Μαρία Κάππου

Επανάληψη

Κατανόηση των κειμένων αναφοράς και παραγωγή λόγου

στη φωτοτυπία

- Διαβάζω προσεκτικά τις οδηγίες παραγωγής λόγου
- Εντοπίζω τον αριθμό των ζητουμένων

στο πρόχειρο

- Οργανώνω το διάγραμμα με θεματικές προτάσεις
- Με βάση τις θεματικές προτάσεις-συγκεντρώνω το υλικό μου
- Αξιοποιώ στοιχεία από τα κείμενα και τις γνώσεις,εμπειρίες μου

στο τετράδιο

- Φροντίζω τα εξωτερικά χαρακτηριστικά του ειμένου
- Στον πρόλογο αξιοποιώ την κατάλληλη εισαγωγική φράση ανάλογα με το κειμενικό είδος
- Αναπτύσσω τις απαντήσεις μου και τις αιτιολογώ με τα κατάλληλα επιχειρήματα
- αξιοπιώ διευκρινίσεις και παραδείγματα για να έχει το κείμενο πρωτοτυπία
- επιλέγω το κατάλληλο ύφος ανάλογα με το επικοινωνιακό πλαίσο

Δίκτυο κειμένων: ενδυμασία-μόδα-μαζοποίηση

Επιλέγουμε θέμα που θα προσελκύσει το ενδιαφέρον των μαθητών/τριών με σκοπό να προσεγγίσουμε και αφηρημένες έννοιες όπως η αλλοτρίωση και η μαζοποίηση

Σκοπός

Να συνειδητοποιήσουν οι μαθητές ότι δεν χρειάζεται αποστήθιση αλλά ικανότητα εννοιολογικών συσχετίσεων και αξιοποίηση του διαδικαστικού μοντέλου παραγωγής λόγου

Υπενθυμίζουμε:Τα θέματα/έννοιες και το περιεχόμενο των κειμένων

Γνωρίζουμε ότι στα εννοιολογικά λεξικά παρουσιάζονται αναλυτικά τα χαρακτηριστικά/πληροφορίες για μια αφηρημένη έννοια
Η παρουσίαση συνήθως ακολουθεί την εξής οργάνωση:
Δίνονται διευκρινίσεις για το περιεχόμενο μιας έννοιας:
-Ορισμός: τι είναι
-Μορφές: αν έχει μορφές π.χ. μορφές της βίας, του διαλόγου κ.λπ.
-Ιστορική αναδρομή (αν η έννοια έχει τις ρίζες της στο παρελθόν)
-Σύγκριση με παρεμφερή έννοια (για να εξηγηθούν οι διαφορές) π.χ. παιδεία-εκπαίδευση
-Σύγκριση-αντίθεση π.χ. μαζοποίηση ≠ πνευματική ελευθερία, αυτονομία, μόδα ≠ στιλ κ.λπ.
Αν πρόκειται για έννοια με θετικό περιεχόμενο παρουσιάζονται
-οι αρνητικές συνέπειες
-οι αιτίες
-και τρόποι αντιμετώπισης
Αν πρόκειται για έννοια με θετικό περιεχόμενο παρουσιάζονται
-τα θετικά αποτελέσματα
-και οι προϋποθέσεις/παράγοντες που είναι απαραίτητοι για να προκύπτουν τα θετικά αποτελέσματα
Εννοείται ότι υπάρχει και η περίπτωση οι έννοιες να έχουν και θετική και αρνητική πλευρά.
-Οπότε, οι πληροφορίες αναφέρονται και στις δύο περιπτώσεις

Μπορείτε να δείτε πληροφορίες για τις έννοιες

1. Μόδα https://latistor.blogspot.com/2015/10/blog-post_14.html
2. Μαζοποίηση-κοινωνικός κομφορμισμός https://schoolblender.wordpress.com/2018/11/08/comformismos-mazopoihsh/
3. Μαζοποίηση-κοινωνικός κομφορμισμός http://3lyk-ag-parask.att.sch.gr/autosch/joomla15/images/Student_work/2013-2014/Projects/Kalloni/projectb1.pdf

Δίκτυο κειμένων: ενδυμασία-μόδα-μαζοποίηση

Στα κείμενα δεν αναφέρονται , βέβαια, όλες οι πληροφορίες για μια έννοια.

Αφού διαβάσετε προσεκτικά τα κείμενα και καταγράψετε το είδος των πληροφοριών στο κενό (δίπλα από κάθε παράγραφο),

1.να συγκεντρώσετε τις πληροφορίες σύμφωνα με τις ερωτήσεις που ακολουθούν
2. να γράφετε το λεξιλόγιο που αναφέρεται στο θέμα (ουσιαστικά και-κυρίως-ρήματα που δεν χρησιμοποιείτε)
3. να επιλέξετε και να γράψετε ένα από τα κείμενα παραγωγής λόγου

