



Doi 10.22059/JWICA.2023.356381.1901

Removing the Personality Shadows of Iranian Women by Examining and Changing Clothing Styles based on the archetypal Theory of Jean Shinoda Bolen

Soraia Radamin^{1✉} | Manzar Mohammadi² | Farideh Hajiani³

1. Fabric Design Department, Faculty of Applied Arts, University of Art, Tehran, Iran savaradamin@gmail.com

2. Assistant Professor, Faculty of Applied Arts, University of Art, Tehran, Iran. ma.mohammadi@art.ac.ir

3. Assistant Professor, Faculty of Applied Arts, University of Art, Tehran, Iran.. f.hajiani@art.ac.ir

Article Info

Research Type: Research Article

Received:
05 March 2023

Accepted:
07 May 2023

Keywords:

Community Clothing,
Styling, Personality
Shadows, Archetype,
Jean Shinoda Bolen

Abstract

Title: Alleviating Personality Shadows among Iranian Women through Clothing Style Adjustment: An Archetypal Analysis according to Jean Shinoda Bolen's Theory

According to Jung's psychoanalytic theory, predetermined archetypes reside in the human unconscious, profoundly influencing human life. Jean Shinoda Bolen, an American psychologist, identifies seven female archetypes derived from Greek myths, including Athena, Artemis, Hestia, Demeter, Persephone, Hera, and Aphrodite. Imbalance in these archetypes casts certain personality traits into shadow, amplifying the unconscious and impeding personal growth. Awareness and reconciliation of these shadows foster internal harmony and enhance self-understanding. This study proposes addressing personality shadows through psychoanalytic techniques and modifying clothing styles to mitigate the dominance of the unconscious mind and promote better decision-making.

Clothing serves as an external expression of internal dynamics, reflecting one's psyche. By understanding a person's shadow archetype and considering cultural and social contexts, tailored clothing styles can promote mental equilibrium and diminish shadows. Encounters with the psyche's darker aspects often trigger intense reactions, hindering personal development. This research asserts that subtle changes in clothing can facilitate shadow confrontation, ultimately preparing individuals for deeper psychological exploration and growth. Aligning clothing styles with psychoanalytic interventions accelerates therapeutic progress and fosters inner peace.

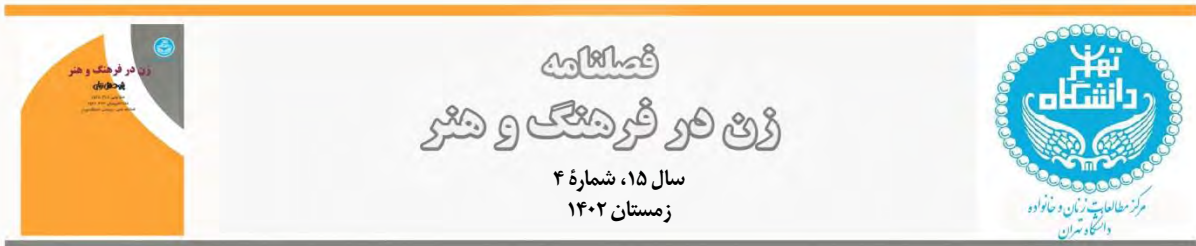
The study poses the question: How can community clothing designs effectively address personality shadows among women, drawing from Shinoda Bolen's archetypal framework? By identifying personality shadows, recognizing individual strengths and weaknesses, and acknowledging clothing's impact on the psyche, tailored clothing designs can complement therapeutic interventions. Given the diverse personality shades among Iranian women, exacerbated by modern communication dynamics and increased societal roles, this study focuses on this demographic. Through qualitative and quantitative analysis, involving 254 women aged 20-45 in Tehran, the research reveals that aligning clothing styles with desired archetypes accelerates therapeutic progress. Utilizing design elements to engage individuals in self-reflection enhances treatment efficacy alongside traditional psychoanalytic methods.

How To Cite: Soraia Radamin, Manzar Mohammadi, Farideh Hajiani (2023). Removing the Personality Shadows of Iranian Women by Examining and Changing Clothing Styles based on the archetypal Theory of Jean Shinoda Bolen. *Journal of Women in Culture & Art*

Publisher: University Of Tehran Press.



© The Author(s)



رفع سایه‌های شخصیتی بانوان ایرانی با بررسی و تغییر شیوه‌های پوشاکی بر اساس دیدگاه کهن‌الگویی جین شینودا بولن

ثریا رادامین^۱ منظر محمدی^۲، فریده حاجبانی^۳

۱. نویسنده مسئول، دانش آموخته کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران. savaradamin@gmail.com

۲. استادیار گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران. ma.mohammadi@art.ac.ir

۳. استادیار گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران، ایران. f.hajiani@art.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	جین شینودا بولن (پیرو مکتب یونگ) با توجه به اسطوره‌های یونانی، هفت کهن‌الگو (آتنا، آرمیس، هستیا، دیمیترا، پرسفون، هرا و آفرودیت) را در ناخودآگاه انسان متمایز کرد و به زنان امروزی تعمیم داد. چنانچه این کهن‌الگوها از حالت تعادل خارج شوند، برخی ویژگی‌های شخصیتی به سایه فرومی‌روند. جهت تعادل کهن‌الگوها علاوه بر روش‌های روانکاوی می‌توان از تغییر سبک پوشش به‌عنوان یک راه بهبود تکمیلی استفاده کرد. پرسش این است که چگونه می‌توان براساس دیدگاه کهن‌الگویی جین شینودا بولن، لباس اجتماعی را که در جهت رفع سایه‌های شخصیتی (بانوان) مؤثر باشد طراحی کرد. در این زمینه می‌توان با شناخت سایه‌های شخصیتی، نقاط ضعف و قوت آن‌ها را شناسایی کرد و با توجه به تأثیری که پوشش بر روان دارد، اقدام به طراحی سبک پوششی کرد که در جهت تکمیل درمان ثمربخش باشد. پژوهش حاضر کیفی و کمی است و ابزار مورد استفاده در جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. جامعه آماری ۲۵۴ نفر از بانوان ۲۰ تا ۴۵ ساله شهر تهران است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انجام شده است. طبق آمارگیری انجام شده، حدود ۴۰ درصد از بانوان تهرانی دارای سایه شخصیتی هستند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS در قالب آمار توصیفی به‌صورت فراوانی و درصد انجام شد. نتایج حاکی از آن است که چنانچه بتوان از طرح، نقش، فرم، رنگ، طراحی و... که شخص را درگیر ارتباط با خود کند در سبک پوششی استفاده کرد، می‌توان از آن به‌عنوان یک راه‌حل در کنار راه‌حل‌های روانکاوانه دیگر بهره برد.
تاریخ دریافت: ۱۴ اسفند ۱۴۰۱	
تاریخ پذیرش: ۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۲	
واژه‌های کلیدی: پوشاک اجتماع، جین شینودا بولن، سایه‌های شخصیتی، ظاهرارای، کهن‌الگو	

استناد به این مقاله: ثریا رادامین منظر محمدی، فریده حاجبانی (۱۴۰۲) رفع سایه‌های شخصیتی بانوان ایرانی با بررسی و تغییر شیوه‌های پوشاکی براساس دیدگاه کهن‌الگویی جین شینودا بولن زن در فرهنگ و هنر،

این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد ثریا رادامین با عنوان «طراحی مجموعه لباس اجتماع زنانه جهت رفع سایه‌های شخصیتی، بر اساس دیدگاه کهن‌الگویی جین شینودا بولن» به راهنمایی دکتر منظر محمدی و مشاوره دکتر فریده حاجبانی در دانشگاه هنر شهر تهران است.



© The Author(s).

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

۱ مقدمه

نوع پوشش، بیانگر شیوه تفکر و روحیات فرد است. طرح، فرم، رنگ، جنس و شیوه استفاده از لباس از ارکان اصلی پوشش به‌شمار می‌رود و تطابق روانی بین روحیات فرد و نوع پوشش را القا می‌کند. از طرفی شخصیت هر فرد کاملاً منحصر به فرد است و مشخص‌کننده طرز رفتار، نحوه برخورد، تعامل وی با مسائل و روابط اجتماعی است و تمامی این نکات در قالب علم روانکاوی شناخته شده است. دوگانگی میان آنچه هستیم و آنچه می‌خواهیم باشیم، دلیل اصلی کشمکش‌های درون انسان است؛ کارل گوستاو یونگ^۱، این طبیعت دوگانه را «سایه شخصیت» نامید. سایه نمایانگر خصوصیات ناشناخته یا کم‌شناخته‌شده «من» است که بخشی از حوزه روان را تشکیل می‌دهد (یونگ، ۱۳۹۸: ۲۵۷). این ویژگی‌های ناخودآگاه در ادامه توسط جین شینودا بولن^۲ در قالب پانزده کهن‌الگوی یونان باستان طبقه‌بندی شد. طبق نظر روانکاوان، تعادل و سلامت روانی در گرو آن است که بخش خودآگاه وجود و سایه بتوانند با هم زندگی کنند. با شناسایی و رفع سایه‌ها از دو روش درونی (روان) و برونی (ظاهر) می‌توان با آن‌ها آشتی کرد. پوشش به‌عنوان نمود بیرونی و زبان گویای آنچه در درون شخص می‌گذرد، یکی از مظاهر این دوگانگی است. با شناخت نوع سایه شخصیت و با توجه به شرایط فرهنگی و اجتماعی می‌توان سبک پوششی را طراحی یا معرفی کرد که بتواند در رفع سایه‌ها مؤثر باشد. هدف اصلی این پژوهش، بهبود و رفع سایه‌های شخصیتی از طریق طراحی لباس، استایلینگ (ظاهر آرای) و تغییر سبک پوشش است. در این بین، لباس اجتماع پرکاربردترین لباس بانوان ایرانی عصر حاضر است؛ بنابراین می‌توان با طراحی و استایلینگ، در عین لحاظ‌کردن زیبایی‌شناسی و قوانین اجتماعی، از آن به‌عنوان ابزاری مناسب جهت روبه‌روشدن با بعد نازیسته روان بهره برد.

