

حول سيكولوجية الموضة

د. محمد أحمد سلامة

أستاذ علم النفس
كلية التربية - جامعة طنطا

الواضح الآن أن الموضة هي ظاهرة اجتماعية عامة مركبة تظهر في كل نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والروحية . وقد تحدث بعض كبار المفكرين مثل فولتير وجان جاك روسو وآدم سميث ، وكذلك بعض رجال علم النفس مثل ثارد ومكد وجال وزيميل وبلومير وآخرون عن عمومية الموضة كظاهرة نفسية اجتماعية .

التغير كخاصية للموضة :

لقد لاحظ كل من كتب عن الموضة خاصيتها في التغير والحركة والنزعة إلى الجديد وسرعة الزوال . وقد لاحظ فولتير في زمانه التغير كطابع طائش للموضة ، ولكنه تحدث فقط عن موضة المجتمع الارستقراطي . ومع التغير السريع في الظروف الاجتماعية والاقتصادية للحياة تحت تأثير التغير الاجتماعي والتقدم العلمي التكنولوجي ، فإن سرعة التغير قد أصبحت ظاهرة ملازمة للموضة . فقد أصبحت الموضة مع تولد الايقاع السريع للحياة الحديثة تمثل - في آن واحد - بداية ونهاية ، حداثة وسرعة زوال ، وجودية وغير وجودية ، وموجودة باستمرار على الحد الفاصل بين الماضي والمستقبل . وهكذا فكل جديد سريع الانتشار لا يكون موضة إذا ما انصف بالثبات والنزعة العقلية .

والموضة تؤثر على الحياة الاقتصادية وعلى تحديد الحاجات .

تزداد كل يوم أهمية دراسة ظاهرة الموضة بالنظر إلى تأثيراتها على كل مجالات حياة المجتمعات المعاصرة النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعلمية والفنية والادبية بل أن فهم ظاهرة الموضة يساعد على تفسير الكثير من الحركات الشبابية المعاصرة ، وانتشار ظواهر معينة بين شباب العصر كالتدخين والخمير والاعتصاب والقتل ، بل أن أسلوب ارتكاب الجريمة كثيرا ما يكون شكلا لا تتشاور الموضة .

والموضة تنتمي إلى مجموعة مظاهر السيكلوجيا الاجتماعية السريعة الانتشار والتغير . وهي شكل خاص لوحدة السلوك الجماهيري ، وتتولد غالبا بطريقة عفوية تحت تأثير الأذواق والميول السريعة التغير وتحت تأثير المزاج السائد في المجتمع . وتميز الموضة بأنها تجمع في طبيعتها بين العديد من العناصر والنزعات والميكانيزمات النفسية المتعارضة : التوحد أو التقمص والسلبية ، التفرد ، التقليد والمقابلة الخ .

وقد ظهر منذ وقت ليس بعيد شبه اتفاق على تحديد معنى الموضة بأنها السيادة غير الدائمة ، في وسط اجتماعي معين ، لهذه الأذواق أو تلك ، والتي تظهر في الأشكال الخارجية للحياة - وبالذات في الملابس - وهي أيضا الانتشار أو الشعبية الهشة سريعة الزوال لاي شيء في العلم أو الفن أو الادب . وقد تزايد اهتمام رجال علم النفس أخيرا بالموضة ، رغم أن تفسير الموضة كدالة نفسية اجتماعية لم يظهر بعد . ومن

ويصبح من الصحيح إلى حد بعيد أن نقول أن كل تغير في الأذواق يؤدي إلى تغير في الحاجات أو المتطلبات الخاصة بحياة جيل واحد يعتبر موضة ، وذلك انطلاقاً من ظاهرة توحد أنماط الحاجات أو المتطلبات التي تستدعي كل موضة . ولذا نستطيع القول بأن الموضة في عصرنا لها ثلاث خواص :

١ - التعدد الزائد في الحاجات والمتطلبات التي تخضع للموضة ، وذلك نتيجة الانتاج الضخم ، والشراء الواسع ، والايقاع السريع لعالم الانتاج المادي .
٢ - ظهور الموضة العامة المطلقة في عصرنا ، ذلك أن جوهر الموضة المعاصرة يستوعب كل العالم الثقافي الذي لا تحده حدود اقليمية .

٣ - جنون الايقاع المتغير للموضة نتيجة المنافسة الحادة بين أصحاب المشروعات ورجال الاعمال ، ليس على تحسين الانتاج أو رخصه ، ولكن على سرعة تغير أشكاله .

ومن الواضح أن سرعة التغير تؤدي إلى اختصار الدور الذي تستخدم فيه المادة ، وهذا بالتالي يزيد من الحاجة للشباب ، خاصة وأن الامر قد أصبح يستلزم إشباعاً كثيراً أو متعدد للحاجات مما أدى إلى ظهور التعاون للشباب الطلب . ومن الواضح أيضاً أن سبب التغير في عادات الحاجة (بالذات العادات الاستهلاكية) لم ينتج عن التكنولوجيا الانتاجية الحديثة بقدر ما ينتج عن التغير في نفس ظروف الحياة . إذ ظهرت مع التغيرات التكنولوجية - ومع تغير ظروف الحياة الخارجية أجيال جديدة من البشر تطمح لأن تعبر في حياتها عن عدم الملل والتعب والقلق عند الانا الداخلية .. إذ من المعروف أن أعصابنا تستثار اذا ما كنا مضطرين لان نرى على أنفسنا وعلى المحيطين بنا نفس الملابس مثلاً .. وقد تملكنا الناس الحاجة الى التغير والتبديل ، تلك الحاجة التي تظهر كثيراً في الخشونة والفظاظة التي يتعاملون بها مع أشيائهم القديمة . ومن هنا يظهر أيضاً الارتباط بين الحياة الاقتصادية وظاهرة الموضة ، فان سرعة مجرى التغيرات الاقتصادية وما يصاحبها من تغيرات في أنماط حياة الافراد ، وتؤثر على الحياة النفسية للشخص ، وتصنع حاجة مستمرة إلى التجديد الدائم في الوسط المادي والروحي ، وهذا بدوره يؤدي إلى سرعة واختصار دورات الانتاج ، واستخدامات المنتجات المادية والروحية .