Ερωτήσεις αναγνώρισης των πληροφοριών στα κείμενα

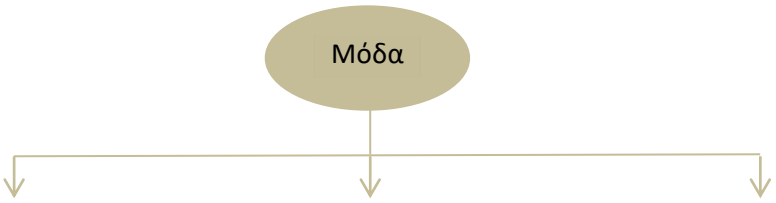
1. Τι είναι η μόδα; ποιους τομείς της ζωής αφορά;
2. Από τι εξαρτάται;
1. Από ποιους καθορίζεται; Πώς επιβάλλεται/εξαπλώνεται η μόδα;
2. Πότε αλλάζει;
3. Τι εκφράζει η μόδα; παραδείγματα
3. Ποια η διαφορά της μόδας από το στιλ;
4. Ποια είναι η σημασία του ενδύματος
5. Τι εκφράζει ο τρόπος ντυσίματος;
6. Ποια σχέση έχει η μόδα με την υγεία
7. Για ποιους λόγους οι άνθρωποι ακολουθούν τη μόδα;
8. Μοντέρνος: σε ποιον αποδίδεται ο όρος
9. Γιατί θέλουν οι άνθρωποι να είναι μοντέρνοι
10. Μόνο οι γυναίκες επηρεάζονται;
11. Ποια αντίφαση εμφανίζεται στον πυρήνα της μόδας

Από το κείμενο Γ. «Η γλώσσα της μόδας»

« τι είναι η μόδα τελικά;» έγραφε ο ΄Οσκαρ Ουάιλντ. « Συνήθως είναι μια μορφή ασχήμιας τόσο ανυπόφορη που πρέπει να την αλλάζουμε κάθε έξι μήνες» Ποιο είναι το περιεχόμενο αυτής της φράσης; Πώς την αντιλαμβάνεστε;

Εννοιολογικές συσχετίσεις

Στο τέλος, ρωτάμε τι σχέση έχει η μόδα με κάθε μία έννοια (π.χ. είναι ιδιότητα, είναι το αντίθετο, είναι αιτία, είναι αποτέλεσμα κ.λπ)



μαζοποίηση	ιδανικό	στιλ/τύπος
ομοιομορφοποίηση	αλλοτρίωση	κερδοσκοπία
διαφήμιση	οπισθοδρόμηση	μαζικότητα/μαζική
εμπορευματοποίηση	τυραννία	κατανάλωση
μοντέρνος	αλλαγή/καινοτομία	εφήμερο-παροδικό
ενδυματολογικός κανόνας	κερδοσκοπία	πολιτιστικός
συρμός	νεωτερικότητα	ιμπεριαλισμός/κυριαρχία
πρότυπα	απληστία	ομογενοποίηση
υποτέλεια	βιομηχανικές κοινωνίες	αυτοπεποίηση
αισθητική	πολιτιστικές συνθήκες	ψυχολογικός
		εξανδραποδισμός

Δ θέμα: Παραγωγή λόγου-τρόπος διατύπωσης των θεμάτων

1. Γιατί πιστεύετε ότι κάποιοι άνθρωποι αντί να διαμορφώνουν προσωπικά κριτήρια όσον αφορά την ενδυμασία τους ακολουθούν τις επιταγές της μόδας ως θέσφατα;
2. Στο πλαίσιο μιας εργασίας με θέμα «Μόδα και μαζοποίηση» αναλαμβάνετε να παρουσιάσετε τις δικές σας απόψεις σε ένα κείμενο 300-350 λέξεων στο οποίο έχετε αξιοποιήσει στοιχεία από τα κείμενα που διαβάσατε.

Υπενθυμίζουμε τα βήματα εργασίας για την παραγωγή λόγου
Στο πρόχειρο

Α. Πρώτα γράφω στο διάγραμμα τις θεματικές προτάσεις με ρήμα

Πρόλογος
Εισαγωγή

Διατυπώνω την άποψή μου

Γράφω τη θεματική πρόταση με ρήμα (για να αναπτύξω σωστά την παράγραφο)

Γράφω τη θεματική πρόταση με ρήμα (για να αναπτύξω σωστά την παράγραφο)

Επίλογος

Μετά
1.συγκεντρώνω το υλικό μου από τα κείμενα
2. τις γνώσεις και τα βιώματά μου
3.προσπαθώ να ιεραρχήσω τα επιχειρήματα (για να επιτύχω τη συνεκτικότητα)

και τέλος Στο τετράδιο

΄Εχοντας ταξινομήσει τις απαντήσεις στο διάγραμμα-κειμενοποιώ τις σημειώσεις μου

Πρόλογος Εισαγωγική φράση Διατυπώνω την άποψή μου (αποφαντικά ή με ερώτηση)
Επιχειρήματα Τεκμήρια(παραδείγματα, αλήθειες, εμπειρίες των αισθήσεων)
Επιχειρήματα Τεκμήρια(παραδείγματα, αλήθειες, εμπειρίες των αισθήσεων)
Επίλογος Συμπεράσματα-σχόλια