پیشینه پژوهش

در حوزه ارتباط میان پوشش و هویت و تأثیر لباس بر روحیات، مقاله «سبک زندگی و پوشش زنان تهران» (۱۳۸۶) به سبک‌ها و کارکردهای پیچیده پوشش مانند خلق هویت و ایجاد تمایز پرداخته است. همچنین مقاله «بررسی جامعه‌شناختی مدیریت ظاهر و هویت فردی در بین جوانان» (۱۳۸۷) به بررسی رابطه میان ظاهر آرای و هویت جوانان می‌پردازد. مقاله «لباس به‌مثابه هویت» (۱۳۸۹) نیز ارزش‌های فردی پوشاک را مطالعه می‌کند. مقاله «تحلیل جامعه‌شناختی سبک پوشش زنان» (۱۳۹۱)، اهمیت نمادهای ظاهری، پوشش و تأکید به تفوق

¹ Carl Gustav Jung (1875-1961)

² Jean Shinoda Bolen (1936-)

بصری در عصر حاضر را بررسی می‌کند. در مقاله «تأثیر رنگ لباس بر روی برخی از مؤلفه‌های سلامت روانی افراد» (۱۳۹۸)، رنگ به‌عنوان یک مؤلفه تأثیرگذار در پوشش افراد معرفی شده است و مقاله «بررسی نقش شخصیت در انتخاب رنگ پوشاک» (۱۳۹۸) رنگ لباس را عاملی می‌داند که به‌طور غیرمستقیم بر رفتار فردی تأثیر می‌گذارد.

همچنین در این زمینه می‌توان به کتاب *تأثیر پوشاک در شخصیت و رفتار انسان* (۱۳۹۴) اشاره کرد که به اهمیت ارتباط میان اخلاق و لباس پرداخته است. کتاب *فلسفه فشن* (۱۳۹۷) به رابطه فشن با جنبه‌های متعددی اشاره می‌کند و فشن را عرصه‌ای برای خلق «خود» می‌داند. کتاب *روان‌شناسی مدگرایی* (۱۴۰۰) تأثیر مد بر زندگی انسان خصوصاً زنان را مطالعه می‌کند. مطالعات ذکرشده در دو زمینه جداگانه (هویت و سبک پوشش) قابل پیگیری هستند و پژوهشگر قصد دارد با تلفیق این دو، شیوه‌ای نوین را به‌عنوان راه‌حلی تکمیلی جهت بهبود سایه‌های شخصیتی مورد استفاده قرار دهد.

مبانی نظری

یونگ سه منبع اصلی در ذهن معرفی کرد: خود^۳، ناخودآگاه شخصی^۴ و ناخودآگاه جمعی^۵. «خود» نمادی از ذهن خودآگاه است که افکار، احساسات و خاطرات شخص در آن جای می‌گیرند و هویت اصلی فرد را می‌سازد؛ دومین لایه، «ناخودآگاه شخصی»، لایه‌ای است که افکار و خاطرات موقتاً فراموش یا سرکوب‌شده را شامل می‌شود و سومین لایه، «ناخودآگاه جمعی» است که در بین تمامی انسان‌ها مشترک و شامل خاطرات نهفته از گذشته تکامل‌یافته بشر است. هر فرد دارای شیوه خاص زندگی خود است، ولی به‌میزان زیادی نیز نماینده یک روح جمعی با عمری بالغ بر میلیون‌ها سال است (یونگ، ۱۳۹۷: ۴۴). یونگ خاطرات و تصاویر را پیش‌الگو^۶ یا آرکی‌تایپ نامیده است.

آرکی‌تایپ‌ها یا کهن‌الگوها تصاویر، غرایز ارثی و افکاری هستند که از معانی جهانی برخوردارند. هر فرد ویژگی‌های جسمانی اجداد و تجارب اکتسابی آن‌ها را از طریق وراثت به‌دست می‌آورد (همان: ۹۳)؛ این تجربه‌ها استعدادهای بالقوه‌ای هستند که از طریق کهن‌الگوها به نسل‌های بعدی منتقل می‌شوند. وجود آرکی‌تایپ‌های

³ The ego

⁴ Personal unconscious

⁵ Collective Unconscious

⁶ Prototype

مختلف سبب ایجاد شخصیت‌های متفاوت می‌شود. در این بین اگر شخص برای خود شخصیت ساختگی بسازد، به آن پرسونا⁷ می‌گویند. پرسونا در واقع ماسک یا چهره بیرونی فرد است. «شخصیت ساختگی فرد در دوران یونان و روم باستان به معنای نقاب و پرسونا بود؛ یعنی ماسکی که شخص بر چهره می‌زند تا وجه تمایز او از افراد دیگر باشد» (دهکردی، ۱۳۴۳: ۲۴۶). عوامل زیادی مانند خاطرات تلخ، زخم‌های روانی دوران کودکی، فشارهای محیط خانه و اجتماع، رسیدن به معیارهای جامعه، ویژگی‌های شخصیتی و ترس از آینده سبب ایجاد ماسک در فرد می‌شود. استفاده مداوم از ماسک، فرد را از رسیدن به آرامش و تعادل محروم می‌کند. «من» خویشتن همواره با سایه در ستیز است. «برای رهایی باید با سایه روبه‌رو شویم» (یونگ، ۱۳۹۹: ۱۷۵). سایه بخشی از ناخودآگاه است که شامل جنبه‌های پنهان و سرکوب‌شده شخصیت است و فرد را از خود واقعی دور می‌کند و موجب جذب ویژگی پنهان می‌شود. «دنیا در تلاش است به ما نشان دهد که چه کسی هستیم و یاری‌مان کند تا دوباره کامل شویم» (فورد، ۱۳۹۵: ۱۵). پیروان مکتب یونگ، از جمله بولن، شخصیت‌های زنان و مردان را برمبنای داستان‌های اسطوره‌ای به تفصیل شرح داده‌اند.

جین شینودا بولن

بولن - روان‌شناس آمریکایی - کهن‌الگوهای زنانه را از اسطوره‌های یونانی استخراج کرد و به زنان امروزی تعمیم داد. «آن‌ها به مثابه الگوهایی ازلی بر چگونگی رفتار و نحوه واکنش ما نسبت به دیگران تأثیر دارند» (بولن، ۱۳۹۸: ۴۴)؛ وی «از منظر روانکاوی اسطوره‌ای به تحلیل سازوکارهای داستان‌هایی می‌پردازد که از اعماق روان انسان سخن می‌گویند و راه رسیدن به لایه‌های مختلف را آسان‌تر می‌کنند» (حسینی و شکیبی ممتاز، ۱۳۹۴: ۷). طبق نظریه بولن، در هر زن هفت کهن‌الگو وجود دارد که بنا بر شرایط زندگی از جمله ژنتیک افراد، اجتماع، خانواده، محیط پرورش، خصوصیات والدین و... متغیرند و هویت اصلی شخص را شکل می‌دهند. برخی از این کهن‌الگوها نمود ویژگی‌های شاخص هر فردند، ولی این به معنای نبود سایر کهن‌الگوها در فرد نیست، بلکه هر فرد باید بتواند تمامی آن‌ها را در خود بشناسد و در مواقع مناسب به کار گیرد. پیشروی و غلبه یک کهن‌الگو نسبت به بقیه در فرد سبب ناهماهنگی در روان و فقدان مابقی کهن‌الگوها در زندگی احساس می‌شود. چنانچه بنا به علل مختلف، برخی ویژگی‌ها و صفات انسان سرکوب شده باشد، این صفات در دنیای ناخودآگاه ذهن و در قسمت «سایه» جای می‌گیرند و به هنگام اتفاقات ناگوار، ذهن خودآگاه را از وجود خود باخبر می‌سازند؛ مادامی که آشتی با سایه‌ها صورت نگیرد، ذهن به آرامش نخواهد رسید؛ بنابراین آگاهی از جنبه‌های درون و ایجاد تعادل در آن‌ها، لازمه رسیدن به زندگی کم‌تنش است.

