌کنندگان محصولات در این فروشگاه‌ها (تنها طراحان و تولیدکنندگان مورد تأیید کارگروه مد و لباس اجازه فعالیت در این فروشگاه‌ها را دارا می‌باشند).
عدم نظارت کافی از سوی نهادهای ناظر به ویژه اتحادیه پوشاک بر فعالیت تولیدکنندگان	تمرکز نظارت بر واحدهای تولید عمده به‌جای واحدهای صنفی خرده‌فروشی پوشاک
ضعف در اطلاع‌رسانی و تبلیغات در آثار طراحی شده	- الزام رسانه‌های جمعی و صدا و سیما به فراهم نمودن امکانات لازم جهت تبلیغ آثار مورد تأیید بنیاد - حمایت از نشریات تخصصی مد و لباس
ضعف دانشگاه‌ها در فعال‌سازی ظرفیت‌های حوزه مد و لباس	- لزوم طراحی نظام سایندهی استاندارد پوشاک متناسب با تیپولوژی اندام زنان و مردان ایرانی - به‌روزرسانی رشته طراحی لباس و پارچه شامل به‌روزرسانی سرفصل‌ها و واحدهای درسی)
حجم گسترده واردات رسمی و غیررسمی پوشاک و ملحقات وابسته و خنثی شدن سیاستگذاری در این حوزه	کاهش تعرفه مواد اولیه، پارچه و ملحقات وابسته پوشاک که امکان تولید آنها در داخل کشور وجود ندارد.

علیرغم اهمیت هریک از موارد یاد شده جهت اجرای موفقیت‌آمیز قانون ساماندهی مد و لباس به‌نظر می‌رسد آنچه در مقایسه با سایر ابعاد، از اولویت بیشتری جهت اقدام برخوردار است توجه به منطق اقتصادی مد و لباس و تنظیم سازوکاری برای توجه به این مسئله است. توجه به ابعاد اقتصادی مد در کنار زوایای فرهنگی آن و به‌روزرسانی زیرساخت‌های مورد نیاز این صنعت به‌ویژه صنعت



نساجی سبب خواهد شد فعالیت‌های غیرمنسجم صورت گرفته در این حوزه از هماهنگی بیشتری برخوردار شده و مقابله با هجمه فرهنگی امکانپذیر شود. به عبارت دیگر تغییر در ذائقه پوشش افراد جامعه و مقابله با پوشاک نامناسب و مغایر با فرهنگ اسلامی، علیرغم نیاز به فرهنگ‌سازی، نیازمند فعال‌سازی ظرفیت‌های اقتصادی این حوزه و توجه به منطق سودآوری اقتصادی آن برای تولیدکننده و عرضه مد اسلامی ایرانی با قیمت منصفانه و باکیفیت است. هرچند که در این اقدام توجه به منطق اقتصادی مد و لباس باید منطبق با معیارهای فرهنگ اسلامی - ایرانی صورت پذیرد.

منابع و مأخذ

۱. اظهار نظر کارشناسی درباره طرح ساماندهی مد و لباس، دفتر مطالعات فرهنگی، شماره مسلسل ۱۹۰۷۸۹۲، ۱۳۸۵.
۲. بررسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۳ کل کشور ۴. مالیات بر واردات، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۳۳۸۲، ۱۳۹۲.
۳. بیانات مقام معظم رهبری، در دیدار جمعی از جوانان استان همدان، ۱۳۸۳/۴/۱۷.
۴. سلطانی، احسان. تأثیرات ویرانگی واردات بر صنعت نساجی، ماهنامه صنعت نساجی و پوشاک، سال سی‌ودوم، ش ۲۴۵ (پیاپی ۳۶۱)، خرداد ۱۳۹۳.
۵. صدر، شادی. مجموعه قوانین و مقررات پوشش در جمهوری اسلامی ایران، تهران، نیلی، ۱۳۸۸.
۶. قانون بودجه سال ۱۳۹۰-۱۳۹۳ کشور.
۷. کتاب قانون مقررات صادرات و واردات طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲.
۸. کاویانی، زهرا. بررسی قاچاق پوشاک در ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۱۰۹۸۷، ۱۳۹۰.
۹. کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۲.
۱۰. نامه کارگروه ساماندهی مد و لباس مورخ ۱۳۹۱/۱۱/۳ به شماره نامه ۹۱/۴۷۵۶۶ به نامه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۱۱. نامه گمرک جمهوری اسلامی ایران مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۵ به شماره ۲۲/۲۵۳۸۹/۲۶۱۸۲۹ به مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۱۲. هنینگ، ناتالی. جامعه‌شناسی هنر، ترجمه عبدالحسین نیک‌گوهر، نشر آگه.

13. <http://khabaronline.ir>

14. <http://www.honaronline.ir>

15. <http://epeir.ir>

16. <http://www.ettelaat.com>



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۴۰۱۷

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: مروری بر چالش‌های پیش روی اجرای قانون ساماندهی مد و لباس

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه زنان و خانواده)

تهیه و تدوین‌کنندگان: آسیه ارحامی، حسین هرورانی

ناظر علمی: سینا کلهر

همکار: زهرا قدیانی

مصاحبه‌شوندگان: حمید قبادی (دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس)؛ طراحان لباس خانم‌ها: میترا

تمجیدی، رفیعه رازیانی، فرشته ضرغامی؛ تولیدکنندگان لباس آقایان: محمدرضا ملک شاهی، احمد

داورزنی، عماد معتمد، سیامک زندیه

متقاضی: معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی

ویراستار تخصصی: _____

ویراستار ادبی: _____

واژه‌های کلیدی:

۱. ساماندهی مد و لباس

۲. چالش‌های تقنینی

۳. چالش‌های اجرایی



تاریخ انتشار: ۱۳۹۳/۹/۹