

بسمه تعالی

پیش نویس
"سند ملی مد و لباس"

ویرایش چهارم اردیبهشت ۱۴۰۲

جریان انقلاب اسلامی با تعلق اراده عمومی مردم به مقصد تمدن نوین اسلامی به پیش می‌رود و برای آنکه اراده عمومی در مسیر آرمان انقلاب بجوشد باید زمینه فرهنگی اجتماعی لازم برای تعلق احساس و ادراک عمومی با پیشرفت مطلوب انقلاب برپایه یک عقلانیت دینی و کاربردی در عرصه سیاستگذاری و اجرا فراهم آید. کارآمدی دین برای تحقق پیشرفت متوازن مادی و معنوی و ایجاد تعادل اجتماعی پایدار، چالش سرنوشت‌سازی است که برای پشت سر نهادن آن باید از فاصله‌های موجود میان نظر و عمل در امر پی ریزی تمدن نوین اسلامی کاست و کارآمدی عقلانیت دینی و کاربردی انقلاب را در جهت اداره امور دین و دنیای انسان و جامعه عینیت بخشید.

سبک زندگی به عنوان نقطه عطف میان ایده تمدنی انقلاب اسلامی و عرصه تحقق و اجرای آن، همان منطقه میانی حد فاصل باورهای فطری و اراده منتهی به رفتار مردم است که از نیازهای طبیعی و قوای فعاله بشری متأثر بوده و عدم فعلیت انقلاب اسلامی در منطقه اعتباریات، زمینه را برای نشو و نمای سنت‌های غیر فطری فراهم می‌سازد و مانع از امتداد عقلانیت توحیدی در صحنه رفتار و عمل اجتماعی خواهد شد.

تمدن غربی به دنبال توسعه علوم طبیعی و صنعت، ظرفیت فناورانه خود را برای پاسخگویی بهتر به مجموعه نیازهای انسان معاصر آشکار ساخت. پشتوانه فلسفی و ایدئولوژی دین گریزانه این انقلاب صنعتی به توسعه فرهنگ مادی‌گرایانه در جغرافیای فرهنگی غرب انجامید که به دنبال آن با ورود محصولات فناورانه و کاربردی غربی به جوامع غیر غربی، سبک زندگی و فرهنگ مصرف غربی به این جوامع سرایت یافت. در واقع مسأله زمانی ایجاد می‌شود که ساز و کار مولد یک فرهنگ در ساحت تمدنی و متعاقباً ایجاد سبک‌هایی در پاسخ روزآمد به نیازها، عینیت نیافته و جای خود را به ساز و کار انفعال در دوگانه طرد حداکثری سبک‌های موجود یا پذیرش حداکثری آن‌ها دهد که به دنبال خود در غیاب سبک بومی، بهره‌گیری از پاسخ‌های فرهنگ رقیب را رقم خواهد زد.

به عبارت دیگر اقتضاء شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی، پاسخگویی مبتکرانه و ممتاز آن به مجموعه نیازهای انسان و جامعه است که سبک پوشش از مهم‌ترین آن‌هاست. آن چنان که در انفعال و فقر سبک‌سازی، پوشش بدن و کیفیت آرایش آن با ورود فرهنگ مدرن و تمدن غربی به جامعه سنتی ایران متحمل تطورات و تغییرات ملموسی گردید. از این روست که زمینه‌سازی برای شکل‌گیری سبک پوشش و مد لباس مبتنی بر ظرفیت‌های فرهنگ اسلامی ایرانی و تجلی آن در قالب جلوه‌های ملموس، عینی و فناورانه، نقشی کلیدی و محوری را در شکل‌گیری و بسط تمدن اسلامی ایرانی ایفا می‌کند. مسأله سبک پوشش و بومی‌سازی آن به ویژه در سال‌های اخیر با پیشرفت و گسترش روز افزون جلوه‌های متنوع صنعت مد لباس در جامعه ایران، یکی از مناقشه برانگیزترین موضوعات مطرح در سیاستگذاری فرهنگی می‌باشد و علی‌رغم پیشینه موجود سیاستگذاری به

ویژه در حوزه عفاف و حجاب، سند مستقلی برای تبیین ابعاد سیاستی سبک پوشش فراهم نیامده که با اتخاذ سیاست‌های مقتضی تسهیل‌گر شکل‌گیری و تقویت سبک پوشش مبتنی بر هویت اصیل اسلامی ایرانی، باشد.

سند پیش رو با درک اهمیت و ضرورت این مسأله، به عنوان اولین سند راهبردی این حوزه- ذیل اسناد ملی حوزه فرهنگ در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران-در راستای تحقق اقدام ملی ۱۴ از راهبرد کلان ۵ نقشه مهندسی فرهنگی کشور- به دنبال ارائه چارچوب سیاستگذاری مناسب برای شکل‌گیری منظومه و چرخه بومی سبک پوشش اسلامی ایرانی و عینیت‌بخشی آن در سطح ملی و فراملی است؛ به این صورت که بر اساس ترسیم اولویت‌های برآمده از مبانی اسلامی، اسناد فرادستی به ویژه گام دوم انقلاب اسلامی و شناسایی شبکه مسائل محوری و انضمامی حوزه پوشش بدن و نیز توجه به خلائهای سیاستی این حوزه تدوین و ارائه شده است.