⁷ persona

الهه‌هایی که بولن در کتاب *روان‌شناسی زنان* در مورد آن‌ها توضیح می‌دهد شش الهه المپی - هستیا، دیمیترا، هرا، آرتمیس، آتنا، پرسفون و آفرودیت - هستند که به سه دسته باکره (آرتمیس، آتنا و هستیا)، آسیب‌پذیر (دیمیترا، پرسفون و هرا) و کیمیاگر (آفرودیت) تقسیم می‌شوند. الهه‌های باکره، بیانگر ویژگی استقلال و خودبستگی، الهه‌های آسیب‌پذیر نماینده نقش‌های سنتی مادر، دختر و همسر و الهه آفرودیت، الهه عشق و زیبایی نماد کشش عاشقانه و تمایلات جنسی است. این الهه‌ها انگاره‌های زنانی هستند که بیش از سه هزار سال در تخیل بشر زیسته‌اند؛ آن‌ها بازنمودهایی هستند از آنچه زنان به آن شباهت دارند و نمایانگر الگوهای ذاتی هستند و همچنین شخصیت‌های آن‌ها با هم متفاوت است.

اسطوره‌شناسی، تیپ شخصیتی، سایه‌ها و بعدهای نزیسته کهن الگوها

آتنا الهه خردمندی و صنایع دستی بود؛ طبق اسطوره‌های یونانی، زمانی که متیس^۸ آتنا را در شکم داشت، پدرش زئوس^۹ با حقه، او را مجبور کرد که کوچک شود و سپس وی را بلعید و آتنا به صورت بالغ و با زره و سلاح از سر زئوس به دنیا آمد؛ بنابراین آتنا از مادر خود بی‌خبر و از دنیای کودکی دور بود و تصور می‌کرد تنها یک والد دارد. او دست راست زئوس بود و حسادت برادران و خواهرانش را برمی‌انگیخت؛ زئوس در دوره رشد آتنا، آذرخش و سپر خود را که نمادهای قدرتش بودند به او واگذار کرد. «آتنا در اسطوره‌شناسی به عنوان زنی محافظه‌رایزن و هم‌پیمان مردان قهرمان مجسم شده و فهرست کسانی که آتنا آن‌ها را یاری کرد فهرست قهرمانان خوانده می‌شود» (بولن، ۱۳۹۸: ۱۲۵). آتنا مظهر عقل، مهارت، تمدن و پیشرفت، استعداد، علاقه‌مند به تحصیل، رقابت، هدفمند، کمال‌گرا، محافظه‌کار و یک مدیر تمام‌عیار است. کهن‌الگوی آتنا در سیاست، تجارت، آموزش و فعالیت‌هایی که به توان بدنی و هدایت‌گری نیاز دارند، شکوفا می‌شود و زن آتنایی مسیر درست را می‌شناسد. از طرفی، انعطاف‌ناپذیری آتنا می‌تواند به رشد تک‌بعدی او منجر شود و جنبه‌های دیگر فرد را از پرورش بازدارد. آتنا غلوشده عواطف و غرایز شهوانی و مادری خود را حس نمی‌کند. به بیان گرن^{۱۰} در کتاب *زن بودن*، «زنی که فقط صاحب نیروی عقلانی یک جنگجو است به قلب و روحش متصل نیست و زنانگی را از خود دور می‌کند» (گرن، ۱۴۰۰: ۸۹). این آرکی‌تایپ غالب لازم است کودکی یا هر آنچه را که بتواند او را شادمان کند، در خود کشف کند و همچنین با فرزندآوری، ذهنیت مادرانه خود را باز یابد. «زن آتنایی باید برای تقویت روان خود، نگرش منفی درباره طنازی زنانه را کنار گذارد و بداند که تنها فرماندهی کافی نیست و تعادل در هر زمینه‌ای سبب بالندگی می‌شود» (همان: ۱۱۷).

⁸ Metis

⁹ فرمانروای المپ Zeus

آرتمیس، الهه شکار، ماه و دنیای وحش است؛ تجسم او در روایات اساطیری به صورت زن جوانی با پیراهن کوتاه بود که تیر و کمانی از جنس نقره داشت و تیرش هرگز به خطا نمی‌رفت. هنگام به دنیا آمدنش، مادرش با کمک خود آرتمیس که در قالب قابله‌ای ظاهر شده بود فرزندش را به دنیا آورد؛ «بنابراین آرتمیس را الهه زایمان و دردها می‌دانند که هیچ دردی بر او تأثیر نمی‌گذارد» (بولن، ۱۳۹۸: ۶۸). آرتمیس از پدرش [زئوس] یک کمان، گله‌ای سگ شکاری، پیراهنی کوتاه، کوه‌ها و بیابان‌ها، پاکدامنی ابدی، بکارت دائمی و حق انتخاب را خواست و زئوس همه را به او عطا کرد. زن آرتمیسی زنی قاطع، متمرکز، هدفمند و جدی است و از هوش بالایی برخوردار است؛ «او تنها الهه‌ای است که از دوران نوزادی با تجسس، لجبازی و تمرکز در انجام کارها آرکی‌تایپش را بروز می‌دهد» (همان: ۹۸). زنانی که این کهن‌الگو را به صورت غالب در روان خود دارند، توانایی عینیت‌بخشیدن به اهدافشان را دارند. آنان آرمان‌گرا، اخلاق‌گرا، خستگی‌ناپذیر، قوی، محکم، ناجی، معترض، کاشف طبیعت‌های بکر و دارای انرژی روانی بالا، شجاع و صریح هستند. آرتمیس مرز تعیین می‌کند، معترض و آشوب‌گر است و حس رقابت‌جویانه قوی دارد و در ورزش‌های رقابتی می‌درخشد. هرچند آرمان‌گرایی و اجتماعی‌بودن ممکن است مانع تشکیل خانواده و زیست‌جنبه‌های دیگر زندگی او شود. «آرتمیس از نظر روان‌شناختی با اعتمادبه‌نفس و هویت‌مردانه‌اش، نقش زن را نمی‌پذیرد و آن را خنده‌آور می‌داند» (بولن، ۱۳۹۸: ۸۶). چنین زنی غالباً ظرافت و ارزش‌های زنانه را کنار می‌گذارد و این مسئله‌ای است که به گفته گرت، برای زنان نوگرا به مشکل مزمنی بدل شده است. «زن هرچقدر که موفق‌تر باشد، گرفتاری‌هایش جدی‌تر است و از نظر عاطفی کمتر احساس امنیت می‌کند» (گرت، ۱۴۰۰: ۹۲).

هستیا الهه معنویت و اجاق حاوی آتش بود و خانه و معبد با حضور او مقدس می‌شد. او از آن دست شخصیت‌ها نبود که در ماجراهای عاشقانه خدایان المپ نقش داشته باشد. طبق روایات اساطیری، هر شهر در یونان، اجاق مشترکی داشت و آتش مقدسی در عمارت اصلی آن می‌سوخت و هر مهاجر، آتش مقدس را از این عمارت با خود به خانه جدیدش می‌برد تا اجاق آن را روشن کند. هستیا در قالب آتش مقدس همراه آن‌ها می‌آمد و خانه قدیمی را به خانه جدید بدل می‌کرد. زنان هستیایی زنانی درون‌گرا و نیازمند خلوت‌اند و کمتر با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. «آن‌ها کمتر در اجتماع حضور می‌یابند و خانه‌برایشان معبد است» (بولن، ۱۳۹۸: ۱۷۶). زمان‌برایشان بی‌اهمیت است و به فعالیت‌های بی‌شتاب مانند خانه‌داری، نقاشی، مشاوره، معلمی، بایگانی و خدمت به اماکن مقدس که خصلت‌صوری در آن‌ها مهم است، جذب می‌شوند. زن هستیایی در جامعه پرتنش امروزی، مهجور واقع شده است. این گروه زنان با دو مسئله‌آشیاانه خالی ۱۰ و بیوگی مواجه‌اند؛ یعنی تنهایی و عدم داشتن دستاوردهایی که بتوانند زندگی‌شان را با آن پیش ببرند. «هستیاستعد ابتلا به طرحواره‌های بازداری هیچانی،

ایثار و انزوای اجتماعی است» (فتاحی، ۱۳۹۸: ۱۹۲). او باید بتواند مهارت تعامل در اجتماع را بیاموزد که اغلب برایش فرایندی دردناک است. عدم توانایی در جلب توجه از کمبودهای این گروه است. تونی گرنِت در رابطه با این شخصیت می‌نویسد: «زنی که بی‌توجه به جنبه دلبرانه خویش، تنها در قالب زنانه خود نمود می‌یابد در واقع راهبه‌ای بیش نیست» (گرنِت، ۱۴۰۰: ۹۷).

