

જૂની પેઢીના વિચારો અને Gen Z ના વિચારોની દુનિયા તદ્દન અલગ છે. ખાવાપીવાની આદતોથી માંડી સંબોધો નિભાવવાની રીત અને ફેશન સ્ટાઈલ-દરેક બાબતમાં તેમનો દ્રષ્ટિકોણ બદલાયેલો લાગે છે. ઘણા એવા શબ્દો છે જે Gen Z માં પ્રચલિત છે પરંતુ જૂની પેઢી તેનાથી અપરિચિત છે. માત્ર બોલચાલ જ નહિ, કામ કરવાની રીત, નોકરી અંગેના વિચારો અને રહેણીકરણી પણ Gen Z ની ઘણી અલગ છે. તેઓ કમ્ફર્ટબલ અને પોતાની પસંદ અનુસાર લાઈફ સ્ટાઈલ અપનાવવાનું વધુ પસંદ કરે છે. આજકાલ Gen Z માં સાયલન્ટ લગ્ગરી (Silent Luxury) શબ્દ ઘણો લોકપ્રિય છે. એને 'ક્વાયટ લગ્ગરી' (Quiet Luxury) કે 'સ્ટીલ્થ વેલ્થ' (Stealth Wealth) પણ કહેવામાં આવે છે. આ એક ફેશન ટ્રેન્ડ છે જે તમારા વિચારોથી બિલકુલ અલગ છે. Gen Z માટે ફેશન હવે લાઉડ લોગો અને સહેલાઈથી ઓળખી શકાય એવા બ્રાન્ડિંગથી બદલાઈ વધારે સાદગીપૂર્ણ સૌંદર્ય તરફ આગળ વધી રહી છે.



Gen Z નો નવો ફેશન ટ્રેન્ડ: સાયલન્ટ લગ્ગરી

બદલાઈ ગયો છે ફેશનનો દોર

ફેશન ટ્રેન્ડ સમયે સમયે બદલાતો જાય છે. સામાન્ય રીતે લોકો સિનેમા અને વેસ્ટર્ન કલ્ચરથી પ્રભાવિત થઈ નવી સ્ટાઈલ અપનાવે છે. ફિલ્મોમાં અભિનેતા-અભિનેત્રીઓએ પહેરેલાં આઉટફિટ્સ જલ્દી ટ્રેન્ડ બની જાય છે. ખાસ કરીને યુવા વર્ગ આવી ફેશન ઝડપથી અપનાવે છે. એક જમાનામાં વ્યક્તિની ઓળખ વિચારો અને વ્યવહારથી થતી હતી તો આધુનિક યુગમાં કપડાં અને સ્ટાઈલ પણ ઓળખનો મહત્ત્વનો ભાગ બની ગયાં છે. હવે લોકો પોતાનાં આઉટફિટ્સ દ્વારા માત્ર પોતાની પસંદ જ દર્શાવતાં નથી પરંતુ પોતાની પર્સનાલિટી અને લાઈફસ્ટાઈલને પણ વ્યક્ત કરે છે. સાયલન્ટ લગ્ગરી એક એવો ફેશન ટ્રેન્ડ છે જે દેખાડાથી બિલકુલ અલગ સાદગી અને ક્લાસ પર આધારિત છે. એમાં મોટાં લોગો, ચમકદમક કે ભડકીલી ડિઝાઈનને બદલે સાદી, હાઈ ક્વોલિટી અને ટાઈમલેસ સ્ટાઈલને વધારે મહત્ત્વ આપવામાં આવે છે.

બ્રાન્ડ/લોગોનું મહત્ત્વ નથી

જ્યાં એક પેઢી કપડાંની સારી બ્રાન્ડ પર વિશ્વાસ કરે છે ત્યાં સાયલન્ટ લગ્ગરીમાં બ્રાન્ડને બદલે ક્વોલિટીને મહત્ત્વ આપવામાં આવે છે. ઓછા ખર્ચે સારી વસ્તુ પહેરો. એમાં કોઈ બ્રાન્ડનો સિક્કો નથી હોતો. આઉટફિટમાં કોઈ મોટા લોગોને મુખ્ય આકર્ષણ બનાવવાને બદલે કપડાંનાં સિલાઈ (ટેલરિંગ), ફેબ્રિક, કલર કોઓર્ડિનેશન અને એક્સેસરીઝ પર ધ્યાન જાય છે. એનો અર્થ એ પણ નથી કે Gen Z ના વોર્ડરોબમાંથી લોગો તદ્દન જ નીકળી ગયાં છે પરંતુ સાદગીભરી સ્ટાઈલિંગ ફેશનની એક વધુ અસરકારક દિશા બની ગઈ છે.

