

سبک رفتار



تو مُد را انتخاب می کنی یا مُد تو را؟

وقتی «چی بپوشم» مهم‌ترین دغدغه زندگی می‌شود

مینا محمد دوست بیابید نگاهی به عکس‌های دو دهه گذشته خود داشته باشیم. ضمن مرور خاطرات، گاه لبخندی به خاطر طرز لباس پوشیدن، آرایش، دکوراسیون منزل و... به لب می‌نشیند. حتی ممکن است شگفت‌زده شویم، چطور این رنگ‌ها را انتخاب کردیم، چطور حاضر شدیم با این زست‌ها عکس بگیریم!
بله! بسیاری از فاکتورهای دو دهه پیش حالا دیگر مد نیست، اما به راستی مد چیست و آیا می‌توان هر نوع تنوع و رفتار و پوشش جدید را مد دانست؟

■ **مد، از گذشته‌های دور تا امروز**

مد فرآیندی است که در مقطع زمانی مشخص و محدود به یک دوره خاص و موقت، جنبه‌های مختلف زندگی افراد جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد که شامل نوع پوشش، معماری، استفاده از وسایل تزئینی، ظرف، مدل مو، سبک پذیرایی، استفاده از زیورآلات و... می‌باشد. به طور معمول فلسفه و دلیلی برای مدشن هر یک از موارد فوق وجود دارد. در مورد پوشاک، گاه صنعت مد و برخی برندها، با تولید کم و قیمت‌های بالا، در واقع کار را برای مشتریان خاص عرضه می‌کنند، اما به شکل کلی این صنعت با عرضه بالا، در واقع تقاضا را ایجاد می‌کند، اما نکته مهم اینکه وقتی چیزی مد می‌شود، شاید بعد از مدت طولانی از فراموشی آن دوباره رایج شود، اما در این فرآیند همیشگی نیست، مد، دائماً در حال تغییر است. هر چند که در قرن اخیر این صنعت بیش از هر دوره دیگری سیر صعودی داشته، اما مد مختص قرن ما نیست. انسان کمال‌طلب و خواهان زیبایی است، ویژگی‌هایی که ردا در مد دارد، بنابراین زیاد تعجب‌آور نیست که در اکتشافات تاریخی، پوشش‌های همسان، ساخت‌وساز همگون در دوره‌های خاص تمدن‌ها می‌بینیم.

■ **چرا به مد گرایش پیدا می‌کنیم؟**

گرایش به مد دلایل مختلفی دارد؛ مثلاً مثل به همسان بودن و مورد قبول واقع‌شدن در گروه. این عامل یکی از تأثیرگذارترین عوامل در بین جوانان و نوجوانان است؛ عامل دیگر، یکی از عمیق‌ترین امیال روان‌شناسی است؛ یعنی میل به مهم بودن و مورد توجه قرار گرفتن؛ برای انسان‌ها مطلوب است که مورد توجه باشند. شاید بتوان گفت این میل با پذیرفته‌شدن در جمع نیز هموشی

نگاه

تقلید فرهنگی خطر خیلی بزرگی است، اما این حرف اشتباه نشود؛ اینکه بنده یا مد و تنوع و تحول در روش‌های زندگی مخالف؛ نخیر، مدگرایی و نوگرایی اگر افراطی نباشد، اگر روی چشم و هم‌چشمی رقابت‌های کودکانه نباشد، عیبی ندارد. لباس و رفتار و آرایش تغییر پیدا می‌کند، مانعی هم ندارد، اما مواظب باشی‌د قیله‌نمای این مدگرایی به سمت اروپا نباشد؛ این بد است، اما مدلیست‌های اروپا و امریکا در مجلاتی که مدها را مطرح می‌کنند، فلان طور لباس را برای مردان یا زنان خودشان ترسیم کردند، آیا ما باید انبجار همدان یا تهران یا در مشهد آن را تقلید کنیم؟ این بد است. خودتان طراحی کنید و خودتان بسازید. (۱۳۸۳/۰۴/۱۷)

