

❖ صنعت مد بدون پژوهش، آمار و نقد تخصصی

پیش نمی‌رود

چیا جبری در ادامه، ضعف زیرساخت‌های آماری و پژوهشی در حوزه پوشاک را یکی دیگر از چالش‌های جدی این صنعت دانست. وی تصریح کرد در شرایطی که آمار دقیق، داده‌های قابل اتکا و منابع معتبر برای بازار پژوهی وجود ندارد، نمی‌توان از دانشجو انتظار داشت پروژه‌های کاربردی و مسئله‌محور ارائه دهد. به گفته او، بسیاری از تولیدکنندگان نیز به دلیل نبود اعتماد متقابل و روشن نبودن سازوکارهای حقوقی، از ارائه اطلاعات خود به پژوهشگران خودداری می‌کنند؛ وضعیتی که در نهایت به آموزش و تصمیم‌گیری در خلأ می‌انجامد.

وی همچنین به نبود نقد تخصصی در صنعت مد اشاره کرد و یادآور شد نقد لباس در ایران هنوز عمدتاً در سطح داوری‌های سلیقه‌ای، از جمله «خوشم آمد» یا «خوشم نیامد»، باقی مانده است. جبری بر این باور است که این صنعت بیش از هر زمان دیگری به منتقدان حرفه‌ای و حتی به شکل‌گیری حوزه‌ای با عنوان «مدنویسی» نیاز دارد؛ حوزه‌ای که بتواند یک مجموعه لباس را به‌صورت هم‌زمان از منظر هنری، فنی، اقتصادی و فرهنگی تحلیل کند. به اعتقاد او، بدون شکل‌گیری چنین ادبیاتی، رشد حرفه‌ای و اصلاح مسیر این صنعت با دشواری جدی مواجه خواهد بود.

❖ احیای الگوی استادشاگردی؛ مهارت در کارگاه

متولد می‌شود، نه در کلاس

چیا جبری با تأکید بر لزوم بازگشت به الگوی استاد – شاگردی در قالبی مدرن، خطاب به دانشجویان خاطر نشان کرد: که دریافت مدرک، پایان مسیر نیست. وی یادآور شد افتخار یک طراح نباید صرفاً در ارائه اتودها و فیگورهای نمایشی خلاصه شود، بلکه او باید با حضور در کارگاه، برش، دوخت، اصلاح لباس، خطاهای اجرایی و فشار تولید انبوه را از نزدیک لمس کند. از نگاه این فعال حوزه مد، نجات این صنعت در گروی فروتنی برای آموختن از تجربه‌های بازار و پیوند دوباره آموزش با محیط واقعی کار است.

او در عین حال به وضعیت کارگاه‌های دانشگاهی اشاره کرد که با وجود تجهیزات کامل، عملاً غیرفعال هستند و از ظرفیت آن‌ها برای آموزش اصولی استفاده نمی‌شود. به باور جبری، می‌توان با بهره‌گیری از دانش خیاطان باتجربه و فعالانِ عملی بازار در این محیط‌ها، به‌جای انبار کردن امکانات، کارگاه‌ها را به بستری واقعی برای انتقال مهارت و تخصص تبدیل کرد.

❖ ایران و فرصت از دست رفته در «مد پوشیده» و

«مد اخلاقی»

چیا جبری در بخش دیگری از این نشست، به ظرفیت ایران برای تبدیل شدن به یکی از قطب‌های جهانی «مد پوشیده» یا Modest Fashion اشاره کرد. وی با بیان اینکه پوشش تاریخی ایرانی اساساً بر پایه وقار، پوشیدگی و هویت فرهنگی شکل گرفته است، تأکید کرد تأسّف‌بار است که امروز برندهای خارجی، با وجود شناختی محدود از این فرهنگ، سهم بیشتری از این بازار را در اختیار دارند. به گفته او، ایران می‌توانست در حوزه مد پوشیده و مد اخلاقی نقشی جریان‌ساز ایفا کند، اما اکنون بیش از آنکه تولیدکننده گفتمان باشد، در موضعی منفعل قرار گرفته و عمدتاً به دنبال کردن جریان‌هایی بسنده کرده است که بیرون از مرزها شکل گرفته‌اند.

