

روی خط مد

توصیه‌های کوچک خوش‌پوشی



● کمربند یکی از ملحقات و اکسسوری‌های ضروری در استایل به‌ویژه استایل آقایان است. این شیء،علاوه بر کاربردی‌بودن به‌نوعی بیانگر میزان شناخت اشخاص از علم پوشش و حتی نمایی از بروز سلیقه شخصی در انتخاب استایل مناسب فردی است. بنابراین لازم است برای اینکه خوش‌سلیقه‌تر و مرتب‌تر به نظر برسید، از انتخاب تصادفی کمربند منصرف شوید و برای استایل مناسب خودتان، انتخاب ثابتی ایجاد کنید.

– اگر استخوان‌بندی کوچکی دارید یا اگر دارای

اضافه‌وزن نیز هستید، از کمربندهایی با سگک‌های ظریف و کوچک استفاده کنید.

– اگر استخوان‌بندی درشتی دارید، می‌توانید در انتخابتان جسورانه‌تر عمل کنید و کمربندهایی با سگک‌های جاق و درشت انتخاب کنید.

– اگر باریک‌اندام و لاغر هستید، از کمربندهای نازک و باریک استفاده نکنید چون شما را استخوانی‌تر نشان می‌دهد.

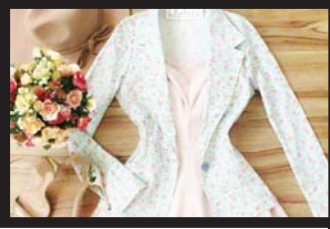
– اگر مودتون می‌پوشید و سر تا پا لباس یک‌رنگ را انتخاب می‌کنید، با کمربندی به رنگ دیگر، لباس‌تان را به دو تکه تقسیم نکنید، بلکه کمربند هم‌رنگ لباس‌تان پوشید.

– اگر کمر کوتاهی دارید، به هیچ وجه از کمربندهای عرض و پهن استفاده نکنید زیرا این نوع کمربندها کمر شما را پهن و کوتاه‌تر نشان می‌دهند.

– اگر قد کوتاهی دارید، تا حد امکان از کمربند استفاده نکنید یا کمربندتان را هم‌رنگ لباس‌هایتان انتخاب کنید زیرا کمربند به رنگ دیگر، بدن شما را به دو قسمت تقسیم می‌کند و با ایجاد خط افقی که چشم را به خود جلب می‌کند، شما را از آنچه هستید، کوتاه‌تر نشان می‌دهد.

– اگر قدبلند هستید، دست‌تان در انتخاب کمربند باز است و انتخاب‌های زیادی دارید. انتخاب رنگی متفاوت برای قسمت بالاتنه و پایین‌تنه لباس و کمربند، باعث می‌شود قد شما به چند قسمت مختلف تقسیم و تفکیک شود و در نتیجه کوتاه‌تر متناسب‌تر دیده شود.

تنهایی خرید کنید



● اکنون که در آستانه نوروز هستیم، اسفندماه به رسم دیرین ایرانیان، با حال و هوای نوینوارکردن و خریدهای نوروزی همراه است. بسیاری از افراد برای انتخاب لباس یا استایلی مناسب نوروز، دچار تردیدها و چندانسلیقی‌ها می‌شوند و انتخاب را برای خود دشوارتر می‌کنند. توصیه می‌شود با دوستان خود به خرید نروید؛ به‌ویژه با جمع‌های دوستانه، چراکه به احتمال قوی، هنگام پرو یک لباس یا کفش و... تحت تأثیر سلیقه‌های متفاوت آنها قرار می‌گیرید و مجبور به خرید می‌شوید. اما وقتی به خانه بازمی‌گردید، متوجه می‌شوید کلی هزینه کرده‌اید اما خریدتان به دل نمی‌نشیند. بهتر است برای موقعیت‌هایی مثل نوروز، اگر جزء آن دسته از افراد هستید که حتما دوست دارید در اسفندماه به خرید بروید، سعی کنید تنهایی خریدتان را انجام دهید تا انتخاب‌تان مطابقت بیشتری با سلیقه و ذوق خودتان داشته باشد.