أن طابع التغير الدائم للموضة ، وارتباط التغير في الموضة

بالتغير في الوسط الاجتماعي المحيط بالشخص ، وأخيراً الطابع العام للتغيرات السريعة التي تحدث في المجالات المختلفة للاتجاهات الاجتماعية وأنماط الانتاج والحاجات العامة والسائدة ، كل هذا يمكن أن يولد انطباعاً عن تطابق الموضة والديناميكية الاجتماعية ، الموضة وعملية التغير الاجتماعي عموماً . وهذا بالذات هو تفسير مفهوم الموضة عند العالم الأمريكي الشهير باربر Barber^(١)

أنه من الضروري تمييز مفهوم الموضة عن مفهوم التغير عموماً ، وذلك عن كل المفاهيم القريبة من هذا المفهوم .

معنى الموضة :

أن للموضة معاني لغوية كثيرة وهي لا تمثل مفهوماً دقيقاً .. فكلمة موضة مأخوذة عن الأصل اللاتيني modus وهي تعني معيار ، نمط ، طريقة ، وجهة ، وفي الأونة الأخيرة فان mod- us بمعنى طريقة أو شكل أو كيفية قد أصبحت تستخدم المنطق والموسيقى والدبلوماسية .. الخ . ويعطى الفرنسيون والايطاليون أهمية كبيرة للموضة كظاهرة نفسية اجتماعية بصفة خاصة .

ويطلقونها على مجالات في أساليب التعامل أو الملابس أو الموبيليات أو الأحذية أو تسريحات الشعر أو السلوك ، وهي في الفرنسية mode وفي الايطالية moda , modo أما الانجليز فانهم يستخدمون في مكان تعبير الموضة كلمة Fashion بمعنى طراز وهم يستخدمون كلمة موضة قليلاً ، وعلى الأغلب في معنى « العرف »^(١) .

ورغم أن كلمة « موضة » قد دخلت في العربية وفي كل اللغات الأوربية ، إلا أنها لم تستع أن تستبعد من هذه اللغات الكلمات الأخرى القريبة منها في المعنى : الذوق الهوى أو النزوة ، النمط أو الطراز أو الاسلوب ، الشغف وغيرها . ولكنها تختلف عن هذه الكلمات في أن لها شكلاً غنى المضمون ، لأنها تبدو تجمعا لكل هذه المعاني ، التي هي أشكال خاصة لهذه الظاهرة النفسية الاجتماعية المعقدة في كل مجالات الحياة .

(1) Barber, B. The Functions and dysfunctions of "Fashion" in science: a Case for The Study of social change. "Mens on Maamechapp", 1968, No, Dec, P. 501-514.

الموضة والذوق :

وقد كان روسويرى أن الناس في الموضة يكفون عن الطموح إلى ما يعجبهم ، ويطمحون فقط إلى ما يميزهم عن الآخرين . فقد لاحظ أن قوانين الموضة مخربة وغير دائمة ، بينما قوانين الذوق الجيد اقتصادية وثابتة . وهكذا ربط روسوفى كتابة عن التربية « أميل » ربط الذوق بالفضيلة وبالاخلاق ، فكل شيء ينحرف مع إنحراف الاخلاق ، وأحسن الأذواق تتوقف على الفضيلة . فإذا تدهورت فإنه يضع ويحلى مكانه للذوق المتكلف (المصطنع) المثالي في التزيق ، وللموضة الوليدة . وقد رأى روسو الموضة من وجهة نظر اخلاقية قبل كل شيء بنبذها نتيجة افسادها للفضيلة والاخلاق ، ولظهور الأذواق المتكلفة والتشويهية والحمقاء بينما قيم بصورة جيدة الذوق الوسطى هؤلاء الذين يعيشون بعيدا عن المدن والذين لم تفسدهم المدينة .

أما هيوم فقد أكد أن الجميل والمسوخ يتأصلان في العقل . وقد أنكر وجود ذوق عام وبحسب رأيه فإن كل شخص يجب أن يطور وينمي ذوقه . وقد طرح قضية عدم المجادلة عن الأذواق ، لأن الجمال والبهاء الحقيقي يبقى حيا ويتجاوز كل المواضع الجامحة .

وعارض ريد وفولتير هيوم ، وقال بأن عدم المجادلة عن الأذواق يتم مع المشاعر الحسية لأنها مرتبطة بعيوب أو خلل الحواس الذوقية ، أما عن الأذواق في الفن فلا بد من المجادلة ، فنحن لا نجادل فقط مع هؤلاء الذين ليس لديهم أى ذوق .

- أما كانت فقد كان يرى أن الموضة ليست مرتبطة بالذوق بقدر ارتباطها بالتقليد والزهو بالحماسة ، فالموضة في جوهرها ليست على الذوق ، لأنها يمكن أن تتعارض مع الذوق بدرجة كبيرة ، ولكنها ترجع فقط إلى الزهو ، الرغبة في الظهور في منظر هام ، والتنافس لكي يتفوق فرد على الآخر في ذلك .

- على أننا لا بد وأن ننظر إلى الاحساس الجمالى الذوقى كاحساس اجتماعى ، ومن ذلك مثلا أن فكرة الجمال عند الطبقات الدنيا في المجتمع ترتبط بالصحة وبالحياة العملية ، أما فكرة الجمال عند الطبقات العليا فهي رفاة الحس والنعمومة .

- وكل ما هو الموضة لحظى ، والبريق الخارجى يمكن أن يخطف الابصار للحظة ، أما الجمال الحقيقى فلا يذبل ولا يبهت أبداً . . .

- وخلال عملية المعاشة الاجتماعية تتطور وتنمو القدرة على فهم وتمييز وتقييم الجمال من القبح في الظواهر العملية وفي

لقد استخدمت كلمة الموضة منذ زمن بعيد في معنى قريب للذوق ، ولم يكن للذوق مفهوما واحدا : فقد كان التأكيد فيه يتم أحيانا على الجانب الجمالى ، وأحيانا على الجانب الاخلاقى ، وأحيانا على المنطق ، وأحيانا على الناحية النفسية الاجتماعية ، وأحيانا قليلة جدا على كل هذه المعانى .

وقد رأى باولو وفولتير وديدرو وهيوم وشيلروجيته في الذوق والقدرة على التمييز بين الجميل والقيبح . وقد انقسمت وجهة نظرهم للذوق إلى أربعة مجالات هى الذوق كميل الذوق كشعور باللباقة والاناقة ، الذوق كترعة ، الذوق كمتطوح ، وكل مجال من هذه المجالات ينقسم بدوره إلى جيد وغير جيد . ومفهوم الذوق الجيد يقوم على تقييم أى شيء تقييما أصيلا . ولكن بهاء الذوق الجيد عندهم نادر جدا ، لأن الذوق تغطية طبقة سطحية من الخرافات والآراء الباطلة - العادات الموضة .