وی این مسئله را به حوزه پوشش‌های آیینی و مذهبی نیز تعمیم داد و با انتقاد از وضعیت پوشش در برخی مراسم مذهبی، یادآور شد لباس بخشی از شناسنامه بصری فرهنگ ماست و بی‌توجهی به آن، به تضعیف هویت جمعی می‌انجامد. جبری بر این باور است که به‌جای اتخاذ نگاهی صرفاً کنترلی، باید زمینه طراحی خلاقانه و در عین حال متناسب با شأن آیین‌ها فراهم شود تا مفاهیم فرهنگی و دینی بتوانند به‌درستی در پوشش بازنمایی شوند.

❖ مد، فقط رنگ سال نیست؛ صنعتی چندرشته‌ای

و آینده‌نگر است

سارا نوروزی، مدرس دانشگاه و متخصص حوزه پوشاک، در ادامه نشست با تأکید بر اینکه مد بسیار پیچیده‌تر از برداشت‌های

سطحی رایج مانند «رنگ سال» یا نمایش‌های مناسبتی است، توضیح داد: در جهان، این صنعت به‌وسیله مجموعه‌ای از شرکت‌ها و تیم‌های چندرشته‌ای هدایت می‌شود. در این ساختار، جامعه‌شناسان، اقتصاددانان، روان‌شناسان، تحلیلگران داده و متخصصان بازاریابی، همگی در پیش‌بینی و هدایت سلیقه مصرف‌کننده نقش دارند.

نوروزی طراحی لباس را دانشی چندوجهی دانست و گفت: از آناتومی، الگوسازی و دوخت گرفته تا بازاریاب‌شناسی، اقتصاد مد و شناخت رفتار مصرف‌کننده را در بر می‌گیرد. با این حال، او معتقد است دانشگاه‌ها عمدتاً به مبانی نظری بسنده می‌کنند و همین امر باعث می‌شود دانشجو گمان کند با اخذ مدرک، آماده ورود حرفه‌ای به بازار شده است؛ در حالی که حرفه‌ای شدن، نیازمند دوره‌های تخصصی، آموزش‌های مهارتی و تجربه میدانی مستمر است.

❖ کارورزی اجباری و تخصص‌گرایی؛ دوراهکار کلیدی

نوروزی یکی از راهکارهای عملی برای کاهش فاصله میان دانشگاه و صنعت را ایجاد سازوکارهای قانونی و الزام‌آور برای کارورزی دانست و گفت: وزارتخانه‌های علوم و صمت باید شرایطی را فراهم کنند که واحدهای تولیدی ملزم به پذیرش دانشجویان در قالب دوره‌های کارآموزی شوند تا آنان پیش از فارغ‌التحصیلی، با واقعیت‌های تولید انبوه، استانداردها، زمان‌بندی، کنترل کیفیت و نیازهای تجاری آشنا شوند.

او همچنین بر ضرورت تخصص‌گرایی تأکید کرد و افزود: دانشجویان باید از همان آغاز مسیر حرفه‌ای، به‌جای پراکنده‌کاری، یک شاخه مشخص مانند لباس کودک، لباس عروس، پوشاک ورزشی یا پوشاک مناسبتی را انتخاب کرده و در آن مهارت عمیق کسب کنند؛ چرا که بازار کار امروز بیش از هر چیز به متخصص نیاز دارد، نه فارغ‌التحصیلانی که در حوزه‌های مختلف، دانشی سطحی دارند.

