

Μόδα και καταναλωτισμός

Μπογκντάνι Φίντο¹, Πάπας Χρήστος¹, Σουπιώνη Ελένη¹, Σύλλας Αλέξανδρος¹,
Τσαγκαρόπουλος Ιορδάνης¹, Χελιδώνη Μαριαλένα¹

¹Λύκειο Αριστοτελείου Κολλεγίου

lykeio@aristotelio.edu.gr

Παπαχρήστου Μαρία¹, Δρ. Κοκκίνου Ελένη²

¹Φιλολόγος, Αριστοτέλειο Κολλέγιο

mary.papa.christou@hotmail.com

²Φυσικός – Πληροφορικός, Αριστοτέλειο Κολλέγιο

ekokkinou@gmail.com

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ένα από τα σημαντικότερα θέματα που χαρακτηρίζουν την κοινωνία μας σήμερα είναι ότι η δύναμη της μόδας συνεχώς εξαπλώνεται και απασχολεί όλους τους ανθρώπους, όλων των τάξεων και των ηλικιών, τόσο συντηρητικούς όσο και νεωτεριστές. Αυτό αποτέλεσε σημείο εκκίνησης για προβληματισμό και για διερεύνηση του θέματος της οικονομικής διάστασης της μόδας. Συγκεκριμένα, η παρούσα ερευνητική εργασία επικεντρώθηκε στον καταναλωτισμό που επιφέρει το φαινόμενο «μόδα» στους εφήβους. Σημειώνουμε ότι η «μόδα» αναφέρεται ως έννοια πολύ πλατιά, που επηρεάζει κάθε τομέα της ζωής του σημερινού έφηβου. Προωθείται από τα Μ.Μ.Ε. και συνδέεται με τη διάθεση των νέων για αλλαγή, μετασχηματισμό και εφευρετικότητα. Με τη βοήθεια του διαδικτύου ξεκινήσαμε μια βιβλιογραφική έρευνα ώστε να προσδιορίσουμε τους όρους που έχουν να κάνουν με την μόδα και τη σχέση της με τον καταναλωτισμό. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, διεξήγαμε έρευνα μέσα από ερωτηματολόγια, που μοιράστηκαν στο σχολικό αλλά και εξωσχολικό περιβάλλον, για περισσότερη ανάλυση και εμπάθυνση του θέματος, κατά πόσο δηλαδή η μόδα ωθεί το νέο στην κατανάλωση. Τέλος, πήραμε συνέντευξη από γνωστούς οίκους μόδας για να βρούμε περαιτέρω στοιχεία όσον αφορά την μόδα και τον καταναλωτισμό στην ζωή των εφήβων. Η μόδα, όπως αποδείχθηκε αφορά την αισθητική και ενισχύει τον καταναλωτισμό. Οι έφηβοι καταφεύγουν στην αγορά διαφόρων προϊόντων και κυρίως ρούχων είτε για να μην νιώθουν «άδειοι» ή γιατί αντιμετωπίζουν κάποιο ψυχολογικό πρόβλημα. Αφού καταγράψαμε τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων και εξετάσαμε τις απαντήσεις των συνεντεύξεων καταλήξαμε ότι η πλειοψηφία των εφήβων καταφεύγουν στον καταναλωτισμό για πολλούς λόγους, κυρίως ψυχολογικούς, πράγμα που εκμεταλλεύονται οι πωλητές για δικό τους όφελος. Συμπερασματικά, καταλήξαμε στην άποψη ότι για το θέμα «μόδα και νέοι» υπάρχουν θετικές και αρνητικές προεκτάσεις που εξαρτώνται από την οπτική που θα το διερευνήσει κάποιος.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: καταναλωτισμός, έφηβοι, μόδα, κοινωνία, προβλήματα