أما مونتسكيو فقد طابق مفهوم الذوق بقدرة الشخص على تحديد مجال الرضا أو اللذة الذى توفره أى مادة . ولقد أرجع مونتسكيو الذوق إلى أحد المظاهر العقلية ، فإذا كان العقل عند عليبة القوم موجهها إلى متعة التائق فهو عندئذ يحمل اسم الذوق .

أما بيرك وريد فقد كانا يريان في الذوق قدرة الادراك أو قوة الادراك ، وما هى الا الاستخدام الحقيقى للرأى أو التحاجى ، والتي تظهر بصفة أساسية في القدرة على تقييم ونقد العرف والتقاليد .

أما فولتير وروسو وكانت فقد تشككوا في تغلب الذوق في الموضة ، واقترحوا مكانة أما ظهور النزوة وإما العادة ، وإما التفرّد والغرور . وقد حدد فولتير الذوق بأنه القدرة على أدراك الجميل والمعيب في كل مجالات الفنون ، وقد قسم الذوق إلى جيد وأحمق . أما الذوق الذى يحدده المحكمون في تقييم المنسوجات والجواهر والاطقم والعديد من الأشياء المشابهة التى لا يمكن أن تدخل تحت معنى الفن الرفيع ، مثل هذا الذوق يكون من الأفضل تسميته بالنزوة أو الهوى . فالنزوة - على الأرجح - وليس الذوق ، هى التى جلبت الى الحياة كل المواضع الاحداث .

(1) The Concise oxford Dictionary of current English. oxford university press, 1956. p. 431

النشاط الفنى ، والمعاشة العملية تصنع الذوق الشخصى نحو الطبيعة والمناظر الجمالية المرئية والأذان الموسيقية والمشاعر التى تصنع اللذة أو المتعة البشرية .

- والذوق هو ملتقى القدرة المنطقية والانفعالية على تقييم الجميل والقبیح ، وطبيعة الذوق تتخلص فى جماعته ، والذوق الفردى موجود - مثل الذوق الجماعى - ولكنه أيضا نتاج المعاشة ونتاج الاتجاهات الاجتماعية والوعى الجمالى ، وللاذواق أطوارها : فهى تنشأ أو تتولد ، وتنمو وتتطور ، وتذبل وتندثر ، ولذا ففى فترة معينة يسود ذوق ما ، والذوق السائد يمثل موضة ، فالموضة فى جانب هى مرحلة فى تطور الذوق الجماعى ، آخر شكل لتطوره ، وهكذا فالموضة هى شكل ذوق عام لا يتوقف على وعى الفرد أو ذوقه ، وكل من الذوق والموضة يؤثر على الآخر ، فالذوق يؤثر على تشكيل الموضة ، والموضة تبدى تأثيرا عكسيا على الذوق ، فهى تغيره ، أو تحوله وقبل الضربات العلمية والتكنولوجية المتلاحقة حديثا فأن الذوق الجماعى كان يتماسك طويلا ، وكان عرفا وتقليدا ، ولذا كان الذوق عبارة عن عادات .

الموضة والتقاليد والعادات :

إذا كانت الموضة ترتبط مع الصفات العامة للذوق فى القابلية للتغيير والتكيف ، فانه مع التقاليد تظهر فى الموضة لحظات ثبات وتكرار . . . وإذا ما كان الذوق الذى يظهر فى شكل موضة يتنوع كثيرا مرتبطا بالصفات الفردية الشخصية ، فان التقاليد - حتى إذا ما كانت شكلا للموضة - تأخذ شكلا عاما فى اطار المقبول اجتماعيا والمطلوب تربيته فى الأفراد . . .

وتوجد بين الموضة والتقاليد اختلافات كيفية واضحة ، وتتلخص هذه الاختلافات فى أننا فى التقاليد إنما نقلد أسلافنا وأساليبهم السلوكية ، أما فى الموضة فنحن نقلد معاصرنا ، وفى أحيان كثيرة أجيالنا الصغيرة وأساليبهم السلوكية ، والتقاليد أكثر ثباتا وتركيزا ومحافظه عن الموضة ، وتتيح الموضة للفرد مجالا أرحب لتحقيق امكانياته الفردية ، وتتغير التقاليد أبدا ، وبصورة غير ملحوظة ، فى جماعات اجتماعية محددة ، أما الموضة فهى أكثر حركية وتتغير بسرعة وكثيرا ما تشمل المجتمع كله ، فالتقاليد هى أقدم أشكال حفظ ونقل الخبرة الاجتماعية من جيل لجيل ومن المجتمع إلى الفرد ، وهى تضع الأساليب السلوكية الشائعة ، وتوحد النشاط الذى تقوم به

الأغلبية ، والذى يتكرر فى شكل ثابت نسبيا خلال زمن طويل ، أما الموضة فتختلف عن التقاليد اختلاف النوع عن الجنس ، فالتقاليد تظهر كموضة مستمرة ، والموضة كتقاليد متقطعة ، قد تحب لفترة ثم تعود للظهور .

ولكل فرد وكل تجمع من البشر عاداته الخاصة ، والعادة طريقة معينة للسلوك فى مواقف محددة لا تقابلها الجماعات الاجتماعية برد فعل سلبى ، ويمكن أن تصبح موضة ، والعادة تتولد على أساس الخبرة والطقوس القديمة ، وحينئذ تصبح تقاليدا يجب احترامها أو تحطيمها ، والعادة أكثر ارتباطا بالعرف عنه بالموضة ، والعرف يتفاعل مع الأخلاق ، التى هى قوالب لسلوك الناس تظهر فى المجتمع وتقرها القيم الأخلاقية ، والموضة - التى هى ظاهرة أكثر دينامية - تتناقض كثيرا مع الأخلاق ، والأخلاقيات تؤثر فى الأسس الاجتماعية بعبارة أكبر ، أما الموضة فتلمس أكثر الجوانب الخارجية للظواهر الاجتماعية ، والأخلاق تتغير أبطأ ، وهى أكثر ثباتا من الموضة .