❖ ظرفیت بازار هست، اما متولی مشخص و

زیرساخت مؤثر وجود ندارد

نوروزی با اشاره به ظرفیت‌های رویه‌رشد و استقبال قابل توجه از رشته طراحی لباس در سال‌های اخیر گفت با وجود تمام مشکلات، این رشته همچنان از حوزه‌های پرطرفدار و دارای ظرفیت درآمذزایی بالاست؛ البته به شرط آنکه دانشجویان و فعالان این عرصه از ابتدا با واقعیت‌های شغل، مهارت‌های لازم و قواعد بازار آشنا شوند. وی افزود: اگرچه بخشی از فارغ‌التحصیلان در فضای هنری یا کسب‌وکارهای کوچک، به‌ویژه در بستر اینستاگرام، به موفقیت رسیده‌اند، اما بخش صنعتی همچنان با ضعف زیرساختی، به‌ویژه در حوزه‌های نساجی و سرمایه‌گذاری، مواجه است.

او در ادامه یکی از راه‌حل‌های مؤثر را استقرار «واحد صنعت و دانشگاه» در بطن مراکز آموزشی دانست و تأکید کرد: این واحد نباید تشریفاتی باشد، بلکه باید نقشی واقعی به‌عنوان واسطه میان آموزش، بازار و تولید ایفا کند؛ چرا که در بسیاری از کشورهای صنعتی، برندها و مجموعه‌های معتبر از طریق همین ارتباط‌های مستقیم، استعدادهای جوان را شناسایی و جذب می‌کنند.

❖ مهارت‌های کسب‌وکار؛ حلقه مفقوده آموزش مد

نوروزی یکی از مهم‌ترین چالش‌های آموزشی را ضعف جدی سرفصل‌های دانشگاهی در حوزه مهارت‌های بازار، مشتری‌شناسی، فروش و برندسازی دانست و گفت: این مهارت‌ها در بسیاری از موارد حتی از دانش صرفِ تخصصی هم حیاتی‌تر هستند، چرا که بدون آن‌ها، دانشجو قادر نخواهد بود توانایی خود را به محصول، درآمد یا کسب‌وکار موفق تبدیل کند. وی افزود: از همین‌رو پیشنهاد می‌شود دروس «مهارت‌های کسب‌وکار» که اکنون غالباً اختیاری و کم‌اهمیت تلقی می‌شوند، به سرفصل‌های اصلی تبدیل شده و سهم آموزش‌های صنعت‌محور در برنامه‌های دانشگاهی افزایش یابد.

او در تکمیل صحبت‌های خود به تجربه موفق برخی افراد از رشته‌های غیرمرتبط اشاره کرد که تنها با گذراندن دوره‌های کوتاه اما مهارت‌محور، توانسته‌اند در بازار موفق‌تر از فارغ‌التحصیلان طراحی لباس عمل کنند. نوروزی تأکید کرد: این مثال به‌روشنی نشان می‌دهد که در فضای رقابتی امروز، آنچه مزیت واقعی می‌سازد،

بیش از عنوان مدرک، ترکیب مهارت فنی، شناخت دقیق بازار و توانایی فروش است.

❖ تجربه زیسته فعالان بازار: موفقیت با ریاضت،

نه با رویا

ساره خلعج، فعال باسابقه این حوزه، نیز در این نشست با تکیه بر تجربه ۲۵ ساله خود، تصویری واقع‌بینانه‌تر از مسیر حرفه‌ای در طراحی لباس ارائه داد و گفت: با وجود تحصیل در رشته‌ای غیرمرتبط، به دلیل علاقه شخصی وارد این حوزه شده و پایه موفقیت خود را دو سال کارآموزی سخت، رایگان و پر مشقت نزد استادی در آلمان می‌داند؛ دوره‌ای که با وجود دشواری‌های خانوادگی و شخصی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری مهارت و اعتمادبه‌نفس حرفه‌ای او داشته است.

