

حدود ۸۵ درصد از رانندگانی که باعث تصادفات مرتبط با خواب می‌شوند، مرد هستند و حدود یک سوم آنها حداکثر ۳۰سال سن دارند.



سنتی‌های زیا

لباس در کنار سایر موارد همچون غذا، لهجه، آداب‌ورسوم یکی از جاذبه‌های مناطق مختلف است؛ به‌طوری که مردم هر منطقه، شهر یا کشوری لباس سنتی خاص خود را دارد. البته بعضی کشورها برای لباس‌هایشان اسامی‌ای انتخاب کرده‌اند. به‌عنوان مثال «تراخت» لباس سنتی کشورهای آلمانی زبان است؛ لباس سنتی‌ای که در سراسر آلمان، سوئیس، هلندو سایر مناطق شمال غرب باروپا محبوبیت دارد. «یلاروسی» پیراهنی بلند با ژاکتی کوتاه، لباس سنتی روسیه است با رنگ‌های روشن طراحی شده که در مراسم‌های خاص از آن استفاده می‌شود؛ فستیوال‌ها و جشن‌های عروسی، «آوادی» یعنی زیبایی و سادگی، نامی که ویتنامی‌ها برای لباس سنتی‌شان انتخاب کرده‌اند. پیراهنی بلند با رنگ‌های روشن و شاد که با کلاه بزرگ، صندل یا کفش چرم استفاده می‌شود.

گزارش «شهروند» از دنیای لباس‌های ایرانی و سنتی که حالا باب میل عموم مردم شده‌اند

در دنیای «هنری‌ها» چه می‌گذرد؟

◀ **میترا اکاوند، طراح لباس: تقریباً یک‌دهه پیش خلّایی در مد لباس احساس شد و از همان زمان دانشجویان هنر سدشکن پوشیدن لباس‌های متفاوت شدند**

لیلا مهداد| «لیدی» در کنار چرخ خیاطی مشکی قدیمی‌ای ایستاده و مقابلش شال‌های هنری زرد، سبز و قرمزی را می‌بیند که روی صندوق‌های با سبک‌وسبایق قدیمی جاجوش کرده‌اند. کمی آن‌طرف‌تر «شقایق» کف و پتیرین ولو شده و کیف کوچک سرخابی‌ای را به آغوش کشیده است و بالای سر خود «شهرزاد» را با دامن پرچینش می‌بیند که بی‌اعتنا به سایرین با ناز محو گل‌های دامنش است؛ دامن‌ی طعنه‌زده به دشت لاله، اما «غزل» به رخت‌آویزی تکیه داده و در همان‌تر ورودی به مشتری‌ها لیخند می‌زند. اینها آکتورهای دنیای لباس‌های سننتی‌اند. لباس‌هایی که هر کدام با نامی یاد دنیای مد لباس‌های سنتی گذاشته‌اند و به همین نام شناخته شده‌اند، البته «ته‌جقه»، «میرطوری»، «اسپانیایی» و ... هم جزو این آکتورها هستند که در ویت‌ترین‌های متفاوت بابرنده‌های مختلف جاجوش می‌کنند تا چشمانی را به خود خیره کرده و به فروش برسند. «مهرو» از مشتری‌های همیشگی این لباس‌هاست، زنی باریک‌اندام و کشیده که مرز ۳۰سالگی را گذرانده و یکی از سافاروهای سنتی را هم به تن دارد. «زیبایی و زیبادوستی یکی از خصلت‌های بشر است و لباس‌های سنتی بیشتر از لباس‌ها و مانتوهای متداول بازار این نیاز را پاسخ می‌دهند.» او معتقد است این لباس‌ها همچوانی زیادی با فصل بهار و تابستان دارند و در عین زیبایی با رنگ‌وعالعی که دارند حس خوبی به شهر می‌دهند. «بیشتر این مدل‌ها را به در بهار و تابستان می‌خورند. کاش فکری می‌برای زمستان شود.» اما «آرزو» طرح‌ها و رنگ‌های لباس‌های سنتی را تکراری می‌داند و بر این باور است که طراحان این عرصه هم به‌کبی کارای رسیده‌اند و ایده جدید کمتر در ویت‌ترین این مغازه‌ها دیده می‌شود. «سال‌های اولی که این لباس‌ها مد شد خیلی خوب بود. هر بار طرح و رنگ و پارچه‌ای نظر آدم را جلب می‌کرد اما حالا همه برندهای این عرصه کارهای یک‌شکل دارند و این اصلاً خوب نیست و باعث شده جذابیت اول را نداشته باشند.» «آرزو» سال‌های اول مشتری همیشگی این لباس‌ها بوده و از متمایز بودن خود لذت می‌برده است. «چندسالی می‌شود که گف‌ری، به این مغازه‌ها سر می‌زنم شاید برای خرید زیورآلات بدلی که متأسفانه آنها هم تکراری شده‌اند.» اگر چه آشنایی «مینا» با لباس‌های سنتی به پخش فصل اول سریال شهرزاد برمی‌گردد. «هیچ‌کدام از قسمت‌ها را از دست نمی‌دادم و از همان موقع بود که عاشق لباس‌های سنتی شدم.» او نخستین بار که یکی از این لباس‌ها را می‌خرد نمی‌تواند از آن در مکان‌های عمومی استفاده کند اما حالا این جسارت را پیدا کرده است. «خیلی راحت‌اند و به درد آدم‌های گرمایی مثل من می‌خورد.»

