

أثر سيكولوجية الموضة على المستهلك في ظل جائحة كورونا

أ.م.د/ مى سمير كامل على

أستاذ مساعد بقسم الملابس الجاهزة- المعهد العالى للفنون التطبيقية- التجمع الخامس

drmaisamirkamel@gmail.com**ملخص البحث :**

تؤثر الملابس على الطريقة التي يفكر بها الفرد ويرى بها ويشعر بها حول نفسه، فهي تتضمن شكل الشخصية وسماتها، فتعد الأزياء لغة صامته تتكلم بفصاحة عن أسلوب تفكير الإنسان وهويته وتؤثر على مدى تحقيقه لذاته وغير فيروس كورونا lifestyle نمط الحياه منذ بداية ظهوره حيث أدى إلى ظهور اتجاهات جديدة في الموضة وأثر بشكل كبير على سيكولوجية المستهلكين ، وإنهارت صناعة الأزياء العالمية بقيمة ٢,٥ تريليون، ومن هنا جاءت فكرة البحث التي تضمنت تأثير جائحة كورونا على سيكولوجية الموضة والمستهلك وتكمن إشكالية البحث في الرد على التساؤلات الآتية: هل أثرت سيكولوجية الموضة على المستهلك في ظل جائحة كورونا؟ وما مدى تغير أنماط ونوعية الملابس على الحالة المزاجية للمستهلك في ظل جائحة كورونا؟ وهدف البحث هو تحديد العوامل السيكولوجية للموضة التي تؤثر على المستهلك في ظل جائحة كورونا العالمية ومنهج البحث هو المنهج الإستقرائي والتحليلي. وتناول البحث العديد من الموضوعات منها سيكولوجية الموضة، والموضة والذات والهوية، وإستخدام الملابس لتحديد معاني محده، ومعانى الألوان والخامات فى سيكولوجية الموضة، وأثر جائحة كورونا على الموضة والمستهلك، وتم عمل إستبيان على عدد ١٠٠ فرد لتحديد العوامل السيكولوجية للموضة وأثرها على المستهلك فى ظل جائحة كورونا وكانت من أهم نتائج البحث أن الملابس وأنماطها المختلفة تعبر عن الشخصية وأفكارها وتحدد كيفية إستقبال وتفاعل الآخرين معها نمط الملابس الكاجوال هو أكثر الأنماط التي تم إرتداؤها من بداية جائحة كورونا الى الآن، و تفضيل الملابس الساده ذو الألوان الأبيض والبنفسجى والأزرق والأخضر والأصفر وذلك لما يحمل لهذه الألوان من معانى سيكولوجيه معينه ترفع من حاله المزاجيه وتسرع من الشفاء لحالات الإكتئاب وتساعد بشكل جذرى وفى تحقيق السعادة حيث اللون الأبيض يعبر عن النقاء والبراءه واللون الأزرق للإسترخاء والهدوء والتبصر واللون الأخضر ليعزز الصحة والسعادة والتوازن واللون البنفسجى لتعزيز الهدوء وخاصة فى ظل جائحة كورونا .

الكلمات الدالة:

سيكولوجية الموضة، كورونا، المفهوم الذاتى، التحقيق الذاتى