

نظارت بر صنعت مد و پوشاک؛



همچنان سلیقه‌ای و جزیره‌ای!

بخش خصوصی همواره از عملکرد جزیره‌ای و سلیقه‌ای دستگاه‌های مختلف در رابطه با مسائل محیط کسب و کار خود منتقد، نگران و معترض بوده است.

اینکه دستگاه‌های گوناگون به خاطر وظایف ذاتی خود و برخی به جهت مسئولیت‌های قانونی یا عضویت در کارگروه‌ها، به جهت چند بخشی بودن یک مساله، موازی کاری می‌کنند امری است که سال‌هاست فضای کسب و کار صنایع مختلف را تحت الشعاع قرار داده و یکی از مهمترین معضلات حوزه‌های صنعتی و اقتصادی است.

در خصوص صنعت پوشاک، این موضوع شکل خاص تری دارد به جهت اینکه پوشاک علاوه بر موضوعات اقتصادی و فرهنگی، دارای ابعاد متنوع دیگری منجمله مباحث اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی است و سبک پوشش که به نوعی به سبک زندگی بازمی‌گردد همواره دغدغه بخش‌های مختلف حاکمیت و بروکراسی بوده است و همین موضوع سبب شده جدای از دستگاه‌های متولی که به نحوی در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی نقش دارند، بسیاری از بخش‌های دیگر حاکمیتی مانند مجلس، قوه قضاییه، نهادهای ترویجی و سایر نهادهای حکومتی و حتی مردم نهاد حوزه فرهنگ، علاوه بر اینکه خود را صاحب نظر در موضوعات و واژه‌هایی مانند سبک پوشش، پوشش عقیقانه، تهاجم فرهنگی، سبک زندگی، امر به معروف و نهی از منکر می‌دانند، احساس می‌کنند که در حوزه اجرا نیز می‌بایست وارد شده و اوضاع را به نحوی سر و سامان دهند. دقیقاً همین موضوع باعث می‌شود که در حوزه‌های مختلف زنجیره ارزش پوشاک مانند طراحی، مد، تبلیغات، فضای مجازی، ویتترین و ... بخش خصوصی دچار سردرگمی شده و با مشکلات عدیده دست و پنجه نرم کند. ورود مجزای دستگاه‌های مختلف اعم از نظارتی و قانونگذار و اجرایی به این حوزه نیز این سردرگمی را بیشتر کرده است. اگر چه طبق قانون، کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور بابت ساماندهی این موضوع تاسیس شده اما همچنان تشتت آراء و اختلاف نظرات گوناگون از یکسو و کشمکش و درگیری دستگاه‌های اجرایی بابت ورود سایر نهادها به حوزه‌های کاری خود، سردرگمی بخش خصوصی، تولیدکنندگان، فروشندگان، طراحان و به طور کلی فعالان حوزه پوشاک را بیشتر کرده است.

اینکه در این شرایط پیچیده اقتصادی و سیاسی کشور، به تازگی برخی بار دیگر موضوعات فرهنگی حوزه پوشاک را دنبال می‌کنند اگر چه جای سوال دارد و چرایی مطالبه برخی نهادهای غیر دولتی از دولت و قوه قضاییه بابت ورود به این موضوع می‌بایست با دقت بررسی شود اما باید توجه داشت همچنان عملکرد سلیقه‌ای و جزیره‌ای و نبود روندی واحد و مشخص در حوزه فرهنگ و سبک پوشش و به خصوص تبلیغات پوشاک، علاوه بر سردرگمی تولیدکنندگان و توزیع کنندگان، شرایط بازار را به نفع پوشاک قاچاق که هیچ نظارتی هم ندارد، رقم می‌زند.

اتفاقاً این مسائل باعث شده که ایران از بازار بسیار بزرگ محصولات حجاب که بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار در سال گردش دارد جا مانده و هیچ نقشی در این بازار ندارد و کشورهایی مانند ترکیه، ازبکستان، آذربایجان و چین در این بازار پیشرو هستند.

مخلص کلام، در حوزه فرهنگی پوشاک می‌بایست تنها یک کارگروه یا شورا در جهت انسجام ملی تصمیم‌گیری نماید و برای اجرا نیز باید مصوبات و آیین نامه‌های مشخص و مورد وفاق همه دستگاه‌ها وجود داشته باشد