بیشتر فانتزی است تاستنی «عاطفه» دختری ریزنقش با چهره‌ای ظریف است. شال زرد هنری‌ای به سر دارد که با لباس سنتی طوسی‌اش همخوانی خوبی پیدا کرده است. پشت به کیف‌های سنتی ایستاده و با لیخند در مورد طرح‌هایش به مشتری‌ان توضیح می‌دهد. «دامنش ساده‌است که با کت به‌ته‌جقه تکت دکمه خیلی شیک می‌شود، سارقون این طرح را هم داریم و ...» عاطفه و زهرا دو خواهرند که در رشته‌های هنری تحصیل کرده‌اند- گرافیک- و حالا چند سالی می‌شود در عرصه پوشاک سنتی فعالیت می‌کنند. کارشان را با زیورآلات سنتی شروع کرده‌اند؛ از طراحی ساعت‌های بندبلند. اگر چه عاطفه معتقد است مبدع این طرح نبوده و قبلاً آن را جایی دیده بودند. صفحه‌های ساعت را می‌خرند تا طرح‌هایی که در ذهن دارند را روی آنها پیاده کنند اما جمله‌ای مسیر آنها را تغییر می‌دهد: «می‌توانید نام برندگان را روی صفحه‌های ساعت چاپ کنید.» یکی، دوسال نقاشی‌های دستنی روی صفحه‌های ساعت جا خوش می‌کنند تا اینکه تقاضا افزایش می‌یابد و دو خواهر نمی‌توانند هفته‌ای هزار صفحه را اناقشی کنند و این در حالی بوده که رقبایا کار چاپ از آنها پیشی گرفته بودند. «مردم هم متوجه تفاوت کار دستی و چاپی نبودند.» این داستان عاطفه و زهرا به ۹-۸سال پیش برمی‌گردد. یعنی همان سال‌ها که تصمیم گرفتند طرح‌هایشان را در عرصه پوشاک محک بزنند. «عاطفه» لباس‌هایی که سنتی معرفی شده‌اند را بیشتر فانتزی می‌داند تا سنتی. «این لباس‌ها بیشتر طرح قدیمی دارند. لباس‌های محلی مثل کردی، رشتی، لری و ... را سنتی می‌گویند و طرح‌هایی که در حال حاضر رایج می‌شوند بیشتر فانتزی‌اند تا سنتی.» اگر چه در میان لباس‌هایی که در سنتی فروشی‌ها رایج می‌شوند، ردپایی از ایده‌های لباس‌های سنتی را هم می‌شود دید. این دو خواهر حالا بعد از ۹ سال فعالیت در این عرصه برند مختص خود را دارند و خاستگاه این طرح‌ها را دانشجویان دانشکده هنر نمی‌دانند و بر این باورند که تمایل به خاص و متمایز بودن باعث رونق فروش این لباس‌ها شده است. اگر چه در سال‌های ابتدایی تنوع این طرح‌ها بیشتر بود و حالا در میان کارهای خاص یک برند هم تکرار را می‌توان دید. «غبت خردبران و توانایی برای ادامه کار باعث می‌شود به تکرار روی‌آوریم اگر چه طی همه این سال‌ها کارهای سال گذشته را تکرار نکرده‌ایم و سعی داشتیم در بعضی‌المان‌های آن تغییراتی را داشته باشیم.»