وإلى جانب تمييز الموضة عن التقاليد والعادة والأخلاق يجب تمييزها عن الاتيكيك فالاتيكيك قواعد سلوكية شكلية ومعينة فى صورة أوامر مفروضة - والاتيكيك - كالتقاليد - يوحد سلوك الشخصية والجماعة فى موقف محدد ، ولكل جماعة اجتماعية آداب لياقتها - الاتيكيك الخاص بها ، وكل جماعة اجتماعية تدين الاخلال بمجموعة وجهات السلوك المقررة ، والاتيكيك والموضة يتقاربان فى أنها يلمسان الأطر السلوكية الخارجية ، ولكنها يختلفان فى زمن الانتشار وفى الاقرار الاجتماعى : فالموضة أكثر حيوية وتغيرا عن الاتيكيك ، والاتيكيك ملزم وضرورى ، أما الموضة فهى أكثر حرية ، وبرغم أن الاتيكيك كثيرا ما يلزم الفرد باتباع الموضة ، فالموضة كثيرا ما تحطم الاتيكيك ، والموضة التى يقرها العرف لا تتعارض مع الاتيكيك .

الموضة والاعلان :

والموضة رفيق الاعلان ، والاعلان أيضا حركى ويعمل كظاهرة نفسية اجتماعية فى مجال الاتجاهات الاقتصادية بصورة أساسية حيث يؤثر على الذوق الشرائى وعلى عادات الناس ، وحيث يستثير الحاجات بصفة مستمرة⁽¹⁾ ، ومن المعروف الآن

(1) Brown, R. Reklow in Trading, N. Y, Free press, 1961

أن الانسان يجب أن يوفق بين وضعه وصفاته الشخصية التي تنعكس أساسا في سلوكه ، وأيضاً مستواه الاستهلاكي ، ومن المشكلات الرئيسية للمجتمعات النامية الآن أن نجاح الشخصية يقاس بنماذج الأشياء المملوكة والتي تعتبر دليلاً على وضع المالك ، وهذا هو التقليد الأعمى للمجتمعات الأكثر تطوراً .

وإذا كانت الوظيفة الحقيقية للدعاية هي أن تكون اعلاناً ، بمعنى أن تقدم للمستهلك المعلومات الحقيقية عن استعمالات المادة ، ومساعدته على أن يختار الأشياء الضرورية له ، إلا أنها في الحقيقة تعمل لصالح صراع المنافسة واختصار دورة الانتاج ، وتصنع قوالب سلوكية وأمزجة استهلاكية معينة .

والموضة والاعلان يلزم كل منهما الآخر ، فالاعلان يدعو للموضة ، وهذا الأسلوب الدعائي أو ذاك يمكن أن يصبح موضة ، فالموضة هنا تؤكد الدعاية ، وفي الموضة دائماً تتواجد عناصر دعائية ، وصناع الموضة دائماً يركضون وراء ابتكار أشكال دعائية ، ومن أشكال الدعاية أو الاعلان عن الموضة المظاهرات الموسمية لمجموعات الموضة ، واحتفالات الموضة ، ومجلات الموضة ، تلك التي تصنع مزاجاً معيناً ورأياً خاصاً بالموضة .

طبيعة الموضة :

من الحديث السابق عن علاقة الموضة بالذوق والعادة يتضح أن الموضة بطبيعتها ظاهرة متناقضة تماماً ، فالموضة - كالعرف والعادة - تمثل نموذجاً سلوكياً محددًا في إطار المجموعة الاجتماعية ، وهذا النموذج له قوة ثبات ومقاومة تساعد على البقاء ، وللموضة قوة تأثير كبيرة على سلوك وأذواق ونظام قيم المجموعات الاجتماعية المختلفة ، والموضة - كالعرف - تمثل وجهة سلوكية في إطار جماعة اجتماعية ، ويستوجب الاحلال بها استنكار الجماعة .

وتختلف الموضة - وهي الظاهرة الأكثر تغيراً - عن قوالب السلوك الأخرى الأكثر ثباتاً كالأخلاق والعرف في أنها لا تتشكل ولا تقوى لمدة طويلة كشكل ضروري للعناصر الرسمية للتنظيم الاجتماعي ، فالموضة هي شكل غير تقليدي للسلوك ، وتحتوى دائماً ومنذ نشأتها على لحظة رفض للتصورات الأخلاقية والجمالية والذوقية ، وهذه اللحظة ترتبط كثيراً بالاحتجاج الخفي ضد المعايير الاجتماعية السائدة التي تحكم وجهات التفكير الفردية والمؤسسات الاجتماعية .

هذا ، رغم أن الموضة التي تظهر كطريقة للتعبير عن الأمزجة الجديدة وعن الأذواق والميول ، والتي تعبر عن حاجة الشخص للتجديد ، لا يمكن أن تكون بطبيعتها طريقة ثابتة وفعالة للتجديد الاجتماعي بسبب جانبها المحافظ ، فالموضة محافظة ، أولاً ، لأنها حين تتولد وتستنكر شيئاً ما في القديم ، فإنها تسعى للاعتماد على تأثير أو نفوذ معيار لا شك فيه ، معيار يشجع فقط على استحداث أو إعادة انتاج النموذج المتاح ، وهنا طغيان الموضة ، أما المصدر الثاني للطبيعة المحافظة للموضة فيتلخص في التحديد الزائد ومحلية أو اقليمية المقاييس الاجتماعية لكل تقاليع الموضة ، ولهذا فإن للموضة طابعها الواسع ، ذلك لأنها وهي ترضى الحاجة للتجديد في المجالات المختلفة ، لا تحتاج من أتباعها إلى تغيير جاد بأى قدر في طريقة الحياة ، أما الاصلاحات الثورية والتحوليات أو الانقلابات العملية ، والتي تغير بعمق في كل مجالات الثقافة الروحية للفرد وكل نظام الاتجاهات الاجتماعية ، فهي أمر آخر ، فالموضة تمثل تغيراً أو تبديلاً جزئياً فقط للأشكال الثقافية الخارجية ، ولذلك فإن المكتسبات الثقافية الجديدة ، والتي ترتبط بالمستقبل لفترة طويلة لا تعتبر موضة .

على أنه يلزم القول - برغم ذلك - بأن المكتسبات الجديدة للفكر الانساني ، العلوم والثقافة ، يمكن في مرحلة معينة من مراحل تغلغها في المخزون الثقافي للانسانية أن تصبح موضوعاً للموضة ، وهذا هو حال العديد من الوجهات الجديدة في العلوم ، مثل الاتجاه الرياضى في الطبيعة ، الطبيعة النووية ، وعلم النفس . . . الخ ، سواء عاشت كل منها هذه المرحلة أو عايشتها .

