

Οι Επιδράσεις των Μουσικών Κινήσεων στη Νεανική Μόδα.



Οι Επιδράσεις των Μουσικών Κινημάτων Στη Νεανική Μόδα



Εργασία : Μάθημα Ενδυμασίας (Κοινωνικές και Οικονομικές Προεκτάσεις του Ενδύματος)

Χρόνος : 2011- 2012

Τόπος Συγγραφής : 2^ο Λύκειο Πάτρας

Επιμέλεια : Γιαννακοπούλου Νεκταρία, Παναγιωτοπούλου Βασιλική, Δημοπούλου Μαρία, Θεοδοροπούλου Αναστασία, Καρακάση Δήμητρα.

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την καθηγήτρια μας κ. Αυγερίδου για την πολύτιμη βοήθεια της στην εύρεση κειμένων και πληροφοριών. Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε παιδιά του σχολείου μας για την συμμετοχή τους στις απαντήσεις του ερωτηματολογίου και για τις απαντήσεις που μας έδωσαν μέσω της συνέντευξης.

Με εκτίμηση,
Η ομάδα μας.

Περιεχόμενα

1. Περίληψη
2. Εισαγωγή
3. Κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις του ενδύματος
4. Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου
5. Έκθεση με τα Αποτελέσματα της συνέντευξης
6. Ο ρόλος του ενδύματος
7. Οι επιδιώξεις των Νέων
8. Παράγοντες που επηρεάζουν τους Νέους
9. Τα μουσικά ρεύματα και ο αντίκτυπος στη νεανική μόδα
 - Δεκαετία του '60 (Hippies)
 - Disco
 - Beatles
 - Rolling Stones
 - Δεκαετία του '70
 - Σκηνή του L.A.
 - Punk
 - Metal-Heavy Metal
 - Tecktonik
10. Έρχονται τα έξυπνα Ρούχα
 - Έρχονται τα έξυπνα ρούχα
 - Σε σπρί τα ρούχα του Μέλλοντος
 - Μηνύματα sms...για μπλουζάκια
11. Αναστοχασμός- Συμπεράσματα
12. Βιβλιογραφία
13. Παράρτημα
14. Τέλος Εργασίας

Περίληψη

Σκοπός αυτής της εργασίας ήταν να ερευνήσουμε το καταναλωτικό κοινό με τη διεξαγωγή ερωτηματολογίων και την πραγματοποίηση συνεντεύξεων. Επιπλέον αναφερθήκαμε στους πολυάριθμους ρόλους του ενδύματος. Ακόμη, εν μέσω του ρούχου επισημάνθηκαν και οι επιδιώξεις των νέων. Επιπροσθέτως, διακρίναμε βασικούς παράγοντες που συνετέλεσαν στην ενδυματολογική συμπεριφορά των ανθρώπων. Στη συνέχεια, προσπαθήσαμε να αναλύσουμε τα μουσικά ρεύματα και τους αντίκτυπους τους στη νεανική μόδα. Ως επακόλουθο αυτού η τεχνολογία βρήκε νέους τρόπους να αποκωδικοποιήσει ένα νέο ενδυματολογικό συμπεριφορισμό που σα σκοπό έχει να στιγματίσει το ανερχόμενο μέλλον.

Εισαγωγή

Στα παρακάτω κείμενα που θα διαβάσετε θα αναφερθούμε στο ρόλο του ενδύματος, στις επιδιώξεις των νέων και στους παράγοντες που τους επηρέασαν όπως ήταν τα μουσικά ρεύματα που είχαν αντίκτυπο στη νεανική μόδα. Θα παρακολουθήσετε πως τα επόμενα χρόνια θα υπάρχουν ρούχα που θα συμβάλουν στη μόδα όπως είναι τα ρούχα από σπρέι και τα μουσικά jackets.

Κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις του ενδύματος



Κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις του ενδύματος

Τα πλαίσια ερευνητικής εργασίας (Project) που διεξήχθη στο σχολικό χώρο, πραγματοποιήσαμε μια συνέντευξη και μέσω ενός ερωτηματολογίου στο οποίο κλήθηκαν να απαντήσουν άτομα του σχολικού αλλά και του εξωσχολικού χώρου.

Τα θέματα στα οποία δώσαμε βάση ήταν το εμπόριο, τα νεανικά γούστα, τα υφάσματα και οι συναλλαγές. Κυρίως όμως επικεντρωθήκαμε στον τρόπο με τον οποίο τα μουσικά κινήματα επηρέασαν την μόδα.

Δουλέψαμε αρκετά πάνω στο θέματα αυτά και συλλέξαμε αρκετές σχετικές πληροφορίες. Στην αρχή της έρευνάς μας συγκεντρώσαμε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για την ένδυση στη διαχρονία της και της ανάγκες που κάλυπτε από την αρχή της ανακάλυψής της .

Έπειτα συντάξαμε ένα ερωτηματολόγιο με σκοπό άντρες και γυναίκες άνω των 40 ετών να μας απαντήσουν (οι απαντήσεις βρίσκονται στη συνέχεια).

Μέσω του ερωτηματολογίου, μπορέσαμε να καταλάβουμε τα καταναλωτικά γούστα και παρατηρήσαμε πως η κρίση έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την καταναλωτική επιλογή του μέσου Έλληνα.

Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου

Με βάση την έρευνα που διεξήχθη στα πλαίσια μαθήματος (Ερευνητική Εργασία για το μάθημα της Ενδυμασίας) έγινε απόπειρα μέσω ερωτηματολογίου να διαπιστωθεί ποια είναι η καταναλωτική σχέση ανδρών και γυναικών με το ένδυμα (ακολουθούν σχετικά αποτελέσματα).

Μέσα από τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε μέσω του ερωτηματολογίου παρατηρήσαμε πως η κρίση έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις καταναλωτικές επιλογές του μέσου Έλληνα. Πλέον, επικεντρώνεται κυρίως στα αναγκαία και στα ως προς το ζην. Η αγορά ενός νέου ρούχου με σκοπό να ικανοποιήσει μια προσωπική μας ανάγκη για προβολή και ανανέωση γκαρνταρόμπας πλέον έχει καταντήσει μια περιττή – απαραίτητη πολυτέλεια.

Στην ερώτηση “ Με ποίο κριτήριο αγοράζετε συνήθως ρούχα ;” το 50% απάντησε πως το σημαντικότερο κριτήριο για την επιλογή ενός ρούχου είναι η μόδα και η ποιότητα του υφάσματος. Πράγμα που σημαίνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών ψάχνει με κριτήριο την ποιότητα και όχι μόνο μια προσοδοφόρα τιμή.

Στην ερώτηση “Για ποιο λόγο αγοράζετε συνήθως ρούχα;” το 36% απάντησε για να αισθανθώ καλύτερα ενώ μόλις το 10% απάντησε γιατί άλλαξε η μόδα. Πράγμα που σημαίνει πως η μόδα δεν επηρεάζει απαραίτητα έναν καταναλωτή.

Στην ερώτηση “Προσέχεις τη χώρα προέλευσης;” ένα ποσοστό της τάξεως του 40% απάντησε “Όχι”. Με τη βαρύτητα αυτού του ποσοστού αντιλαμβανόμαστε πως ο καταναλωτής ψωνίζει με γνώμονα του προσωπικού του γούστου και όχι με γνώμονα τη χώρα προέλευσης του ρούχου.

Στην ερώτηση “Η διαφήμιση επηρεάζει τις επιλογές σου στην αγορά των ρούχων;” Το 50% των ερωτηθέντων απάντησε “Όχι” ενώ το 35% απάντησε “Ναι”.

Στην ερώτηση “ Τι ποσοστό του ετήσιου οικογενειακού σας εισοδήματος ξοδεύετε στην αγορά ρούχων;” Το 25% απάντησε έως 2000€ ετησίως. Θα θέλαμε να τονίσουμε πως μια αρκετή μερίδα

ανθρώπων βρέθηκε σε δύσκολη θέση και ήταν αντίθετοι στο να απαντήσουν με ειλικρίνεια στο ερώτημα.