Υπενθυμίζουμε

εννοείται ότι τα επιχειρήματα

-για να αποδείξουμε ότι συμφωνούμε με μια άποψη είναι τα θετικά αποτελέσματα

-για να διαφωνήσουμε με μια άποψη είναι τα αρνητικά αποτελέσματα

-για να αποδεχθούμε και τις δυο πλευρές μιας άποψης αναφέρουμε τις προϋποθέσεις

-Μπορούμε να αναφέρουμε και τον αντίλογο

ο αριθμός των παραγράφων

εξαρτάται από τον αριθμό των ζητουμένων (αν είναι 1 μπορούμε να οργανώσουμε 3 παραγράφους) αν είναι δύο τα ζητούμενα πάλι εξαρτάται από τις απαντήσεις μας

1.Η ενδυμασία και η σημασία της για τον άνθρωπο

Κρατάω σημειώσεις

Η ενδυμασία αποτελείται από κάθε τι με το οποίο ο άνθρωπος καλύπτει και στολίζει το σώμα του. Περιλαμβάνει δηλαδή τα ρούχα και τα συμπληρώματά τους (αξεσουάρ), όπως είναι τα παπούτσια, οι τσάντες, τα καπέλα, τα γάντια και άλλα. Σ' αυτήν περιλαμβάνονται επίσης τα κοσμήματα, το μακιγιάζ, ακόμα και το χτένισμα.

περιλαμβάνει
ρούχα
αξεσουαρ
χτένισμα

Η ενδυμασία έχει πολύ μεγάλη σημασία στη ζωή του ανθρώπου. Καταρχάς, είναι απαραίτητη για την υγεία, γιατί προστατεύει το σώμα από τις άσχημες καιρικές συνθήκες. Όμως, συνδέεται και με τον χαρακτήρα του ανθρώπου. Καθένας διαλέγει τον τρόπο με τον οποίο ντύνεται ανάλογα με την προσωπικότητά του. Ακόμη, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ ενδυμασίας και ανθρώπινης συμπεριφοράς. Γι' αυτό, όταν κάποιος θέλει να κάνει μια σημαντική αλλαγή στη ζωή του, φροντίζει να αλλάξει το ντύσιμό του προς το καλύτερο. **Εκφράζει** μ' αυτόν τον τρόπο τη διάθεσή του για αλλαγή και βελτίωση του εαυτού του. Εξάλλου, όταν κάποιος είναι **ωραία ντυμένος**, **νιώθει** μεγαλύτερη **αυτοπεποίθηση**, γεγονός που αντανακλάται στη **συμπεριφορά** του. Τέλος, τα χρώματα που διαλέγει ο άνθρωπος για το ντύσιμό του όχι μόνο αποκαλύπτουν την προσωπικότητά του, αλλά επιδρούν και στη **διάθεσή** του.

σημασία για
υγεία
συνδέεται με χαρακτήρα
συμπεριφορά
διάθεση

Συνεχίστε

Η ενδυμασία μπορεί να δηλώνει την κοινωνική τάξη ενός ανθρώπου και τον ρόλο του μέσα σ' αυτήν (π.χ. οι ειδικές βασιλικές ενδυμασίες), κάτι που συνέβαινε ιδιαίτερα στο παρελθόν. Επιπλέον, φανερώνει το φύλο του ανθρώπου. Για παράδειγμα, στον δυτικό πολιτισμό το φόρεμα αποτελούσε το χαρακτηριστικό γυναικείο ρούχο και τα παντελόνια το αντίστοιχο αντρικό. Η ενδυμασία μπορεί, επίσης, να δείχνει την ηλικία, όπως συνέβαινε με τα κοντά παντελόνια που παλαιότερα τα φορούσαν μόνο τα μικρά αγόρια. Σε ορισμένες περιπτώσεις τα ρούχα, ιδίως οι στολές, φανερώνουν το επάγγελμα ενός ατόμου. Άλλες φορές, η ενδυμασία δηλώνει την εθνικότητα (π.χ. οι χαρακτηριστικές εθνικές ενδυμασίες), τη θρησκεία (π.χ. το μαντήλι που καλύπτει συχνά το πρόσωπο των μουσουλμάνων γυναικών) ή την ιδεολογία του ανθρώπου (π.χ. το ντύσιμο των χίπις).

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ενδυμασίας αποτελεί η μόδα. Μόδα είναι οι αλλαγές στον τρόπο ντυσίματος που χαρακτηρίζουν μια χρονική περίοδο. Οι αλλαγές της

μόδας εξαρτώνται από τις κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες, από τις αισθητικές αντιλήψεις κάθε περιόδου, καθώς και από την εξέλιξη της τεχνολογίας. Σήμερα η μόδα καθορίζεται κυρίως από τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την ενδυμασία.

Σε γενικές γραμμές, η ενδυμασία αποτελεί ένα είδος κώδικα επικοινωνίας. Είναι μια σιωπηλή γλώσσα που φανερώνει πολλά, όχι μόνο για τα άτομα, αλλά και για το κοινωνικό σύνολο και το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο αυτά ζουν.

Οικιακή Οικονομία (2012). *Η ενδυμασία και η σημασία της για τον άνθρωπο*, 90-91. Υπ.ΠΔΒΜΘ."Διόφαντος" ΙΤΥ και Εκδ. (διασκευή).

