

مت گالا تجمل‌گرایی در برابر بحران‌های جهانی Costume Institute Gala

مراسم مت گالا، رویداد سالانه‌ای که با حضور ستارگان و لباس‌های خیره‌کننده به عنوان نقطه اوج دنیای مد شناخته می‌شود، هر ساله در موزه متروپولیتن نیویورک برگزار می‌گردد. این مراسم، که ظاهراً برای حمایت از هنر برگزار می‌شود، به دلیل شکوه و تجملش مورد توجه رسانه‌ها قرار می‌گیرد. اما در جهانی که با بحران‌های زیست‌محیطی، فقر گسترده و آسیب‌های صنعت فست‌فشن دست‌وپنجه نرم می‌کند، آیا چنین نمایش پرهزینه‌ای توجیه‌پذیر است؟ این مقاله با نگاهی انتقادی، مت گالا را در برابر نیازهای فوری جهان، به ویژه فست‌فشن و فقر، به چالش می‌کشد و خواستار تغییر در اولویت‌ها می‌شود.

+ فاجعه زیست‌محیطی فست‌فشن و نقش مت گالا
جهان درگیر بحران‌های زیست‌محیطی بی‌سابقه‌ای است: از آتش‌سوزی‌های گسترده در آمازون و استرالیا تا سیل‌های ویرانگر در پاکستان که در سال 2022 بیش از 33 میلیون نفر را آواره کرد. گزارش سازمان ملل در سال 2023 نشان می‌دهد که 3.3 میلیارد نفر در مناطق به شدت آسیب‌پذیر در برابر تغییرات اقلیمی زندگی می‌کنند. صنعت فست‌فشن، که برندهای حاضر در مت گالا مانند زارا، اچ‌اندام و ش‌Xin از آن سود می‌برند، مسئول 10 درصد از انتشار گازهای گلخانه‌ای جهان، 20 درصد از آلودگی آب‌ها و تولید 92 میلیون تن زباله نساجی در سال است. همچنین سفرهای هوایی خصوصی سلبریتی‌ها برای شرکت در این رویداد نیز به ردیای کربن قابل توجهی منجر می‌شود. لباس‌های مت گالا، اغلب از مواد غیرقابل بازیافت و با فرایندهای پرمصرف ساخته می‌شوند، به ترویج مد زودگذر و اتلاف منابع دامن می‌زنند. این مراسم، با نمایش این برندها، نه تنها به پایداری کمک نمی‌کند، بلکه فرهنگ مصرف‌گرایی را تقویت می‌کند. آیا چنین رویدادی در جهانی که نیازمند کاهش مصرف است، جایگاهی دارد؟

+ فقر جهانی و تضاد با تجمل مت گالا
در حالی که هزینه یک لباس در مت گالا می‌تواند به میلیون‌ها دلار برسد، فقر جهانی همچنان بحرانی حل‌نشده است. طبق گزارش بانک جهانی در سال 2022، 719 میلیون نفر با درآمد کمتر از 2.15 دلار در روز زندگی می‌کنند و 1.3 میلیارد نفر در فقر چندبعدی (محرومیت از غذا، مسکن و آموزش) به سر می‌برند. هزینه‌های مت گالا در سال 2023 (حدود 20 میلیون دلار) می‌توانست 10 میلیون وعده غذایی برای گرسنگان در شاخ آفریقا یا آب آشامیدنی برای میلیون‌ها نفر در آفریقای مرکزی تأمین کند. این مراسم، با نمایش ثروت در جهانی که کودکان در یمن و اتیوپی از گرسنگی جان می‌دهند، به نمادی از شکاف عمیق طبقاتی تبدیل شده است. برای مثال، فاجعه رانا پلازا در بنگلادش (2013)، که 1,134 کارگر صنعت مد جان باختند، نشان‌دهنده بهره‌کشی برندهای فست‌فشن از فقرا است. در سال ۲۰۱۹

مت گالا حدوداً ۱۵ میلیون دلار در آمد خالص داشته است.
آیا تجمل‌گرایی مت گالا در برابر این بی‌عدالتی‌ها قابل‌دفاع است؟