Στην ερώτηση “ Προσδιορίστε κατά προσέγγιση το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα” το 40% απάντησε μέχρι 10.000.

Στην ερώτηση “ Η οικονομική κρίση σας έχει επηρεάσει στην αγορά ρούχων και με ποιον τρόπο;” Το 65% απάντησε ‘Ναι’ με τον περιορισμό στην αγορά ρούχων.

Στην ερώτηση “Τι κάνετε τα παλιά σας ρούχα;” Το 67% απάντησε πως τα χαρίζει ενώ μόλις το 16% ότι τα πετάει.

Στην ερώτηση “Από πού συνήθως αγοράζετε ρούχα;” το 45% απάντησε από συνοικιακά μαγαζιά και το 20% απάντησε από την λαϊκή αγορά ενώ ελάχιστο ποσοστό πραγματοποιεί αγορές μέσω διαδικτύου.

Στην ερώτηση “Επηρεάζει τις ενδυματολογικές σας επιλογές ο κοινωνικός περίγυρος;” το 80% απάντησε Όχι ή Μερικές φορές. Όπως παρατηρούμε ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπων επηρεάζετε από τις κοινωνικές διακρίσεις και τις αντιδράσεις των ανθρώπων οπότε πολλοί ίσως νιώθουν καταπιεσμένοι μη μπορώντας να εκφράσουν τις ενδυματολογικές τους ανησυχίες.

Τέλος, στην ερώτηση “Κοιτάζοντας τη ντουλάπα σας ποιες είναι οι διαπιστώσεις σας;” το 40% απάντησε πως έχει όσα ακριβώς χρειάζεται, ενώ το 35% δήλωσε ότι έχει περισσότερα απ’ όσα χρειάζεται.

Μέσω αυτής της συνοπτικής παρουσίασης των αποτελεσμάτων που συγκεντρώσαμε, σα σκοπό είχαμε να σας δώσουμε μία εικόνα για την έκταση της δουλειάς μας, ακολουθεί έκθεση με τα αποτελέσματα της συνέντευξης (το ερωτηματολόγιο βρίσκεται στο παράρτημα).

Έκθεση με τα Αποτελέσματα της Συνέντευξης

Στα πλαίσια της ερευνητικής μας εργασίας πραγματοποιήσαμε ρεπορτάζ με συνεντεύξεις εντός και εκτός του σχολικού περιβάλλοντος. Οι στόχοι μας ήταν να διερευνήσουμε πως σχολιάζουν οι μεγαλύτεροι αλλά και οι συνομήλικοι μας μια ακραία εμφάνιση, αν έχουν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση και αν τα κριτήρια αγοράς ενός ρούχου εξαρτώνται από την ποιότητα και την τιμή.

Στα πλαίσια της συνέντευξης ερωτήθηκαν έξι άτομα, τέσσερις συνομήλικοι μας και δυο γυναίκες άνω των σαράντα. Σκοπός μας ήταν να συγκεντρώσουμε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για τη σχολική μόδα και τη διαφορετικότητα κάθε ατόμου ανάλογα με την ενδυμασία του. Συχνά οι μεγαλύτεροι επιθυμούν την επιστροφή της σχολικής ποδιάς. Όμως οι περισσότεροι από αυτούς αντιδρούν αρνητικά στην επιστροφή της

Μέσα από την έρευνα τα στοιχεία που προέκυψαν είναι τα ακόλουθα. Τα παιδιά για να ετοιμαστούν για το σχολείο δεν κάνουν παραπάνω από δέκα λεπτά. Πολλά παιδιά επιλέγουν τα ρούχα τους με βάση το στυλ τους και δεν επιλέγουν ακραίες εμφανίσεις, με εξαίρεση βέβαια κάποιες ελάχιστες περιπτώσεις. Οι μεγάλοι άνθρωποι δεν επικρίνουν τα νέα παιδιά διότι πιστεύουν ότι οι ακραίες εμφανίσεις είναι μεμονωμένες και θεωρούν ότι δεν πρέπει να κρίνονται. Με βάση την άποψη τους υποστηρίζουν ότι το κάθε παιδί πρέπει να έχει το δικό του στυλ. Επιπλέον, οι ενήλικες καταναλωτές δηλώνουν ότι δεν αγοράζουν ρούχα από οίκους μόδας επειδή έχουν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση. Πλέον τα παιδιά δεν ψωνίζουν ρούχα με φίρμες.

Τέλος, διαπιστώσαμε ότι οι καταναλωτές είναι απόλυτα συνειδητοποιημένοι και περισσότερο τα παιδιά τα οποία δεν επηρεάζονται τόσο εύκολα από τον κοινωνικό τους περίγυρο. Ακόμα, οι μεγάλοι δεν σχηματίζουν αρνητική εντύπωση και δεν κρίνουν τα παιδιά επιπόλαια.

Ο ρόλος του ενδύματος

Τα ρούχα όπως και η τροφή ικανοποιούν διαφορετικές ανάγκες. Σε παγωμένες περιοχές η κύρια χρησιμότητά τους είναι να προστατεύσουν το σώμα από το κρύο και άλλες δυσάρεστες επιδράσεις του περιβάλλοντος, σε ζεστά μέρη τα ρούχα υπηρετούν διακοσμητικό σκοπό.

Ωστόσο το ένδυμα είναι τόσο παλαιό όσο και οι ανθρώπινες σχέσεις στις βραχογραφίες των σπηλαιών απεικονίζονται άνθρωποι ντυμένοι με προβιές ή με λεπτές κλωστές (ανάλογα με τη θέση τους στην κοινωνία της σπηλιάς).

Και από τα νεολιθικά χρόνια η ένδυση προστίθεται ακόμη και σε περιοχές όπου οι καιρικές συνθήκες δεν το απαιτούν π.χ. στην Αφρική. Όμως στα ρούχα έχουν από καιρό και μια δευτερεύουσα λειτουργία την ανάπτυξη διακρίσεων ανάμεσα στα φύλα και στις κοινωνικές θέσεις. Το δεύτερο συμπεριλαμβάνει, χωριστά, τον τελετουργικό και θρησκευτικό ρόλο των ρούχων.

Φαίνεται πως τα ρούχα από την αρχή έπαιξαν διπλό ρόλο. Πρώτον, ήταν μέσο διατήρησης του σεξουαλικού ταμπού καλύπτοντας τα γεννητικά όργανα και κατά δεύτερον, ήταν τρόπος αύξησης της σεξουαλικής έλξης με το να στολίζουν και να τονίζουν τα γεννητικά όργανα. Με την πολιτιστική ανάπτυξη του ανθρώπου η λειτουργία των ρούχων στο να διαχωρίζουν τα φύλα παρουσιάζει μια παράξενη τάση.

Πρώτα αυξάνεται και μετά υποχωρεί. Αρχίζοντας από την βάρβαρη περίοδο φτάνοντας έως την προ-καπιταλιστική, ταξική κοινωνία και έπειτα στην καπιταλιστική κοινωνία, όπου οι άνθρωποι σιγά-σιγά άρχισαν να φορούν όλο και περισσότερα ρούχα, καλύπτοντας τα σώματα τους με όλο και μεγαλύτερη προσοχή. Ο κύριος σκοπός ήταν διαφορετικός: η πιο αυστηρή διατήρηση του σεξουαλικού ταμπού και ο αυστηρότερος διαχωρισμός των φύλων με την ένδυση. Σε μερικά μέρη αυτή η προσπάθεια να σκεπασθεί το σώμα με ρούχα πήρε εξεζητημένες ή ακόμα βαρβαρικές μορφές. Παράλληλα με αυτό προχωρεί κάτω από την επιρροή των ίδιων παραγόντων, μια ενδυνάμωση του σεξουαλικού διμορφισμού στα ρούχα και στο ρόλο της σεξουαλικής έλξης μέσω των ρούχων, η

ανάπτυξη πιο λεπτών τύπων που τόνιζαν το σχήμα και αποκάλυπταν τις πιο όμορφες καμπύλες του σώματος. Κάτω από τον καπιταλισμό, καθώς το κοινωνικό σύστημα και ο τρόπος ζωής στις Ευρωπαϊκές χώρες άρχισε να γίνεται πιο δημοκρατικός και καθώς η τεχνολογία προχωρούσε και επινοούσε όλο και πιο πρακτικές μορφές ρουχισμού, δυνάμωνε μια τάση εναντίωσης στα παραπάνω. Τα ρούχα γινόντουσαν πιο απλά και τυποποιημένα.