ς8Εκεί που αρχίζει η μόδα πεθαίνει το στιλ: Μόδα και στιλ.

Πηγή: Θεματικοί κύκλοι για το Λύκειο σελ. 134

Δύο λέξεις τόσο κοντά η μία στην άλλη και όμως στην πραγματικότητα τόσο μακριά… Εκεί που αρχίζει το στιλ τελειώνει η μόδα. Η μόδα είναι άστατη, επιπόλαιη, και -το βασικότερο- παροδική. Το στιλ όμως είναι σταθερό, δουλεμένο, προσωπικό και αιώνιο. Μόδα είναι αυτό το καταραμένο τεχνικό πέπλο παραπληροφόρησης που φορούν όσοι δεν έχουν να προσφέρουν μια αυθεντική πληροφορία γούστου.

Υπάρχουν πολλές κατηγορίες μοντέρνων ανθρώπων (ανάλογα με την εποχή και τη δεκαετία): grunge, freestyles, trendy, glam, ravers, urban sick κτλ. Αλλά μόνο ένας χαρακτηρισμός υπάρχει που απονέμεται ως φόρος τιμής όταν πια δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία για τον πραγματικά στιλάτο άνθρωπο. Το στιλ. Το οποίο δεν κατασκευάζεται σε κοπτοραπτάδικα του Μιλάνου, των Παρισίων ή του Λονδίνου. Είναι πάντα μια ιδιοκατασκευή κομμένη και ραμμένη για τα μέτρα του καθενός και μόνου, που φοριέται κάτω από τα ρούχα της καθημερινότητας και πάνω από οποιαδήποτε εσωτερική διάθεση. Είναι αυτό που πιο παλιά ονομάζαμε «τύπο», αλλά και κάτι περισσότερο. Έχει να κάνει με την αρμονία των κινήσεων σε σχέση με το χώρο, με τους συνδυασμούς χρωμάτων και υφασμάτων ανάλογα με τα χρώματα του φόντου, με τις ιδέες σε απόλυτη συνάρτηση με την άηχη γλώσσα του βλέμματος.

Η λέξη μόδα στο σύγχρονο ελληνικό λεξικό ορίζεται ως εξής: «Μόδα, η (λ. ιταλική), παροδική συνήθεια, κυρίως ως προς το ντύσιμο, νεωτερισμός, συρμός». Αν αυτό που κάποιος θέλει πραγματικά από τη ζωή του είναι να βάλει μέσα στην πολυτέλεια των καθημερινών στιγμών του το «συρμό», τότε το εισιτήριο προς την καταξίωση του βρίσκεται «σεταρισμένο» στις βιτρίνες ακριβών μπουτίκ φθηνών αξιών. Γιατί η μόδα αγοράζεται -σχετικά- φθηνά από τον καθένα (θα την βρεις στο μεσαίο ράφι των «σουπερμάρκετ προκάτ συμπεριφορών»).Το στιλ πάλι ερμηνεύεται ετυμολογικά ως (ακλ. λ. γαλλική από το ελληνικό στύλος), λογοτεχνικό και καλλιτεχνικό ύφος, τεχνοτροπία – άποψη, τρόπος ζωής και εν γένει συμπεριφοράς. Από την ερμηνεία και μόνο των λέξεων είναι πολύ εύκολο να καταλάβει κανείς τη διαφορά και την απόσταση που χωρίζει τις δύο αυτές έννοιες. Η αλήθεια είναι ότι τα πάντα γύρω μας θεωρούνται πλέον προϊόντα. Γι' αυτό και αποκτά τόσο μεγάλη σημασία να κρατηθούμε σε διαχρονικές αξίες που δεν επηρεάζονται από τιμαριθμικές αναπροσαρμογές, ούτε βγαίνουν σε εξευτελιστικές εκπτώσεις κάθε φορά που αλλάζει η εποχή.

Αλλο να «αφήνεις εποχή» με την παρουσία σου και άλλο να «ψωνίζεις ανάλογα με την εποχή». Όταν ο Όσκαρ Γουάιλντ στην αρχή του αιώνα έδενε ένα δάνδικο φουλάρι γύρω από το λαιμό του, σίγουρα δεν φανταζόταν ότι εκατό χρόνια μετά ο Ντέιβιντ Μπέκαμ θα έδενε ένα σαρόνγκ γύρω από τη μέση του υποδηλώνοντας ουσιαστικά το ίδιο: την αριστοκρατία της επιλογής, την ελευθερία που προσφέρει γούστο. Μια εκλεκτική πολυτέλεια που δεν υπάρχει σε όλους τους ανθρώπους, εξηγείται δύσκολα με λόγια αλλά έχει σίγουρα να κάνει με μια εσωτερική, αυθόρμητη, στιγμιαία επιλογή καινοτόμου αισθητικής. Η ανοχή στη διαφορετικότητα πάντα συγκρουόταν με το κατεστημένο. Όσο και αν η μόδα προσπαθεί να ωραιοποιήσει τα πράγματα, αυτό που τελικά κάνει είναι να μαζικοποιεί την αντίληψη γύρω από τα νέα πρότυπα συμπεριφοράς.