اعتماد به نفس به شرط پوشش



● برخی معتقد هستند لباس، اعتماد به نفس می‌آورد. برخی دیگری می‌گویند آراستگی، علاوه بر اعتماد به نفس، حس خوبی به مخاطب شما القا می‌کند و سبب می‌شود در مراودات اجتماعی موفق‌تر باشید. بروفسور «کارن پابن»، از دانشگاه هرتفوردشایر، می‌گوید: لباس‌های خاص در شرایط مختلف می‌تواند به افرادی که آن را به تن دارند، اعتماد به نفس بیشتری دهد. او در کتابی که با همین موضوع منتشر کرده، معتقد است لباس بر فرایندهای ذهنی یک شخص تأثیرگذار است و بیش از طرف مقابل، احساسات فرد را تغییر می‌دهد. پوشیدن لباس‌های مختلف افکار و فرایندهای ذهنی مختلف ایجاد می‌کند، حال به این فکر کنید که چگونه می‌توانید با انتخاب‌های گوناگون، خلق‌و‌خوی افکار خود را تغییر دهید و هدایت کنید.

ویژه مُد ایرانی – اسلامی



جریان‌های تبلیغاتی زیبایی در مد

سؤال کردند که به نظر شما کدام‌یک از بانوان زیاتر است؟ در تست‌های تکمیلی، دیده شد که آقایان به بانوانی رأی داده‌اند که با او احساس همدلی بیشتر و همراهی بیشتری داشتند و به همین دلیل این فرد به نظر او زیاتر آمده است. بنابراین محققان تأکید کردند که شاید بتوان گفت «جذابیت» چیزی متفاوت و جدا از «زیبایی ظاهری» است. به همین دلیل است که گاهی فردی را می‌پسندید که تمام معیارهای اولیه زیبایی را داراست اما در برخورد نخستین یا اولین کلام‌آرایی، نه تنها حس خود را نسبت به او از دست می‌دهید بلکه حس می‌کنید که این فرد جذاب نیست، حتی ممکن است حس ناخوب و منفی هم نسبت به این فرد پیدا کنید. این حس به دلیل همان عدم جذابیت درونی است. برای همین است که گفته می‌شود «زیبایی درونی» خیلی مهم است و رضایت‌پایدار را به همراه دارد. یکی از نکاتی که باید مورد توجه رسانه‌ها قرار گیرد و آموزش داده شود این است که هر فرد با هر چهره‌ای که دارد باید بتواند جذابیت‌های درونی خود را به اندازه‌ای افزایش دهد که بتواند در مقابل مخاطبان خود، عزیزتر، محبوب‌تر و پسندیده‌تر ظاهر شود.

در سال‌های اخیر دیده شده که بسیاری از افراد در حوزه عمل‌های جراحی و جراحی‌های زیبایی وارد شده و برای جراحی زیبایی اقدام کرده‌اند. بخشی از این گرایش اجتماعی، قابل قبول و پسندیده است و برای کسانی که عیوب خاصی در چهره دارند، توصیه می‌شود که برای برطرف‌کردن این عیوب جراحی کنند. اعمال جراحی زیبایی هم از ابتدا با

هدف ترمیم عیوب ایجاد شد ولی به تدریج شکل تجاری پیدا کرد و دیدید که در یک دهه اخیر چگونه افراد به طور مرتب وارد یک دور باطل و تسلسل باطلی شده‌اند و برای زیاترشدن و مقبول‌ترشدن، مرتب از یک عمل جراحی زیبایی به عمل دیگر پناه می‌برند و از یک نقطه شروع می‌کنند و پشت سر هم و پی‌درپی اعمال فراوان زیبایی انجام می‌دهند به طوری که در نهایت ظاهر این افراد نته‌تها زیبا نمی‌شود بلکه ظاهر عجیبی هم پیدا می‌کنند.