دیمیتِر در اساطیر یونانی همچون «الهی‌ای زیبا با گیسوان گندمگون و طلایی، شمشیر زرین و جامه آبی در قالب یک پیکر نشسته متین مجسم شده است» (بولن، ۱۳۹۸: ۲۴۳). هنگامی که دیمیتِر فرزندش (پرسفون) را گم کرد، نه روز و نه شب تمامی زمین و دریاها را گشت و در حین جست‌وجو با مصائب زیادی مواجه شد و به همین دلیل از سرزمین المپ کناره گرفت. در نتیجه خشکسالی شروع شد. زئوس ناچار شد دستور دهد که پرسفون را نزد مادرش بازگردانند؛ بعد از رسیدن مادر و دختر به یکدیگر، دیمیتِر باروری و رشد را به زمین بازگرداند. این کهن‌الگو نماد مادری است. او با تغذیه جسمانی و روانی دیگران، خشنود می‌شود. چنین شخصیتی بخشنده، مهربان و حامی است و در مشاغل پرستاری، امدادگری، مشاوره و به‌طور کلی هر نقشی که نشانی از پرورش‌دادن در آن باشد ظاهر می‌شود. او عشق مادرانه دارد، ذاتاً حمایتگر است و دیگران را به خود وابسته می‌کند. دیمیتِر تایپ‌ها «زن بودن» خود را گرمی می‌دارند، «جایگاه زن و مرد را جدا می‌دانند و در محیط‌های مردانه به‌طور ناخودآگاه مدیریت نمی‌کنند» (فتاحی، ۱۳۹۸: ۲۳). زن دیمیتِری نمی‌تواند «نه» بگوید و از این لحاظ متحمل فشار روانی زیادی می‌شود؛ «زن دیمیتِر به‌جای ابراز نارضایتی و پافشاری برای تغییر، احساسات خود را نادیده می‌گیرد و سخت‌تر تلاش می‌کند تا همه چیز باب میل دیگران باشد» (بولن، ۱۳۹۸: ۲۳۹).

پرسفون دوشیزه باکره و ملکه جهان زیرین بود. الهه جوان، زیبا و بلندبالایی که توسط هادس ۱۱ روده شد. نمادهای باروری، انار، بذر، ذرت و گل نرگس از آن اوست. روزی هنگام گل‌چیدن گلی زیبا دید که درواقع هدیه خدای زمین بود. او گل را چید و به‌ناگاه هادس با اربابه سیاه پدیدار شد و او را ربود و به زیر زمین برد. این آرکی‌تایپ به‌راحتی تحت‌تأثیر دیگران قرار می‌گیرد و پر از خواسته و تمنا است. پرسفون خام در مرحله اولیه زندگی این گروه به‌صورت مفعول نمود پیدا می‌کند. این تیپ از زنان مسئولیت‌پذیر نیستند و معمولاً غریزه مادری را در دیگران بیدار می‌کنند. «پرسفون زنی ساکت و مطیع است که هیچ‌گاه مستقیماً نه نمی‌گوید و آرامش خود را بر هم نمی‌زند؛ همیشه در پس پرده حضور دارد و راضی به سرنوشت خویش است» (Harding, 2001, 135). زن پرسفونی فاقد هدف و انگیزه است. تصور می‌کند فرصتش نامحدود است و واقعیت زندگی را درک نمی‌کند و اسیر توهمات درونی خود است. دروغ و حيله‌گری از مشکلات بالقوه اوست. «پرسفون توانمندی‌های

خود را نمی‌شناسد و رفتاری کودکانه دارد» (فتاحی، ۱۳۹۸: ۲۱۴). یکی از مشکلات روانی آن‌ها خودشیفتگی است. گاه چنان درگیر خود می‌شود که توانایی ایجاد ارتباط با دیگران را از دست می‌دهد و نیروی زیادی را صرف ظاهر خود می‌کند. او مادربودن را به‌سختی می‌پذیرد و به دنبال حامی است.

هرا الهه ازدواج و همسر زئوس بود؛ ملکه‌ای باشکوه و زیبا که به هنگام جوانی نظر زئوس را به خود جلب کرد. بعد از آن خیانت‌های زئوس شروع شد. هرا شدیداً پایبند سوگند ازدواج است. مشغله اصلی او زناشویی و مهیا کردن خانه‌ای زیبا برای همسرش است. «هرا به‌آسانی قابل‌شناسایی است. هنگامی که عروس زیبا به‌سوی داماد منتظر پیش می‌رود، هرا شاد را می‌توان دید» (بولن، ۱۳۹۸: ۲۱۶)؛ زن هرایی برای کامل شدن خود به دنبال همسر است و «تمایلش به پیوند زناشویی و لذت عشق در سراسر عمرش به‌وضوح دیده می‌شود» (گریمال، ۱۳۹۱: ۳۷۲). آرکی‌تایپ غلوشده هرا زندگی را محدود به فضای مشترک زوجین می‌داند و دستاوردی برای خود ندارد. «در یک ازدواج سنتی، زن و مرد هر یک به نقشی که توسط فرهنگ تعیین شده است، تحقق می‌بخشند؛ این نوع تخصصی‌کردن وظایف، تمامیت را در درون شخص تضعیف می‌کند» (بولن، ۱۳۹۸: ۲۰۵)، به این معنا که زن وظایفی را که فرهنگ و جامعه برای او تعیین کرده انجام می‌دهد. «در گذشته، زنان عموماً زندگی را در قالب مادر-بانو آغاز می‌کردند و بعدها به جنبه‌های جنگجو-دلب‌رو می‌آوردند» (گرت، ۱۴۰۰: ۵۶-۵۷).

آفرودیت زیباترین الهه‌ها بود؛ او در بازنمایی‌های تصویری دارای چهره و اندامی زیبا، موهای طلایی، لبانی خندان و اندامی نیمه‌برهنه است. آفرودیت ایزدبانوی روابط جنسی، احساسات و زنانگی و خلاقیت است. وقتی انرژی آفرودیت غالب می‌شود، زن، آمیزه‌ای از عشق، رابطه‌گرایی و تمایل به انواع هنر پیدا می‌کند. آنان نوآور هستند و زندگی را آسان می‌گیرند. کنترل این انرژی در جامعه‌ای با افکار سنتی، دشوار است. آفرودیت‌ها در مشاغل طراحی، مجری‌گری، نوازندگی، بازاریابی و فروشندگی که اغواگری در آن‌ها حائز اهمیت است، ظاهر می‌شوند. آفرودیت، مثبت‌اندیش و شاد است و به سبک نوجوانان لباس می‌پوشد و این شیوه پوشاک را تا سنین بالا حفظ می‌کنند (فتاحی، ۱۳۹۸: ۱۳۳). اگر این آرکی‌تایپ در زنی فعال باشد با سرزنش‌های اجتماعی، زنجیره‌ای از روابط سطحی، بهره‌کشی توسط مردانی که در پی روابط جنسی با او هستند، روبه‌رو می‌شود و عزت‌نفسش تنزل می‌یابد. «ظاهری و سطحی‌نگری او باعث می‌شود از معنای زندگی دور شود» (همان، ۱۴۰: ۱۴۰)؛ عدم تمرکز و ناهماهنگی در افکار، از مشکلات عمده آفرودیت غالب است.

تمامی آرکی‌تایپ‌ها دارای ویژگی‌های ظاهری هستند که مصداق رفتار و خصلت‌های روانی و خصوصیات ذاتی آن‌ها است. این ویژگی‌های نمادین در اسطوره‌ها را می‌توان در شیوه‌های پوشش و ظاهرآرایی زنان معاصر دید و از هم متمایز کرد. ویژگی‌هایی که ارتباط مستقیم با رفتار و شخصیت آنان دارد و می‌توان از آن‌ها، هم در جهت شناخت و هم در جهت بهبود مشکلات روانی بهره برد.

روش پژوهش

در پژوهش حاضر، نوع سایه‌های شخصیتی زنان در ایران بررسی شد و اطلاعاتی درباره پوشش آن‌ها به دست آمد و سپس با مطالعه موردی، تأثیر طراحی لباس اجتماع بر خلق و خوی افراد مطالعه شد. این پژوهش توصیفی-تحلیلی، به روش کمی و تحلیل کیفی و به صورت یک تحقیق کاربردی پیشرفته است. روش گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی (پرسشنامه) بوده و جامعه آماری، خانم‌های ۲۰ تا ۴۵ ساله شهر تهران بوده است. ۳۵۶ نفر در این آزمون پرسشنامه‌ای شرکت کردند و از میان آن‌ها ۲۵۴ نفر دارای ویژگی‌های همسو با تحقیق بودند. به منظور سنجش داده‌های اطلاعاتی، روی یکی از موارد مطالعاتی، تحقیق تجربی به عمل آمد. پرسشنامه حاوی پنجاه سؤال بوده است، ۴۹ سؤال چهارگزینه‌ای براساس سبک پوشش فرد جهت شناخت هویت شخصیتی و یک سؤال تشریحی برای اطلاع از چگونگی سبک لباس شخص در اجتماع بوده است. جهت سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ ۱۲ استفاده شد و مقدار آلفا برای کل پرسشنامه ۰/۷۹ است. از داده‌های به دست آمده در شناخت نوع آرکی تایپ، سایه‌های شخصیتی و رویکرد آن‌ها به سبک لباس اجتماع استفاده شد. همچنین از داده‌های سایر افرادی که سایه شخصیتی نداشتند، این امکان فراهم شد که به سبک لباس آرکی تایپ‌های غالب پی برده شود و بر مبنای آن اطلاعاتی در خصوص طراحی لباس و معرفی سبک پوشش درمانی به دست آید.

میزان غلبه هر آرکی تایپ در بانوان

داده‌های حاصل از پرسشنامه توسط نرم افزار SPSS در قالب آمار توصیفی (فراوانی و درصد) پردازش شد و نتایج جدول ۱ به دست آمد. طبق جدول، از ۲۵۴ نفر بانوی مورد مطالعه، آرکی تایپ آتنا با ۹۱ نفر (۳۶ درصد) بیشترین و هرا با ۱۷ نفر (۶ درصد) کمترین آرکی تایپ غالب بانوان در پژوهش حاضر بوده‌اند.