ઈન્ડિયન ફેશન અને મિનિમલિઝમનો મેળ

આ ટ્રેન્ડ હવે ઈન્ડિયન આઉટફિટ્સમાં પણ અપનાવવામાં આવી રહ્યો છે. સિમ્પલ કુરતા, સોલિડ કલર સાડી, સ્ટ્રક્ચર્ડ બ્લેઝર, આરામદાયક ટ્રાઉઝર અને સાદગીભરી જ્વેલરી - આ બધી વસ્તુઓ એક સારા વોર્ડરોબનો ભાગ બની શકે છે. આજના યંગસ્ટર્સ ઈન્ડિયન અને વેસ્ટર્ન આઉટફિટ્સને અલગ-અલગ કેટેગરી માનવાને બદલે એમને પરસ્પર મિક્સ કરીને પહેરવાનું વધારે પસંદ કરે છે.

સાદગીપૂર્ણ એક્સેસરીઝ

સિમ્પલ ઘડિયાળ, સ્ટ્રક્ચર્ડ હેન્ડબેગ, સ્લીમ બેલ્ટ, મિનિમલ જ્વેલરી અને ક્લાસિક સનગ્લાસિસ એક સાદા આઉટફિટને નિખારી લુક કમ્પ્લીટ કરી શકે છે. એમાં ક્વોન્ટિટી કરતાં કોઓર્ડિનેશન પર ભાર મૂકવામાં આવે છે. થોડી વર્સટાઈલ એક્સેસરીઝ ઘણા આઉટફિટ્સ સાથે સ્ટાઈલ કરી શકાય છે.

ન્યૂટ્રલ કલર્સ છે કેન્દ્રમાં

બ્લેક, બ્લાઈટ, બેજ, ક્રીમ, ગ્રે, નેવી અને અર્થી શેડ્સ આ સાદગીભર્યા ફેશન ટ્રેન્ડનો મુખ્ય ભાગ છે. જે વધારે ધ્યાન ખેંચ્યા વિના પણ એલિગન્ટ લુક આપે છે. આ કલર્સને કારણે અલગ અલગ કપડાંનું કોમ્બિનેશન કરવું આસાન થાય છે એટલે વોર્ડરોબમાં કપડાં ઓછાં હોય તો પણ અનેક પ્રકારનાં આઉટફિટ્સ બનાવી શકાય છે. ભારતના હવામાનમાં ખાસ કરીને ગરમીના મહિનાઓમાં શ્રીધેબલ ફેબ્રિક્સ અને આરામદાયક કટ-ફીટવાળાં કપડાં બહુ જરૂરી હોય છે. ફેબ્રિકની ક્વોલિટી પણ એમાં બહુ મહત્ત્વ ધરાવે છે. લિનન, વુલ અને સિલ્ક જેવા પ્રીમિયમ મટીરિયલનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે જે જોવામાં તો સિમ્પલ લાગે છે પરંતુ પહેરવાથી ક્લાસ અને કમ્ફર્ટ બંને મળે છે.

સોશિયલ મીડિયા ફેશનનું રૂપ બદલી રહ્યાં છે

ઈન્સ્ટાગ્રામ, પિન્ટરેસ્ટ અને શોર્ટ વીડિયો પ્લેટફોર્મ સતત એ નક્કી કરે છે કે Gen Z ફેશન ટ્રેન્ડ્સ કઈ રીતે શોધે છે અને સમજે છે.

આ સ્ટાઈલને સેલિબ્રિટી સ્ટાઈલિંગ અને ગ્લોબલ ફેશન કેમ્પેને પણ લોકપ્રિય બનાવી છે પરંતુ ભારતીયો મોટા ભાગે આ આઈડિયાને સ્થાનિક મોસમ, બજેટ અને

કલ્ચરલ પસંદ પ્રમાણે સ્વીકારી રહ્યાં છે એટલે ભારતના Gen Z માટે 'ક્વાયટ લગ્ગરી'નો અર્થ કોઈ સ્ટ્રિક્ટ ટ્રેસ કોડને ફોલો કરવું નહિ પરંતુ એક પોલિશ્ડ, મિનિમલ વોર્ડરોબ અપનાવવું છે.

આ ટ્રેન્ડ ઝડપથી બદલાતા ફેશનને બદલે ટાઈમલેસ સ્ટાઈલ પર ભાર આપે છે. સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો જે લાંબા સમય ટ્રેન્ડમાં રહે અને દર અવસરે પહેરી શકાય. Gen Z માટે ફેશન માત્ર દેખાડો કરવાનું માધ્યમ નથી પરંતુ એ એમની પર્સનલ સ્ટાઈલ અને કમ્ફર્ટ સાથે જોડાયેલો ભાગ બની ગઈ છે.