+ تقویت فرهنگ مصرف‌گرایی توسط فست‌فشن
مت گالا جشن فرهنگ مصرف‌گرایی است، جایی که برندهای لوکس و فست‌فشن مانند گوچی، ورساچه و شین با نمایش لباس‌های گران‌قیمت، به ترویج مدهای زودگذر و خرید غیرضروری می‌پردازند. این صنعت با تولید انبوه لباس‌های ارزان، مصرف‌کنندگان را به خرید مداوم تشویق می‌کند، اما به قیمت تخریب محیط‌زیست و بهره‌کشی از کارگران. گزارش سازمان بین‌المللی کار نشان می‌دهد که ۱۶۰ میلیون کارگر در صنعت مد در شرایط غیرانسانی، با دستمزدهای ناچیز و ساعات کاری طاقت‌فرسا، کار می‌کنند. مت گالا با تبلیغ این برندها، به فرهنگ "دنبال کردن برندها" دامن می‌زند و جوانان را به خرید محصولات سوق می‌دهد که اغلب در کشورهای فقیر مانند بنگلادش و غنا تولید شده و زباله‌های آن‌ها در همین مناطق انباشته می‌شود. برای مثال، تپه‌های زباله نساجی در غنا سالانه سلامت میلیون‌ها نفر را تهدید می‌کند. این در حالی است که منابع زمین رو به کاهش و تهدیدات زیست‌محیطی در حال افزایش است.

+ ناتوانی مت گالا در پاسخ به بحران‌ها
مت گالا، با وجود ادعای حمایت از هنر، هیچ تأثیر ملموسی بر حل بحران‌های جهانی ندارد. در مقابل، رویدادهایی مانند "گرین کارپت فشن اواردز" که به مد پایدار اختصاص دارد یا "فشن فور ریلیف" که برای کمک به قربانیان بلایای طبیعی برگزار می‌شود، نشان داده‌اند که می‌توان از پلتفرم‌های بزرگ برای آگاهی‌رسانی و جمع‌آوری کمک استفاده کرد. مت گالا اما به جای حمایت از فقرا یا محیط‌زیست، به خودنمایی ستارگان و برندها می‌پردازد. در جهانی که گرسنگی در شاخ آفریقا جان میلیون‌ها نفر را تهدید می‌کند و زباله‌های نساجی فست‌فشن سواحل غنا را آلوده کرده، این مراسم صرفاً نمایشی سطحی است. چرا به جای مت گالا، رویدادهایی برگزار نشود که مستقیماً به کاهش فقر یا حفاظت از محیط‌زیست کمک کنند؟ وقتی مت گالا می‌تواند چنین تأثیر رسانه‌ای داشته باشد که بر اساس گزارش شرکت نرم‌افزاری (Launchmetrics) مت گالا در سال ۲۰۲۳ حدود ۹۹۵ میلیون دلار «ارزش تأثیر رسانه‌ای» (Media Impact Value) ایجاد کرد، که این رقم در سال ۲۰۲۴ به ۱.۴ میلیارد دلار افزایش یافت. این ارزش نشان دهنده تأثیر تبلیغات و پوشش رسانه‌ای است که برندها و طراحان از حضور در این رویداد به دست می‌آورند چرا حتی بخشی از آن را صرف کمک به اکوسیستم می‌کند!

+ مت گالا، هرچند برای عده‌ای نماد مد و خلاقیت است، در جهانی که با فقر، بحران‌های زیست‌محیطی و آسیب‌های فست‌فشن دست‌وپنجه نرم می‌کند، به

نمایشگاهی از تجمل‌گرایی بی‌معنا تبدیل شده است. این مراسم با تبلیغ برندهای فست‌فشن، که به کارگران و محیط‌زیست آسیب می‌رسانند، و نمایش ثروت در برابر فقر جهانی است، نه تنها منابع را هدر می‌دهد، بلکه نابرابری‌ها را عمیق‌تر می‌کند. مت‌گالا، با نمایش لباس‌های پرهزینه و یک‌بارمصرف، نمادی از بی‌اعتنایی صنعت مد به بحران‌های زیست‌محیطی است. این مراسم، با ترویج فرهنگ اسراف و تولید زباله‌های نساجی، ردپای کربنی عظیمی بر جای می‌گذارد و با نادیده‌گرفتن پایداری، به تشدید تخریب اکوسیستم‌ها و استثمار منابع طبیعی دامن می‌زند. ما باید این چرخه را بشکنیم. پیشنهاد می‌شود برگزارکنندگان مت‌گالا رویکرد خود را تغییر دهند و رویدادهایی برگزار کنند که به پروژه‌های پایداری، مانند بازیافت نساجی یا حمایت از کارگران صنعت مد، اختصاص یابد. خوانندگان نیز می‌توانند با تحریم برندهای فست‌فشن، حمایت از مد پایداری به این تغییر کمک کنند. اکنون زمان آن است که صدای اعتراض ما به تجمل‌گرایی و فست‌فشن بلند شود و برای جهانی عادلانه‌تر و سبزتر اقدام کنیم.

عسل ستایش

اردی‌بهشت هزار و چهارصد و چهار