^{۱۲} Cronbach's alpha پرسش نامه زمانی پایاست که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از مقدار (۰/۷) باشد

جدول ۱. تعداد نفرات دارای آرکی تایپ

درصد	تعداد افراد	نوع غلبه آرکی تایپ	درصد	تعداد افراد	نوع غلبه آرکی تایپ
۱۲	۳۰	آرتمیس	۳۶	۹۱	آتنا
۷	۱۸	پرسفون	۱۴	۳۵	هستیا
۶	۱۷	هرا	۱۳	۳۲	دیمیتر
		-	۱۲	۳۱	آفرودیت
جمع کل افراد: ۲۵۴					

منبع: نگارنده

شناسایی میزان سایه در هر نوع آرکی تایپ به تفکیک

میزان سایه‌های شناسایی شده در آرکی تایپ آتنا (۹۱ نفر) ۵۴ سایه (۵۹/۳۴ درصد)، در آرکی تایپ هستیا (۳۵ نفر) ۳ سایه (۸/۵۷ درصد)، در آرکی تایپ دیمیتر (۳۲ نفر) ۸ سایه (۲۵ درصد)، در آرکی تایپ آفرودیت (۳۱ نفر) ۱۸ سایه (۵۸/۰۶ درصد)، در آرکی تایپ آرتمیس (۳۰ نفر) ۶ سایه (۲۰ درصد)، در آرکی تایپ پرسفون (۱۸ نفر) ۶ سایه (۳۳/۳۳ درصد) و در آرکی تایپ هرا (۱۷ نفر) ۷ سایه (۴۱/۱۷ درصد) بوده است. در نتیجه ملاحظه می‌شود که در آرکی تایپ آتنا و آفرودیت، بیشترین سایه وجود دارد.

جدول ۲. شناسایی میزان سایه در هر نوع آرکی تایپ به تفکیک

منبع نگارنده

میزان سایه در کل	تعداد و درصد سایه‌ها		نوع آرکی تایپ [تعداد نفرات دارای آرکی تایپ]
۵۴	۵۴	تعداد	آتنا [۹۱ نفر]
۲۲	۵۹/۳۴	درصد	
۳	۳	تعداد	هستیا [۳۵ نفر]
۱	۸/۵۷	درصد	
۸	۸	تعداد	دیمیتر [۳۲ نفر]
۳	۲۵	درصد	
۱۸	۱۸	تعداد	آفرودیت [۳۱ نفر]
۷	۵۸/۰۶	درصد	
۶	۶	تعداد	آرتمیس [۳۰ نفر]
۲	۲۰	درصد	
۶	۶	تعداد	پرسفون [۱۸ نفر]
۲	۳۳/۳۳	درصد	
۷	۷	تعداد	هرا [۱۷ نفر]
۳	۴۱/۱۷	درصد	

[Type here]

در پژوهش حاضر، ۴۰ درصد پاسخ‌دهندگان دارای سایه‌ی شخصیتی بودند. به مدد داده‌های به‌دست‌آمده از تحقیق آماری، می‌توان هفت سایه‌ی شخصیتی و سبک پوشش معمول آن‌ها را شناسایی کرد و از این داده‌ها برای کمک در درمان سایه‌ی فرد و همچنین دیگر سایه‌ها استفاده کرد.

لباس اجتماع و تأثیر آن بر شخصیت

لباس‌ها بر رفتار، روحیات، شخصیت، اعتمادبه‌نفس و بر نحوه‌ی برخورد با دیگران تأثیرگذارند و این مسئله در روان‌شناسی با عبارت «شناخت ملبوس»^{۱۳} توضیح داده می‌شود. هریک از اقلام سبک پوشاک‌ی حامل اندیشه است؛ «جامه‌ها نشان‌دهنده‌ی پایگاه اجتماعی، اقتصادی، مذهبی، شغلی و احوال روحی و تفاوت‌های جنسی، سنی و جایگاه طبقاتی افراد در گروه‌های اجتماعی گوناگون‌اند» (الهی، ۱۳۸۹: ۱۲). سبک پوششی، پلی میان هویت شخص و ارتباطی با دیگران ایجاد می‌کند. «پوشاک بخشی از فرد است، نه چیزی بیرونی که صرفاً با هویت شخصی او در ارتباط باشد» (اسونسن، ۱۳۹۹: ۲۲). درک این فرایند، ضرورت دقت در انتخاب لباس را آشکار می‌سازد و همچنین نشان می‌دهد برای بهبود خلق‌وخوی روانی می‌توان از سبک پوششی استفاده کرد که بر روند رفع سایه‌های شخصیتی مؤثر باشد. تناسب لباس با ویژگی شخصیتی، نگرش افراد، سبک زندگی، سن، شغل، موقعیت اجتماعی، رفع ایرادات اندامی، سلیقه‌ی شخصی و مد غالب دوران، از عوامل مهم انتخاب نوع سبک پوشش است.

سایه‌ی شکل‌گرفته در فرد، بسته به عمق تشکیل آن، شرایط پذیرش فرد، نحوه‌ی برخورد با آن و... درجات مختلفی دارد و به همان نسبت، برخوردهای اصلاحی متفاوتی می‌طلبد. بهبود می‌تواند از گام‌های کوچک شروع شود، کم‌کم به درجات بالاتر برسد و به فرد اجازه دهد خود را ارزیابی کند. تغییرات جزئی در پوشش می‌تواند مواجهه با سایه را برای شخص ساده‌تر کند و به‌مرور زمان با تغییرات جدی‌تر، او را آماده‌ی مواجهه با سایه‌ها و زندگی در بعد نازیبسته‌ی روان کند. از آنجا که این کهن‌الگوها مکمل هم هستند، برای انتخاب پوشش مناسب جهت بهبود هر فرد، می‌توان از سبک پوشش غالب دیگر کهن‌الگوها بهره گرفت. همچنین پیش‌فرض‌های پوشاک‌ی نیز که تداعی‌گر ویژگی‌های خاصی هستند، می‌تواند در طراحی برای رفع سایه‌ی آرکی‌تایپ‌های غلوشده مورد استفاده قرار گیرد. این امر در صورتی که آگاهانه باشد مؤثرتر خواهد شد. در اینجا از سبک‌های معاصر جهانی نام برده شده است که در میان استایلیست‌ها و طراحان و تولیدکنندگان لباس در ایران نیز شناخته شده‌اند و به کار گرفته می‌شوند. این سبک‌ها را می‌توان چه به‌صورت نمای ظاهری چه با ارجاع به رویکرد محتوایی و همچنین به‌صورت تیپ کلی یا قسمتی از اقلام آن‌ها استفاده کرد.

سبک پوششی غالب در آرکی تایپ‌های غلوشده و سبک‌های پیشنهادی برای بهبود



نصویر: انواع مختلف تیپ‌های آتنا

آتنا: ۳۶ درصد افراد شرکت‌کننده دارای آرکی تایپ آتنا و ۵۹/۳۴ درصد دارای سایه آتنا هستند. زنان آتنایی معمولاً تابع قوانین پوشاکی رسمی و عرفی جامعه‌اند. سبک‌های رسمی و نیمه‌رسمی، مینی‌مال و کلاسیک انتخاب معمول آتناتایپ‌ها است. او لباسی انتخاب می‌کند که برای انجام فعالیت‌های ناشی از روحیه مردانه‌اش مناسب باشد و درعین‌حال، قدرت و وقار او را نشان دهد. لباس‌های او هماهنگ، با طیف رنگی پخته و خنثی، خطوط و برش‌های عمودی و متقارن است. او در خرید به دنبال دوام است، معمولاً از برندهای معتبر خرید می‌کند و از متعلقات ضروری مثل ساعت استفاده می‌کند، او آرایش مو و صورت معمولی دارد و اهل خودنمایی نیست.

آتنای غلوشده می‌تواند جهت آشتی با کودک درون، از رنگ‌های روشن و یا رنگ‌های خالص، خطوط منحنی و افقی، نقش‌مایه‌های انتزاعی، سطوح براق، زیورآلات، عدم هماهنگی برخی ملزومات در جنس، رنگ، فرم و ... استفاده کند. او می‌تواند «برای تقویت حس کودکی لباس‌هایی با رنگ‌های شاد بپوشد و اگر از پوشیدن لباسی احساس خوبی ندارد، آن را کنار بگذارد» (قهاری، ۱۳۸۷: ۱۲). برای ایجاد حس زنانگی نیز استفاده از رنگ‌های گرم مفید است. «تحرک و حالت عاطفی بیش از همه در رنگ قرمز مشاهده می‌شود» (الهی، ۱۳۹۹: ۷۹). به کار بردن تزئینات لباس، خطوط نامتقارن، چین و دراپه، پارچه‌های لطیف و ضمائم مختلف می‌تواند تأثیرگذار باشد. استفاده از خطوط مورب نیز نظم ذهنی آتنا را بر هم می‌زند؛ «خط مورب مهیج، بی‌ثبات و نشان‌دهنده بی‌تعادلی است» (همان: ۱۹۳).

