

قطار مد در ریل فرهنگ و زمان

دستار مردان، چارقدرزان، کشف حجاب رضا خانی، کلاه شاپو، روسری‌های جیغ و بنفش...، کافی است نیم‌نگاهی به قرن اخیر داشته باشید ...



چرا ذائقه پوشش جمعی همواره در حال تغییر است؟

قطار مد در ریل فرهنگ و زمان

جام جم آنلاین: دستار مردان، چارقدرزان، کشف حجاب رضا خانی، کلاه شاپو، روسری‌های جیغ و بنفش...، کافی است نیم‌نگاهی به قرن اخیر داشته باشید تا متوجه شوید لباس و ظاهر مردمان ایران که هر گوشه‌ای از آن به رنگی و پوششی بوده‌اند، در این عصر جهان‌وندي« شاهد چه دگرگونی‌هایی بوده است.

«لباس« همان خانه اول است که انسان در آن سکونت دارد همان طور که امروز از گرامافون و حوض و باغچه در خانه‌ها خبری نیست دیگر نمی‌توان انتظار داشت مردان هم سر خود را لای دستار بپیچند و زنان با لباس‌های پرچین و شکن در محافل ظاهر شوند. همه چیز به روز تغییر می‌کند از آرایش مو گرفته تا رنگ لباس به روز حرکت نکني«دمده« ای و از قطار «مد« جا مانده.

مد در قاب تاریخ

کاش می‌شد ثانیه‌های زمان به عقب باز می‌گشت و خود را در آینه گذشته به نظاره نشست. حالا که این چرخیدن معکوس ممکن نیست حداقل بنشینید و آلبوم‌های خاک خورده قدیمی را ورق بزنید. مطمئن باشید کلی ذوق‌زده خواهید شد وقتی که شلوار گشاد مردان، موهای چتری و دامن‌های چین‌دار قدیمی را ببینید. اما در این میان عکس‌هایی وجود دارد که عمر آلبوم شما به قدمت آنها قد نمی‌دهد! این را هم باید گفت که در ایران ما مردها پیشگام مدگرایی بودند، تنها به این دلیل ساده که زنان در اندرونی بودند و مجال برای بروز در عرصه‌های عمومی نداشتند.

برخی تاریخچه مد در ایران را از دربار قاجارها می‌دانند. با این همه بسیاری ورود رسمی مد به ایران را سال 1321 می‌دانند. هنگامی که بانو زینت جهان‌شاه به همراه همسرش از فرنگ به ایران بازگشت و پس از چندی خیاطخانه را در تهران افتتاح کرد و تجارب رنگی خود را از فرنگ، جامه عمل پوشاند. او برای گام نخست یک نمایش مد لباس برپا کرد تا اعیان را شیفته محصولات خود کند که البته زنان هم سخت شیفته لباس‌های دوخته شده وی شدند. از این پس پوشش و تبعیت مد رنگ رسمی به خود گرفت که ادامه آن را می‌توانید در آلبوم‌های خود ورق بزنید. به طور مثال از موهای بلند غیرمرسوم متدوال جامعه ایرانی تا خط ریش‌های بلند و بلوزها و پیراهن‌های تنگ چسبان و شلوارهای تنگ با پاچه‌های گشاد و یقه‌های باز تا زنجیر فلزی روی سینه و کفش‌های چرم لژدار؛ نسلی که خاطراتش را با سبک موسیقی‌های «کانتري«، «پاپ« و «راک« تجربه می‌کند.

مدگرایی!

چرا ناگهان ذائقه پوشش جمعی تغییر می‌کند؟ البته این تغییر هم عمری چندان ندارد چون جایش را به مد دیگری می‌دهد. برخی از جامعه‌شناسان نابرابری‌های اجتماعی را منشا مدگرایی می‌دانند. یک جامعه‌شناس غربی به نام «اسپنسر« بر این باور است که «مد بر عکس تشریفات موجب رقابت بین اشخاص طبقات بالاتر می‌شود و در واقع نوعی تقلید ناشی از رقابت است نه تقلید ناشی از پسند و ستایش.« روان‌شناسان نیز برای پدیده مد عواملی همچون؛ تنوع طلبی و نوگرایی، مدگرایی و همانندسازی، رقابت و چشم و همچشمی با دیگران، مدگرایی و التزام ناشی از دوستی، مدگرایی و جلب توجه دیگران، مدگرایی و تشخیص طلبی را عنوان می‌کنند.