Σιγά-σιγά ειδικά τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε μια μείωση του σεξουαλικού διμορφισμού στα ρούχα. Ο τελευταίος έχει σχεδόν εξαφανιστεί σε μερικά είδη στολών όπως στους πιλότους, στους στρατιωτικούς, στους επισκευαστές καπνοδόχων κ.ά. Δεν υπάρχει σχεδόν καμία διαφορά ανάμεσα στο ντύσιμο των ανδρών και των γυναικών. Ωστόσο είναι δύσκολο να πει κανείς πως θα εξελιχθεί αυτή η τάση.

Επιπλέον, η ένδυση είναι μια πολύ σημαντική έννοια, που αποκαλύπτει πολλά και ποικίλα απ' τα ήθη και τα έθιμα, από την ιστορία και από τις κοινωνικές σχέσεις των διαφόρων λαών. Μέχρι πρόσφατα μονάχα στη Βρετάνη της Γαλλίας υπήρχαν είκοσι διαφορετικές εθνικές φορεσιές. Παρ' όλα αυτά οι εθνικές και τοπικές διαφορές ήταν ασήμαντες μπροστά στις έντονες κοινωνικές διαφορές στην ενδυμασία.

Ο ρόλος του κοινωνικού διαχωρισμού που έπαιξε η ενδυμασία είχε και άλλη πλευρά. Τα ρούχα συνέδεαν άτομα της ίδιας κοινωνικής και εθνικής στάθμης, λειτουργούσε ως ενωτικός παράγοντας μιας συγκεκριμένης ομάδας και συγχρόνως βοηθούσε αυτή την ομάδα να αντιμετωπίσει τις άλλες. Είναι εύκολο να δούμε ότι τα τελετουργικά και θρησκευτικά ρούχα βοηθούσαν να διακρίνεται μια ομάδα ατόμων ή ένα άτομο που ντυνόταν διαφορετικά από τους άλλους. Όπως η φορεσιά του παπά, του βουδιστή, μπορεί φαινομενικά να είναι ένας τρόπος να ξεχωριστούν και να ξεφύγουν από τον όχλο, δηλαδή να τεθούν υπεράνω του όχλου. Από την άλλη μεριά τα τελετουργικά άμφια εκτός του ότι ξεχωρίζουν τους κληρικούς από τους υπόλοιπους ανθρώπους τονίζουν ακόμα, την υποταγή τους στην κοινωνική τάξη που ανήκουν, το βαθμό στην ιεραρχία και το επάγγελμα τους. Όλες αυτές οι διαφορές στην ενδυμασία διαχωρίζουν τους ανθρώπους σε ομάδες κατά επάγγελμα, τάξη, εθνικότητα κ.λπ.

Στην καπιταλιστική εποχή και ειδικά στα τελευταία είκοσι χρόνια, λειτουργεί μια διαδικασία για ενδυματολογική εξομοίωση. Έτσι στη σημερινή εποχή στους δρόμους μιας ευρωπαϊκής πόλης δεν είναι πια

δυνατόν να διακριθεί ένας πλούσιος τραπεζίτης ή ένας εργοστασιάρχης. Παρ' όλα αυτά παραμένουν τονισμένες οι διαφορές στην ενδυμασία των γυναικών, αλλά εξαρτώνται στο μεγαλύτερο βαθμό από τη μόδα και λιγότερο από την κοινωνική θέση του ατόμου. Μόνο οι στρατιωτικοί, οι αστυνομικοί και οι δικαστές συνεχίζουν να φορούν επαγγελματικές φορεσιές.

Συνοψίζοντας, το ντύσιμο παύει σταδιακά να πραγματοποιεί έναν κοινωνικά διαχωριστικό ρόλο. Τελικά, γίνεται όλο και πιο δύσκολο να εξακριβώσουμε από τα ρούχα που ανήκει κανείς ταξικά, επαγγελματικά, θρησκευτικά ή εθνικά. Αυτό είναι μόνο μια εκδήλωση της γενικής αρχής της κοινωνικής κινητικότητας, χαρακτηριστικό γνώρισμα της σύγχρονης κοινωνίας, ενός ατόμου.

Τελικά, μια πιο γενική και βασικά πρακτική ερώτηση που αφορά τις κοινωνικές προβλέψεις: Θα υπάρξει άραγε εποχή κατά την οποία οι τύποι και οι μορφές των ρούχων μας θα καθορίζονται μόνο από πρακτική σκοπιμότητα και τους νόμους της αισθητικής; Πως είναι δυνατόν να επιτευχθεί κάτι τέτοιο; Πότε θα σταματήσουν οι άνθρωποι να υποκύπτουν στις ιδιοτροπίες της μόδας και στις 'βάρβαρες' προκαταλήψεις;

Οι προσπάθειες που γίνονται προς το παρόν για την ανασυγκρότηση της ενδυμασίας, παραμένουν διστακτικές και σποραδικές. Και συχνά εμποδίζονται μέσα από δάκρυα για την απομάκρυνση από τα Ευρωπαϊκά επίπεδα, βέβαια όλα αυτά δεν θα οδηγήσουν πουθενά! Παρά μόνο αν οι εθνογράφοι ασχοληθούν στο μέλλον με αυτή την δουλειά, ή για να είμαστε πιο ακριβείς, παρά μόνο αν αναλάβουν πρωτοβουλία γι' αυτό το θέμα, θα υπάρξει μια οριστική λύση.

Οι επιδιώξεις των Νέων

Με την πάροδο των χρόνων το ρούχο απέκτησε και μια ακόμη ιδιότητα που χρησιμοποιούνταν κυρίως από τους νέους, σε αυτό βοήθησαν και τα μουσικά συγκροτήματα, αφού, μέσα από τη μουσική τους έδωσαν μια άλλη διάσταση στα γεγονότα που βρίσκονταν σε εξέλιξη στο πολιτικό προσκήνιο. Κι έτσι στις αρχές της δεκαετίας του '60 δημιουργήθηκαν τα πρώτα μουσικά κινήματα που ήθελαν μέσω της μουσικής τους να ξεσπάσουν και να διαμαρτυρηθούν για τα όσα συνέβαιναν. Όλες αυτές οι επιδιώξεις τους επιτεύχθηκαν σε συνδυασμό και με το ρουχισμό που επέλεγαν για να εκφράσουν την αντίθεση τους.

Επίσης, οι έντονες διαμαρτυρίες τους και τα αιτήματα για μια καλύτερη κοινωνία έφεραν στο προσκήνιο κι ένα νέο τρόπο ζωής. Οπότε με τη μεσολάβηση αυτού του νέου τρόπου ζωής καθιερώθηκε και ένα νέο επίκαιρο ντύσιμο. Οι επιδιώξεις των νέων σε κάθε μια από τις παραπάνω περιπτώσεις αποσκοπούσε στο να το κάνει αποδεκτό στη πολιτική σκηνή. Και αυτού του είδους η διαμαρτυρία, μέσω ενός συγκεκριμένου ρουχισμού, έδινε μια εμβέλεια διαφορετικής σημασίας των πραγμάτων αλλά συνάμα και ποιο «τρανταχτής»! όπως για παράδειγμα οι hippies που μέσω των ρούχων τους (λουλουδιαστά ρούχα με φουλάρια και κοσμημάτων με το σήμα της ειρήνης) κατάφερναν να περάσουν κι ένα ακόμη μήνυμα κατά των πολέμων και της εκμετάλλευσης των ανθρώπων.