استفاده از سبک‌های کودکانه می‌تواند برای آتنای غلوشده ایجاد تعادل کند. سبک اسمارت‌کژوال ۱۴ که ترکیبی از اقلام رسمی و غیررسمی و راحت است، تضادی نیمه‌هماهنگ با روحیه آتنایی به‌وجود می‌آورد (دایرةالمعارف مصور مد، ۱۴۰۰: ۴۲۰). استفاده از برخی اقلام سبک‌های الگانت ۱۵ نیز می‌تواند برای آتنا مفید باشد؛ الگانت

14 Smart Casual

15 Elegant

سبکی شیک و زنانه با ضمایم پرزرق و برق، پارچه‌های لمه، پولک و متعلقاتی از طلا، الماس و... است (همان، ۱۴۰۰: ۳۸۲-۳۸۳). تیپ‌هایی نیز که جلوه‌های ماکسیمال ۱۶ دارند می‌توانند گزینه دیگری برای بهبود روحیه آتنای غلوشده باشند. در این تیپ‌ها از متعلقات بزرگ، طیف‌های رنگی و طرح‌های متنوع استفاده می‌شود. سبک‌های رترو ۱۷ (اقتباس از مدهای دوره‌های پیشین)، لباس‌های دست‌دوم و اقلام وینتیج ۱۸ یا به عبارتی اقلام لباس قدیمی که حداقل دو دهه از عمر آن‌ها گذشته است و سبک دوره خود را نشان می‌دهند (لور، ۱۴۰۰: ۲۸۵) نیز برای بهبود این اشخاص مناسب است.

آرتمیس: ۱۲ درصد کل افراد شرکت‌کننده دارای این تیپ شخصیتی و ۲۰ درصد آن‌ها دارای سایه بودند. پوشش‌های مردانه، راحت و عاری از ظرافت‌های زنانه انتخاب معمول این کهن‌الگو است. سبک پوشش او نشانی از تمایز جنسیتی ندارد. اقلام پوشاکی آن‌ها معمولاً تی‌شرت، پیراهن مردانه، شلوار جین، شلوارهای گشاد



صویر ۱: انواع مختلف تیپ‌های آرتمیس

و دمپاکش و کفش‌های راحتی خصوصاً ورزشی است. کیف کمری، ماتوهای کوتاه با رنگ‌های خنثی و طرح و نقش مردانه از انتخاب‌های او هستند. شیوه پوشش این گروه را می‌توان در زنان مدافع محیط‌زیست، روابط عمومی، خبرنگاران، مبلغان مذهبی و... دید. آرتمیس غلوشده باید زن بودن، ایجاد ارتباط با جنس مخالف و مادری کردن را بیاموزد. «ذوب کردن پوشش زرهی جنگجو و پذیرش زنانگی با تلفیق بانو و دلبر، آغاز سفری پرفرازونشیب به سوی زن بودن است. زنی که به درمان خود همت می‌گمارد، تغییرات

ژرفی را به لحاظ جسمانی و روانی تجربه خواهد کرد. عضلات صورت رها می‌شوند، سختی جای خود را به لطافت می‌دهد و آرامش جای عصبانیت را می‌گیرد» (گرت، ۱۴۰۰: ۱۰۹). رنگ‌های گرم برای وی مناسب‌اند. فرم‌های زنانه، پارچه‌های لطیف، روسری کوتاه، صندل و کفش پاشنه‌بلند می‌تواند برای او مفید باشد. لباس‌های پرنقش‌ونگار و فرم‌هایی با خطوط منحنی، اقلام تزئینی، دستکش، موی مصنوعی، مدل‌های مختلف بستن روسری و کیف‌های کوچک، از عناصر زنانه‌ای هستند که آرتمیس‌های غلوشده می‌توانند با استفاده از آن‌ها به

¹⁶ Maximal

¹⁷ Retro

¹⁸ Vintage

تقویت حس زنانگی خود کمک کنند. سبک گتسیبی ۱۹، از تیپ‌هایی است که با استفاده از تزئینات زنانه مثل پر، پولک، خز، مروارید، پارچه‌های دانتل، حریر و ساتن می‌تواند زنانگی را القا کند. همچنین سبک اگزوتیک ۲۰ مجموعه‌ای از اقلام جسورانه و چشم‌نواز است که ترکیبی از پالت‌های رنگی تند، گلدوزی‌ها و نقش‌مایه‌های پیچیده و شرقی، طرح‌های چاپی عجیب و زیورآلات خاص است (Steele, 2005: 77) که برای این شخصیت مناسب است.



تصویر ۳۲: انواع مختلف تیپ‌های هست

هستیا: ۱۴ درصد افراد شرکت‌کننده دارای این آرکی‌تایپ و ۸/۷۵ درصد دارای سایه هستند. تیپ پوششی این گروه دارای کمترین ملزومات است، حیای درونی آن‌ها سبب می‌شود جلوه‌گرانه لباس نپوشند. این زنان معمولاً دغدغه مد ندارند. هستیا «نمایان‌گر خود است، مرکز روحانی شخصیت زن که به‌طور شهودی شناخته شده است و به زندگی او معنا می‌دهد» (بولن، ۱۳۹۸: ۱۹۶). لباس‌های راحت، روسری و مانتوی بلند یا انواع شنل که اندام را پوشیده نگه دارد، نقش‌مایه‌های ساده، رنگ‌های خنثی و ظاهر مرتب، از شاخصه‌های آنان است.

بعد معنوی این آرکی‌تایپ قوی است، در نتیجه باید بتواند با بعد اجتماعی‌اش ارتباط بیشتری برقرار کند و به ظاهرش توجه بیشتری نشان دهد. او نیاز دارد که دیگران او را ببینند؛ بنابراین استفاده از رنگ‌های گرم و متنوع، طرح‌های متنوع، پارچه‌های تزئینی و عدم تقارن در قسمت‌های مختلف لباس می‌تواند برای او سودمند باشد. استفاده از متعلقات چشمگیر، کفش‌های پاشنه‌بلند و کیف‌های تزئینی نیز می‌تواند برای هستیا مثرمتر باشد. سبک گلم ۲۱ استایلی زنانه، خیره‌کننده و پرزرق‌وبرق است و مناسب حال هستیا است. استفاده از سبک‌های

^{۱۹} گتسیبی (Gatsby) سبکی برگرفته از مد دهه ۱۹۲۰ م. است.

²⁰ Exotic

²¹ Glam

اگزوتیک می‌تواند نوعی برون‌گرایی برای هستیا ایجاد کند. جلوه‌های باروک^{۲۲} نیز مملو از تزئینات افراطی و فرم‌های منحنی و پارچه‌های سنگین هستند (مکنزی، ۱۳۹۹: ۱۴) که احساس تفاخر و خودشیفتگی به فرد می‌دهد. استایل‌های موسوم به «ترندی»^{۲۳} یا پیرو مدهای جدید بازاری نیز به‌عنوان شیوه‌های پوششی که ظاهر آرای را در کنار فردیت و استفاده از گرایش‌های جدید مدنظر قرار می‌دهد، می‌توان به‌عنوان سبک درمانی برای هستیا برگزید. استایل‌های «لولیتا»^{۲۴} بی، با فرم‌های عروسک‌وار و نوجوانانه (Terasa, 2011: 97-110)، در افزایش جلب توجه مورد نیاز هستیا تأثیرگذارند. سبک پاپ^{۲۵} با لباس‌های فانتزی، رنگ‌های گرم و تصاویر عامیانه نیز سبکی مناسب برای هستیای غلوشده است.

دیمیتز: ۱۳ درصد کل افراد پاسخ‌دهنده این آرکی‌تایپ را دارند و ۲۵ درصد دارای سایه این تیپ شخصیت بوده‌اند. سبک پوشش دغدغه دیمیتز تاپ‌ها نیست. این تایپ لباس راحت، گشاد با رنگ‌های خنثی و نقش‌مایه‌های ریز و کودکانه انتخاب می‌کنند. چهره‌شان ساده و بی‌آرایش است. مدل‌های روسری و شال ساده به سر می‌کنند و کفش‌های راحت و طبی به پا دارند. اولویت در خرید پوشاک برای آنان استحکام و ارزان بودن است. یقه تخت، آستین سه‌ربع، مانتوی نخ و گشاد، شلوار جین، کیف بزرگ انتخاب اولشان است. این گروه، سبک‌های مردانه را نمی‌پسندند؛ «سبک پوششی آن‌ها زنانه، برازنده و آراسته است ولی هیچ‌گاه به شکلی تحریک‌کننده لباس نمی‌پوشند» (گرت، ۱۴۰۰: ۵۳)؛ سبک‌های کاربردی که مناسب خدمت‌رسانی باشد، تیپ غالب آن‌ها است.



تصویر ۳: انواع مختلف تیپ‌های دیمیتز URL 10
او می‌تواند تغییر در سبک پوشش باشد. انواع زیورآلات تزئینی و استفاده از پوشش‌های متنوع می‌تواند شروع خوبی برای بهبود او باشد. لباس‌هایی به رنگ روشن، کفش‌های پاشنه‌دار که سبب شود سرعت فعالیتش را کم کند یا ملزومات دیگر که نیاز به هماهنگ کردن آن‌ها با پوشش اجتماع خود داشته باشد، مناسب هستند. دیمیتز غلوشده باید دست از خرید ارزان، تکرار و کهنه‌پوشی بردارد و جنس‌های باکیفیت مانند متعلقات چرمی، البسه با

²² Baroque

²³ Trendy

²⁴ سبک لولیتا (Lolita) در دهه‌های اخیر به‌عنوان یک خرده فرهنگ پوشاکی در ژاپن مرسوم شد.