لباسی شبیه به آن را پوشیده بود. «طراحان لباس‌های سنتی یا به قول «عاطفه» فانتزی بر اساس شکل و شمایل طرح‌شان نام‌هایی همچون «شهرزاد»، «غزل»، «لیدی» و ... را برای آنها انتخاب می‌کنند. «عاطفه» الیاف طبیعی را مناسب برای این لباس‌ها می‌داند اگر چه بعضی برندهای ایسن نوع لباس از اجناس مواددار همچون حریر استفاده می‌کنند تا لباس تولیدیشان زیباتر باشند و مشتری‌های بیشتری را جذب کنند. «لباس سنتی با الیاف طبیعی شگفت‌تر است و اجناس مواددار باعث می‌شود کار نهایی شبیه

هر طراح طی یک‌سال باید ۵۰-۴۰ طرح ارایه بدهد و همین حجم از طرح‌ها و مدل‌ها باعث می‌شود گاهی این طرح‌ها تکراری یا شبیه هم شوند. «عاطفه» سریال شهرزاد را در رغبت مردم علمه به چنین پوششی تأثیر گذار می‌داند اگر چه بر این باور است که بعضی از لباس‌های این کاراکتر سریال را نمی‌توان در اماکن عمومی استفاده کرد. «قبل از شروع سریال شهرزاد ما طرحی به این نام داشتیم؛ لباسی با شنسل کوتاه که نام «شهرزاد» به آن می‌آمد، البته شخصیت شهرزاد هم در یکی از قسمت‌های سریال

دانشجویان هنر سدشکن مد لباس‌های سنتی بودند

میترا اکاوند، طراح لباس از گرایش همیشگی ایرانیان به سنت‌ها و وجود مدل‌ها و سنت‌های قدیمی می‌گوید که در نهایت سبب شدند ما شاهد مدل‌های سنتی در پوشش زنان و مردان باشیم. لباس‌هایی متشکل از مدهای روز و قدیم که در حین به‌روز بودن سبک و سیاق قدیمی بودنشان را نیز حفظ کرده‌اند.

سر آغاز لباس‌های سنتی چه برهه‌ای بود؟

در برهه‌ای یعنی تقریباً یک‌دهه پیش خلّایی در مد لباس احساس شد و از همان زمان بود که لباس‌های سنتی را به ندرت تن دانشجویان هنر می‌دیدیم؛ افراد با سلیقه‌ای که سبک خودشان را داشتند و به واسطه آن مدل‌های سنتی در میان لباس‌های متداول آن دوران به چشم خورد. در واقع باید گفت، این نیاز جامعه‌ای بود که نه می‌توانست گرایشی به سبک‌های غربی داشته باشد و هم مایل بود لباسی به‌روز را تجربه کند که تکراری هم نباشد و شادایی موردنظرش را تأمین کند. در آن دوران مانتوهای خیابانی بیشتر در رنگ‌های تیره رایج می‌شدند. در واقع می‌توان گفت، خاستگاه لباس‌های سنتی از دانشکده‌های هنر بود؛ افراد باذوقی که به طرح‌های جوان‌پسند نیاز داشتند.

در واقع سدشکن‌های این مدرادانشجویان هنر باید دانست؟

بیشترین گرایش افراد به مد در کنار ژورنال‌ها مدهای خیابانی است. در حقیقت مدهای خیابانی تأثیر زیادی در آذهان دارند. لباس‌های سنتی هم یکی از مدهای خیابانی بود که سدشکن‌های آن دانشجویان هنر بودند. دانشجویانی که آن چه در ذهن داشتند را روی الگو پیاده کردند و جسارت استفاده از آن در اماکن عمومی را هم داشتند. در گام‌های اول این طرح‌ها و مدها عیب‌و ایرادهایی هم داشتند، چه از لحاظ دوخت و دوز و چه از لحاظ برش‌های عرضی و طولی اما این طرح‌ها روی پارچه پیاده شدند و به چشم آمدند. بازار شاید به این می‌انديشید که تحولی در طراحی‌ها به وجود بیاورد اما جسارت اجرایی کردنش را نداشت و با شروع دانشجویان سرمایه‌گذاران این عرصه هم پیدا شدند و این طرح‌ها به‌عنوان مدارای شدند.