به باور محققان و کارشناسان، این افراد هرگز «خودانگاری» خوبی نسبت به خویشان ندارند و از شخصیت خود راضی نیستند. علت‌های این تمایل سیری‌ناپذیر به جراحی‌های زیبایی، یکی گریز از پیری و ارائه جلوه‌های دائمی از جوانی است و دیگری

نداشتن اعتمادبه‌نفس و عزت نفس ناشی از عدم توجه. این اشخاص به جای اینکه اعتمادبه‌نفس درونی ایجاد کنند تا بتوانند توجه بیشتری جذب کنند، سعی می‌کنند با ایجاد تغییراتی در چهره و فرم‌های غریبی که در شکل ظاهری خود ایجاد می‌کنند احساس مورد توجه واقع‌شدن را در خود تقویت کنند. توجه بیش از حد به ظاهر، سبب می‌شود که این افراد در اکثر مواقع موضوعات درونی را فراموش کنند و بر جذابیت‌های خاص و ظاهری دوران جوانی تمرکز کنند به همین دلیل وقتی پا به سن می‌گذارند و از جوانی فاصله می‌گیرند چون دیگر چیزی ندارند عرضه کنند، دچار وضعیت روحی بدتری می‌شوند و به همین دلیل به سوی اقدامات بیشتر و اعمال جراحی بیشتر کشیده می‌شوند و فرم‌های عجیب‌تری به خود می‌دهند.

در فرهنگ خودمان، هنرپیشه‌ای که ۴۰ سال پیش به عنوان نماد زیبایی محسوب می‌شد، در مقایسه با نمادهای زیبایی امروز، دیگر زیبا محسوب نمی‌شود و هنرپیشه دیگری مطابق با معیارهای امروز، از دید مردم زیباست و نماد زیبایی قلمداد می‌شود؛ در هر دوره، فرهنگ یا اجتماعی به فرم دیگری از زیبایی، برجسب زیبایی زده می‌شود. این اصل در تمام دنیا صدق می‌کند و در طول زمان فرم‌های زیبایی تغییر می‌کند ولی چیزی که ثابت

و ماندگار است، جذابیت و زیبایی درونی است. حتی معیارهای جذابیت درونی هم در فرهنگ‌های مختلف، فرق می‌کند. معیارهای زیبایی‌های درونی بسته به فرهنگ‌های مختلف و سطوح مختلف تحصیلات و جایگاه‌های قومی و ملیتی تفاوت می‌کند. معیارهای هر جامعه و هر قوم و هر طبقه اجتماعی نشان می‌دهد زیبایی و جذابیت درونی آن طبقه در چیست.

برای مثال زیبایی در فرهنگ آسیای جنوب شرقی یک مفهوم دارد و در اروپا مفهومی دیگر و در ایران و حتی در کشورهای عربی، با مفاهیم دیگری از زیبایی مواجه هستیم. معیارهای زیبایی ظاهری و درونی، مختص هر منطقه و هر فرهنگ است اما نفوذ رسانه‌ها و تبلیغات باعث می‌شود که در برهه‌های زمانی خاصی، برخی معیارهای زیبایی مختص یک منطقه خاص مثل آرایش خلیجی یا کریم ترکیه‌ای که در سریال‌هایشان به شدت تبلیغ می‌شود، به مناطق و فرهنگ‌های دیگر هم کشیده شود و افراد در فرهنگ‌ها و مناطق مختلف بدون

نشانه‌شناسی مد

مرتبه و مقام، از سوی آن شخص پوشیده می‌شود. یونیرفم‌ها نمایان هستند و معنای آنها قراردادی و بر مبنای توافق با عادات افراد یک فرهنگ است. پوشش مأموران پلیس در غرب معمولاً شامل کت و شلوار آبی‌رنگ است که اصولاً نماد قانون، امنیت و قدرت است. پزشکان برای نشان‌دادن رابطه شغل خود با سلامتی و همچنین مراعات اصول بهداشتی، از روبوش سفید استفاده می‌کنند و راهب‌ها لباس سیاه و سفید به تن می‌کنند که به پیوند آنها با دین دلالت دارد. مد می‌تواند فراتر از نمادگرایی یک حرفه باشد. مد همچنین می‌تواند دربردارنده ایده‌های ارتباطی درباره شخصیت افراد، وضعیت اجتماعی یا وابستگی مذهبی باشد. برای مثال، پوشش سری که به وسیله زنان مسلمان استفاده می‌شود، حاکی از تعلق آنها به یک جامعه اسلامی است. بسیاری از افراد، برندهای مشهور و طراحان، پوشاک را برای نشان‌دادن ارزش و موقعیت اجتماعی خود به تن می‌کنند. دزموند موریس (Desmond Morris) رفتارشناس، معتقد است

توجه به اینکه معیارهای منطقه دیگر با معیارها و فرهنگ زیبایی‌شناسی خودشان منطبق است، اقدام به زیباشدن بر اساس آن معیارها می‌کنند که ممکن است در منطقه و فرهنگ خود مورد پذیرش یا انتقاد قرار گیرند.

