***Μόδα***

**Μόδα** είναι η επικράτηση ενιαίας αισθητικής και κοινωνικής αντίληψης σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση του ατόμου (ένδυση, υπόδηση, κόμμωση) και τη γενικότερη συμπεριφορά του, τον τρόπο ψυχαγωγίας, κ.α.

**Χαρακτηριστικά της μόδας**

* Ευμεταβλητότητα, παροδικότητα. Η μόδα διαφοροποιείται σε σύντομο χρονικό διάστημα.
* Ομοιομορφία, τυποποίηση. Επιβολή συγκεκριμένων προτύπων εμφάνισης και συμπεριφοράς.
* Υπερβολές. Η μόδα συχνά ωθεί τον άνθρωπο σε ακρότητες σχετικά με την εμφάνισή τους δίνοντας έμφαση στο αλλόκοτο, το εκκεντρικό.

**Αίτια του φαινομένου**

**Κοινωνικοί λόγοι:**

1. Ανάγκη ατόμου να διαμορφώσει τις επιλογές, τη συμπεριφορά και την αισθητική του με βάση τα κριτήρια που θεωρούνται κοινώς αποδεκτά.
2. Πολλοί υιοθετούν άκριτα οποιονδήποτε αισθητικό νεωτερισμό, για να επιδείξουν : •Την κοινωνική τους διαφοροποίηση, που τους επιτρέπει να ακολουθούν μια δαπανηρή ενδυματολογική ή ψυχαγωγική επιλογή.

•Την κοινωνική τους ανέλιξη, απόρροια του νεοπλουτισμού τους.

•Την προοδευτικότητά τους και την αποστροφή τους προς οποιονδήποτε συντηρητισμό.

**Οικονομικοί παράγοντες:**

Η μόδα επιβάλλεται από οικονομικούς παράγοντες και μηχανισμούς τους που, στοχεύοντας να αντεπεξέλθουν στον έντονο ανταγωνισμό και να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους, :

**1.** Προπαρασκευάζουν την αισθητική του καταναλωτικού κοινού, αξιοποιώντας τις τεχνικές της διαφήμισης (π.χ. επίκληση στο συναίσθημα)

**2.** Διαμορφώνουν το αισθητικό κριτήριο του αγοραστή / καταναλωτή με τη μεγαλύτερη επιδεξιότητα, ώστε να έχει την ψευδαίσθηση της προσωπικής επιλογής.

**Ψυχολογικά αίτια:**

Η μόδα έχει επεκταθεί στους τομείς ανθρώπινης δραστηριότητας, γιατί : **1.**Ανταποκρίνεται σε μια ψυχολογική ανάγκη του ανθρώπου, στην ικανοποίηση της φιλαρέσκειάς του, που σχετίζεται με την αυτοεπιβεβαίωση και τη βελτίωση της αυτοεικόνας του.

**2.**Ως αισθητική αλλαγή καταπολεμά την πλήξη, την ανία, τη μονοτονία. Η διαρκής παρουσία της ίδιας εικόνας κουράζει ψυχικά. Ιδιαίτερα στην εποχή μας, που κυριαρχεί η ομοιομορφία κι η βιομηχανοποιημένη αισθητική των κατασκευών και της διαμόρφωσης των οικιστικών χώρων, καθίσταται ψυχολογικά πιο αναγκαία η αίσθηση της αλλαγής που υπόσχεται η μόδα.

**3.**Τονώνει την κλονισμένη αυτοπεποίθηση των ατόμων εκείνων που διακατέχονται από συμπλέγματα κατωτερότητας.

**Συνέπειες**

**Θετικές:**

1. Η μόδα συνιστά σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης, γιατί :
* Διευρύνει τις εμπορικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων.
* Αυξάνει την κατανάλωση, εξαιτίας της επέκτασης των αγορών με τα διαρκώς εμφανιζόμενα προϊόντα.
* Δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας με τις ειδικότητες που απαιτούνται στον τομέα της μόδας.
1. Όταν διακρίνεται για την υψηλή αισθητική, αναβαθμίζει το αισθητικό κριτήριο με νέα στοιχεία, με αποτέλεσμα να :
* Καλλιεργεί το καλαισθητικό κριτήριο του ατόμου.
* Αναπτύσσει την αίσθηση κομψότητας και ωραίας εμφάνισης.
* Επιδρά ευεργετικά στον ψυχισμό του ανθρώπου, γιατί: α. Απαλλάσσει από αισθητική μονοτονία και πληκτική συνήθεια. β. Τονώνει την αυτοεκτίμηση και την αυτοπεποίθηση όσων διακατέχονται από συμπλέγματα μειονεξίας σε σχέση με την εξωτερική τους εμφάνιση.

**Αρνητικές:**

1. Η άκριτη προσκόλληση στα κελεύσματα μόδας επιβαρύνει τον καταναλωτή με δαπανηρές αγορές δευτερεύουσας σημασίας αγαθών. Στην προσπάθειά του να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της μόδας υπερεργάζεται, γεγονός που αποβαίνει σε βάρος του ελεύθερου χρόνου του και της ανάπτυξης δημιουργικών ενδιαφερόντων / δραστηριοτήτων.

2. Διαμορφώνει μια ιδεολογική αντίληψη / τάση, σύμφωνα με την οποία το άτομο εξιδανικεύει τη σωματική διάσταση κι αποδίδει μείζονα προτεραιότητα στην εμφανισιακή υπόσταση. Ταυτίζει το «φαινόμενο» με το «είναι» κι αδιαφορεί για την πνευματική του καλλιέργεια.

3. Η μόδα, ενώ φαίνεται πως συνιστά αντισυμβατική πράξη που εναντιώνεται στην ένταξη του ανθρώπου σε ομαδοποιήσεις και απελευθερώνει τους θιασώτες της από το καθιερωμένο και το παραδοσιακό, στην πραγματικότητα εγκλωβίζει σε νέες αισθητικές φόρμες κι ομοιομορφοποιεί την αισθητική και τις ευρύτερες προτιμήσεις του.

4. Αναπτύσσει τη μιμητική διάθεση και την ξενομανία, όταν επιβάλλει την προτίμηση του καταναλωτή σε ξενικά προϊόντα, στο πλαίσιο της σύγχρονης παγκοσμιοποιημένης αγοράς.

5. Αμβλύνει το αισθητικό κριτήριο, με συνέπεια να: • Εμποδίζει το άτομο να διαμορφώσει καθαρά προσωπική αντίληψη για το ωραίο • Δυσχεραίνει την αυτόβουλη επιλογή κι οδηγεί στη μαζοποίηση.

 

 (Πηγή: https://sch.gr/vstavro/files/2015/04/Moda-Endumasia-Sxediagramma.pdf)