بخش اول: مبانی و اصول

مبانی:

۱. نگرش توحیدی(نگرش وحدت وجودی به عالم)؛ وحدت در عین کثرت و کثرت در عین وحدت
۲. مسئولیت انسان‌ها در برابر خداوند، خویشتن و جامعه
۳. اصالت بخشی به معنای پوشش با رویکرد معنوی به آن که ناظر بر نیازهای فطری روحی، عاطفی و روانی است(پوشش بدن در خدمت تعالی بعد روحانی).
۴. اعتباری بودن پوشش و اهمیت کاربرد و فایده‌مندی آن نسبت به تأمین نیاز روز انسان موحد
۵. مفید بودن پوشاک اسلامی به بوم جغرافیایی و فرهنگی در ایران و ایران فرهنگی و تکثرپذیری آن در عین لحاظ اصول و معیارهای وحدت بخش اسلامی
۶. برخورداری صنعت فرهنگی مد لباس از فرصت‌های نوین در رشد و اثرگذاری فرهنگی و بهره‌وری اقتصادی

۷. ساختار منظومه‌ای و شبکه‌ای مد لباس و اهمیت زنجیره ارزش در آن
۸. مرکزیت سبک پوشش در منظومه صنعت پوشاک و محوریت برند(ویژند)های سبک ساز و جریان ساز به عنوان موتور محرکه زنجیره ارزش مد لباس و هماهنگ کننده اجزای آن ذیل کلیتی واحد و یکپارچه

اصول:

۱. پذیرش تنوع و کثرت در جلوه های پوشش اسلامی در عین التزام به اصول وحدت بخش آن(تنوع- گرایي هم‌شناسانه)

۲. احترام به حقوق مصرف کننده و پاسداشت آن و توجه بیشتر به مصرف کننده در سیاستگذاری ها و برنامه ریزی ها به جای تمرکز صرف بر تولیدکنندگان دولتی و غیر دولتی صنعت پوشاک
۳. تمرکز زدایی و اعطای فرصت عادلانه در پیشرفت صنعت پوشاک در زمینه های مختلف جغرافیای ایران در برابر تمرکز گرایی در طراحی، تولید و توزیع پوشاک ضمن اهتمام به حقوق مالکیت معنوی طراحان و تولیدکنندگان
۴. امر به معروف و نهی از منکر در سبک پوشش با اولویت بخشی بر روشهای ایجابی و با تمرکز بر فعال سازی ظرفیت های مرهمی
۵. نگاه بنیادین و زیرساختی در برابر نگاه شعاری و نمایشی در سبک سازی پوشش اسلامی ایرانی
۶. توجه همزمان بر کارکرد زیباشناختی و کاربردی پوشاک با اولویت بخشی به تامین نیاز مصرف کننده و پایداری پوشاک (اتخاذ نگاه کاربردی و نیاز محور).
۷. به رسمیت شناختن تنوع پوشش اقوام در ایران و توجه به ظرفیت های آن متناسب با ارزش های اسلامی
۸. برخورداری از نگاه مستقل، درون زا و خلاقانه در مد لباس و سبک پوشش در برابر نگاه تقلیدی و وابسته
۹. اولویت بخشی به رویکرد حمایتگرانه و مشوقانه فرصت محور در ترویج سبک پوشش اسلامی و پرهیز از غلبه روش های تیبی و آمرانه
۱۰. آینده نگری، رویکرد بلند مدت و تدریجی در برابر رویکرد کوتاه مدت و مقطعی در سبک سازی پوشش اسلامی ایرانی
۱۱. نگاه فرایندی، شبکه ای و منظومه ای به سبک پوشش در برابر نگاه بخشی و تفکیکی (جزئی)
۱۲. لزوم اهتمام به رویکرد مبتنی بر شناخت و ایجاد ارزش افزوده (چه از حیث مادی و چه از حیث معنوی و فرهنگی) در حوزه پوشاک در مقابل خام فروشی
۱۳. تمرکز بر تبیین، هدایت و کنترل سبک پوشش به عنوان هسته مرکزی صنعت پوشاک و تنظیم جهت گیری اجزاء منظومه بر مبنای آن
۱۴. توجه به سامان بخشی دو لایه اصلی «نظام ها و رویه ها» و «راهبردها» در اتصال کارآمد هسته مرکزی با اجزاء صنعت پوشاک
۱۵. توجه به اصل رقابت پذیری برای پیشرفت صنعت و سبک پوشش اسلامی ایرانی

۱۶. گفتگومداری و تصمیم گیری مشارکتی در سیاستگذاری و راهبردی منظومه ای سبک پوشش اسلامی

ایرانی

ارزش ها:

۱. هویت مندی پوشش و تجلی وحدت در کثرت در برابر تکثر بی قاعده و ساختارشکن
۲. حساسیت، پاسخگویی و مسئولیت پذیری اجتماعی
۳. سبک پوشش حیاورزانه و عقیفانه در برابر سبک پوشش خودنمایانه و جلوه گرانه
۴. رعایت عرف جامعه اسلامی (تمایز مبتنی بر عرف مسلمین و مبین هویت اسلامی)
۵. ارزشمندی کارکرد پوشاک در مصرف متعادل و حقیقی به جای مصرف متظاهرانه (و تجمل گرایی) مبتنی بر ارزش مصرف
۶. رجحان بخشی به کارکرد پوشانندگی لباس در برابر آشکارسازی اندام انسانی (بدن نمایی و جلوه گری جنسی) با اصالت بخشیدن به زیبایی شناسی طراحی الگو، طرح و نقش لباس
۷. حفظ جنسیت و التزام به هنجارهای جنسی (تفاوت های زن و مرد) در لباس
۸. سبک پوشش مقوم استقلال فرهنگی، اقتدار و عزت مندی ملی
۹. خلاقیت و نوآوری مبتنی بر فرهنگ دینی و ملی در برابر مدهای وارداتی
۱۰. اندیشه ورزی، علم محوری و تخصص گرایی در حوزه لباس
۱۱. کار گروهی، هم افزایی و هم گرایی در منظومه سبک پوشش اسلامی ایرانی

بخش دوم: اهداف

بلند مدت (۵ تا ۱۰ سال)

شکل گیری فرایند درونزای اسلامی ایرانی مد لباس در کشور و تصاحب بیش از ۶۰ درصدی بازارهای داخلی به وسیله برندها (ویژند) های صاحب سبک ایرانی و دستیابی به موقعیتی ممتاز و پیشرو در خلاقیت، نوآوری و الگو بخشی در سبک پوشش اسلامی با اعتلای منزلت ایرانیان در پوشش متمایز و ممتاز ایرانی به عنوان سبکی الهام بخش برای مردم منطقه و جهان.