Στιλ δεν είναι αυτό που αγοράζεις από μαγαζιά με κομψούς εντελώς άκομψα φερόμενους υπερόπτες υπαλλήλους, οι οποίοι σου επιβάλλονται για την εξυπηρέτησή τους ή τους και προσπαθούν να σε πείσουν ότι οι ίδιοι είναι κάτι πιο σημαντικό από αυτό που η στολή τους προσδιορίζει, χρησιμοποιώντας φράσεις σε πρώτο ενικό (π.χ. «μια στιγμή να δω στην αποθήκη αν σε αυτό το κομμάτι ΤΟ ΕΧΩ σε μικρότερο νούμερο»). Στιλ δεν είναι να προσπαθείς να έχεις στιλ. Αυτό είναι ένα παιχνίδι που έχει λήξει. Το πιο αξιοπρεπές που έχεις να κάνεις είναι να προσπαθήσεις να ανακαλύψεις τον

τύπο σου, δηλαδή τα μοναδικά «δακτυλικά σου αποτυπώματα» πάνω στο καρμπόν της καθημερινότητας…. Στιλ είναι να είσαι πολιτικός, πρωθυπουργός ή υψηλόβαθμο στέλεχος και να διαβάζεις πάντα τρεις φορές το περιεχόμενο του κειμένου σου προτού εκφωνήσεις έναν λόγο, όχι να ρωτάς τους τρεις γραμματείς σου αν η γραβάτα ταιριάζει με το κουστούμι που φοράς. Στιλ είναι οι πάντα καινούριες σόλες των παπουτσιών σου. Αλλά και πάλι, το στιλ δεν έχει σχέση με το αν οι κάλτσες σου έχουν τρύπες, φτάνει να μην τις φοράς -παρά τη φθορά τους- επειδή στο πάνω μέρος (αυτό που φαίνεται όταν κάθεσαι) έχει κεντημένο ένα σινιέ σήμα. Γιατί το στιλ είναι τρόπος ζωής. Τρόπος έκφρασης και τρόπος σκέψης. Δεν υπάρχει ούτε Armani, ούτε Boss, ούτε Valentino τρόπος για να τρως χωρίς να κόβεις την όρεξη των συνδαιτυμόνων σου. Δεν υπάρχει ούτε σινιέ ούτε haute couture τρόπος για να μείνεις αξέχαστος σε μια γυναίκα…
Ν. Πιπέρης από τον ημερήσιο τύπο

Σχολιασμός φράσης

70 – 80 λέξεων να διατυπώσετε την άποψή σας για το περιεχόμενο του παρακάτω αποσπάσματος: «Όσο και αν η μόδα προσπαθεί να ωραιοποιήσει τα πράγματα, αυτό που τελικά κάνει είναι να μαζικοποιεί την αντίληψη γύρω από τα νέα πρότυπα συμπεριφοράς.»

Παραγωγή λόγου

Γιατί πιστεύετε ότι κάποιοι άνθρωποι, αντί να διαμορφώνουν προσωπικά κριτήρια όσον αφορά την ενδυμασία τους, ακολουθούν τις επιταγές της μόδας ως θέσφατα; (300 λέξεις)

0ΦΚΕΙΜΕΝΟ Α΄

Μόδα είναι η παροδική συνήθεια που για ορισμένο χρονικό διάστημα γενικεύεται σε μεγάλο φάσμα μιας κοινωνίας, σε ό,τι αφορά την ενδυμασία, την κόμμωση, τη μουσική. Μόδα είναι ο συρμός, ο νεωτερισμός. Η μόδα είναι στην πραγματικότητα ένα πολυσύνθετο φαινόμενο που καθρεφτίζει τις κατευθύνσεις και τις εξελίξεις μιας κοινωνίας σε μια ορισμένη ιστορική περίοδο. Ο ρόλος της είναι να εισάγει στην κοινωνία, με τη γρήγορη μετάδοση και αφομοίωση, νέες συμπεριφορές και πεποιθήσεις.

Οπωσδήποτε η μόδα αποτελεί αντανάκλαση των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών και ενσαρκώνει το πνεύμα της κάθε εποχής. Έτσι στην κλασική εποχή αντιστοιχεί η απλή φορεσιά με τον απέριττο χιτώνα. Αντίθετα η πολυτέλεια της Βυζαντινής αυλής επιβάλλει πολυτελή φορέματα από μετάξι και άλλα βαρύτιμα υφάσματα, ενώ ταυτόχρονα ο χριστιανισμός επέβαλε την αυστηρότητα του τρίχινου χιτώνα. Χαρακτηριστικό της ναπολεόντειας εποχής είναι η έλλειψη επιτήδευσης, ενώ η παλινόρθωση των Βουρβόνων έφερε πάλι στο προσκήνιο τα κρινολίνα και τα φορέματα σε σχήμα κουδουνιού. Η βιομηχανική επανάσταση οδήγησε τη μόδα σε απλούστερα μονοπάτια.