عرب‌ها لباس ملی خودشان را دارند، هندو‌ها و اندونزی‌بایی‌ها لباس ملی خودشان را دارند، مدگرایی و نوگرایی اگر افراطی نباشد، شرقی لباس‌های ملی خودشان را دارند، آفریقای‌ها لباس‌های ملی خودشان را دارند و در مجامع جهانی هر کس لباس ملی خود را دارد؛ افتخار هم می‌کند. ما در جای رئیس‌جمهوری را دیدیم که لباس ملی‌اش عبارت بود از دامن؛ مرد بزگ، دامن پوشیده بودا پاهای او هم تخت بود؛ یک دامن تقریباً تا حدود زانو و هیچ احساس حقارت هم نمی‌کرد. با افتخار تمام در آن جلسه شرکت می‌کرده؛ می‌آمد، می‌رفت و می‌نشست. این لباس ملی

دارد، زیرا از طرفی حس تعلق در گروه بودن و از سوی دیگر معرفی غیر کلامی (من) با این نوع پوشش در جمع، حس خوب مهم بودن را می‌تواند به فرد القا کند. البته هر چه افراد از نظر درونی، با خوشتن واقعی خود آسوده‌تر باشند و به اصطلاح به یک انسجام خوب شخصیتی برسند، در مورد فاکتورهای بیرونی مثل نوع پوشش، راحت‌تر بر خورد می‌کنند. هر چند آراسته بودن بسیار مهم است، اما وقتی «من چی بپوشم؟» دغدغه بزرگی برای فرد باشد، نیاز به بررسی‌های روانشناختی دارد.

دلیل دیگر الگوبرداری است... معمولاً ما دوست داریم شبیه کس یا کسسانی باشیم که بنابر دلایلی برایمان مهم هستند. عامل دیگر تنوع‌طلبی است. برای انسان‌ها یک‌نواختی کسسل‌کننده است و دقیقاً یکی از اصول صنعت مد بر همین پایه بنا شده است. بنابراین هر چند وقت یکبار مد تغییر می‌کند. از موارد دیگر می‌توان به کمال‌گرایی اشاره کرد. برای بشر لذت‌بخش است که نسبت به آنچه بوده، بهتر باشد. بنابراین روان‌ما این میل را در تمامی جنبه‌های مختلف زندگی پیاده می‌کند.

■ **نه همین لباس زیباست نشان آدمیت**

وقتی صحبت از مد می‌شود، در واقع به پدیده و صنعتی اجتماعی اشاره می‌شود که فاکتور لباس هم، یکی از شاخصه‌های آن است. شاید بتوان گفت پدیده مد گریزناپذیر است؛ زیرا همواره به منزله پلی است برای گذر به مرحله جدید، اما در مورد پوشش یکی از نکات قابل تأمل، شناخت و آگاهی افراد بر آنچه می‌پوشند، با توجه به عامل فرهنگ و شخصیت هر فرد می‌باشد. چنانچه در نظر بگیریم برای معرفی خود از واژگان استفاده می‌کنیم، قبل از حرف زدن، رفتار و ظاهر هر کس نیز معرف اوست، بنابراین مهم است که چه می‌پوشیم. مناسب است برای انتخاب تن پوش یک مجموعه را مدنظر داشته باشیم، به طور مثال: توان اقتصادی و میزان هزینه‌ای که قرار است صرف کنیم، رنگ‌های مورد علاقه که بسیار تأثیرگذار برای روحیه‌مان است، نوع پوشش مناسب محیط و مناسبت‌ها. مثلاً قطعاً لباس رسمی محل کار، مناسب یک دیدار دوستانه و راحت نیست و مورد دیگر آنچه آراسته‌است و به شخص می‌آید، منطقه جغرافیایی که در آن زندگی می‌کنیم، زیرا بنا به شرایط اقلیمی نوع پوشش‌ها و رنگ‌ها متفاوت است. البته عامل بسیار مهمی که این مجموعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد داشتن اعتماد به نفس منطقی است، به

سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۹۸۴۷۱

درد

طراحان پارچه و لباس در کشور، با توجه به خرده فرهنگ‌های هر منطقه، خصوصیات خلقی افراد مناطق جغرافیایی، دست به ابتکار زده و هنرنمایی در این محدوده داشته باشند. چه محیط جذاب‌تری می‌شود چنانچه افراد، ضمن تأثیرپذیری از آنچه متناسب با فرهنگ است، خود نیز دستی و تزئینات منزل، معماری و هر حیظه‌ای که تحت تأثیر صنعت مد است، داشته باشند. برای این کار فقط کافی است کمی خودباوری به چاشنی‌های اندیشه اضافه کنیم

■ **تولیدکننده زیبایی باشیم**

نکته‌ای که صنعت مد کشور خودمان می‌تواند در نظر داشته باشد، طراحان پارچه و لباس در کشور، با توجه به خرده فرهنگ‌های هر منطقه، خصوصیات خلقی افراد مناطق جغرافیایی، دست به ابتکار زده و هنر نمایی در این محدوده داشته باشند. آنچه که چشم می‌بیند، روی خلق افراد تأثیرگذار است. حساسیت درک زیبایی توسط دین، نباید نادیده گرفته شود. خوب است حتی با لباس پوشیدن برای انتقال مفهوم زیبایی دقت داشته باشیم. چه محیط جذاب‌تری می‌شود چنانچه افراد، ضمن تأثیرپذیری از آنچه متناسب با فرهنگ است، خود نیز دستی و اندیشه‌ای برای زیباتر شدن پوشش خود، تزئینات منزل، معماری و هر حیظه‌ای که تحت تأثیر صنعت مد است، داشته باشند. برای این کار فقط کافی است کمی خودباوری به چاشنی‌های اندیشه اضافه کنیم. هر کس می‌تواند به عنوان تولیدکننده سبک زیبایی، شاخه‌ای از زین انتخاب داشته‌ش، خوب است از خود بپرسیم، آیا برای مصرف‌کننده باشیم. لازمه خلق زیبایی تولیدکردن است. اگر گستر تر هنگی و استاندارد‌های مسرز و محیط جغرافیایی، پیشینه فرهنگ‌مان را در نظر آوریم، با چشم انداز بی‌پایان برای مواجهیم. چه در معماری، چه در پوشش، استفاده از ظروف همسان برای هر منطقه...

در نهایت خوب است به این نکته توجه کنیم که هر زمان انسان فقط مصرف‌کننده بود لازم است تجدیدنظری در رفتار خود داشته‌باشد. هنوز بسیارند افرادی که با صرف هزینه‌های بالا، خریدار انواع پوشاک یا لوازمی هستند که نه تنها جنبه ضروری ندارد، بلکه در بلندمدت هم کارآمد نیست. گاه برخی فقط دنباله رو مد هستند، صرفاً نادیبه گرفته می‌شود. صد البته که ما تلاش می‌کنیم و چشم و هم‌چشمی! چه بسیار هزینه‌هایی که در مراسم مختلف صرفا به دلیل مدبون، خرج می‌شود و چه بسیار ضرورت‌هایی که صرفاً به دلیل نداشتن هزینه، به اجبار نادیبه گرفته می‌شود. صد البته که ما تلاش می‌کنیم و مایلیم بخشی از دستاوردمان را به شکلی که دوست داریم خرج کنیم و این کاملاً طبیعی است، اما خوب است در نظر داشته باشیم، آنچه که «مد» است، من «انتخاب» است؛ یعنی انتخابی است. عادت‌کردن به تقلید صرف جمله یا ماناسنیام و قدرت تفکر داریم. قرار نیست هر چه برای افرادی در هر نقطه از زمین، با هر فرهنگی، مناسب است برای من هم مناسب باشد.

سبک نگرش



مد، نیاز واقعی است یا کاذب؟

خواهش می‌کنم مرا ببینید

■ **مهرنوش محمدی**

مد هر چه باشد، خوب یا بد، اخلاقی یا غیراخلاقی، ارزشی یا غیرارزشی، نکته مهم ششویه برخورد با آن است. در تأیید یا رد آن نباید افراطی یا احساسی برخورد کرد. چنانچه انسان به دنبال زندگی قبلی خود باشد و نخواهد آن را تغییر دهد و خواهان خلق چیز جدیدی نباشد، جامعه هیچ‌گاه پیشرفت نخواهد کرد، اما باید دید هدف از مد چیست؟