برای این که یک رفتار یا پوشش به یک مد فراگیر بدل شود باید از پیچ و خم پنج مرحله سر به سلامت بیرون آورد؛ آفرینش، معرفی مد، تبلیغ مد، تولید انبوه و تقاضای مد جدید. در جامعه‌شناسی، به رفتار جمعی نوظهوری که به قدر رسم اجتماعی تثبیت نشده باشد، مد اجتماعی می‌گویند. حسین نوری‌نیا، مدرس دانشگاه و پژوهشگر اجتماعی بر این باور است که مد در دنیای جدید فقط یک «رفتار جمعی« نیست. او می‌گوید: «ممکن است در کشورهای توسعه نیافته در قالب رفتار جمعی بروز کند اما در دنیای مدرن یک امر اجتماعی چندوجهی است که می‌توان وجهه‌های آن را چنین برشمرد؛ مد به عنوان یک صنعت، به عنوان هنر و در نهایت به مثابه یک رفتار جمعی.«

این استاد دانشگاه در توضیح مطلب می‌افزاید: به طور مثال در حوزه پوشاک، از آنجا که مد مجموعه‌ای از تخصص‌ها مانند طراح، سازنده، عکاس و رسانه را به خدمت می‌گیرد، تا به مرحله تولید برسد، یک صنعت محسوب می‌شود. از طرف دیگر چون با خلاقیت، نوآوری و زیباشناختی همراه است و بسیاری آن را از زاویه زیباشناختی نقد و بررسی می‌کنند، یک هنر است و دست آخر این که چون نمود اجتماعی دارد رفتار است. هر چند مد یک رفتار جمعی طولانی مدت نیست، هر اندازه مد پرشور و شدید باشد مانند جنون بروز پیدا می‌کند و از پایداری کمتری برخوردار است؛ برخلاف مناسک و رسوم که طی چند نسل دوام دارد.

نورینیا درباره نحوه فراگیر شدن مد می‌گوید: مد به عنوان یک رفتار اجتماعی بیشتر مبتنی بر واکنش‌های روانی است یعنی مرکب از یکسری دایره که مد در دایره مرکزی خلق و از آنجا ترویج پیدا می‌کند که در این راستا واکنش دایره‌های دیگر را به خود جلب می‌کند. از این روی ما با واکنش‌های متجانس در یک قشر خاص روبه‌رو خواهیم شد. وی تأکید می‌کند البته برخی از مدها مربوط به قشرهای خاصی هستند یعنی در خود همان گروه دوران می‌یابد مانند مدل برخی از موها که آن قدر این مد شدید است که تمام اقشار جامعه حاضر نیستند به آن عمل کنند. اما برخی از مدها این قابلیت را دارند که علاوه بر آن که در خود دوران دارند در باقی دایره‌ها تسری یابد و این مرتبط با میزان هنجارشکنی است که مد دارد. حتی گاهی رنگ لباس تعرض به هنجار است. اما اگر این تعرض هنجار شدت نداشته باشد می‌تواند مانند سونامی تمام جامعه را دربرگیرد. هر اندازه میران هنجارشکنی آن شدیدتر باشد دربرگیری آن محدودتر خواهد بود.

خوب یا بد!

این نیز همچون دیگر رفتارها، افراط و تفریطش هیچ خوب نیست. حتی گاهی برخی از پوشش‌ها که به صورت مد درآمدی است مستلزم داشتن نوعی اندام خاص است که برخی بی‌تامل به کوچک یا بزرگ کردن سایز بدن خود روی می‌آورند. با این همه مد جنبه مثبت هم دارد چه آن که روانشناسان ایجاد نشاط و شادابی، بیرون آمدن از کسالت و یکنواختی و ارضای هیجان‌ها را از پیامدهای مثبت مد ذکر کرده‌اند. اما متکی شدن شدید فرد به دیگران حتی در تعیین افکار و اعمال، تأثیرپذیری از گروه‌های مختلف و خدشه‌دار شدن هویت فردی روی دیگر منفی مدگرایی است. این را هم نباید فراموش کرد هنگامی که مد با ارزش‌ها و سنت‌های پذیرفته شده جامعه در تقابل قرار گیرد موجب تنش خواهد شد.

سامان عابری / جام‌جم