آموزش اینکه معیارهای زیبایی در هر فرهنگ و منطقه‌ای متفاوت است و در زمانه‌های مختلف، عنصر زیبایی دستخوش تغییر می‌شود، خیلی اهمیت دارد. آموزش موضوع زیبایی درونی و جاذبه‌های درونی که شامل طرز «اندیشه» و «کلام» است از همه این معیارهای زیبایی، پایدارتر و ماندگارتر است.

«سهراب هادی» معتقد است در حال حاضر پیوندی عمیق بین علوم پایه و هنرهای تزئینی شکل گرفته است. این امر موجب کشف نظرهایی است که با توسل به ملزومات و با بهره‌گیری از ابزار و ادوات، به سادگی قادر خواهیم بود تا در خطوط صورت و شاخصه‌های فیزیکی خود و دیگران دخل و تصرف کنیم و از هر چهره‌ای، چهره‌ای نوتر و بدیع‌تر طراحی و ارائه کنیم. این امر در هنرهایی مانند تئاتر و سینما، توسعه روزافزونی داشته است و از آنجایی که الگوسازی و ارائه تیپ‌های اجتماعی نوعاً از طریق سینما معرفی و شناخته می‌شوند، حضور در اجتماع عینی نیز، همین قدرت چهره‌پردازی با نام علمی «کریم» را در پیوند با آرایشی زیبا برای انسان‌ها، عیان کرده و به موضوعی جدی و جاری در جوامع تبدیل کرده است.

پیشه و حرفه آرایشگاهی و فرمت‌سازی‌های متناسب با مضامین اجتماعی و ارائه صورت‌ها و یوزیسیون‌های آیینی، سنتی و بومی هر یک سرمایه‌های عظیمی از دانش و علم کریم شده و با تبدیل آنها به صورت‌هایی نو و بدیع، موجب نشاط اجتماعی و افزون‌شدن چهره‌های تازه و متنوع در جهانی شده که خود در مسیر تحول، با پدیده فراگیری مواجه شده است: پدیده گرایش اجتماعی همه اقشار به زیاترشدن و به تیج آن در جامعه تحول‌پذیر ایران امروز نیز، موضوع جلوه‌های ویژه بصری و داشتن چهره و تیپ‌هایی برخاسته از اسطوره‌های آیینی، دینی و حماسی دستمایه‌های ارزشمندی هستند برای الگوهای آرایشی و ایجاد چهره‌های دلنشین و برخوردار از مناسبات اجتماعی ایران امروز. گرایش همگانی به زیاتر شدن و زیبایی و این پدیده بسیار ارزشمند و به‌وجودآورنده نشاط روح و حرکت‌های موقرانه در حرکت اجتماعی، همچون هر جریان پسندیده دیگر کار دارد که مورد حمایت و توجه جدی دستگاه‌های فرهنگی و اجتماعی ذی‌ربط واقع شود.