میان مدت (۳ تا ۵ سال)

۱. برخورداری از برندها (ویژند) های پیش رو، جریان ساز و هویت بخش اسلامی ایرانی در حوزه پوشاک و فعال شدن هدفمند اجزاء زنجیره ارزش پوشاک اسلامی ایرانی با وحدت و همگرایی هرچه بیشتر میان آنها

۲. احیاء موارث تمدنی و سنن ملی و قومی در سبک پوشش مبتنی بر اصول وحدت بخش اسلامی، شکل‌گیری تصویری مثبت و پذیرش حداکثری سبک‌های اسلامی ایرانی پوشش در جامعه و افزایش تقاضا برای آن
۳. نهادینه شدن قواعد و استانداردهای روشن و متمایز در حوزه سبک پوشش مبتنی بر اصول مبنای اسلامی ایرانی (سبک پوشش عقیقانه) در مقابل حاکمیت مطلق قواعد مرسوم و متداول و جهانی و افزایش سهم حضور و مشارکت ایران در جشنواره‌ها و بازارهای پوشاک منطقه‌ای و جهانی
۴. دستیابی به حکمرانی شایسته ملی در حوزه پوشاک اسلامی ایرانی و شکل‌گیری نظام هماهنگ و هم‌افزای مدیریت و پشتیبانی فرهنگی و اقتصادی آن

کوتاه مدت (۱ تا ۲ سال)

۱. بهره‌مندی از نظام تحقیق و توسعه دانش بنیان هدفمند و راهگشا در نسبت با مسائل عینی و انضمامی حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی
۲. برخورداری از شبکه‌های قدرتمند و پیشرفته علم، فناوری و نوآوری در حوزه مد لباس اسلامی ایرانی
۳. بهره‌مندی از نظام خلاق طراحی مبتنی بر سبک متمایز ایرانی برای برند(ویژند)های صاحب سبک ایرانی
۴. دستیابی به ظرفیت تولید پوشاک ایرانی با کیفیت و قیمت رقابتی در سطح جهانی
۵. رشد سطح سواد فرهنگی پوشش در جامعه در بعد عمومی و تخصصی
۶. غلبه الگوهای اسلامی ایرانی پوشش در فضای بصری زندگی روزمره مردم در جامعه ایران
۷. برخورداری از نظام رسانه‌ای و تبلیغاتی منسجم و هماهنگ با قدرت اقناع‌سازی و تصویرسازی مثبت از سبک پوشش اسلامی ایرانی و برند(ویژند)های پیشرو در این حوزه
۸. فعال شدن ظرفیت‌های متنوع قومی و جغرافیایی ایران اسلامی در طراحی و تجاری‌سازی پوشاک اسلامی ایرانی
۹. شکل‌گیری گفتمان مشترک میان بازیگران اصلی و محوری حوزه پوشاک حول ادبیات و شاخص‌های اسلامی ایرانی پوشش (پذیرش شاخص‌های سبک پوشش اسلامی ایرانی در میان کنش‌گران اصلی این حوزه)

۱۰. برخورداری از دیپلماسی مؤثر فرهنگی، هنری و تجاری با کنش‌گران بین‌المللی حوزه پوشاک چه در سطح حکمرانی و چه در سطح انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی مردمی به منظور معرفی و ترویج سبک پوشش اسلامی ایرانی در خارج از کشور
۱۱. دستیابی به نظام خرده‌فروشی توانمند برای عرضه پوشاک اسلامی ایرانی به ویژه برند(ویژند)های صاحب سبک در بازارهای داخلی و خارجی و دسترسی آسان مصرف‌کنندگان به ویژه مصرف‌کنندگان داخلی به پوشاک اسلامی ایرانی.
۱۲. برخورداری از نظام هوشمند تولید یا واردات مواد اولیه معطوف به اقتضائات سبک متمایز اسلامی ایرانی
۱۳. برخورداری از نظام آموزشی و تربیتی بومی، روزآمد و پویا در چارچوب مبانی و اصول اسلامی ایرانی پوشش در نسبت کاربردی با صنعت پوشاک.
۱۴. شکل‌گیری قدرتمند اقتصاد سیاسی سبک پوشش اسلامی ایرانی در کشور و تضمین سودآوری فعالیت در حوزه پوشاک اسلامی ایرانی بر اساس سیاست‌های نظام اسلامی
۱۵. هماهنگی و افزایش سیاست‌ها، رویه‌ها و اقدامات نهادهای ذی‌ربط با ضرورت‌ها، اولویت‌ها و سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران در سامان بخشی و پیشبرد سبک پوشش اسلامی ایرانی

بخش سوم: مسائل

مسئله کلان

حضور فعال و بلامنازع سبک پوشش غربی در جامعه بخاطر مغفول ماندن سبک متمایز و ممتاز اسلامی ایرانی در هر دو ساحت تبیین نظری و نمونه‌پردازی‌های عینی

ابعاد مسئله کلان

• عقب ماندگی آموزشی و خلأ شناختی و مهارتی:

- خلأ نظام نظری و پشتوانه فکری منسجم و واحد برای تبیین سبک پوشش اسلامی ایرانی، ابهام و پراکندگی در شناخت شاخص‌ها، مفاهیم، استانداردها و مصادیق سبک اسلامی ایرانی پوشش و فقدان گفتمان مشترک میان فعالان و سیاستگذاران این حوزه
- نبود شناخت کافی از مناسبات واقعی صنعت پوشاک و در نتیجه اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی بر اساس تعاریف نادرست از این مناسبات (عدم درک ماهیت فرهنگی

هویت‌ساز و منزلت‌آفرین لباس، ساختار منظومه‌ای و خلاقیت محور صنعت پوشاک در جغرافیای تجارت جهانی و رقابت‌پذیری آن)

- فقر سواد فرهنگی عمومی و تخصصی پوشش در جامعه
- ضعف نظام آموزشی، خلأ کادرسازی و نبود نظام مناسب و روزآمد تربیت نیروی متخصص در نسبت با منابع سه‌گانه هویت اسلامی ایرانی (اصول وحدت بخش اسلامی، جغرافیای فرهنگی ایران و استانداردهای حرفه‌ای جهانی) و همچنین فقدان آموزش‌های مکمل کاربردی و کوتاه مدت (خصوصاً آموزش حین فعالیت) تخصصی
- نبود نظام پژوهشی و مطالعاتی-آماري منسجم در سطح ملی و خلأ مطالعات و پژوهش‌های نظام‌مند پشتیبان به ویژه مطالعات روند پژوهی و آینده پژوهی پوشاک