أما الجدل حول طبيعة الموضة فهو يقوم على محاولة تحديد محتوياتها الحياتية الحقيقية في كل لحظة لتطور المجتمع ، فالموضة شكل خاص للحياة النفسية الاجتماعية ، وهي تظهر كشكل خارجي قصير العمر للتغير المستمر في المضمون الاجتماعي والوسط الاجتماعي ، والموضة تقوم على تنفيذ مطلب اجتماعي لمجتمع معين ، فمثلاً قبل أن تصبح هذه التيارات والتسميات مثل الجيل الحاضر والجيل الملعون والجيل الساخط والجيل المتعاسف ، والجيل الميئوس منه والهيبز موضة وسط الشباب في كثير من الدول ، كان لابد أن تظهر هناك ظروف اجتماعية معينة تمثل قهراً للشباب أو عدم وضوح له ، ولذا فإنه لكي نفهم جوهر الموضة وسط تيارات الشباب المختلفة لابد

وأن نكشف عن المضمون الاجتماعي المحدد الذي تعبر عنه أو تمثله هذه الموضة . وهذا ما يتجاهله كثيرا علم الاجتماع وعلم النفس ..

والموضة كشكل خاص للحياة النفسية الاجتماعية قد تغيرت مع تطور وتعقد شكل هذه الحياة ، ففي المجتمعات البدائية كانت الموضة ثابتة تماما ، لأن حاجتهم إلى التصورات الجديدة كانت أقل كثيرا ، وتغير الموضة يرتبط أيضا بعامل تعب أو كلل المثيرات العصبية ، ذلك أن الموضة ترضى الحاجة النفسية للشخصية أو للجماعة الاجتماعية في تجديد الوسط المادى أو الوسط الروحى المحيط ، والحاجة لتجديد ماديات الوسط ترتبط بالخواص النفسية الفسيولوجية للفرد ، ذلك أن الشخص يطمح إلى التخلص من الانفعالات والمشاعر والأمزجة السلبية ، التى تنتج عن السأم أو الملل فيما يتعلق بالمثيرات الأولية⁽¹⁾ ، أما ما يحدث بالنسبة للمجال المعنوى فهو غير ذلك : فالناس تتخلص من بعض المفاهيم ووجهات النظر والنظريات والمؤلفات العتيقة .

ويجب أن نشير هنا أيضا إلى أن الموضة تظهر كثيرا نتيجة عدم الثبات النفسى الداخلى للفرد ، عدم ثبات وضعه الاجتماعى ، فهى تظهر أحيانا كتعبويز نفسى اجتماعى عن حاجات الفرد الاجتماعية غير المشبعة وغير الكافية ، والموضة تظهر أحيانا نتيجة اغتراب الشخص فى المجتمع وعدم مبالاته به ، ونتيجة الأعباء النفسية التى قد تنتج عن - وقد تشمل على - أعباء جسمية وأعباء معنوية زائدة عن طاقة الفرد الانفعالية ، ونتيجة عدم ثقة الانسان فى الغد ، فالموضة هنا تعطى امكانية التعود الوهمى على أعلى المستويات الاجتماعية وتعتبر وسيلة لرفع المركز الاجتماعى .

والموضة تنتشر على أساس الايحاء أو المحاكاة ، أى على ادراك غير واقعى أو غير فاحص ، والايحاء والمحاكاة يشيران بحق إلى عدم مقدرة الشخص والمحاكى على التحكم الواعى فى سبيل أو تيار المعلومات أو الأشياء المعروضة ، والظرف الأساسى للايحاء المؤثر هو هيبية أو نفوذ أو جاذبية مصدر المعلومات من جانب ، وغياب المقاومة الملحوظة نحو هذا

التأثير من جانب آخر ، أن ادراك الشخص بواسطة الشخص فى عملية المعاشة ، مثل ادراك الاتجاهات بين الناس فى المواقف المختلفة أو الجماعات المختلفة ، يمكن أن يكون واقعا فاحصا ناقدًا أو عكس ذلك ، ونتيجة انعكاس التأثير غير الواقعى أو غير الناقد فى عملية المعاشة هو عادة التقليد الأعمى غير الواعى (اذا تكلمنا عن النشاط ، السلوك ، الأفعال) والإعداد العضوى أو العدوى اللا ارادية (اذا أخذنا فى الاعتبار الحالة النفسية) ، وفى سن المراهقة الأولى (من سن ١٢ - ١٥ سنة) فان نماذج سلوك الراشدين يستوعبها النشء عن طريق التقليد المباشر (الموضة ، التدخين ، ذخيرة الكلمات) ، ومن الواضح أن عدم ايجابية المقاومة (السلبية) فى الاتجاه نحو الراشدين تلعب دورا فى هذا السن إلى جانب التقليد .

والمهمة الأولى للمربين هى ادراك أن الاعداد والتقليد أكثر انتشارا بين الأطفال والمراهقين فى المجموعات العفوية أى فى تلك المجموعات من الأطفال والمراهقين التى تتولد لأسباب عديدة بدون تأثير من جانب الراشدين أو تأثير الأنشطة التى يوجهها الكبار ..

وقد دلت الكثير من الأبحاث التجريبية أن ٧٠ - ٧٥ ٪ من جرائم غير الراشدين تقع من مجموعات الأحداث المراهقين ، ومن الصحيح أن هذه المجموعات العفوية غير الثابتة ينفدون الجريمة من جانب بتقليد بعضهم البعض ، ومن جانب آخر تحت تأثير التحريض المباشر وغير المباشر للكبار ، وتحت تأثير الكتب والأفلام والروايات التى تروج لمغامرات الجناة وتدافع عن قيم الوحشية والعنف والاعتصاب ، ويجب التأكيد على العامل الأخير الذى زاد تأثيره بتطور وسائل الاتصال الجماهيرى كالراديو والسينما والتلفزيون ، والتى تقدم النماذج التى سرعان ما تصبح موضة ، هكذا نلاحظ فى عالم اليوم أن نوع الجريمة موضة وشكلها موضة وأداتها موضة ، وتحت التأثير المتزايد لوسائل الاتصال الجماهيرى فى هذا العصر أصبحت أشكال السلوك موضة ، والجريمة موضة ، والطعام موضة ، والعلم موضة ، والفن موضة ، والأدب موضة ، بل وأصبح أسلوب استخدام اللغة فى علاقات الناس موضة ..