آیا می‌توان گفت برندسازی در عرصه بازار لباس در ایران از همین لباس‌های سنتی شروع شد؟



در یکی، دوسال گذشته حرکت‌هایی که مد لباس در این زمینه انجام داد، قابل قدر دانی است. در واقع متوجه شدند، می‌توان از این حرکت‌ها استفاده کرد و مد داخلی را افزایش داد و این نتیجه خوبی بود، البته این برندسازی به این راحتی‌ها نبود و پروسه طولانی‌ای را طی کر د، چون در گام‌های اول خواب سرمایه را تجربه کردند و افراد زیادی به این بازار گرایش نشان ندادند. در ابتدای کار، خیلی گسترده نبود و در حد همان دانشجویان هنر دیده می‌شد ولی رفته‌رفته بیشتر شد. شروع این کار به یک‌دهه می‌رسد اما بر نداشتن و عامه‌شدن استفاده از این لباس‌ها، کمتر از یک‌دهه عمر دارد.

آیا لباس‌های سنتی ظرفیت ادامه و تنوع را دارد؟ چون شاهد کپی‌برداری برندهای این عرصه هستیم

این ظرفیت وجود دارد، البته به شرط بهادادن. اوج خلاقت طراح می‌تواند چند طرح باشد و به همین دلیل کمبود کار گروهی دیده می‌شود و انفرادی کار کردن سبب شده تکرار در مدها را شاهد باشیم. تکراری که از استقبال مردم از این طرح‌ها و مدل‌ها نشأت می‌گیرد تا تولید، جان ادامه‌دادن کار را داشته باشد. در ابتدای کار چند نفر به این عرصه ورود کردند اما حالا ده نفر در این زمینه فعالیت می‌کنند- نمی‌گویم صد هزار نفر، چون هنوز به این مرحله نرسیده است- و اقعیت این است که ریسک اولیه را دوباره فعالان این عرصه به جان بخرند و با کار گروهی زمینه‌ساز پیشرفت مدیرانی باشند و از تکرار پرهیز کنند.



به اصطلاح کارهای هفت تیری شود.» نزدیک به یک‌دهه فعالیت سنتی فروشی‌ها بازار کیف، روسری و زیورآلات سنتی هم داغ شده و مخاطبان خود را پیدا کرده‌است. وسایل جانبی لباس‌های سنتی که برندها یا خود به تولید و طراحی آنها دست زده‌اند یا از بازار و تولیدکنندگان سایر برندها آنها را تأمین می‌کنند. «یکسری کیف‌ها را خودمان تولید می‌کنیم. تازه وارد تولیدش شدیم، البته شال را قبل عید داشتیم اما وقت نکرديم تکرار کنیم و بیشتر شال‌های ساده و کیف‌ها را از بازار با تولیدکنندگان دیگر تهیه می‌کنیم.» زیورآلات هم نتیجه کار دانشجویان و فارغ‌التحصیلان هنر است اگر چه بعضی افراد بدون داشتن پشتوانه هنری با ردیف کردن مهره‌ها و سنگ‌ها کنار هم چنین کارهایی را به بازار ارایه می‌دهند، البته زیورآلات خاص نتیجه کار دست دانشجویان صنایع‌دستی است. زیورآلاتی که از هنر کاشی‌کاری و ... در آنها استفاده شده است. لباس‌های سنتی سایر کشورها هم توانسته‌اند تأثیرشان را بر این لباس‌ها بگذارند و با تغییر و تحولاتی خود را در میان طرح‌های ایرانی جا کنند. «سبک اسپانیایی را دوست داشتیم اما چین‌های هسند طراحانی که از سبک‌ها بهره می‌برند و با قیمت‌های بالا می‌فروشند، برندهایی که شناخته شده‌اند. اگر چه این عرصه هم نخستین‌هایی داشته، افرادی که ریسک را به جان خریدند و این بازار را به‌وجود آوردند. «دو چشم، سنجاقک، پریساتن پوش و ... از نخستین‌های لباس‌های سنتی‌اند که در میان آنها پریساتن پوش با سبک متفاوت توانسته به شهرت بیشتری برسد.»