● وابستگی، نگاه به بیرون و بی‌توجهی به ظرفیت‌های بومی:

- ضعف خلاقیت و نوآوری در طراحی الگو و غلبه کپی‌برداری و تقلید از الگوهای پرفروش وارداتی
- گسست میان اجزاء مختلف زنجیره ارزش پوشاک و عدم هماهنگی میان آن‌ها (فقدان فعالیت هدفمند و نظام‌مند محقق، طراح، تولیدکننده، بازاریاب و توزیع‌کننده ذیل اصول روشن)
- پراکندگی و عدم انسجام در سطوح و شئون مختلف سیاستگذاری، اجرایی و عملیاتی اثرگذار بر صنعت پوشاک
- ضعف دیپلماسی و فقدان حضور اثربخش در مناسبات بین‌المللی حوزه پوشاک و بی‌توجهی به کنش‌ها و واکنش‌های صنعت پوشاک ایران در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی
- ضعف نظام تبلیغاتی و رسانه‌ای سبک پوشش اسلامی ایرانی و تأثیر از فضای بین‌المللی در نمایش (تبلیغات و بازنمایی رسانه‌ای) و عرضه میدانی الگوها در ساحت اجتماع (غلبه سبک‌های وارداتی در فضای بصری جامعه)
- فقدان برند(ویژند)های صاحب سبک اسلامی ایرانی در حوزه پوشاک

● ضعف اقتصاد سیاسی سبک پوشش اسلامی ایرانی:

- تصدی‌گری، سیاست‌های محدودیت‌آفرین دولت و خلأ تسهیلات حمایتی و تشویقی
- پیش‌برنده و هوشمندانه در زنجیره تأمین پوشاک اسلامی ایرانی بر اساس شاخص‌ها و

مطلوبیت‌های فرهنگ اسلامی ایرانی (عدم امنیت اقتصادی طراح، تولید کننده و سرمایه گذار)

○ موانع قانونی پیش روی فعالیت و پیشرفت صنعت پوشاک ایران (از قوانین کار و تأمین اجتماعی تا قوانین و موانع پیش‌روی واردات و تأمین ماشین‌آلات و مواد اولیه، از قوانین مالی و مالیاتی تا قوانین و موانع فعالیت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای، از قوانین مربوط به اخذ مجوز فعالیت تا قوانین صیانت و حمایت از مالکیت معنوی و ...)

○ فقدان عزم و مدیریت هماهنگ حاکمیتی در سامان بخشی و پیشبرد سبک پوشش اسلامی ایرانی و عدم هماهنگی سیاست‌ها و رویه‌ها با ضرورت‌ها، اولویت‌ها و سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران در سطح ملی و بین‌المللی و متعاقباً نبود استراتژی سیستم‌ها و مکانیزم‌های کارآمد برای نظام‌سازی، زنجیره‌سازی و فعالیت هدفمند در جهت پیشرفت صنعت پوشاک ایران و گرایش به سبک پوشش اسلامی ایرانی

○ ضعف زیرساختی تولید و خلأ برخورداری از تجهیزات روز حوزه پوشاک:

▪ چالش و ضعف جدی در تأمین نظام‌مند و قابل برنامه‌ریزی مواد اولیه و ماشین‌آلات

▪ کند بودن چرخه تولید و موانع متعدد پیش روی تسریع روند و چرخه تولید و تجارت

○ غلبه نگاه امنیتی و سلبی به صنعت پوشاک و فقدان نگاه کاربردی و عدم اولویت

پاسخگویی به نیازهای مصرف‌کننده در سیاست‌های جاری

بخش چهارم: سیاست‌ها

۱. زمینه سازی برای شکل‌گیری و تقویت برند(ویژند)های صاحب سبک پوشاک اسلامی ایرانی؛
۲. ارتقای دانش پایه و توسعه شبکه های علم، فناوری و نوآوری در حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی و تمهید حمایت‌های مقتضی از خلاقیت و نوآوری در این حوزه؛
۳. زمینه سازی برای افزایش سواد عمومی و تخصصی سبک پوشش در جامعه؛
۴. بروزرسانی نظام آموزشی و تربیتی حوزه نساجی و پوشاک با نظر به سه ضلع اصلی هویت اسلامی ایرانی (اسلام، جغرافیای ایران و مناسبات نوین جهانی) به منظور ایجاد زمینه کادرسازی موفق در این حوزه؛

۵. زمینه سازی برای شکل گیری گفتمان مشترک در حوزه شاخص‌های اسلامی ایرانی پوشش و استاندارد سازی این حوزه؛
۶. فراهم نمودن زمینه گسترش پژوهش‌های بنیادین و کاربردی در نسبت با مسائل عینی و انضمامی حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی ناظر به پیشینه تاریخی، حال و آینده ایران اسلامی؛
۷. تقویت ساز و کارهای پیشگیرانه و کنترلی در ساختارهای تربیتی جامعه به منظور پیشگیری از گرایش به سبک‌های وارداتی و نابهنجار پوشش بدن؛
۸. توسعه توان مدیریتی برای صاحب‌بازارهای منطقه‌ای و جهانی به پشتوانه یک بازار تثبیت شده ملی برای پوشاک ایرانی؛
۹. جلب مشارکت و همکاری کشورهای مستعد در چارچوب یک نظم نوین تجاری اقتصادی با محوریت سبک تمدنی جهل‌شمول اسلامی؛
۱۰. جریان‌سازی اجتماعی و بازاریابی برای سبک اسلامی ایرانی پوشش (کنش‌گری فعال و الهام بخش در تبلیغ و الگوسازی سبک پوشش اسلامی ایرانی و تصویر سازی مثبت از آن در مقابل انفعال در برابر هجوم تبلیغاتی غرب)؛
۱۱. لزوم ساماندهی فضای تبلیغی ترویجی در جهت پوشش حداکثری جلوه‌های سبک پوشش اسلامی ایرانی در رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی و به ویژه رسانه‌های محیطی (تبلیغات شهری و ویرین‌ها) و متعاقباً غلبه هر چه بیشتر مظاهر عینی آن در سطح جامعه؛
۱۲. شکل دادن و سامان‌بخشی به منظومه و چرخه پوشاک ایرانی حول محور اسلوب اسلامی ایرانی پوشش معطوف به تأمین نیاز بازار ۸۰ میلیون نفری ایران و نیز بازارهای مستعد منطقه‌ای و جهانی؛
۱۳. فعال سازی ظرفیت انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی مردم نهاد در حوزه مد لباس در تصمیم‌سازی و پیشبرد سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی در این حوزه؛
۱۴. زمینه‌سازی برای تحکیم و تقویت اقتصاد سیاسی الگوهای اسلامی ایرانی پوشش و تأمین امنیت اقتصادی سرمایه گذاری در حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی؛
۱۵. تعدیل بروکراسی‌های سازمانی و روان سازی فرایندهای اداری ویژه فعالان و تولیدکنندگان پوشاک اسلامی ایرانی؛
۱۶. تقویت زیرساخت‌های فنی و امکانات حرفه‌ای و رفع موانع تولید در حوزه پوشاک اسلامی ایرانی با تمرکز بر ظرفیت‌های ایجاد ارزش افزوده؛