Τα τελευταία χρόνια η μόδα παρουσιάζει αναρίθμητες πλευρές. Μέσα απ' αυτήν μπορούμε να σκιαγραφήσουμε την εξέλιξη των εθίμων, των ιδεών, του τρόπου ζωής, της υλικής και της ηθικής κατάστασης μιας κοινωνίας γενικά. Ο χαρακτηρισμός «μοντέρνος» αποδίδεται τόσο σε αντικείμενα όσο και σε αντιλήψεις και το γεγονός αυτό επιβεβαιώνει ότι η μόδα αποτελεί σημαντικό κεφάλαιο του σύγχρονου ανθρώπου και ειδικότερα του νέου. Κολακεύει τη φιλαρέσκειά του προσφέροντάς του την αίσθηση της διάκρισης και της επιβεβαίωσης.

Η μόδα έχει φτάσει στο αποκορύφωμά της και έχει μπει ολοκληρωτικά στη ζωή μας. Δυστυχώς, όμως, η επιρροή της στις μάζες δεν είναι καθόλου εποικοδομητική. Έχει κυριαρχήσει το εφήμερο και το παράλογο. Οι μεγάλοι οίκοι μόδας ασκούν επάνω μας ένα είδος τυραννικής επιβολής, την οποία επιτυγχάνουν μέσω της τηλεόρασης και των άλλων μέσων μαζικής ενημέρωσης. Αυτό σταδιακά έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη καλαισθησίας και ταυτόχρονα ισοπεδώνει τις ατομικές ιδιαιτερότητες και τις προσωπικές προτιμήσεις, κάνοντας τον καθένα δέσμιο των τάσεων που επικρατούν.

Μέσω επωνύμων προσώπων, για παράδειγμα ηθοποιών και τραγουδιστών, ενισχύονται αμφισβητούμενα πρότυπα συμπεριφοράς, που αποδέκτες έχουν συνήθως τους νέους. Ένα άλλο μειονέκτημα της σύγχρονης μόδας είναι η κερδοσκοπία σε βάρος του καταναλωτικού κοινού. Για παράδειγμα ένα ρούχο που αντικειμενικά η αξία του είναι πολύ χαμηλή, μπορεί να πωλείται ακριβά μόνο και μόνο για το γεγονός ότι φοριέται πολύ και συμβαδίζει με τις νέες τάσεις.

Η επίδραση της μόδας στο άτομο συγκεκριμένα μπορεί να έχει άσχημες συνέπειες. Ο καθένας προσπαθεί να βρίσκεται μέσα στο πλαίσιο των προσταγών της μόδας για να μην θεωρηθεί οπισθοδρομικός, είτε συμφωνεί μ' αυτές είτε όχι. Έτσι ασκείται πάνω του ένα είδος ψυχολογικού εξανδραποδισμού που συντελεί άμεσα στην απώλεια αυτοπεποίθησης και τον μιμητισμό μέχρι την αλλοτρίωση της συνείδησής του. Κατ' αυτόν τον τρόπο

υποβιβάζεται η αυτοτέλεια του κάθε ατόμου και υποβαθμίζεται η κρίση του. Έτσι καταλήγουμε να ανήκουμε όλοι σε ένα ομοιόμορφο σύνολο ανθρώπων, στο οποίο δεν διαφέρει ο ένας από τον άλλο, έχουμε όλοι τα ίδια πρότυπα και κοινούς στόχους και οδηγούμαστε από τη βιομηχανοποιημένη μαζική κουλτούρα.

Από τον ημερήσιο τύπο

ΦΜΟΔΑ: ΚΑΤΕΥΘΥΝΟΜΕΝΗ ΕΠΙΔΗΜΙΑ;

Γιατί τι είναι η μόδα; Κάτι σαν έκθετο που το περιμαζεύεις, χωρίς να ξέρεις ποιος το γέννησε; Κάτι που δε ζει περισσότερο από ένα ή δύο χρόνια, και σώνεται σαν ένα άρωμα που πέθανε; Μια άυλη και άψυχη ύλη που τη θυμάσαι και γελάς ή ντρέπεσαι για λογαριασμό της και κρυφά για λογαριασμό σου; Κάτι που σε κάνει υποχείριο και δέσμιο του εαυτού σου και δεν σε αφήνει να γευτείς τα «δυνατά κρασιά» της απλότητας και της μοναδικής προσωπικότητας σου;

Στην εποχή μας οι επιταγές της μόδας είναι εναργέστερες από πολλές άλλες. Το φαινόμενο δεν άπτεται μόνο της γυναικείας μερίδας του πληθυσμού, αλλά κάνει θραύση παντού. Η μόδα αποτελεί μια συνήθεια που γεννήθηκε με τη βιομηχανία και την παραγωγή προϊόντων «πολυτελείας».