ويحاول الكثير من الباحثين فى الغرب الآن أن يربطوا بين لاء سواء الشخصية وبين سذاجتها وسطحية ذوقها ، ويرجعون ذلك إلى وسائل الاتصال الجماهيرى التى تدفع إلى التقليد

(1) Goldman, M.; Haberman, B., Feder, G. Conformity and Resistance to Group pressure. "Sociometry" N. Y, 1965 Vol. 28, N. 2, P. 221.

الاعمى ، هكذا يرى « شيلز » Shils⁽¹⁾ أن التليفزيون قد قلل من الذوق في الملابس كما قرب بين الاختلافات في وجهات النظر الحياتية .

ويضيف « مورس كوين » Koen⁽²⁾ في دراسته الناقدة للفكر الأمريكي ١٩٥٨ م أن الأوربيين يقفون الآن تماما في شرك الحياة الأمريكية ، فكل المدن متشابهة ، وكل البيوت على نظام واحد كما لو كانت قد صفتها آلة واحدة وكل الصحف والمجلات تترك انطبعا بأنها إنتاج مشترك ، وهذا ما يسميه « اربك فروم » Fromm⁽³⁾ «؟ الحرية السلبية » كما يرى « روبرت ميرتون » Merton⁽⁴⁾ أن هذا التقليد الأعمى يقود إلى أضعاف المعايير والمؤسسات التي توجه سلوك الناس وتحكم فيه ، مما يقود بالضرورة الى ارتكاز نفوذ المعايير وإلى كل الانحرافات الممكنة . ويضيف « ميرتون ولازارسفيد Lasarsfeld Merton أن متوسط المستويات الجمالية القيمة والأذواق عند سكان أمريكا قد انخفض ، فالنساء اللاتي يتعرضن كل يوم لثلاث أو أربع ساعات متتالية لنشاط الدعاية في الراديو والتليفزيون ، يقلدن تقليدا أعمى هذا الطراز أو ذاك ، ويبدین نقصا مشينا في الذوق الجمالى » .⁽⁵⁾ ويفسر العالم الأمريكى « أدورنو » Adorno⁽⁶⁾ انتشار عدوى التقليد الأعمى والموضة بقيام سياسة المجتمعات داخليا وخارجيا على المخاطرة وعدم ثبات أوضاع الناس . ويجمع ناقدو نظرية الثقافة الطبقيّة في الغرب الآن وفي الولايات المتحدة بالذات مثل فان دين خاج ، ريسمن ، فروم ، لازارسفيلو ، ميرتون وآخرون على أن أصل القسوة (العدوانية) السائدة الآن يرجع إلى نزعة توحيد المعايير وتعميم المساييرة والتقليد الأعمى والموضة .

(1) Shils, E. The Theory of Mass Society, B. "Diogenes", pp. 45-66

(2) Fromm, E, The Sane Society N. Y. Rinehart, 1955, P. 169.

(3) Fromm, E. Escape From Freedom, N. Y. Farrar Rinehart, 194 , pp. 36-42

(4) Merton, R. K. Socia Theory and Social Sturcture, Glencoe, III, The Free Press 195 , pp. 50, 54

(5) Lasarsfeld, P. F., Merton, R. K. Mass Communication, Popular Taste and organized Social action in: "Mass Communeation" ed, by w. Scbramm, Hinoisof press., 1963, p. 06

(6) I pid., op. 608.

ويؤكد ذلك بعض الباحثين في علم النفس الاجتماعى في الولايات المتحدة ، فيرى نيوكب Newcomb⁽⁷⁾ وزملاؤه أن التقليد والتقليد الأعمى قبل أن يكون سبباً لأى ظاهرة اجتماعية ، فهو ينتج عن دوافع محددة ، ويكون وسيلة أو دراسة لتحقيق أهداف أو أغراض محددة . هكذا فتقليد الموضة في الملابس وماديات الحياة وتزيين وتأثير الشقق الخ يحرر الشخص من الجهد النفسى الزائد في الاختيار ويعطيه امكانية تركيز انتباهه وطاقته على حل المشاكل الابداعية المعقدة ، لأن الجهد العصبى - النفسى للفرد لا يكفى لمواجهة تفكير جاد في كل أمور الحياة النافهة والجادة .

وهكذا تؤدى الموضة وظيفة خاصة في الحياة النفسية الاجتماعية . فالموضة احدى وسائل الاتصال ، وهى وسيلة معاشية ، وأسلوب مشاركة ، وأسلوب تعويض ، والموضة علامة اجتماعية خاصة تدل على المركز ، أو المكانة الرمزية ، وياتباع الموضة أو الوقوف ضدها فان الشخص قد ينغزل عن جماعة اجتماعية معينة وقد يتماثل معها ، يطابق نفسه بها ، وقد يحصل بذلك على مركز جديد أكثر فائدة له .

وللموضة وظيفة تكييفية كواسطة للتوفيق بين أنشطة الناس ، وتكون وسيلة للتأثير المتبادل بينهم ، الموضة تطرح نموذجا معيناً في الاتجاهات المتبادلة بين الناس ، وتوحدهم في طرائق سلوكية معينة ، وتستثير عندهم الميل نحو الجديد .

وقد تنبه كل من روسو وزميله وبوجاروس إلى وظيفة الموضة التعويضية ، فالموضة تعوض عن عدم اشباع أو عدم كفاية الحاجات الشخصية أو حاجات الجماعة الاجتماعية ، وهى هنا تقوم أيضا بوظيفة المنظم للحاجات الاجتماعية .

وقد ربط زميل⁽⁸⁾ بصفة خاصة بين هذه الوظيفة واختلاف اتجاهات الرجال والنساء نحو الموضة ، وعدم مساييرة الرجال ومساييرة النساء للموضة فتعصب النساء للموضة واللامبالاة ، النسبية في اتجاه الرجال نحو الموضة قد ظهر نتيجة الاختلاف بين أوضاعهم الاجتماعية ، فهو يرى في الموضة صمام أمن تفلت اليه المرأة من حاجتها إلى بعض الاختلافات عن النساء

(7) Newcomb, T., Turner, R., Converse, Ph, social psychology N. Y., 1965, P, 2 6.

(8) Simmel, G, Die Mode. "philosophische Kultur", s., pp. 42-43

الاخريات وإلى أن يكون لديها شيء غير مألوف يستدعي الانتباه ، حين تعجز عن اشباع ذلك بوسائل أخرى .