Όπως καταλαβαίνουμε κάθε τι μικρό ή ακόμη και για πολλούς ασήμαντο για κάποιους άλλους έχει άλλη βαρύτητα γιατί ακόμα και βουβά προτάσσοντας μονάχα μια λέξη, ένα σχέδιο ή ένα ιδιαίτερο ρούχο καταφέρνουμε να πούμε πολλά περισσότερα απ' ότι αν τα λέγαμε λεκτικά και φωναχτά! Γι' αυτό ας μην ξεχνάμε μια σοφή πρόταση της λαϊκής κοινωνίας πως «μια εικόνα αξίζει χίλιες λέξεις» και στη περίπτωσή μας ένα «ρούχο αξίζει χίλιες λέξεις»!

Παράγοντες που επηρεάζουν τους Νέους

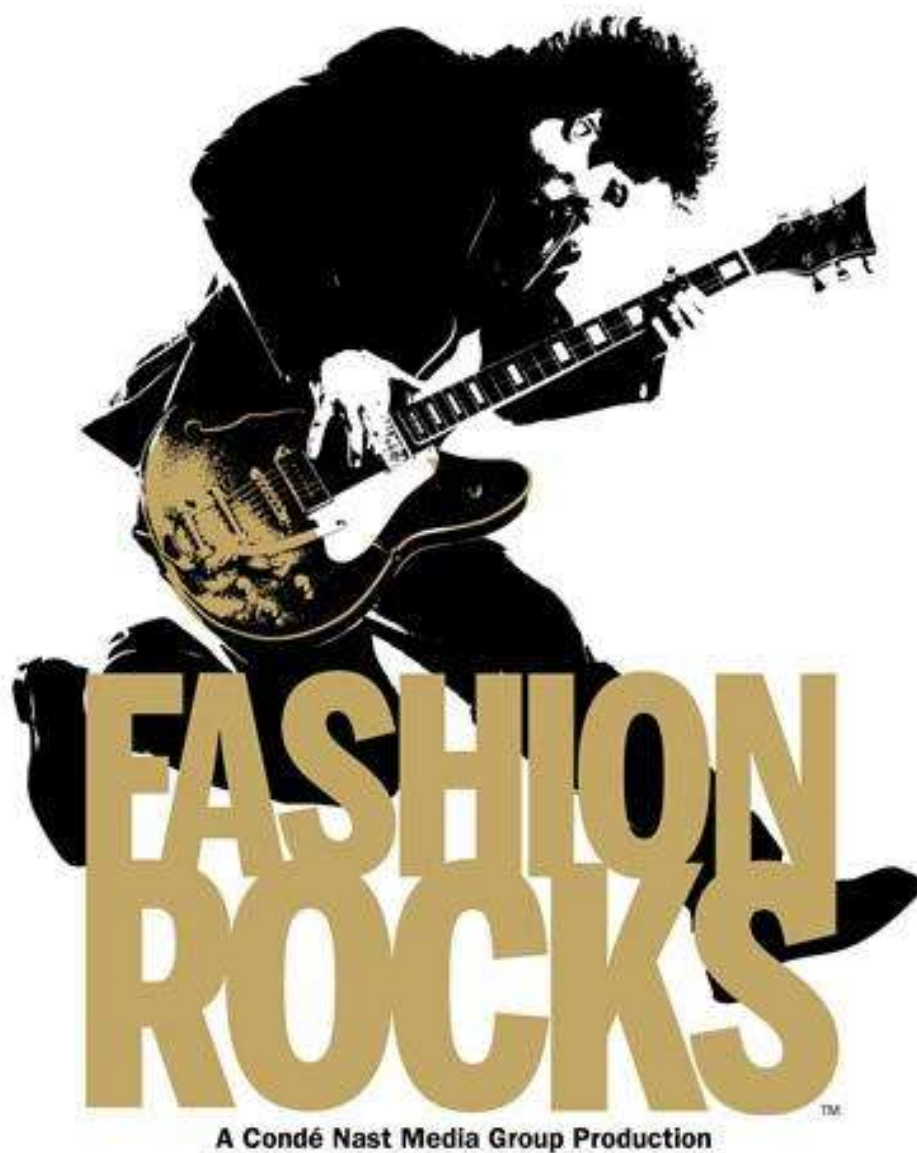
Οι νέοι θέλοντας να πάνε κόντρα στο κατεστημένο και να διαφοροποιηθούν από ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας αλλά και συνομήλικων τους απέκτησαν το δικό τους ξεχωριστό στιλ. Σε αυτό συνέβαλαν τα μουσικά συγκροτήματα /κινήματα αφού μέσω αυτών οι νέοι έβρισκαν διέξοδο αδιαφορώντας για τις κοινωνικές επικρίσεις αλλά μονάχα με γνώμονα το προσωπικό τους γούστο και τις μουσικές τους διαφοροποιήσεις κατάφεραν να διαφέρουν μέσα στο χαοτικό πλήθος της κοινωνίας μας που τείνει για μια τρομαχτική μαζοποίησης.

Η τηλεόραση εκτός από μέσο μετάδοσης ειδήσεων και γεγονότων προβάλλει και διάφορα γνωστά πρόσωπα που επηρεάζουν τους νέους και αποτελούν κοινωνικά πρότυπα. Αυτοί οι άνθρωποι (πρότυπα) επηρεάζουν τους νέους άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά! Πολλά παιδιά της ηλικίας μας τυγχάνει να ταυτίζονται με αυτά τα πρόσωπα και θέλοντας να τους μοιάσουν...μιμούνται και φέρονται όπως εκείνοι, γιατί αυτό είναι που προβάλλει η τηλεόραση...τυχάρπαστα επιφανειακά πρόσωπα που αποσκοπούν στη φθηνή προβολή του καναλιού με σκοπό να ανέβουν τα νούμερα της AGB.

Η τεχνολογία αποτελεί ένα νέο είδος επηρεασμού των νέων αφού μέσω αυτής καταφέρνουν να προβάλλουν ένα νέο και ιδιόρρυθμο στιλιστικό ντύσιμο τα λεγόμενα από πολλούς ρούχα του μέλλοντος.

Όλα αυτά αποτελούν έναν πρόδρομο για τη μόδα του μέλλοντος αφού οι νέοι κάθε εποχής έχουν σαν κέντρο επιρροής τους τις τάσεις κάθε εποχής και των ανθρώπων που τις πρεσβεύουν. Με αποτέλεσμα κανείς μας να μην ξέρει τι θα επακολουθήσει στο κοντινό μέλλον! Ένα όμως είναι σίγουρο πως όλοι μας θέλουμε λίγο πολύ να ακολουθούμε τις νέες τάσεις τις μόδας κι αυτό θα επιτυγχάνεται με κάθε τρόπο είτε το κέντρο επιρροής είναι κάποιο μουσικό κίνημα, είτε κάποιο πρότυπο (ηθοποιός, τραγουδιστής, μοντέλο κ. ά).

Τα μουσικά ρεύματα και ο αντίκτυπος στους
στη νεανική μόδα (δεκαετίες των '60s μέχρι σήμερα)



Δεκαετία του '60 (Hippies)

Οι Hippies ήταν ένα κίνημα νέων ανθρώπων οι οποίοι εκφράζονταν από Rock μουσική και κατέκριναν την πολιτική κατάσταση και αντιδρούσαν στις κοινωνικές αδικίες και κυρίως στο πόλεμο. Το σύνθημα τους ήταν **Make Love not War!**. Σύντομα η κοινωνική επανάσταση τους έφερε στην πολιτιστική σκηνή το ιδιαίτερο στιλ των Χίπηδων. Φορούσαν παντελόνια καμπάνες, πολύχρωμες μπλούζες με κυρίαρχο σχέδιο τα λουλούδια και επίσης φορούσαν στο λαιμό μακριά μαντήλια με λουλούδια και φουλάρια.



εικόνες των Χίπης!



Disco

Ξεκίνησε στη δεκαετία του '60 από τη Γαλλία. Η **Disco** δημιούργησε τη δική της μόδα όπως και όλα τα υπόλοιπα κινήματα. Οι θαυμαστές της **Disco** φορούσαν πολύχρωμα γυαλιστερά ρούχα με μεγάλες καμπάνες και φαρδιές ζώνες. Συνήθως είχαν φριζαρισμένα φουντωτά μαλλιά. Οι δεκαετίες της **Disco** θεωρούνταν **kits** λόγω των προαναφερθέντων ενδυματολογικών προτιμήσεων των fans της **Disco**.