۱۷. سازمان‌دهی هوشمند نظام صادرات و واردات پوشاک و مواد اولیه آن مبتنی بر ظرفیت‌ها و فرصت-های زنجیره ارزش احصاء شده در پوشاک اسلامی ایرانی (شفافیت نظام مبادله در حوزه پوشاک)؛
۱۸. زمینه سازی حذف قاچاق پوشاک با از بین بردن صرفه اقتصادی و افزایش هزینه های آن؛
۱۹. توجه به ابعاد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دیپلماسی مد در مناسبات بین المللی به ویژه تقویت دیپلماسی فرهنگی و گسترش ارتباطات میان فرهنگی در حوزه پوشاک مبتنی بر سبک پوشش اسلامی ایرانی.

بخش پنجم: اقدامات

۱. ایجاد فضاهایی برای شکل‌گیری و تقویت ارتباطات و تعاملات اجزاء مختلف چرخه مد لباس اسلامی ایرانی (از طراحی تا تولید، توزیع و بازاریابی و فروش) در قالب نمایشگاه‌ها، انجمن‌ها، جشنواره‌ها، رویدادها، همایش‌های تخصصی و سایر ساز و کارهای مقتضی؛
۲. برگزاری دوره های معرفت افزایی و مهارت افزایی در تقویت سواد عمومی، تخصصی و تحلیل انتقادی سبک پوشش غربی؛
۳. ایجاد مراکز استعدادیابی، رشد، خلاقیت و نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی؛
۴. نظارت بر کیفیت بازنمایی سبک پوشش بانوان و آقایان در رسانه‌های داخلی (اعم از رسانه‌های جمعی و اجتماعی) به ویژه تبلیغات تجاری و همچنین نظارت بر چگونگی ارائه الگوهای پوشش بانوان و آقایان در تبلیغات محیطی و ویرین فروشگاه‌ها از حیث تناسب آن با شاخص‌های عقیفانه اسلامی ایرانی پوشش؛
۵. ایجاد فضای تبلیغ و نمایش برند(ویژند)های داخلی و تسهیل حضور ایشان در سطح رسانه های جمعی، اجتماعی و محیطی از طریق کاهش هزینه های تبلیغات و اختصاص فضای مطلوب برای ایشان ضمن جلوگیری از تبلیغات برند(ویژند)های خارجی (با لحاظ شاخص ها و معیارهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلاقیت در سبک و طرح)
۶. اختصاص تسهیلات لازم برای حمایت از برند(ویژند)های شناخته شده فرا ملی و معتبر داخلی به منظور ورود به حوزه پوشاک اسلامی (رفع یا کاهش مالیات، خدمات بیمه، اعطای وام، فراهم آوردن زیرساخت های لازم فنی، تأمین هدفمند ارز پشتیبان، رفع محدودیت های قانونی و تسهیل فرایند اخذ مجوزهای قانونی و...)

۷. تنظیم و تصویب قوانین و مقررات مقتضی در تسهیل و حذف بروکراسی های زائد و همگرایی، هدفمندسازی و هوشمندسازی فرایندهای اداری پشتیبان صنعت پوشاک اسلامی ایرانی (از جمله امور تولیدی، امور گمرکی تا خدمات بیمه و امور مالیاتی)؛

۸. تهیه دستورالعمل اجرایی و پیگیری اجرای الزام به نصب برچسب کالاهای پوشاکی (لیبلینگ) در بازار کشور، جهت جلوگیری از عرضه کالای غیرمجاز و یا بدون تطابق با برچسب و نشان تجاری کالا و حفظ حقوق و آگاهی مصرف کنندگان.

۹. تهیه و تأمین پارچه و لباس کلیه کارکنان از تولیدکنندگان اسلامی ایرانی پوشاک به ویژه نشانها و ویژگیهای صاحب سبک در پوشاک اسلامی ایرانی ضمن ایجاد فضای رقابتی از طریق شاخص گذاری کیفیت، نوآوری، کارایی و تناسب با معیارهای اسلامی ایرانی؛

۱۰. تهیه دستورالعمل اجرایی و پیگیری اجرای الزام به نصب برچسب کالاهای پوشاکی (لیبلینگ) در بازار کشور، جهت جلوگیری از عرضه کالای غیرمجاز و یا بدون تطابق با برچسب و نشان تجاری کالا و حفظ حقوق و آگاهی مصرف کنندگان.

۱۱. نظارت و پایش پیوسته رعایت حجاب و موازین شرعی پوشش به ویژه پوشیدگی کامل لباس بانوان در نهادها و مجموعه های رسمی حاکمیتی و دولتی به ویژه مجموعه هایی که روزانه در تعامل حداکثری با اقشار مختلف جامعه هستند؛ مثل بانک ها، بیمه ها، مراکز خدماتی رفاهی دولتی و..... و اتخاذ اقدامات تشویقی و تنبیهی مقتضی در این مجموعه ها.