²⁵ Pop

جنس طبیعی و روسری‌های ابریشمی برای خود تهیه کند. او مستعد افسردگی است و باید تأیید دیگران را با ظاهر آراسته‌اش برانگیزاند.

حس زنانگی را می‌توان با استایل آرت دکو²⁶ که سبکی لوکس و فاخر با پارچه‌های لطیف، تزئیناتی شامل جواهرات، طرح پارچه‌هایی با خطوط شکسته و تکرارپذیر، پالت رنگی متالیک، درخشان، زمردی، بنفش سلطنتی، قرمز، بژ، قهوه‌ای و سیاه و سفید، جهت لباس اجتماع القا کرد (Στρεελλε, 2005: 76-77). همچنین در سبک یابی²⁷ (لباس قدرت)، با اقلامی مثل کت وشلوار بعد مستقل و بی‌نیاز مردانه با اقلام زنانه آمیخته می‌شود (لور، ۱۴۰۰: ۲۵۹) و به درمان دیمیترا غلوشده کمک می‌کند. سبک موسوم به «زیبایی‌شناسی»²⁸، با گلدوزی‌های ساده، چین سوزنی و نقش‌ونگار طبیعی، در رنگ‌های ملایم و مات و جنس‌های نرم و لطیف، آستین‌های گشاد و... زنانگی را هویدا می‌کند (مکنزی، ۱۳۹۹: ۵۶-۵۷). همچنین سبک بل‌ایپاک²⁹ یا «عصر زیبا» سبکی با لطافت‌های زنانه است که با تزئینات و گلدوزی، دامن‌های بلند چین‌دار، آستین پفی، پارچه‌هایی مانند حریر، شیفون، ابریشم، تور و ضمائم فراوان (همان: ۶۸) می‌تواند انتخاب مناسبی برای این آرکی تایپ باشد.

پرسفون: ۷ درصد کل افراد شرکت‌کننده در پژوهش دارای این آرکی تایپ و از این میان حدود ۳۳/۳۳ درصد دارای سایه هستند. شاخصه سبک پوششی این گروه، طرح‌های کودکانه، روسری‌های کوتاه، رنگ‌های شاد،



تصویر ۴: انواع مخلف تیپ‌های پرسفون

URL 13

URL 14

URL 15

گرم، خام، فسفری و شارپ، کیف دسته کوتاه، آستین پفی، کمرهای تنگ و فرم‌های نامعمول است. استفاده از متعلقات بدلی نیز از عناصر بارز پوشاک آن‌هاست. آرکی تایپ پرسفون تابع مد است؛ زنانی که در اجتماع حدومرزی در استایلشان دیده نمی‌شود و در جنس البسه‌شان جنس‌های لطیف و نازک دیده می‌شود، دارای کهن‌الگوی غالب پرسفون هستند. مشخصه بارز این گروه،

²⁶ Art Deco

²⁷ Yappy

²⁸ سبک زیبایی‌شناسی (Aesthetic) بین دهه‌های ۱۸۵۰ تا ۱۸۷۰ م. توسط پیروان جنبش زیبایی‌شناسی ترویج می‌شد.

²⁹ بل‌ایپاک (Belle Époque) اصطلاحی برای توصیف جلوه‌های فرهنگی قشر ثروتمند پیش از جنگ جهانی اول بود.

بدن‌نمایی است که پوشیدگی باید جایگزین آن شود؛ مانتو یا بالاپوش‌های بلند، استفاده از دکمه، زیپ و بستن جلوی لباس، پوشش‌های ساده و فاقد جلوه‌گری و پوشش مطابق عرف و فرهنگ از مواردی است که شدت ماسک این آرکی‌تایپ را کاهش می‌دهد. او باید ظاهر آرایبی را کمتر کند و تأیید دیگران را از این پس به دلیل توانایی‌هایش دریافت کند. ملزومات حجاب مانند هدبند، ساق دست و دستکش نیز برای او مناسب است. پرسفون نیاز به سبک‌های پوشاکی کلاسیک و رسمی دارد تا معمولی‌بودن را بیاموزد. سبک‌های مینی‌مال سعی در بروز شخصیت درونی افراد دارد. کت، بارانی، تی‌شرت‌های بیسیک، شومیزهای مردانه، نیم‌بوت‌های ساده، شلوارهای پارچه‌ای راسته و گشاد، مانتوهای نخ‌ی و بلند، شلوار جین و... را می‌توان از این سبک برگرفت. استایل پرپی (30 Steele, 2005: 406). سبک‌های ضد مد ۳۱ مثل سبک بیت‌نیک ۳۲ با پالت رنگ سیاه، سیلوئت‌های ساده، راسته و عاری از حجم‌های عجیب و نامتعارف (لور، ۱۴۰۰: ۲۴۶) نیز انتخاب مناسبی برای پرسفون غلوشده است.

هرا: ۶ درصد پاسخ‌دهندگان این آرکی‌تایپ را دارند و ۴۱/۱۷ درصد این تعداد نیز دارای سایه این تیپ شخصیت هستند. زنان هرای غلوشده بعد از ازدواج تغییر شگرفی در پوشش و استایلشان به وجود می‌آید و مطابق نظرات همسر پوشش خود را تغییر می‌دهند. طیف پوششی هرا می‌تواند از یک زن سنتی خانه‌نشین تا یک زن مدرن متغیر باشد. تا قبل از ازدواج، هرا را می‌توان در جلوه‌های متفاوت پوشاکی دید، اما متانت و تعهد، ظاهر او را از سایرین متمایز می‌کند.



نصویر ۵: انواع مختلف تیپ‌های هرا تاپ

هرا طبعی اشرافی دارد؛ دیدن زنانی در اجتماع که خود را به انواع

متعلقات گران‌قیمت آراسته‌اند و یا مانتوهای پرکار و روسری‌های

ابریسمین پوشیده‌اند، نشانه‌ای از غلبه این آرکی‌تایپ است؛ بنابراین استفاده از سبک‌های پوشاکی ساده

می‌تواند برای درمان وی مؤثر باشد. او باید به‌تنهایی به خرید برود و برای خود هویت مستقلی بسازد. حس

زنانگی او باید کاهش یابد و مردانگی را در خود بجوید. استفاده از پوشش‌های مردانه و تک‌جنسیتی در ایجاد

این نگرش ثمربخش است. همچنین سبک‌های مینی‌مال و ساده و کاربردی برای این تیپ شخصیت مناسب

³⁰ Preppy

³¹ Anti-Fashion

³² Beatnik

است. سبک‌های تک‌جنسیتی نیز مثل پلی هستند که فاصله میان شیوه‌های پوشاکی مردانه و زنانه را پر می‌کنند و هویت جنسیتی مستقلی را برای شخص به وجود می‌آورند. سبک میلیتاری ۳۳ یا ارتشی نیز می‌تواند روحیه مردانه را تقویت کند. استفاده از پیراهن و سرهمی‌هایی به شکل یونیفرم ارتشی با پالت رنگ خاکی، نخودی، کرم، قهوه‌ای، سبز، کمربندهای پهن، جیب‌های روکار، چکمه‌های نظامی در کنار نقش مایه‌های ارتشی، روحیه مردانه را تداعی می‌کند. سبک‌های خیابانی (استریت‌استایل‌ها) نیز سبک‌هایی شخصی و مناسب اجتماع هستند که اشخاص آن‌ها را بر پایه هویت، سلیقه و فرهنگ خود شکل می‌دهند و ماهیتشان مبتنی بر عدم وابستگی است (دایره‌المعارف مصور مد، ۱۴۰۰: ۴۰۴).

آفروودیت: ۱۲ درصد پاسخ‌دهندگان دارای این تیپ شخصیتی بوده‌اند و ۵۸/۰۶ درصد آن‌ها سایه دارند. این آرکی تایپ گرایش به پوشش‌های آزاد و بدن‌نما دارد و محدودیت‌های پوشاکی را قبول نمی‌کند. در پوشش این گروه، رنگ نقش مهمی دارد و از جلوه‌های خنثی دوری می‌کنند.



URL 19 URL 20 URL 21
تصویر ۶: انواع مختلف تیپ‌های آفروودیت

این گروه زیبایی را در بهترین سطح درک می‌کنند و شور هیجانی جنسی بالایی دارند. ظاهر، دغدغه آن‌ها است و برای آن هزینه می‌کنند و پیگیر مد هستند. شخصیت نمایشی دارند، اما تمرکز ندارند. آفروودیت نیاز دارد بخشی از انرژی خود را به درونش منتقل کند؛ بنابراین باید از رنگ‌های خنثی و جنس‌های آهاردارتر استفاده کند تا «زنانگی» نقطه اوجش نباشد. سبک‌های ضد مد با پالت‌های رنگی خنثی یا تیره حداقل جلوه‌گری را برای آفروودیت

دارد. همچنین نفی گرایش‌های روز و عدم تأکید بر جنسیت زنانه می‌تواند انتخاب خوبی باشد. سبک موسوم به SAFARI ۳۴ و سبک‌های ارتشی نمونه‌های خوبی برای این منظور فراهم می‌کنند. همچنین سبک‌های کاربردی مثل سبک یوتیلیتی ۳۵ با اقلامی مثل کت ساده، دامن راسته، تزئینات کم و پالت رنگ خنثی نیز مفید است (مکنزی، ۱۳۹۹: ۸۶).