Εικόνες με θέμα την **Disco**!



Beatles

Οι Beatles εμφανίστηκαν την δεκαετία του '60 ήταν ένα συγκρότημα που είχε σαν κύριο στόχο την διαμαρτυρία για τους πολέμους που βρίσκονταν σε εξέλιξη εκείνη την εποχή. Ήταν ένα ανδρικό συγκρότημα που τους χαρακτήριζε το ιδιαίτερο στιλ τους. Φορούσαν κουστούμια με περίεργα σχέδια και είχαν κοντά κουρεμένα μαλλιά σε ξεχωριστό στιλ.



Διάφορες εικόνες(Beatles)



Rolling Stones

Οι **Rolling Stones** πρέσβευαν παρόμοια πιστεύω με τους Beatles. Είχαν ξεχωριστό και ιδιαίτερο στιλ με τα κολλητά κόκκινα παντελόνια και τις κολλητές μπλούζες. Οι fans των **Rolling Stones** βρίσκονταν σε διαμάχη με τους fans των Beatles. Χαρακτηριστικές ήταν οι διακρίσεις ανάμεσα στα δύο συγκροτήματα για τις ενδυματολογικές επιλογές του κάθε συγκροτήματος. Συγκεκριμένα οι fans των Beatles θεωρούσαν τους τραγουδιστές των **Rolling Stones** άξεστους λόγω της εμφάνισης. Οι fans των **Rolling Stones** θεωρούσαν τους τραγουδιστές των Beatles (φλώρους) λόγω των κουστουμιών που φορούσαν.



Εικόνες των **Rolling Stones**!



Δεκαετία του '70

Η Rock αντιπροσωπεύεται από συγκροτήματα Led Zeppelin, Pink Floyd, Deep Purple και οι Queen. Έχουν μακριά μαλλιά, μουστάκι και μούσι και αυτή η εμφάνιση ακολουθείται πιστά από όλους τους fans της Rock.



Εικόνες διάφορων συγκροτημάτων



Σκηνή του L.A.

Εμφανίστηκε την δεκαετία του '80. Δεν βασίζονται τόσο στη μουσική όσο στο θέαμα και στον εντυπωσιασμό. Ντύνονται, φτιάχνουν τα μαλλιά τους και βάφονται σα γυναίκες!



σκηνή του L.A

Εικόνες που αφορούν την



Punk

Ξεκίνησε στις Η.Π.Α την δεκαετία του '60 και έγινε γνωστό στα μέσα της δεκαετίας του '70. Δημιουργήθηκε έχοντας στην ουσία ένα υπόβαθρο που είχε να κάνει με την αναρχία, ήταν κάτι σα μουσική του λευκού απορριπτόμενου νεολαίου και μέρος ενός κινήματος πολιτικής και κοινωνικής καταγγελίας του κατεστημένου. Αυτό που χαρακτηρίζει το **Punk** είναι η μόδα που έφερε στην εμφάνιση των ανθρώπων. Ενδυματολογικά φορούν ασυνήθιστους συνδυασμούς στιλ και χρωμάτων αλλά αυτό που ξεχώριζε περισσότερο είναι το μαλλί. Έχουν μαλλιά ξυρισμένα στο πλάι και στο κέντρο υπάρχει ένα «λοφίο» σηκωμένο με τζέλ ώστε να στέκεται και βαμμένο σε περίεργα χρώματα.



Διάφορες εικόνες(**Punk**)



Metal – Heavy Metal

Εμφανίστηκε την δεκαετία του '80. Η μόδα που έφεραν ήταν τα μακριά μαλλιά και στα ρούχα τα μαύρα και κυρίως τα **δερμάτινα Jacket**, τα περιλαίμια και τα περιβραχιόνια. Στους **Heavy Metal – Metal** ανήκουν πολλά γνωστά συγκροτήματα όπως οι Metallica, οι Iron Maiden κ.ά. Αν και ανήκουν σε προγενέστερη εποχή, μουσικά αλλά και ενδυματολογικά ανήκουν στο **Metal** και οι Black Sabbath.



Διάφορες εικόνες (**Heavy Metal**)



Tecktonik

Εμφανίστηκε στη Γαλλία το 2000. Είναι ένα φαινόμενο χορού. Το **Tecktonik** έχει το δικό του στιλ όπου χαρακτηρίζεται κυρίως από τη φανέλα που γράφει το όνομα και το είδος του χορού, ένα τζιν σφιχτό και μακρύ. Κάποιοι επίσης φορούν γάντια με οργανικό χρώμα, μακριές γκέτες κ.λπ. Το κούρεμα που κάνουν είναι τα μαλλιά λίγο κοντά πάνω στο κεφάλι, μακριά μαλλιά πίσω και ξυρισμένα στο πλάι.



Tecktonik style (εικόνες)



Έρχονται τα έξυπνα Ρούχα



Έρχονται τα έξυπνα ρούχα

Στις μέρες μας η τεχνολογία έχει επηρεάσει άμεσα τη ζωή μας. Σύμφωνα με τους επιστήμονες η τεχνολογία θα βελτιωθεί περισσότερο μέσα από τα ρούχα. Τελικά, η «από μηχανής» βοήθεια φαίνεται πως θα έρθει από την τεχνολογία, με τη δημιουργία (έξυπνων) ρούχων που αναλαμβάνουν να δώσουν ένα χέρι βοήθειας. Μια ομάδα Ευρωπαίων ερευνητών στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος Con Text το οποίο χρηματοδοτήθηκε με ένα μεγάλο χρηματικό ποσό, ανέπτυξε αισθητήρες που ενσωματώνονται σε ρούχα και κάνουν συνεχείς μετρήσεις σημάτων ηλεκτροκαρδιογραφίας.

Σε σπρέι τα ρούχα του Μέλλοντος

Ο Ισπανός σχεδιαστής μόδας Μάνουελ Τόρες σε συνεργασία με τον χημικό και μηχανικό Πωλ Λακαμ του Imperial College θέλησε να υλοποιήσει την φουτουριστική του ιδέα για ένα σπρέι που μετατρέπεται σε ύφασμα. Το σπρέι θα περιέχει μικροϊνες και κάποιο, διαλύτη, με αποτέλεσμα να μπορεί να ψεκαστεί πάνω στο δέρμα, δημιουργώντας ένα ύφασμα ακριβώς στα μέτρα μας. Το ύφασμα- σπρέι θα χρειάζεται μόνο δεκαπέντε λεπτά για να στεγνώσει επάνω στο σώμα δημιουργώντας ένα κολλητό μπλουζάκι για παράδειγμα. Το πειραματικό ρούχο πρόκειται για ένα μονοκόμματο, «κάλτσες» όπως το ονομάζουν οι μόδιστροι, μπλουζάκι, το οποίο πλένεται και ξαναχρησιμοποιείται.

Μηνύματα SMS...για μπλουζάκια

Η Elisabeth de Senneville παρουσίασε ρούχα που λειτουργούν ως έγχρωμες οθόνες, όσοι τα φορούν λαμβάνουν ικανοποίηση με το να εκπέμπονται μηνύματα (μέσω του ρούχου) κατά βούληση είτε για να τονίσουν τη διαφορετικότητα, είτε για να εισπράξουν ποσοστά. Μια καινούργια μορφή επικοινωνίας είναι τα sms που θα βρίσκονται στα ρούχα που θα φοριούνται εν κινήσει, θα υπάρξουν ακόμη, ψηφιακές κάμερες και κονσόλες ηλεκτρονικών βιντεοπαιχνιδιών ραμμένα στο μανίκι. **Θα είναι άραγε επικίνδυνο για όσους ντύνονται με τα υφάσματα κυκλώματα;** Ο μόνος κίνδυνος που εντοπίζουν οι κοινωνιολόγοι και οι ψυχολόγοι οι οποίοι φοβούνται τις εκπομπές ραδιενέργειας, είναι ότι θα γίνουν οι περισσότεροι υποχόνδριοι.

