

Όνοματεπώνυμο: _____

Ημερομηνία: _____



Έκθεση – Α' Λυκείου
Θέμα: «Μόδα – Ενδυμασία»

ΟΡΙΣΜΟΣ: Είναι η επικράτηση ενιαίας (κοινής, γενικευμένης) αισθητικής και κοινωνικής αντίληψης σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση του ατόμου (ένδυση, υπόδηση, κόμμωση) και τη γενικότερη συμπεριφορά του, τον τρόπο ψυχαγωγίας κλπ.

ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

- Ευμεταβλητότητα, αστάθεια (η μόδα διαφοροποιείται σε σύντομο χρονικό διάστημα).
- Παροδικότητα (η oligochρόνια διάρκειά της).
- Ασύνειδη υποταγή στα κελεύσματα της (προβολή συγκεκριμένων προτύπων).
- Ομοιομορφοποίηση (επιβολή κοινού αισθητικού κριτηρίου και ισοπέδωση της ιδιαιτερότητας των επιλογών).

ΑΙΤΙΑ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

A. 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.

B. Οικονομικοί παράγοντες :

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

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

λανθάνοντα αξιολογικό χαρακτηρισμό, επίδειξη των ιδιοτήτων του προϊόντος κλπ.).

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

Γ. Ψυχολογικά αίτια :

Η μόδα έχει επεκταθεί στους τομείς ανθρώπινης δραστηριότητας, γιατί :

1. Ανταποκρίνεται σε μια ψυχολογική ανάγκη του ανθρώπου, στην ικανοποίηση της φιλαρέσκείας 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, γιατί διατηρεί τις ίδιες μονότροπες παραστάσεις. 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.

ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

Α. 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.

2. 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.

3. Επιδρά ευεργετικά στον ψυχισμό του ανθρώπου, γιατί :

- Απαλλάσσει από αισθητική μονοτονία και πληκτική συνήθεια.
- Τονώνει την αυτοεκτίμηση και την αυτοπεποίθηση όσων διακατέχονται από συμπλέγματα μειονεξίας σε σχέση με την εξωτερική τους εμφάνιση.

Β. Αρνητικές :

1. Η άκριτη προσκόλληση στα κελύσματα 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
- 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, σύμφωνα με τα σωματομετρικά του δεδομένα.
- Δυσχεραίνει την αυτόβουλη επιλογή κι οδηγεί στη μαζοποίηση.

6. Καλλιεργεί ένα αντιπαραδοσιακό πνεύμα, που, όταν γενικεύεται ως τρόπος ενδυματολογικής εμφάνισης, σκέψης και συμπεριφοράς :

- Υπονομεύει την αισθητική ιδιοπροσωπία ενός λαού
- Μπορεί να επιφέρει την πολιτιστική αλλοτρίωση.

Στην εποχή μας η εξάλειψη των ιδιαιτεροτήτων αναφορικά με την ενδυμασία, υπόδηση, κόμμωση και τον τρόπο ψυχαγωγίας των χωρών οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις επιδράσεις της διεθνοποιημένης μόδας.

ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ

Υπήρξε πάντοτε ένα βασικό πολιτισμικό στοιχείο κάθε κοινωνίας, ένα είδος πολιτισμικής έκφρασης ως εξωτερίκευση του εσωτερικού κόσμου. Στοιχείο, εξάλλου, του πολιτισμού κάθε εποχής και κάθε λαού ξεχωριστά συνιστά η αισθητική του, που εκφράζεται, σε μεγάλο βαθμό, με τις επιλογές που αφορούν την εξωτερική εμφάνιση του ανθρώπου.

Ως προέκταση κι απεικόνιση του ανθρώπινου σώματος συνιστά στοιχείο, μέσω του οποίου διαφαίνονται :

1. Η ιδιαίτερη αισθητική (καλαισθησία) ενός λαού ή μεμονωμένου ατόμου.

2. Οι κλιματολογικές ιδιαιτερότητες μιας χώρας, που επιβάλλουν την έννοια της χρηστικής – πρακτικής αξίας του ενδύματος.
3. Οι αξίες μιας κοινωνίας, οι προτεραιότητες κι οι ιεραρχήσεις τους.
4. Οι παραδόσεις, τα ιδιαίτερα εθνολογικά στοιχεία της ταυτότητας του.
5. Η κοινωνική / ταξική διαστρωμάτωση (κοινωνικές τάξεις) χρησιμοποιούν την ιδιαίτερη ενδυματολογική εμφάνιση ως στοιχείο που τις ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες.
6. Η ιδιαιτερότητα της προσωπικότητας ενός ατόμου.

ΛΟΓΟΙ ΕΝΔΥΜΑΤΟΛΟΓΙΚΗΣ ΟΜΟΙΟΜΟΡΦΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΜΑΣ

1. Οι διεθνείς ανταλλαγές και συναλλαγές (εμπόριο, βιομηχανική παραγωγή) στο πλαίσιο μιας παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Σε αυτήν κυριαρχούν οι πολυεθνικές βιομηχανίες στο χώρο ενδυμασίας, που υπερσχύουν με την οικονομία τους και τη δυνατότητα προβολής τους σε βάρος των μικρών / εθνικής εμβέλειας.
2. Ο διεθνοποιημένος χαρακτήρας της σύγχρονης μόδας που επιβάλλει, μέσω των προτύπων της, μια κοινή αισθητική κι ομοιομορφοποιεί τις προτιμήσεις & τις ενδυματολογικές επιλογές πολιτών όλων των χωρών.
3. Η βιομηχανοποίηση της παραγωγής, με τη μηχανοποίηση των μέσων, έχει ως συνέπεια τον τυποποιημένο κι ομοιόμορφο χαρακτήρα των ενδυμάτων. Έτσι, εξυπηρετείται η μαζική παραγωγή, που μειώνει το παραγωγικό κόστος και μεγιστοποιεί τα κέρδη των βιομηχανιών.
4. Ο διεθνής χαρακτήρας της επικοινωνίας μεταξύ των χωρών, που διευκολύνεται σήμερα με τις συνθήκες που έχουν διαμορφώσει τα επιτεύγματα του πολιτισμού μας, όπως :
 - Τα μέσα συγκοινωνίας & επικοινωνίας (Μ.Μ.Ε., ο Τύπος κλπ.)
 - Ο τουρισμός
 - Ο παγκόσμιος κινηματογράφος
 - Ο διεθνικός χαρακτήρας της σύγχρονης διαφήμισης (προβολή ξενικών προϊόντων).
5. Ο δημοκρατικός χαρακτήρας των αναπτυγμένων κοινωνιών, οι οποίες έχουν αμβλυνθεί σε μεγάλο βαθμό, οι διαφορές μεταξύ κοινωνικών τάξεων. Έτσι, δεν υπάρχουν οι ιδιαίτερες ενδυματολογικές επιλογές, που στο παρελθόν αποτελούσαν στοιχείο ενδεικτικό διαφοροποίησης μεταξύ των τάξεων.
6. Η αντίληψη του κοσμοπολιτισμού που χαρακτηρίζει ένα μέρος των πλουσιότερων κοινωνικών ομάδων του πληθυσμού μιας χώρας, σε

συνδυασμό με το αντιπαραδοσιακό πνεύμα και την άμβλυνση της εθνικής συνείδησης ενός αριθμού ατόμων.

Μπορούμε να μαντέψουμε τον εσωτερικό κόσμο ενός ατόμου από την εξωτερική του εμφάνιση;

Η εξωτερική εμφάνιση του ανθρώπου σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τα ιδιαίτερα στοιχεία της προσωπικότητάς του. Μπορεί η ταύτιση του «φαίνεσθαι» με το «είναι» να συνιστά μια απόλυτη και δογματική αντίληψη, αλλά η επιλογή της εξωτερικής εμφάνισης είναι ενδεικτική πολλών στοιχείων του χαρακτήρα του. Επομένως, μπορεί κανείς να μαντέψει, ως ένα μεγάλο βαθμό, πολλά στοιχεία του εσωτερικού κόσμου. Συγκεκριμένα :

1. Η επιλογή της εξωτερικής εμφάνισης προσδιορίζει το βαθμό της ένταξης του ατόμου στα σύγχρονα ρεύματα ή και το βαθμό της προσαρμοστικότητάς του. Ανάλογα με τις ενδυματολογικές προτιμήσεις χαρακτηρίζεται κανείς ως σύγχρονος / προοδευτικός ή συντηρητικός.

2. Οι κοινωνικές αντιλήψεις του ατόμου διαφαίνονται από τα ιδιαίτερα στοιχεία της εμφάνισής του :

- Οι άνθρωποι που είναι προσηλωμένοι σε παραδοσιακές αξίες, προτιμούν να εκφραστούν μέσω της κλασσικής εμφάνισης που αδιαφορεί για τα προβαλλόμενα σύγχρονα εμφανισιακά πρότυπα.

- Με την ενδυματολογική τους έκφραση ορισμένοι αισθάνονται εσωτερική ανάγκη να καταδείξουν την κοινωνική τους διαφοροποίηση ή να επιδείξουν το νεοπλουτισμό τους.

- Άτομα επηρεασμένα, συνήθως, από τον ευδαιμονιστικό κι υλιστικό προσανατολισμό της εποχής, ταυτίζουν το «φαίνεσθαι» με το «είναι» κι αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στην εξωτερική τους εικόνα.

3. Η εξωτερική εμφάνιση αποκαλύπτει πτυχές του ιδιαίτερου ψυχισμού ανθρώπου :

- Υποδηλώνει κατά πόσο το άτομο διακατέχεται από ανασφάλεια, αβεβαιότητα κι από διάφορα συμπλέγματα (ανωτερότητας, κατωτερότητας). Στις περιπτώσεις αυτές είναι επιρρεπές στα κελεύσματα της μόδας, αδιαφορώντας αν αυτή προσιδιάζει στα σωματομετρικά του δεδομένα.

- Είναι δηλωτική του βαθμού φιλαρέσκειας αλλά και ματαιοδοξίας του ατόμου. Σε μια τέτοια περίπτωση επιλέγεται, συχνά, η επιτηδευμένη ακόμη κι η εκκεντρική ενδυματολογική έκφραση.

- Εκφράζει έντονη την ανάγκη του να βελτιώσει την αυτοεικόνα του, κυρίως όταν χαρακτηρίζεται από μειωμένη αυτοεκτίμηση.

4. Η εξωτερική εμφάνιση σχετίζεται με τον ιδεολογικό κόσμο του ανθρώπου. Άτομα με σταθερές αξίες, προσανατολισμένα σε ιδεολογικού χαρακτήρα επιδιώξεις :

- Υποβαθμίζουν τη σημασία της εξωτερικής εμφάνισης κι αδιαφορούν για τους νεωτερισμούς που επιβάλλει η μόδα.
- Συχνά, μάλιστα, θεωρούν τη συμμόρφωση στις επιταγές της ιδεολογική ενσωμάτωση στο κατεστημένο.