آزمودن طرح لباس اجرا شده روی مورد مطالعاتی

³³ Military

³⁴ Safari

³⁵ Utility

جهت آزمون تحقیق، خانم ز. ق دارای سایه شخصی پرسفون به عنوان مورد مطالعاتی انتخاب شد و احساسات و تغییر حالات وی مورد بررسی قرار گرفت. وی ۳۶ ساله در حال گذراندن دوره‌های شخصیت‌شناسی است و روش‌های درمانی را پیگیری می‌کند؛ با هماهنگی با مشاور روانکاو، درمان تکمیلی به مدت دو ماه شروع شد. نگاه نابالغانه به مسائل، نداشتن برنامه‌ریزی و دیدگاه سطحی به زندگی، از مشکلات ایشان در زندگی بود. استایل‌های به‌روز، جلوه‌گرانه یا کودکانه، محصولات فست‌فشن، ظاهر آرایبی، رنگ‌های شاد و گرم، کفش‌های پاشنه‌بلند و... از ویژگی‌های تیپ عمومی اوست. انتخاب سبک پوشش درمانی توسط وی به فرم اندام، خصوصیات اخلاقی، مکان مورد استفاده، تجربه‌های شخص، مد غالب دوران، میزان سایه تشکیل شده و حتی قضاوت اطرافیان بستگی داشت. بعد از تطابق این ویژگی‌ها با سبک پوشش، استایل درمانی به صورت کامل در اختیار شخص قرار گرفت و تصمیم بر این شد که به محض شروع استفاده، احساسات و نظرات خود را بازگو کند. وی سبک درمانی را قالبی سخت و گریزناپذیر می‌دانست و در ابتدا نمی‌توانست با آن ارتباط برقرار کند، ولی به مرور متوجه تأثیرات آن از طریق نگاه و قضاوت دیگران در اجتماع که شناختی از او نداشتند، شد. وی اذعان داشت که سبک جدید پوشش بر گویش و حتی راه رفتن وی نیز تأثیر گذاشته و کودک شدن را از او دور کرده است. انتخاب آگاهانه عامل بسیار مهمی است. سبک پوشش درمانی در کنار درمان‌های روانکاوانه دیگر تأثیر خود را نمایان می‌کند؛ به عبارتی «تغییر هم‌زمان دنیای بیرون و درون» این پیام را به جامعه می‌دهد که «من شخصیت دیگری دارم» و دریافت بازخورد از این پیام ارسالی به جامعه برای شخص بسیار مفید است و سرعت و تأثیر درمان را بالا می‌برد.



طرح اجرا شده و پوشیده شده توسط شخص جهت تکمیل روند درمان



طرح انتخاب شده توسط فرد (مورد مطالعاتی)



سه استایل از شخص (مورد مطالعاتی) با آرکی‌تایپ پرسفون غلوشده (قبل از شروع درمان)

نتیجه‌گیری

انسان امروزی علی‌رغم گسترش دامنه شناخت، ارتباط کمی با درون خود دارد. لازمه تکامل و تعادل روحی شناخت کامل روان است و سایه‌های شخصیت یکی از پنهان‌ترین ابعاد شخصیتی انسان‌اند که مواجه شدن با آن‌ها و درمان اختلالاتشان ضروری است. رفع این سایه‌ها نیازمند بهبود درونی و بیرونی است. سبک پوشش افراد نمادی از درون آن‌ها است که در ظاهر نمود می‌یابد. به کمک تغییرات اساسی در سبک پوشش شخص، در واقع ارتباطی بین آنچه هست و آنچه باید باشد ایجاد می‌شود تا شخص بتواند خود را در قامت آینده خود ببیند و تمایل به طی مسیر تغییر در او تقویت شود و در نهایت به رفع سایه‌های شخصیتی بینجامد. نتایج بر روی مورد مطالعاتی نشان داد که قرار گرفتن فرد در سبک پوشاک شخصیتی که خواهان رسیدن به آن است، تأثیر درمان را بیشتر می‌کند؛ زیرا از طرفی برای شخص ملموس‌تر است و از طرفی قضاوت و نگاه دیگران با فرم جدید تغییر می‌کند و این عوامل سرعت و کیفیت درمان را بهبود می‌بخشند. این تحقیق می‌تواند مسیری جدید در ترکیب دو رشته طراحی لباس و روانکاوی (با توجه به نظریات بولن) جهت درمان گره‌های ابعاد شخصیتی افراد باز کند و این امر نیاز به پژوهش و تحقیقات بیشتر در این زمینه دارد. امید است با توجه به رشد روزافزون زمینه‌های تحلیلی روان‌شناسی در جامعه در دهه‌های اخیر، بتوان این بحث را به پوشاک مردان و نوجوانان نیز بسط داد و در جهت گسترش شاخه‌های علم و هنر گامی مفید برداشت

نویسندگان این مقاله گواهی می‌نمایند که این اثر در هیچ نشریه داخلی و خارجی به چاپ نرسیده و حاصل فعالیت‌های پژوهشی تمامی نویسندگان است و ایشان نسبت به انتشار آن آگاهی و رضایت دارند. این تحقیق طبق قوانین و مقررات اخلاقی انجام شده و هیچ تخلف و تقلبی صورت نگرفته است. مسئولیت گزارش احتمالی تعارض منافع و حامیان مالی پژوهش به عهده نویسنده مسئول است، و ایشان مسئولیت موارد ذکر شده را بر عهده می‌گیرند

References

- Adamian, Marzieh; Azimi Hashemi, Mezhgan; Eastern Industrial, Nader (1391). "Sociological analysis of women's clothing style". *society woman The third year*, number 4, 161-168. (in persian)
- Svendsen, Lars (2019). *Fashion a philosophy*. Translated by Aydin Rashidi. Fifth Edition. Tehran: Meshki. (in persian)
- Elahi, Mehbooba (2019). *clothes design*. second edition. Tehran: Jamal Honar. (in persian)

- Elahi, Mahbubeh (2009). "Clothes as identity". National Studies Quarterly (2) 11, 11-15. (in persian)
- Bolen, Jean Shinoda (2018). Godness in every woman. Translated by Mino Parniani, first edition. Tehran: Ashian. (in persian)
- Hadidi, Elnaz (2014). The effect of clothing on human personality and behavior. First Edition. Tehran: Alam Ostadan. (in persian)
- Hosseini, Maryam; Shakibi Mumtaz, Nasreen (2014). "Psychology of myth and story; A new approach in literary criticism". Persian language and literature. Volume 19, Number 64. 7-29. (in persian)
- Hamidi, Nafiseh; Faraji, Mehdi (2007). "Women's lifestyle and clothing in Tehran". Iranian Cultural Research Quarterly. The first period, number 1. 65-92. (in persian)
- Dawood, Parisa; Emami Qara Hajlo, Mahdi (2018). "The effect of clothing color on some components of people's mental health". National conference of textile, clothing and fashion engineering. Ghaemshahr (in persian)
- Ali Akbari Dehkordi, Mahnaz (1343). Developmental psychology, theories, research and tests. Tehran: Payam Noor. (in persian)
- Fatahi, Zahra (2018). Personality based on archetypes. First Edition. Tehran: Zehne Movafagh. (in persian)
- Ford, Dubai (2015). The dark half of existence. Translated by Farnaz Froud. First Edition. Tehran: Hamida. (in persian)
- Qahari, Shahrabano (2007). 99 ways to heal your inner child. Tehran: Psychology and Art. (in persian)
- Grant, Tony (1400). being a woman. Translated by Forozan Ganjizadeh. 9th edition Tehran: Dalahoo. (in persian)
- Grimal, Pierre, (1391). A Concise Dictionary of Classical Mythology. Translated by Ahmad Bahmanesh. Tehran: Amir Kabir. (in persian)

- laver, James (1400). A Concise History (World of Art). Translation of Manzar Mohammadi. Tehran: Meshki. (in persian)
- Mahmoudi, Karim Behnoui Gadneh, Abbas and Parestesh, Shahram (2007). "Sociological investigation of appearance and personal identity management among young people". social Sciences. Volume 5, Number 2. 19-49. (in persian)
- Mortazavifar, Seyyed Rasool, Farzan, Farzam and Alamtalab Pashthiri, Seyedah Saideh, (2016). "Investigation of the role of personality in the choice of clothing color". Color science and technology. No. 11. 1-10. (in persian)
- Mackenzie, Mairi (2019). Fashion design trends. Translated by Aida Tedin. Tehran: vazheh. (in persian)
- Navidi Moghadam, Massoud, Hosseini Benavidi, Samiraal Sadat and Namazzadeh, Elham (1400). The psychology of fashion. Tehran: Khate Akhar. (in persian)

- Jung, Carl Gustav (2018). The Archetypes and the Collective Unconscious. Translated by Farnaz Ganji. Tehran: Jami. (in persian)
- Dorling Kindersley Publishers Group (1400). Illustrated encyclopedia of fashion. Translated by Elham Shushtrizadeh. Tehran: Sayan (in persian)



[Type here]