Αναστοχασμός

Με βάση την έρευνα που διεξήχθη στα πλαίσια του μαθήματος της Ενδυμασίας (Οικονομικές και Κοινωνικές προεκτάσεις του Ενδύματος) και αφού επιλέξαμε το θέμα με το οποίο θέλαμε να ασχοληθούμε (Οι επιδράσεις των Μουσικών Κινημάτων στη Νεανική Μόδα) προκύψαμε σε ορισμένα συμπεράσματα.

Αρχικά με τη διεξαγωγή του ερωτηματολογίου και της συνέντευξης ανακαλύψαμε πως οι νέοι αλλά και οι μεγαλύτερης ηλικίας άνθρωποι έχουν επηρεαστεί από την κρίση και προτιμούν να περιορίσουν το κόστος των αγορών τους όμως όχι και την ποσότητα των αγαθών τους, οπότε ψάχνουν ρούχα με μικρότερο κοστολογικό επίπεδο μα ίδιας ποιότητας με αυτή ενός πιο ακριβού ρούχου.

Στη συνέχεια, ασχοληθήκαμε με το ρόλο του ενδύματος, τις επιδιώξεις των νέων αλλά και τους παράγοντες που επηρεάζουν τους νέους. Καταλήξαμε στα συνεχή συμπεράσματα: πως το ρούχο από πολύ παλιά ακόμη χρησιμοποιούνταν σαν μέσο μετάδοσης μηνυμάτων, πιο παλιά περισσότερο με σκοπό να καθορίσει τις ταξικές διαφοροποιήσεις των ατόμων και στη συνέχεια ως μέσο έκφρασης ιδεών και αντιλήψεων.

Σε όλα τα επίπεδα από τα οποία διανύσαμε προκύπταμε σε κάποιο διαφορετικό συμπέρασμα, όμως, συνήθως οι διαπιστώσεις μας για κάποιο θέμα μας οδηγούσε στο ίδιο αποτέλεσμα και αυτό είναι πως ο ρουχισμός μπορεί να θεωρηθεί ως ένα αμφιλεγόμενο κέντρο συζητήσεως και διερευνήσεως σε πολλά επίπεδα από τον κοινωνικό περίγυρο ενός ατόμου. Και είναι δυνατόν να δημιουργηθεί μια αλόγιστη επιφανειακή υπερδύναμη που αν χρησιμοποιηθεί σωστά θα έχει ενδιαφέροντα αποτελέσματα! Γι' αυτό κι ο καθένας μας ξεχωριστά οφείλει κατά κόρον στον ίδιο του τον εαυτό να διαφοροποιείται από το πλήθος και να κάνει πράγματα που τον αντιπροσωπεύουν. Γιατί με αυτό τον τρόπο θα καταφέρει να στηρίξει τα πιστεύω του και να σταθεί μόνος του σε μια απέραντη κοινωνία, που αν δεν είσαι αρκετά δυνατός ηθικά και ψυχολογικά σε κάνει υποχείριο της

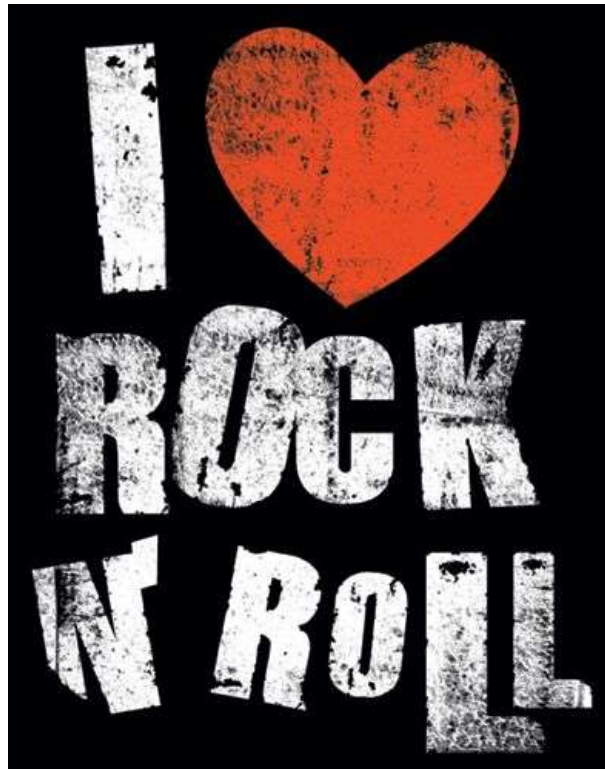
προβάλλοντας ένα κόσμο γεμάτο φθηνία. Που από μακριά φαντάζει παραδεισένιος όμως στη πραγματικότητα είναι άλλο ένα σκλαβοπάζαρο άβουλων ατόμων. Πολλοί μπορεί να τα θεωρήσουν όλα αυτά υπερβολικά για εμάς όμως είναι η στυγνή αλήθεια! Γιατί ακόμη και από κάτι τόσο απλό όπως το ντύσιμο ενός ατόμου κρύβονται πολλά περισσότερα!

Γι' αυτό καλό θα ήταν να προσπαθήσουμε να γίνουμε αυτόβουλα όντα που θα καθορίζουν μόνα τους την εμφάνιση τους και δεν θα έχουν ως κέντρο επιρροής κανένα φθηνό είδωλο όπως αυτά που προβάλλει η τηλεόραση, αλλά, αντιθέτως θα διαλέξει μόνο του το που θέλει να ανήκει μέσω της εμφάνισής του είτε αυτό είναι κοινωνικά αποδεκτό από τη στερεότυπη κοινωνία είτε όχι!

Βιβλιογραφία

Τις πληροφορίες και τα κείμενα μας τα αντλήσαμε:

1. από το internet –Wikipedia
2. από άρθρα εφημερίδων
3. από τα άρθρα των:
 - Κίττυ Ξενάκη
 - Τάσος Καφαντάρης
 - Γιάννης Δεβετζόγλου
 - Γιώργος Αγγελόπουλος

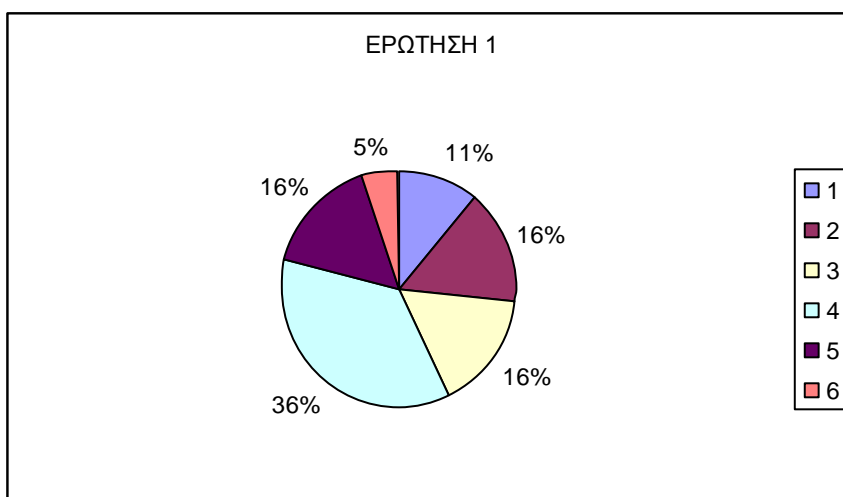


Παράρτημα

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΠΟΣΟΣΤΑ – ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΠΟΥ ΔΙΕΞΗΧΘΗ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (PROJECT) ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΔΥΣΗ

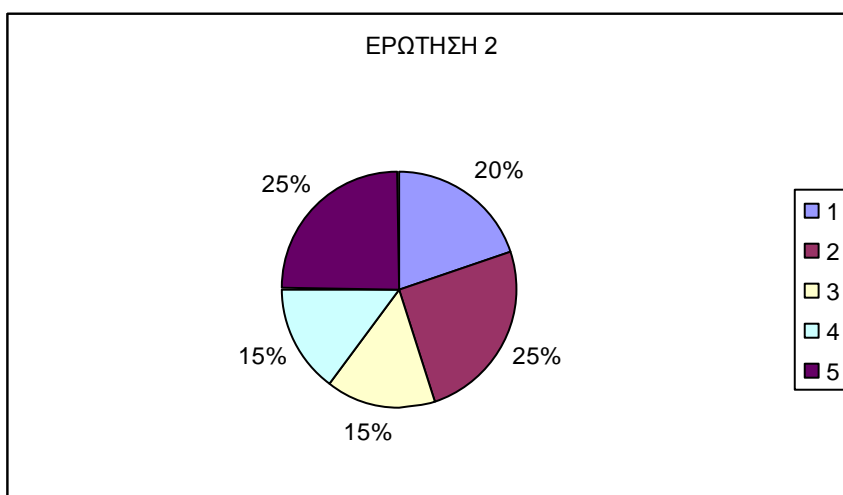
1. Για ποιο λόγο αγοράζετε συνήθως ρούχα;

1. Άλλαξε η μόδα
2. Γιατί δεν μπορώ να αντισταθώ σε κάτι που μου αρέσει
3. Έχουν φθαρεί τα παλιά
4. Για να αισθανθώ καλύτερα
5. Γιατί άλλαξε το σώμα μου
6. Άλλος λόγος.....



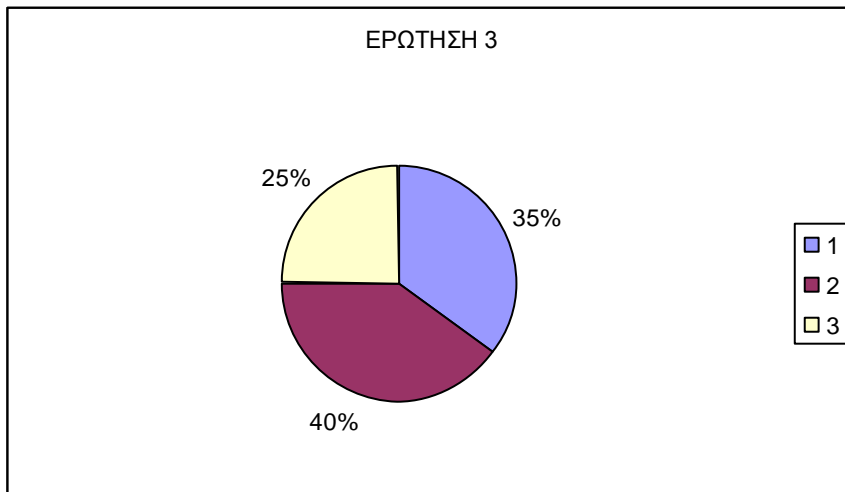
2. Με ποιο κριτήριο αγοράζετε συνήθως ρούχα;

1. Τιμή
2. Μόδα
3. Φίρμα
4. Άνεση
5. Ποιότητα



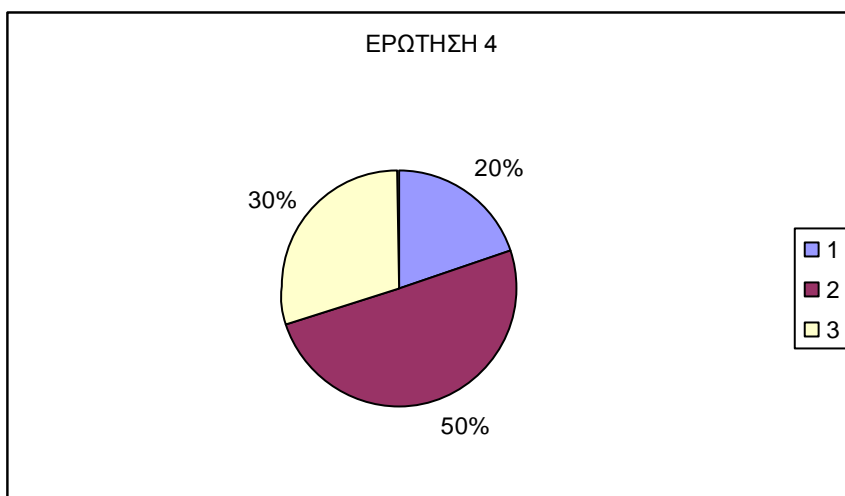
3. Προσέχεις την χώρα προέλευσης;

1. Ναι
2. Όχι
3. Μερικές φορές



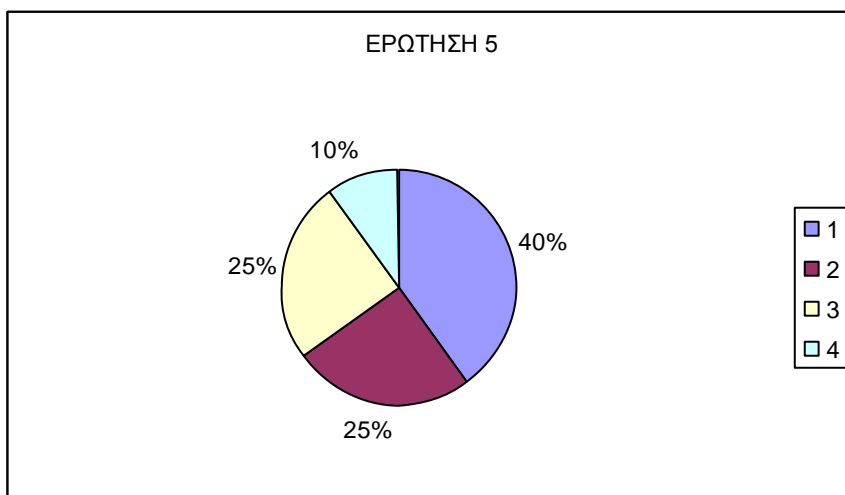
4. Επηρεάζει η διαφήμιση τις επιλογές σου στην αγορά ρούχων;

1. Ναι
2. Όχι
3. Μερικές φορές



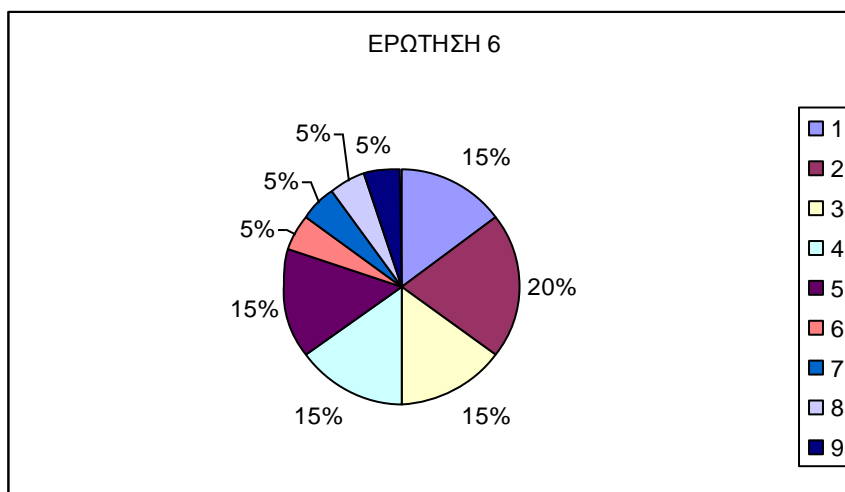
5. Προσδιορίστε κατά προσέγγιση το ετήσιο οικονομικό σας εισόδημα.