■ ■ ■

■ **از خودکم‌بینی تا خودنمایی**

گاهی هدف از مدگرایی، جلوه‌گری، خودنمایی و تفاخر به دیگران است. این ویژگی‌ها که

از برخی ضعف‌های روحی انسان، چون خودکم‌بینی و حقارت ریشه می‌گیرد، موجب می‌شود افراد با پناه بردن به هر فکر و عمل ممکن، از جمله ایجاد تغییر شکل حتی غیرعادی در ظاهر، تغییر دامن وسایل زندگی و دگرگونی در رفتار و گفتار، توجه دیگران را به خود جلب و ظاهر خود را از گم شدن در جامعه رها کنند.

گاهی هدف از مدگرایی، تقلید از الگوهای غیرهم‌کیش است، چنان‌که پیروان اینگونه مدها، انتساب به فرهنگ غیرخودی را برای خود افتخاری بزرگ و ارزشمند می‌پندارند. آنها می‌کوشند در شیوه‌های رفتاری از جمله پوشیدن، خوردن، حرف زدن، تفریح کردن، لذت بردن و به طور کلی در سبک زندگی، مانند غیرهم‌کیشان خود رفتار کنند. از

آخرین دستاورد‌های مصرفی آنان بهره‌مند شوند. در حقیقت، این‌گروه از مدگرایان، چگونگی و حالت‌های ظاهری دیگران را به جای حقیقت‌های زندگی خود می‌نشانند و از هستی و داشته‌های خویش بیگانه‌می‌شوند.

■ **مد یک نیاز واقعی است یا کاذب؟**

بر طبق نظریه مازلو روانشناس امریکایی به طور کلی تمامی رفتارهای انسان در راستای برآورده کردن نیازهای او می‌باشند و انسان سعی می‌کند در قالب رفتارها یا واکنش‌ها به نیازهای خود پاسخ دهد. مدگرایی نیز یکی از رفتارهایی می‌باشد که ما طسی آن به طور ناخودآگاه به نیازهای خود پاسخ می‌دهیم، به اعتقاد مازلو نیازهای انسان پنج دسته می‌باشد که عبارت‌اند از: نیازهای جسمانی (اساسی‌ترین نیازهای حیات مثل غذای آب)، نیازهای امنیتی (محیط فیزیکی و احساسی مطمئن)، نیازهای تعلق داشتن (برقراری دوستی و پذیرش از سوی دیگران)، نیازهای احترام (شناخت، توجه و نیاز از سوی دیگران) و نهایتاً نیازهای خودشکوفایی (تعالی و پیشرفت، بالاترین دسته نیازها) به گفته مازلو احترام یا ارزش و منزلت یکی از نیازهای مهم انسان می‌باشد. جوانان نیز

بر حسب مقتضیات سنی می‌خواهند از ارزش و احترام دیگران برخوردار باشند و برای رسیدن به این هدف از ابزارها و شیوه‌های مختلف استفاده می‌کنند؛ برخی از طریق درس خواندن، عده‌ای با ورزش و هنر و برخی نیز با تغییرات ظاهری بآب روز، اظهار وجود می‌نمایند.

درد

مقام معظم رهبری: اگر مدلیست‌های اروپا و امریکا در مجلاتی که مدها را مطرح می‌کنند، فلان طور لباس را برای مردان یا 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

می‌کرد. یک‌وقت دیدم پسر جوانی نصف موی سرش را تراشیده و نصف دیگر را باقی گذاشته است. هر چه من نگاه کردم، دیدم این آرایش، هیچ زیبایی ندارد. مشخص بود او از کسانی تقلید کرده است. در الجزایر، فشار صنعتی و فشار ابزار تولید و تکنیک بر زندگی مردم اصلاً انقدر نیست که یک جوان، احساساتی را پیدا کند که در امریکا با انگلیس یا در جای دیگر پیدا می‌کرد، اما چون دیده بود آنها انجام دادند او هم انجام می‌داد. بنده با این چیزها مخالفم و دوست ندارم نام جوان ما اینطور حرکت کند و دختر و پسر ما دائم چشم‌شان به آنها باشد. (۱۳۸۳/۰۴/۱۷)