بخش ششم: فعالیت های اجرایی

۱. برگزاری نمایشگاه ها، جشنواره ها، رویدادها، همایش های تخصصی پوشش اسلامی - ایرانی

۲. حمایت از تشکیل انجمن ها، تشکلهای و مجامع صنفی

۳. آموزش قواعد و اصول خرید و مصرف پوشش عقیفانه در مدارس و مهدکودک ها

۴. تحلیل انتقادی سبک پوشش غربی

۵. ایجاد مراکز استعدادیابی، رشد، خلاقیت و نوآوری و شتاب دهنده های تخصصی در حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی؛

۶. انجام تحقیقات بازار و پایش مستمر روند تغییر سلیقه و ترجیحات مصرف پوشش بیرونی اسلامی ایرانی

۷. انجام تحقیقات مستمر در مورد روش‌های ذائقه‌سازی، جهت بخشی و هدایت نظام علائق و ترجیحات پوشش بیرونی مصرف‌کنندگان ایرانی
۸. نظارت بر کیفیت بازنمایی سبک پوشش بانوان و آقایان در رسانه‌های داخلی (اعم از رسانه‌های جمعی و اجتماعی) و محیطی به ویژه تبلیغات تجاری و ویتترین فروشگاه‌ها از حیث تناسب آن با شاخص‌های عیفانه اسلامی ایرانی پوشش (با لحاظ شاخص‌ها و معیارهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلاقیت در سبک و طرح)
۹. کاهش هزینه‌های تبلیغات برند (ویژند)های داخلی در سطح رسانه‌های جمعی، اجتماعی و محیطی (با لحاظ شاخص‌ها و معیارهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلاقیت در سبک و طرح)
۱۰. جلوگیری از تبلیغات برند (ویژند)های خارجی در سطح رسانه‌های جمعی، اجتماعی و محیطی (با لحاظ شاخص‌ها و معیارهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلاقیت در سبک و طرح)
۱۱. اختصاص فضای مطلوب تبلیغ و نمایش برند (ویژند)های داخلی در سطح رسانه‌های جمعی، اجتماعی و محیطی (با لحاظ شاخص‌ها و معیارهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلاقیت در سبک و طرح)
۱۲. اختصاص تسهیلات گمرکی و مالیاتی و قانونی برای واردات، تولید و عرضه پوشاک اسلامی
۱۳. دشوار کردن واردات، تولید و عرضه پوشاک غیراسلامی با استفاده از سازوکارهای گمرکی، مالیاتی، قانونی
۱۴. تهیه و تأمین پارچه و لباس کلیه کارکنان از تولیدکنندگان اسلامی ایرانی پوشاک به ویژه نشان‌ها و ویژگی‌های صاحب سبک در پوشاک اسلامی ایرانی ضمن ایجاد فضای رقابتی از طریق شاخص‌گذاری کیفیت، نوآوری، کارایی و تناسب با معیارهای اسلامی ایرانی؛

بخش هفتم: الزامات اجرایی

- ۱- مسئولیت اجرایی سازی سند ملی مد ولباس بر عهده کمیته تخصصی سند است. ریاست این ستاد برعهده وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا قائم مقام ایشان است و اعضای حقوقی این کمیته عبارتند از: دبیر شورای فرهنگ عمومی، معاون هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دو نماینده از ستاد راهبری اجرای نقشه مهندسی فرهنگی کشور به انتخاب دبیر ستاد، نماینده شورای فرهنگی اجتماعی زنان شورای عالی انقلاب فرهنگی، نماینده شورای حوزوی شورای عالی انقلاب فرهنگی، نماینده کمیسیون فرهنگی مجلس شورای

اسلامی، نماینده وزارتخانه های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری، کار و تعاون اجتماعی، کشور، اقتصاد و دارایی، نماینده معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور، نماینده سازمان صدا و سیما، معاون تجارت و خدمات وزارت صمت، مدیر کل منسوجات و پوشاک وزارت صمت، نماینده اتاق اصناف ایران در حوزه پوشاک، رئیس انجمن صنایع نساجی ایران و رئیس انجمن طراحان. و اعضای حقیقی آن عبارتند از: یک نفر از اساتید دانشگاه، دو نفر از فعالان فرهنگی و هنری حوزه طراحی لباس و ترویج عفاف و حجاب و یک نفر از فعالان صنفی اقتصادی پوشاک.

تبصره ۱- دبیرخانه کارگروه در شورای فرهنگ عمومی مستقر می باشد.

تبصره ۲- اعضای حقیقی با انتخاب و حکم رئیس کارگروه تعیین می شوند.

۳- کمیته تخصصی مسئول رصد مداوم وضعیت مد و لباس و پیگیری اجرا و نظارت بر حسن اجرای برنامه های اجرایی مصوب ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور، کارکرد سنجی دستگاه ها و ارزیابی میزان اثربخشی برنامه ها در جهت اهداف این سند است.

تبصره- این کمیته، سالیانه گزارش اجرای برنامه های اجرایی و اثربخشی آنها را با همکاری سازمان برنامه و بودجه کشور، سازمان امور اداری و استخدامی کشور و سایر دستگاه های مسئول تهیه و به ستاد فرهنگی اجتماعی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه می نماید.

۴- کمیته تخصصی مسئول روزآمدسازی سند است. این کمیته حداکثر هر پنج سال یکبار سند را روزآمد نموده، برای تصویب در ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور به ستاد فرهنگی اجتماعی دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی ارسال می نماید.

۵- سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است بودجه مورد نیاز برای اجرای این مصوبه را در سقف بودجه سنواری دستگاه های مجری و بر اساس برنامه های اجرایی به تفکیک سال تأمین کند.

۶- همه دستگاه ها و مجمرعه های ذی ربط موظفند در وظایف، برنامه ها و بودجه سالیانه خود پیش-بینی های لازم را به منظور اجرای سند و مصوبات کمیته تخصصی پیش بینی نمایند.