Είναι γεγονός άλλωστε ότι το οικονομικό μοντέλο των βιομηχανικών κοινωνιών «τρέφει» συνεχώς το φαινόμενο του καταναλωτισμού, καθώς επιβάλλει με τον τρόπο της τη μαζική κατανάλωση. Αυτό βέβαια έχει ως άμεση συνέπεια να δημιουργούνται παροδικά και εφήμερα πρότυπα – μόδες, προκειμένου να διατηρεί αμείωτο το ενδιαφέρον του καταναλωτή.
Η διαφήμιση, παραμυθάς επινοητικός και παιδαγωγός πειστικότατος, παράγει όχι μόνο ιδεολογία, αλλά και άκρατη «κονσερβοποίηση». Τόσο με το άμεσο, λεκτικό και εικαστικό μήνυμά της, όσο και με τα συμφραζόμενά της. Δημιουργεί πλασματικές ανάγκες που τρέφονται ασταμάτητα από τις ψυχολογικές και συναισθηματικές ταλαντεύσεις του ανθρώπου λόγω της ηθικής αβιταμίνωσης που πηγάζει από την πιεστική καθημερινότητα και τη μονοτονία της ρουτίνας. Αυτό φαίνεται ξεκάθαρα και από τη μετατροπή της εργασίας σε εξαναγκαστική δύναμη που μετατρέπει την αργόσχολη κατάσταση σε υποκατάστατο της ευτυχίας και της ελευθερίας, αναγκάζοντας τον άνθρωπο να αναζητά το νόημα της ζωής σε ό, τι πρόσκαιρα προβάλλεται ως πρότυπο από την καταναλωτική κοινωνία.

Επιπρόσθετα, ένας άλλος εξίσου σημαντικός παράγοντας είναι αυτό το ακαταμάχητο, το ασυγκράτητο «πλέον έχειν» που υπάρχει στην ιδιοσυγκρασία των σημερινών «άπληστων» ανθρώπων που δε ζουν για να ζήσουν, αλλά για να μετρήσουν. Με αποτέλεσμα το ιδανικό να γίνεται εμπόρευμα και ο άνθρωπος όχι ένας δημιουργός αλλά ένας καταναλωτής ιδανικών. Αυτό σημαίνει ότι ακόμα και τα ιδανικά που ταιριάζουν σε ρόλους οδηγούν μόνο στο να φτωχαίνουν και να

αδυνατίζουν τον άνθρωπο. Αυτά παραπέμπουν πάλι μόνο σε μια χειραγωγημένη και μηχανοποιημένη κατεύθυνση της συμπεριφοράς. Επιπλέον, οι νέοι σήμερα πιστεύουν ότι μέσω της μόδα αποκτούν στιλ . Στιλ όμως δεν είναι αυτό που αγοράζεις από μαγαζιά με κομψούς -εντελώς άκομψα φερόμενους- υπερόπτες (συνήθως) υπαλλήλους, οι οποίοι σου επιβάλλονται για την εξυπηρέτησή τους και προσπαθούν να σε πείσουν ότι οι ίδιοι είναι κάτι πιο σημαντικό από αυτό που η στολή τους προσδιορίζει. Στιλ δεν είναι να προσπαθείς να έχεις στιλ. Αυτό είναι ένα παιχνίδι που έχει λήξει. Θεωρείται λοιπόν ύψιστη ανάγκη να βρει ο καθένας τα «δακτυλικά του αποτυπώματα» πάνω στο καρμπόν της καθημερινότητας. Σκέφτηκε αλήθεια κανείς ποτέ τι επιπτώσεις έχει η μόδα στην κοινωνία; Μάλλον όχι, γιατί από ό,τι φαίνεται το άγχος και τα συναφή ψυχοσωματικά προβλήματα δεν μειώνονται, κάθε άλλο, η ασθένεια του μέλλοντος είναι πλέον η κατάθλιψη. Η μαζικοποίηση και ο άκρατος καταναλωτισμός αυξάνονται συνεχώς με αποτέλεσμα το άτομο να εκπίπτει σε ετεροκίνητη ύπαρξη και όχι μόνο να παθητικοποιείται αλλά και να χειραγωγείται. Επίσης, σε συλλογικό επίπεδο, εξαντλούνται οικονομικά οι αγορές και διασπαθίζονται μεγάλα χρηματικά ποσά καθώς και περιορίζεται πλήρως το ενδιαφέρον για τα κοινά, αφού υπερισχύει η προώθηση του ατομικού συμφέροντος. Στις σχέσεις μας με τους άλλους επικρατεί ο αθέμιτος ανταγωνισμός , η ιδιοτέλεια, ο εγωισμός, ο φόβος, η ανασφάλεια και η συνακόλουθη αβεβαιότητα πως ο έτερος είναι καλύτερος υπηρέτης της μόδας. Και τέλος, μην ξεχνάμε ότι νοθεύεται η πολιτιστική μας ταυτότητα από την ατελώνιστη εισαγωγή ξενόφερτων υλικών και πολιτιστικών προϊόντων.