والموضة يمكن أن تكون وسيلة تعويض عن الشعور بانعدام الهبة والكفاية الشخصية حين تظهر في صورة ميكانيزم دفاعي ضد الاعتداء أو التطاول الخارجى على هذا الشعور .

على أن الإشارة إلى الوظيفة التعويضية للموضة كوسيلة لتدعيم المركز الاجتماعى والفردى لا تعنى أن الناس يفهمون هذا الميكانيزم ويبقون الموضة عن وعى ، ولذا فان الوظيفة الأولى للموضة والتي تلفت النظر أكثر من غيرها هي دور الموضة كوسيلة لجذب الانتباه إلى الذات ، واثارة الميل نحوها مع أمل في ارضاء المطامح الشخصية بأكبر قدر ممكن ، واشباع الحاجة إلى خبرة جديدة ومعايشة جديدة .

وفي الموضة يوجد أيضا مكان للاختيار الواعى لشكل السلوك . فالعدوى والتقليد يمكن أن تفسر وحدة طريقة الملبس مثلا ، ولكن ذلك لا يفسر لماذا يتكيف بعض الناس مع الموضة في الملابس فقط ، بينما البعض الآخر مع الموضة في المجال الروحي (مثل اتجاهات الموضة في الاداب أو العلوم مثلا) . وهنا يظهر الاختيار الواعى للشخص للقيم المادية أو الروحية ، والتي يسعى للتكيف معها في المقام الأول .

ولكن اذا كان ميكانيزم الموضة معقدا ومتعدد الجوانب ، فهل يمكن للمجتمع أن يتحكم ويوجه أصول وفروع النزوات الاجتماعية ؟ نعم ، وهناك ضرورة لذلك إلى حد ما .

وهذه الضرورة توجد اذا ما أخذنا في الاعتبار أن الموضة لها قوة تأثير كبيرة تتمثل في اقرار المجتمع وفي الابعاء ، ويمكن أن تظهر كذلك في كل أشكال حياة المجتمع ، في الحياة الاقتصادية والسياسية والروحية والجوانب المعيشية . ولهذا نرى الحكومات الاوربية وقد تدخلت مثلا لا نفاذ الحيوانات البرية القطبية بعد أن انتشرت موضة الفروع على ملابس النساء تقليدا للموضة عند بعض الممثلات العالميات ، وكانت الالعاب النارية تمثل موضة في فترة زمنية معينة وكان لابد من التدخل لوقفها . وتحت تأثير الموضة يمكن أن يزداد بقوة أو - على العكس - يحدث تدهور مدمر في الاقبال على هذا الشكل أو ذاك من المنتجات الاستهلاكية الخفيفة ، كما أنه في فترات معينة يحدث أن يكون أحد العلوم موضة دون العلوم الاخرى . على أن ذلك في المجال العلمى لا يمثل خطرا كبيرا ، ذلك أن جو الميل العام نحو مادة من المواد يوفر ظروفا مواتية لزيادة تأثير العلم ونفوذه ،

كما يحقق انتشار الاسلوب العلمى واستخدامه في النشاط العملى للمجتمع ، هذا علاوة على ما يوفره هذا الجو من امكانيات لنمو نفس المادة موضوع الميل . وعلى أن نفس الموضة يمكن أن تصنع خطورة الاتجاه السطحي نحو نفس العلم .

هكذا فان هناك امكانية لتوجيه الموضة ، ولكن تحقيق ذلك يستلزم الدراسة الجادة لميكانيزم الموضة وايجاد طريقة مؤثرة للتحكم الاجتماعى وراء عملية نشأة وتغيرا وتطور الموضة .

الولع بالموضة :

لا تظهر الموضة فقط كصفة للسلوك الخارجى الظاهر للبشر ، ولكن أيضا كانعكاس لحالتهم النفسية الداخلية . وهذا غالبا ما يتفق مع ميكانيزمات تشكيل وتغير المزاج أو الخلق الاجتماعى ، فعملية حركة وتغير وتطور المزاج تخضع لقوانين محددة ، وهذا يظهر في كل التغيرات والانقلابات الممكنة لمزاج الجماعات الاجتماعية المختلفة ، في مد وانحسار النشاط الجماهيرى ، في التبعية والمرحلية التى تشخص عملية تولد ونمو انتشار وتطور كل مزاج جديد .

وفي الغالب فان المزاج الجديد كعملية ديناميكية وغير ثابتة يمكن أن يكون موضة والموضة نفسها هي مظهر خاص للمزاج الجماعى أو الجماهيرى متميزا عن المزاج الشخصى .

والولع الجماهيرى أيضا له شكل الموضة ، وهو يظهر في الدفع الشامل لاي شيء للظهور ، في الاهتمام العميق بأى شيء في انتعاش في حالة الابتهاج ، في الحماس ، في عشق أى فرد أو الغرام بأى شيء ، في زيادة الميل إلى شيء ما .

والولع فردى وجماعى ، قصير الابد وعمام ، ولكل شخص ولعه أو هواياته الفردية ، فشخص يجمع طوابع البريد وآخر يجمع النقود التذكارية وثالث يحب الصيد ورابع يميل للهوكى وخامس للعب على الجيتار وهكذا .

والولع الجماهيرى أو الجماعى هو لحظة اشتعال المزاج الجماعى ، الولع الجماعى له مكانه في كل مجالات الحياة الاجتماعية ، وقد ظهرت في السنوات الأخيرة في علم النفس محاولات لتصنيف النزوات الاجتماعية بحسب درجة انتشارها أو مجال نشاطها من جانب ، وبحسب طبيعتها البيولوجية الاجتماعية من جانب آخر ، وهكذا فان عديدا من علماء النفس الانجليز والامريكيين قد قسموا كل النزوات أو مظاهر الولع بحسب درجة انتشارها أو مجال نشاطها إلى Craze وهو

جراء التناقض المنطقي مع جوهرها ، حيث أن الانتشار العام يهلك في داخلها لحظة المشاركة .