۷- کلیه دستگاه های دولتی و حاکمیتی که توسط کمیته تخصصی تعیین می شوند، موظف هستند ظرف مدت ۲ ماه پس از تصویب و ابلاغ سند، آیین نامه های اجرایی داخلی خود را در نسبت با پیشبرد هدفمند این سند با توجه به جایگاه و مأموریت خود در منظومه مسوولین اصلی عرصه حکمرانی و عرصه مردمی

سبک پوشش اسلامی ایرانی، تنظیم نموده و به تأیید و تصویب کمیته تخصصی برسانند. همچنین هر ۶ ماه یکبار گزارش عملکرد خود را به این کمیته تخصصی ارائه دهند.

تبصره- در تمام فعالیت‌ها توجه به ظرفیت مجموعه‌های مردمی و حمایت کافی و بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت جبهه مردمی فعال در حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی ضرورت دارد.

۸- به منظور رفع خلأهای قانونی در پیشبرد مفاد سند حاضر، کمیته تخصصی موظف است ظرف مدت ۶ ماه از ابلاغ این سند با همکاری دستگاه‌های مسئول و نیز مجموعه‌های مردمی مرتبط (به ویژه در قالب اصناف، اتحادیه‌ها و انجمن‌ها)، ویرایش جدید قانون ساماندهی مد لباس را مطابق با سند را، تدوین نموده و به تصویب مجلس برساند.

جدول تکلیف نهادهای برنامه های اجرایی سند ملی مد و لباس

ردیف	شرح فعالیت	نوع فعالیت	مکان	زمان	بهره	ملاحظات	مسئول	تاریخ	ملاحظات	نوع فعالیت	مکان	زمان	بهره	ملاحظات	مسئول	تاریخ	ملاحظات	
1	برگزاری نمایشگاه، جشنواره، روپردها، حبایش های تخصصی پوشش اسلامی - ایرانی	روپردها، حبایش "الگوها و طرح های مورد استفاده"	انزردن سنجه روپردها به سنجه	---	---	---	---	---	---	روپردها	---	---	---	---	---	---	---	
2	حبایش از تنگن انجمن ها، تنگن ها و مجامع صنفی	انجمن - تنگن جمع	انزردن انجمن، تنگن و مجامع صنفی به سنجه "الگوها و طرح های مورد استفاده"	---	---	---	---	---	---	انجمن - تنگن جمع	---	---	---	---	---	---	---	
3	آموزش قواعد و اصول خرید و مصرف پوشش عتیقه در مدارس و مهدکودک ها	نسیب مستزای تولید و بازرگاری	شده در کتب درسی در زمینه تربیت ملی و مهارت های ایرانی اسلامی و مهارت های اجتهاد به کل حرفه های مدرسه	---	---	---	---	---	---	برنامه ناسن و روز آمد نمودن مستزای کتب و بسته های آموزشی، آبیخته و ترکیب مبتنی بر ساختارهای 6 گانه یاددهی - یادگیری دانش آموزان و تربیت معلم دوره های تحصیلی اعم از کتب و چند رسانه های با رویکرد چندتالیسی و گسترش خدمات موزه ای	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	آموزش و پرورش	---	---	---	---	---	
4	تحلیل انتقادی سبک پوشش غربی	کاهش آسیب های اجتهادی دانشگاهیان دانشجو به تبعات علمی	---	---	---	---	---	---	---	فناوریهای فرهنگی و اجتهادی (دانشگاه) اسلامی	وزارت علوم	---	---	---	---	---	---	
5	تحلیل انتقادی سبک پوشش غربی	توانمند سازی دیرین و فعالان کانونهای علمی و حیات علمی دانشجو به تبعات مشاوره به دانشجوین	---	---	---	---	---	---	---	برنامه ارائه خدمات رفاهی، فرهنگی، ورزشی و فوق برنامه دانشجوین	وزارت بهداشت	---	---	---	---	---	---	
6	آموزش قواعد و اصول خرید و مصرف پوشش عتیقه تحلیل انتقادی سبک پوشش غربی	ساعت برنامه با پیش از ۵۰ درصد مخاطب و ۷۵ درصد رضایت	---	---	---	---	---	---	---	هدایت فرهنگی از طریق تولید و پخش برنامه	صدا و سیما	---	---	---	---	---	---	
7	ایجاد مراکز استعدادی، رشد، خلاقت و نوآوری و شابنده های تخصصی در حوزه سبک پوشش اسلامی ایرانی	انزردن سنجه مرکز به سنجه "الگوها و طرح های مورد استفاده"	---	---	---	---	---	---	---	برنامه حبایش از طراحی، الگوسازی، تولید و نظارت بر عرضه مد و لباس	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	---	---	---	---	---	---	---
8	انجام تحقیقات بازار و پایش مستمر روند تغییر سلازین و ترجیحات مصرف پوشش بیرونی اسلامی ایرانی	---	---	---	---	---	---	---	---	برنامه پژوهش های علمی، کاربردی	---	---	---	---	---	---	---	---