«Η μόδα είναι η ψευτιά που παρουσιάζεται με τη δύναμη τη αλήθειας, όπως του μύθου ο όνος ο «δοράν λέοντος περιβληθείς»˙ είναι η ασχημία που μια στιγμή σε ξιπάζει με το μαγικό ραβδί της ομορφιάς. Όπου δεν έχουμε δικές μας γνώμες κι αγάπες δικές μας, εκεί δεν ντυνόμαστε μόνο, μα και συλλογιζόμαστε και μιλούμε και γράφουμε και ζούμε όχι με το λόγο αλλά με τη μόδα. Αν ο καθένας απ’ όλους μας λάνσαρε τη δική του προσωπική μόδα για το καθετί που τον αφορούσε (ντύσιμο, διακόσμηση, ομιλία, μουσική κ.λπ.) κι αν αυτό γινόταν έπειτα από κριτική διαδικασία, φιλοσόφηση των πραγμάτων και σκέψη πολλή. Αν όλα αυτά βασίζονταν στο στέρεο έδαφος μιας παιδευτικής διαδικασίας που θα μας αναδείκνυε όλους προσωπικότητες μορφωμένες σωστά, και η διαμόρφωση και επιλογή της προσωπικής μόδας ήταν ανάγκη επιτακτική, βίωμα και στάση ζωής... Ε, τότε ο κόσμος όλος θα ήταν διαφορετικός και καλύτερος από το σημερινό!

pΦΗ «γλώσσα» της μόδας

«Τι είναι η μόδα τελικά;» έγραφε ο Όσκαρ Ουάιλντ. «Συνήθως είναι μια μορφή ασχήμιας τόσο ανυπόφορη που πρέπει να την αλλάζουμε κάθε έξι μήνες». Πράγματι, η μόδα, ως συστατικό στοιχείο της νεωτερικότητας, συνδέθηκε με τη συνεχή καινοτομία, την καταστροφή του παλαιού και τη δημιουργία του καινούργιου. Βασικό χαρακτηριστικό της μόδας είναι να επιβάλει ως νέο κανόνα

ό,τι μέχρι χθες ήταν η εξαίρεση και να το εγκαταλείπει και πάλι όταν γίνει κοινός τόπος, κτήμα των πολλών. Συνδέεται συνεπώς με την αλλαγή, το καινούργιο και την εφευρετικότητα. Εν τούτοις, στην πραγματικότητα η μόδα δεν εισάγει ποτέ κάτι που είναι ουσιωδώς καινούργιο γιατί η αληθινή καινοτομία δεν μπορεί να γίνει αποδεκτή και να απορροφηθεί γρήγορα στην πολιτισμική καθημερινότητα. Συχνές είναι αντίθετα οι αναφορές στο παρελθόν σε μόδες που εμφανίζονται ως καινοτόμες ή σε μετασχηματισμούς που είναι ήδη ορατοί σε άλλα πεδία.
Ως δυτικό «προϊόν», η μόδα ακολουθεί τις εξελίξεις της εκβιομηχάνισης και του καταναλωτισμού και μπορεί να θεωρηθεί ως ένα φαινόμενο με παγκόσμιες διαστάσεις που προωθεί την πολιτισμική ομογενοποίηση Ταυτόχρονα, ωστόσο, στο ίδιο πλαίσιο της νεωτερικότητας η μόδα ταυτίζεται με την προώθηση της ατομικότητας μέσω της διάκρισης. Συνεπώς, με έναν αντιφατικό τρόπο, η διαφοροποίηση μέσω της μόδας, που στηρίζει την ανάπτυξη της ατομικότητας, ακολουθείται από τον μιμητισμό προς τον «κανόνα» και την ομοιομορφία που ορίζει η εκάστοτε μόδα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των τζινς τα οποία συνδυάζουν και τις δύο όψεις είναι τόσο ένα «λαϊκό» ένδυμα όσο και ένα «εξαιρετικό». Τα τζινς επιβεβαιώνουν εξάλλου την πολιτισμική σημασία της μόδας στον σύγχρονο κόσμο εφόσον στενά συνδεδεμένα με την αμερικανική πολιτισμική ηγεμονία έφθασαν να συμβολίζουν ουσιώδη στοιχεία του δυτικού καπιταλισμού, όπως ο ελεύθερος χρόνος, η άνεση, η κοινωνικότητα. […]

Εν τούτοις, παρ' όλο που το ένδυμα μπορεί να προσφέρει πληροφορίες για τη συμπεριφορά, παρ' όλο που γίνεται επίσης ένα είδος πολιτισμικής έκφρασης εξωτερικεύοντας τον εσωτερικό κόσμο, και παρά την αναντίρρητη σύνδεση μόδας και κοινωνικής τάξης, η «ανάγνωσή» του γίνεται εξαιρετικά δύσκολη γιατί οι μόδες έχουν ασταθή και αμφίσημα νοήματα, όπου η επιθυμία, η ευχαρίστηση και η φαντασία μπορούν να παίζουν έναν εξίσου σημαντικό ρόλο. Συχνά, εξάλλου, το ένδυμα χρησιμοποιείται όχι για να προβάλει αλλά για να συσκοτίσει την κοινωνική θέση ενός ατόμου ή, επίσης, για να εκφράσει επιθυμίες και προσδοκίες χωρίς να εξασφαλίζει την ικανοποίησή τους. Τέλος, σύμφωνα με την ανάλυση του Μ. Φουκό, χρησιμοποιήθηκε στη διαδικασία «πειθάρχησης» και «χειραγώγησης» του σώματος, κυρίως μέσω της στολής (στρατιωτικής και επαγγελματικής) και της γενικής «κανονικοποίησης» της ενδυμασίας για ειδικές περιπτώσεις, όπως γάμοι, κηδείες και άλλες τελετές. […]

Της Χ. Κουλούρη δημοσιευμένο στο ΒΗΜΑ (10/2/2002)