وفي لحظة ظهور الموضة في أي تجمع اجتماعي فإن مجموعات الناس تظهر الولع بشيء ما ، وينشط الذوق الفردي والخيال ، وتتشبث برأيها الخاص ، وتظهر بمظهر عدم المسيرة ، وتعتبر الشخصية بذلك عن الاحتجاج على الأذواق المعقدة والتقاليد كما أنها بذلك تلفت الانتباه إليها ، وفي فترة قوة الموضة فإنه تكون لها امكانيات واسعة للانبعاث والعدوى وتستدعي التقليد عند الكثير من الناس ، وفي هذا الوقت يظهر التقمص والانصياع والتقليد والأشكال الأخرى للسلوك الجماهيري ، وفي فترة انطفاء الموضة ، أي حين تصبح في حوزة الجميع ، يظهر الخمول في الاتجاه نحوها والتعود عليها .

أما عن عملية الموضة « بوجاردس » يصور مراحلها على النحو التالي :

أولاً : هؤلاء الناس من أصحاب المراكز العالية والذين يرغبون في جذب الانتباه اليهم يقرون نمطاً سلوكياً جديداً .
ثم : هؤلاء الذين يريدون الوصول الى هذا المركز الرفيع ، يستوعبون هذا النمط السلوكي الجديد .
وأخيراً : يدخل في عملية الموضة كل أو أغلب المسافرين .

ويرى تارد وزيميل أن الموضة في المجتمعات القديمة كانت تنتشر كاقْتباس لمكتسبات قبيلة أخرى ، وكان ذلك يتم بين القبائل المتجاورة ، ولكن الموضة في المجتمعات الطبقيّة الحديثة تنتشر من الطبقات العليا الى الطبقات الدنيا ، وبمجرد أن تستوعب الطبقات الدنيا هذه الموضة ، فإن الطبقات العليا تعرض عنها وتبحث عن موضة جديدة ، وهذا يدعم رأي سميت وروسو وكانت من أن الموضة تنتشر من أعلى لأسفل ، وأن الطبقات الدنيا تقتبس موضة الطبقات العليا ، وبمعنى آخر فإن الموضة هي صناعة الطبقات العليا في المجتمع ، وإن كان ذلك لا يمنع أن الطبقات العليا أحياناً تقتبس الموضة من الطبقات الدنيا .

الموس الشامل ، Fad وهو النزوة المؤقتة المحلية . كما قسموا الأخيرة بحسب طبيعتها البيولوجية الاجتماعية إلى ثقافية كالحركات الإيمائية التعبيرية واليوجا ، وإلى تشنجات كالمولاهوب⁽¹⁾

ويلاحظ علماء النفس في الغرب أن المجتمع الصناعي الحديث بثقافته الجماهيرية العامة يجعل الشخص أكثر ليونة وأكثر خضوعاً لتحكم الموضة وللنزوات النفسية الجماهيرية ، وهذا ما يضع الحاجة إلى التغيير المستمر للانطباعات والامزجة⁽²⁾ .

ديناميكية الموضة :

الموضة أكثر ظواهر الحياة الاجتماعية ديناميكية ، فهي تتغير باستمرار وتستوعب الجديد ، والموضة تشتمل على المتناقضات : التفرد والعمومية ، الداخلية والخارجية ، التطابق والاختلاف ، عدم الثبات والاستقرار ، الضرورة والحرية ، القديم والجديد . الخ . فالموضة هي أحد الأشكال التي يخضع بها الفرد خارجياً لتحكم المجموع ، رغم أنه بذلك أيضاً ينقذ حريته الداخلية . فالحرية والضرورة هي تناقضات وصرعات مستمرة تجعل الحياة أكثر نضارة .

ولكل عملية فإن للموضة مراحلها الأساسية : التكوين أو التشكيل ، السيادة ، الانطفاء ، والموضة بحسب رأي « بوجاردس » Bogardus⁽³⁾ (هي عملية فريدة ، وتصنع السلوك الجماهيري تدريجياً) ، وعملية الموضة عند « روس » Ross⁽⁴⁾ تسمى (القفزة الاجتماعية) ، أما « بلامر » Blu-mor⁽⁵⁾ فقد كان يصفها بأنها (التغيير المتكرر في اختيار شيء ما) .

والموضة عند « زيميل » هي نزعة خاصة نحو الانتشار ، كما لو أن كل موضة يجب أن تخضع لها كل المجموعة ، ولكن حين لا يواتيها ذلك فإنها يجب أن تتوقف عن العمل كموضة من

(3) Bogardus, E. S., Fundamental of social psychology. N. Y., Halt, 1942, p. 299

(4) Ross, E. A. Social psychology. Macmillon Company, 1958, p. 94.

(5) Blumer, H. in: "An outline of the primiciples of sociology" L., Barnes and Noble, 1939,

(1) Sargent, S. S., williamson, R. C., Social psychology, N. Y., 1968, P. 210, Bogardus, E. S. Fundamentals of social psychology, N. Y., L., 1942, p.p 305-308

(2) jacols, N. Culture For the Millions Mass Media in Modern Society, Taronto-London, N. Y., 1961

- 9- Lasare Feld, p.f., Merton, R.K. Mass communication, popular taste and organized social action In: "Mass Communication" ed. by W. schramm, Hlinoisef prass., 1963.
- 10 Merton, R.K. social Theory and social structure, Glence, III., The Free press, h11957.
- 11- Nowcomb, T., Turner, R., converse, oph. social psychology N.Y., 1965.
- 12- Ross, E.A. sbcial pasychology. Macmillan company, 1958.
- 13- Sargent, s.s; Sargent, S.S.; Williamsón, R.C. social psycolology, N.Y. 1953.
- 14- Shils, E The Theory of Mass society, B. "Diogemes", 19, 1970.
- 15- Simmel, G. Die Mode "Philosophische Kultuy", S.L., 1969.
- 16- The Concise Oxford Dictionary of current English. oxford University press, 1956.
- 1- Barber, B. The Functions and Dysfunctions of "Fashion" in science : a case for the study of Social change . "Mens on Maamschapp" 1968, Vol. 6.
- 2- Blumer, H. In : "An outline of the Principles of Sociology" L. , Barnes and Noble, 1939.
- 3- Bogardus , E. S., Fundamantals of Social Psychology, N. Y. , Holt, 1942.
- 4- Brown , R. Reklolm in Trading, N. Y. : Free Press, 1967.
- 5- Fromm, E. Escape for Freedom, N. Y., Farrar and Rinehart, 1941.
- 6- Fromm, E The sane society, N.y j Rineheat, 1955.
- 7- Goldman, M., Haberin, B., Feder, G. Conformity and Resistance to group pressure. "sociometry". N.Y; 1962, vol. 28, N.2.
- 8- Jacobe, N. culture for the millions Mass media in modern society. Toronte london, N. Y. 1961.