سر رسید مد

سفر انسان از آموز ژورنی



● برند لاکچری آموز عمان، نسخه «سفر انسان» خود را به بازار عرضه کرده است. عطر ادکلن مردانه ژورنی (Amouage Journey) یا همان «سفر مردانه»، از برند سلطنتی آموز در سال ۲۰۱۴ عرضه شد و پس از انتشار آخرین نسخه از این برند با نام «سرنوشت»، نسخه سفر مردانه این بار در بطری طلایی‌رنگ با تاج سرخ در قسمت جلوی بطری که در مرکز آن لوگوی برند آموز با رنگ طلایی می‌درخشد، طراحی و به بازار عرضه شده است. از برند آموز و محصول جدید این برند با نام سفر، همیشه انتظارات زیادی بر مبنای سفری رایحه‌ای به شرق، وجود دارد. آموز سعی کرده این توقعات را از طریق مخلوطی از مواد بسیار گران‌بها در این عطر عرضه کند. عطر «سفر زنانه» این برند بر پایه گل‌ها و میوه‌ها همراه با رایحه چرم، برجسته شده در حالی که نسخه سفر برای مردان، سفر انسان بر مبنای حضور رایحه‌ای مردانه، چوبی و تند با زیر نت‌هایی از چرم، برجسته شده است. عطر مردانه جدید آموز با نام سفر انسان، شخصیت‌های چوبی و تند خود را با شروع زیرنت‌ها اولیه همچون فلفل سیچوان و هل، همراه با تجدید مزه ترنج و درختانی شکوفه نرولی تأیید می‌کند.

معماری بدن



● گفته می‌شود صفحه‌های استخوان‌بندی بعد از سن رشد، بسته می‌شود و دیگر افزایش قد اتفاق نمی‌افتد. تبلیغات و موارد متعددی در گوگل و سوشیال مدیا یافت می‌شود که مدعی است رشد قد هرگز متوقف نمی‌شود و تا سنین میان‌سالی هم قابلیت تغییر دارد. در اینجا به چند توصیه بسنده می‌کنیم و فارغ از اینکه این ادعا چقدر صحت علمی دارد، به شما می‌گوییم چه کارهایی را انجام دهید تا قامتی کشیده‌تر و استوارتر داشته باشید.

۱- داشتن خواب کافی و منظم، ۲- به جای اینکه سه وعده غذایی پر حجم و در هر وعده مقدار زیادی خوراکی مصرف کنید، بکوشید وعده‌های غذایی خود را به شش وعده غذایی برسانید تا در هر وعده مقدار کمتری غذا مصرف کنید، ۳- مصرف غذاهای حاوی پروتئین و کربوهیدرات، دو ساعت قبل از فعالیت ورزشی و بلافاصله بعد از آن، باعث افزایش قابل توجه هورمون رشد و تستسترون در خون می‌شود، ۴- انجام ورزش‌های کششی روزمره مثل نرمش‌های بدن‌سازی روزانه، تأثیر مستقیمی روی ترشح هورمون رشد دارند، ۵- دریافت اسید آمینه گلایسین قبل از فعالیت ورزشی می‌تواند تا حدی باعث تحریک ترشح هورمون رشد شود، ۶- بیشترین مقدار هورمون رشد در دو ساعت اولیه خواب ترشح می‌شود. هرگز در دو ساعت قبل از خواب وعده غذایی سنگین مصرف نکنید.

اگر کراوات می‌زنید



● عمده‌ترین سؤالی که آقایان علاقه‌مند به زدن کراوات می‌پرسند، چگونگی شست‌وشوی کراوات و تمیزکردن آن است. اگر در دید و بازدید‌های عید ترجیح می‌دهید لباس رسمی و کت‌وشلوار بپوشید و رگال لباس‌هایتان مزین به کراوات‌های متعدد با طرح و رنگ‌های متعدد است، خالی از لطف نیست که بدانید چقدر به‌سهولت می‌توانید این شیء متنوع را که در کم‌لباس هر آقای یافت می‌شود، تمیز کنید و در منزل بشویند. با توجه به جنس متفاوت کراوات‌ها شیوه شست‌وشوی آنها نیز متفاوت خواهد بود. لطفاً قبل از اقدام به شست‌وشو برجسب مربوط به جنس پارچه را حتماً با دقت بخوانید. از فهرست زیر نیز می‌توانید به عنوان راهنمای شست‌وشو کمک بگیرید.

● **پشم:** فقط زمانی که ضروری است، خشک شویی شود. آن نشود و فقط با استفاده از بخار صاف کنید.

● **کتان/لنبه:** با آب سرد یا گرم و با دست بشویند. برای خشک‌شدن هم، آن را آویزان کنید. با استفاده از درجه بالای اتو بخار، اتو کنید.

● **کشپاف:** با آب سرد و با دست بشویند. برای خشک‌شدن هم، آویزان کنید. با استفاده از درجه پایین اتو بخار، اتو کنید.