خلعج با انتقاد از توهمی که پیرامون این رشته شکل گرفته، گفت: بسیاری از دانشجویان با تصور رسیدن سریع به درآمد بالا و تحت تأثیر جلوه‌های ظاهری فشن وارد این مسیر می‌شوند، بی‌آنکه از سختی‌های واقعی کار، فرایند پیچیده تولید و فشار بازار آگاه باشند. وی افزود: حتی برخی دانشجویان در مراحل پایانی تحصیل نیز هنوز بر مهارت‌های پایه‌ای دوخت و اجرای فنی مسلط نیستند؛ مسئله‌ای که نشان‌دهنده بحران جدی در نظام آموزش مهارتی است.

او همچنین بر اهمیت عزت‌نفس، استمرار و آموزش درست از خانواده تا محیط حرفه‌ای تأکید کرد و گفت: در سال‌های نخست فعالیت خود، بدون اتکا به فضای مجازی و تنها از مسیر کیفیت کار و رضایت مشتری توانسته بود به جایگاهی برسد که ظرفیت سفارش‌هایش خیلی زود تکمیل می‌شد.

❖ عصر جدید فروش؛ طراح بدون مهارت بازاریابی

عقب می‌ماند

خلعج با اشاره به تغییر معادلات بازار در دوره شبکه‌های اجتماعی، تصریح کرد و گفت: امروز حتی افراد کم‌تجربه اما مسلط بر فضای دیجیتال، گاه از استادکاران ماهر پیشی می‌گیرند. او با صراحت گفت: در شرایط فعلی، تسلط بر فرایند کامل الگوسازی و دوخت به‌تنهایی کافی نیست و فعالان این حوزه ناچارند برای یادگیری فروش، بازاریابی و کوچینگ کسب‌وکار هزینه‌های سنگینی بپردازند.

از همین‌رو، او پیشنهاد کرد و گفت: دانشگاه‌ها به‌جای آنکه دانشجویان را پس از فراغت از تحصیل در برابر رها کنند، مریدان حرفه‌ای فروش و کسب‌وکار را به محیط‌های آموزشی دعوت کنند تا دانشجویان در کنار مهارت فنی، شیوه تبدیل دانش به درآمد را نیز یاد بگیرند.

❖ آینده مد در ایران از مسیر مهارت، تخصص و پیوند

با صنعت می‌گذرد

آنچه از مجموع این نشست برمی‌آید، یک پیام روشن است: صنعت مد و پوشاک در ایران برای بقا و رشد، ناگزیر است مهارت را بر مدرک مقدم بداند. مشکل اصلی این حوزه، صرفاً کمبود دانش نظری یا فقدان استعداد نیست؛ بلکه نبود ساختاری است که آموزش، تجربه، بازار، پژوهش و صنعت را به‌صورت نظام‌مند به یکدیگر متصل کند. طراحی لباس، برخلاف تصویر پرزرق‌وبرق فضای مجازی، حرفه‌ای سخت، پر زحمت و چندلایه است؛ حرفه‌ای که هم هنر می‌طلبد، هم شناخت بازار، هم توان تولید، هم صبر، و هم انضباط حرفه‌ای. تمرکز صرف بر جنبه هنری، بدون فهم اقتصاد و صنعت، به شکست می‌انجامد؛ همان‌طور که نگاه صرفاً تجاری نیز می‌تواند هویت فرهنگی را قربانی کند. مسیر مطلوب، در ایجاد تعادلی پایدار میان هنر، صنعت و بازار نهفته است.

اگر دانشگاه‌ها به مهارت‌آموزی واقعی تن دهند، اگر کارورزی و ارتباط با صنعت جدی گرفته شود، اگر نقد تخصصی، پژوهش و داده به تصمیم‌سازی بازگردد، و اگر دانشجویان نیز به‌جای اتکای صرف به مدرک، بر تخصص، تجربه و یادگیری مستمر تمرکز کنند، آن‌گاه می‌توان امیدوار بود که مد ایرانی از وضعیت تقلیدی و پراکنده فعلی فاصله بگیرد و به صنعتی هویت‌مند، رقابت‌پذیر و اشتغال‌آفرین تبدیل شود. ■