نکته‌های خانگی

رنگ‌ها را هوشمندانه انتخاب کنید

اهمیت به رنگ‌ها و بهره‌بردن از آنها در ابزار و وسایل مختلف زندگی روزمره بخشی از زندگی شهروندان جهانی است. رنگ‌هایی که در لباس‌ها، وسایل حمل‌ونقل و دکوراسیون خانه و محیط کار استفاده می‌شوند، به هر کدام از آنها معنا و هویت مختص به خود را می‌دهند، البته خبر خوش این است که حالا می‌شود از رنگ‌های دلخواه و متنوع در چیدمان خانه و سایر موارد بهره برد. به خاطر داشته باشید که هر رنگ بار معنایی روانی خاصی دارد. به حس‌هایی که هر رنگ به شما می‌دهد، فکر کنید- این احساسات می‌تواند از آرامش تا خشم تفاوت داشته باشد. پس هنگامی که می‌خواهید ذهنتان از توازن و هارمونی در خانه بهره‌مند شود، در انتخاب رنگ دقت کنید؛ چراکه استفاده از بعضی رنگ‌ها به میزان زیاد تأثیر متضادی روی روحیه‌تان خواهد داشت.

زرد

شاید در وهله اول به نظر برسد این رنگ کاربرد زیادی برای چیدمان نداشته باشد، درحالی که می‌توان از درخشندگی، حس خوش‌بینی و دلگرمی این رنگ در آشپزخانه، اتاق کار و نشیمن استفاده کرد.

نارنجی

گرم و محرک بودن این رنگ باعث می‌شود شما محیطی شاد و گرم‌بخش داشته باشید، به همین دلیل می‌توانید از رنگ ملایم آن در ورودی راهروها، اتاق غذاخوری و نشیمن استفاده کنید، البته طیف‌های مختلف آن می‌تواند برای اتاق کار و خواب هم خوشایند باشد. رانشناسان رنگ نارنجی را رنگ گفت‌وگو می‌نامند و جزو معدود رنگ‌هایی است که به بیننده قدرت بیان احساسات را می‌دهد و از طرف دیگر خاصیت ضدافسردگی دارد.

صورتی

یکی از ویژگی‌های این رنگ آرامش، احساس قوت‌قلب و لطافت است و برای همین می‌توان از آن در مکان‌های مختلف خانه بهره برد، به جز آشپزخانه و اتاق نشیمن درحالی که برای اتاق کودک، سرویس بهداشتی و هال و اتاق خواب می‌توان رنگ مناسبی بلشد.

بنفش تیره

رنگی الهام‌بخش و موقر که حس هفتمندی و انگیزه را به فرد می‌دهد و برای همین می‌توانید در چیدمان خانه از آن در اتاق خواب و نشیمن استفاده کنید، اگر چه طیف بنفش یاسی برای اتاق خواب و سرویس بهداشتی رنگ مناسب‌تری به نظر می‌رسد. معمولاً بنفش نشان‌دهنده شجاعت، مدیریت و قاطعیت می‌زبان است. از این رنگ می‌توانید برای دیوارها و پرده‌ها استفاده کنید، البته در این شرایط باید مبلمانی با رنگ روشن انتخاب کنید.

آبی

محبوبیت آبی جهانی است و در بیشتر موارد سمبل رفع تنش و خستگی می‌شود و روابط را ارتقا می‌دهد، پس می‌توانید از رنگ آرامش و ره‌ای آبی در اتاق کار و مطالعه و حتی آشپزخانه و اتاق نشیمن و خواب بهره ببرید. رنگ آبی به‌طور واضح یک پیام دارد؛ حس اعتماد.

سبز

رنگ هماهنگی و عدالت. رنگ سبز را نشانه آرامش و نشاط می‌دانند و در اکثر فضاها می‌توان از آن استفاده کرد، البته نباید فراموش کرد که سبز را می‌توان با رنگ‌های دیگر ترکیب کرد و دکوراسیون زیباتری داشت. سبز آرامش‌بخش‌ترین رنگ در میان رنگ‌هاست و می‌توان از آن به‌عنوان نماد احساس امنیت نام برد. زمانی که شما از سبز در دکوراسیون و چیدمان خانه‌تان استفاده می‌کنید، به دیگران این پیام را می‌دهید که به دنبال آرامش و امنیت هستید.

قهوه‌ای

رنگی که نمی‌توان آن را جزو رنگ‌های اصلی چرخه رنگ دانست اما در عین حال نمی‌توان قدرت فوق‌العاده آن را کتمان کرد. قهوه‌ای را می‌توان رنگ راحت و طبیعت محسوب کرد و در بسیاری از اتاق‌ها و اثاثیه و مبلمان از آن بهره برد.