1. Μέχρι 10.000
2. Μέχρι 20.000
3. Μέχρι 40.000
4. Πάνω από 40.000



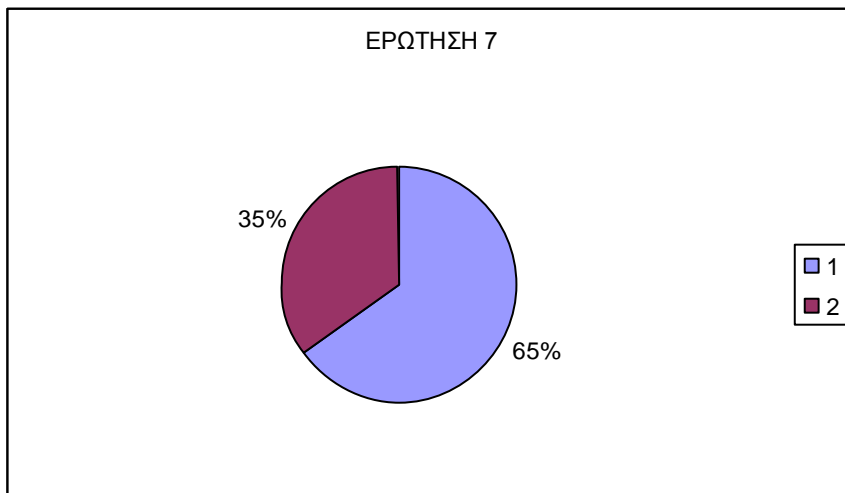
6. Τι ποσοστό του ετήσιου οικογενειακού σας εισοδήματος ξοδεύετε στην αγορά ρούχων;

.....
.....(είναι ανοιχτή απάντηση)



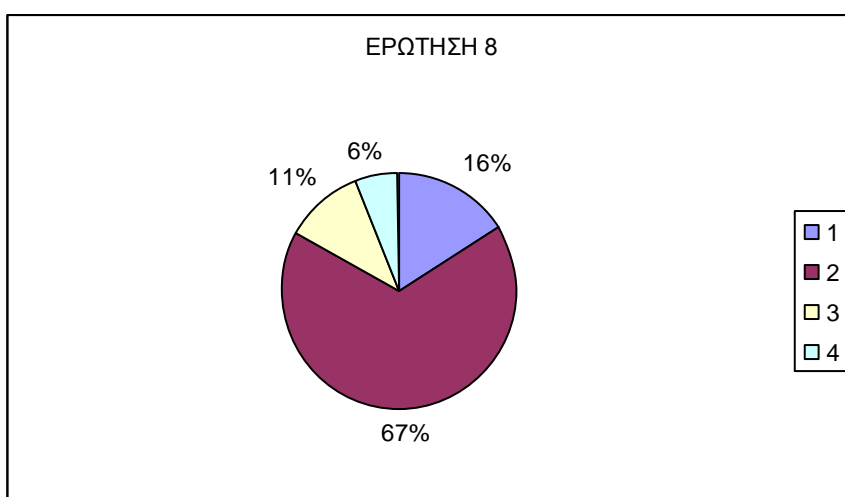
7. Η οικονομική κρίση σας έχει επηρεάσει στην αγορά ρούχων και με ποιόν τρόπο;

.....(είναι ανοιχτή απάντηση)



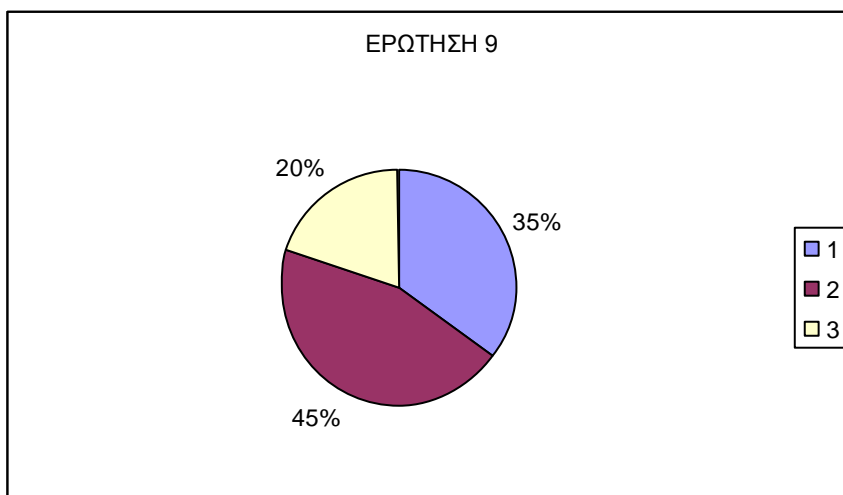
8. Τι κάνετε τα παλιά σας ρούχα;

1. Τα πετάω
2. Τα χαρίζω
3. Τα ανταλλάσσω
4. Άλλο.....



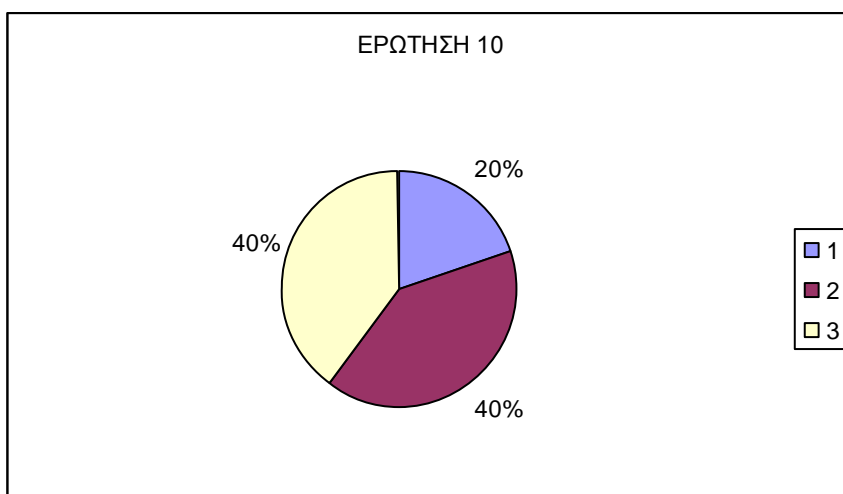
9. Από πού συνήθως αγοράζετε ρούχα;

1. Από μεγάλα εμπορικά κέντρα
2. Από συνοικιακά μαγαζιά
3. Από το διαδίκτυο
4. Από τη λαϊκή αγορά της γειτονιάς μου



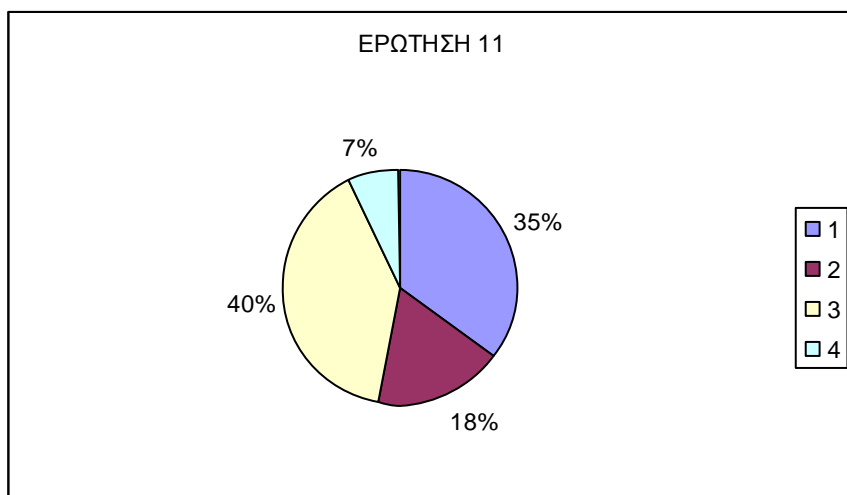
10. Επηρεάζει τις ενδυματολογικές σας επιλογές ο κοινωνικός σας περίγυρος;

1. Ναι
2. Όχι
3. Μερικές φορές



11. Κοιτάζοντας τη ντουλάπα σας ποιες είναι οι διαπιστώσεις σας;

1. Έχω περισσότερα ρούχα από όσα χρειάζομαι
2. Έχω λιγότερα ρούχα από όσα χρειάζομαι
3. Έχω ακριβώς όσα χρειάζομαι
4. Έχω ρούχα που δεν ήξερα καν ότι υπήρχαν



Τέλος Εργασίας



Επιμέλεια: Γιαννακοπούλου Νεκταρία,
Παναγιωτοπούλου Βασιλική, Δημοπούλου
Μαρία, Θεοδοροπούλου Αναστασία, Καρακάση
Δήμητρα.

Χρόνος : 2011-2012

Τόπος : 2^ο Λύκειο Πάτρας