ردیف	شرح اقدام	مورد مورد نیاز	تاریخ انجام	مکان	برنامه	دستگاه	اقدام
	انجام تحقیقات مستمر در مورد روش‌های نانقلماسازی، جهت پختن و هدایت نظام ملایق و ترجمینات پوشش بیرون مصرف کنندگان ایرانی	—			حسبیت از پژوهش‌های علمی، علمی و کاربردی		
	نظارت بر کیفیت بازنمایی سبک پوشش بانوان و آقایان در رسانه‌های داخلی (اهم) و ویژه رسانه‌های جمعی و اجناسی، به ویژه تبلیغات تجاری	—			برنامه روزی، راهبردی و نظارت بر فعالیت‌های فرهنگی و هنری	وزارت فرهنگ و ارشاد	نظارت بر کیفیت بازنمایی سبک پوشش بانوان و آقایان در رسانه‌های داخلی (اهم) از رسانه‌های جمعی و اجناسی، به ویژه تبلیغات تجاری و همچنین نظارت بر چگونگی ارائه الگوهای پوشش بانوان و آقایان در تبلیغات محیطی و بهترین فروشگاهها از حیث تناسب آن با شاخص‌های عقیده اسلامی ایرانی، پوشش
	نظارت بر چگونگی ارائه الگوهای پوشش بانوان و آقایان در تبلیغات محیطی و بهترین فروشگاهها از حیث تناسب آن با شاخص‌های عقیده اسلامی ایرانی، پوشش	—			ساعت برنامه با پیش از ۵۰ درصد مخاطب و ۷۵ درصد رضایت	مدارس و مساجد	
	نظارت بر چگونگی ارائه الگوهای پوشش بانوان و آقایان در تبلیغات محیطی و بهترین فروشگاهها از حیث تناسب آن با شاخص‌های عقیده اسلامی ایرانی، پوشش	—			میزان کاهش آسیب‌های اجناسی	وزارت کشور	
	احتماس فضای مطلوب تبلیغ و نمایش برند(یزند)های داخلی در سطح رسانه جمعی، اجناسی (با لحاظ شاخص ما و سایرهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلافت در سبک و طرح)	انزود سنج تبلیغ به سنج الگوها و طرح‌های مورد حساسیت			برنامه کنترل و کاهش آسیب‌های اجناسی	وزارت فرهنگ و ارشاد	ایجاد فضای تبلیغ و نمایش برند(یزند)های داخلی در سطح رسانه جمعی، اجناسی و محیطی از طریق کاهش هزینه‌های تبلیغات و اختصاص فضای مطلوب برای ایشان ضمن جلوگیری از تبلیغات برند(یزند)های خارجی در سطح رسانه‌های جمعی، اجناسی (با لحاظ شاخص ما و سایرهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلافت در سبک و طرح)
	احتماس فضای مطلوب تبلیغ و نمایش برند(یزند)های داخلی در سطح رسانه جمعی، اجناسی (با لحاظ شاخص ما و سایرهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلافت در سبک و طرح)	—			میزان کاهش آسیب‌های اجناسی	وزارت کشور	ایجاد فضای تبلیغ و نمایش برند(یزند)های داخلی در سطح رسانه جمعی، اجناسی و محیطی از طریق کاهش هزینه‌های تبلیغات و اختصاص فضای مطلوب برای ایشان ضمن جلوگیری از تبلیغات برند(یزند)های خارجی (با لحاظ شاخص ما و سایرهای کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلافت در سبک و طرح)

موضوع	تاریخ تصویب	قانون دوازدهم	شرح	برنامه	دستگاه	اقدام
اسلامی ایرانی در پوشش و خلایف در سبک و طرح) کاهش هزینه های تبلیغات برند (وزیراندهای داخلی در سطح محیطی (با لحاظ شاخص ها و سیاره های کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلایف در سبک و طرح) جلوگیری از تبلیغات برند (وزیراندهای خارجی در سطح محیطی (با لحاظ شاخص ها و سیاره های کلی اسلامی ایرانی در پوشش و خلایف در سبک و طرح)						
اختصاص تسهیلات گمرکی و مالیاتی و قانونی برای واردات، تولید و عرضه پوشاک اسلامی			افزودن لایحه، بخشنامه، آیین نامه، دستورالعمل به سنجه "نظارت بر دستگاه تابعه"	برنامه برنامه ریزی، راهبری و نظارت	وزارت صنعت	اختصاص تسهیلات لازم برای حمایت از برند (وزیراندهای شناخته شده فراملی و سنتز داخلی به منظور ورود به حوزه پوشاک اسلامی (رفع یا کاهش مالیات، خدمات پسته، اعطای وام، فراموش آوردن زیر ساخت های لازم فنی، تأمین هدفمند ارز پشتیبان، رفع محدودیت های قانونی و تسهیل فرایند اخذ مجوزهای قانونی و...) تنظیم و تصویب قوانین و مقررات متناسب در تسهیل و حذف بروکراسی های زائد و همگرایی، هدفمندسازی و هدفمندسازی فرایند های اداری پشتیبان صنعت پوشاک اسلامی ایرانی (از حلقه امور تولیدی، امور گمرکی تا خدمات پسته و امور مالیاتی) تیم دستورالعمل احرام و سبک، احرام الزام به نصب برچسب کالاهای پوشاک (لیبلینگ) در بازار کشور، جهت جلوگیری از عرضه کالای غیر مجاز و یا بدون تظان با برچسب و نشان تجاری کالا و حفظ حقوق و آگاهی مصرف کنندگان.
تعیین و تأمین پارچه و لباس کلیه کارکنان از تولید کنندگان ایرانی پوشاک به ویژه نشانها و وزیراندهای صاحب سبک در پوشاک اسلامی ایرانی ضمن ایجاد فضای رقابتی از طریق شاخص گذاری کیفیت، نوآوری، کارایی و تناسب با سیاره های اسلامی ایرانی)			افزودن لایحه، بخشنامه، آیین نامه، دستورالعمل به سنجه "طرح تنگ"	برنامه توسعه مدیریت، سرمایه انسانی و راهبری کارکنان ارزیابی مدیران دولتی بر سبک شایسته سالاری	سازمان امور اداری و استخدامی	تعیین و تأمین پارچه و لباس کلیه کارکنان از تولید کنندگان ایرانی پوشاک به ویژه نشانها و وزیراندهای صاحب سبک در پوشاک اسلامی ایرانی ضمن ایجاد فضای رقابتی از طریق شاخص گذاری کیفیت، نوآوری، کارایی و تناسب با سیاره های اسلامی ایرانی)

ردیف	شماره	تاریخ	موضوع	قانون بودجه	نوع	رتبه	نکته	الهام
	۱۱۰۵	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۳	۱۳۸۲	ظرفیت اجزای	ظرفیت و پایش پوست و عیانت حساب و مرزین شرمی پوشش به ویژه پوشیدگی کامل لاس برون در نهادها و مجموعه های رسمی حاکمیتی و دولتی	ظرفیت و پایش پوست و عیانت حساب و مرزین شرمی پوشش به ویژه پوشیدگی کامل لاس برون در نهادها و مجموعه های رسمی حاکمیتی و دولتی که روزانه در تعامل حاکمیتی با انتشار مختلف جامعه مستنداً مثل بانک ها به ها، مراکز خدماتی دولتی دولتی و ... و ایجاد فعالیتات تفریحی و تسمی شخصی در این مجموعه ها