

«ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΜΑΣ.....
ΑΥΤΟΙ ΟΙ ΑΓΝΩΣΤΟΙ!»

Ποιες είναι οι διαστάσεις της παραγωγής
και κατανάλωσης των ειδών ένδυσης;



Ομάδα Project
57^ο Γενικού Λυκείου Αθηνών

ΕΚΘΕΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΗ ΜΟΔΑ από τις μαθήτριες και τους μαθητές του Α2project του 57^{ου} Γενικού Λυκείου Αθηνών .

Επιβλέπουσα καθηγήτρια :Μαρία Σπερελάκη.

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: «ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΜΑΣ...ΑΥΤΟΙ ΟΙ ΑΓΝΩΣΤΟΙ!» Ποιες είναι οι διαστάσεις της παραγωγής και κατανάλωσης των ειδών ένδυσης ;

Προβληματισμός για τη μόδα ,ερευνητικά ερωτήματα , υποθέματα.

Στις 10-10-2011 παρατηρώντας φωτογραφίες μοντέλων ξεκίνησε ο προβληματισμός μας σχετικά με τον κόσμο της μόδας. Καταγράψαμε λέξεις-κλειδιά που σχετίζονται με το θέμα μας , τις κατηγοριοποιήσαμε σε σύνολα και διατυπώσαμε τα ερευνητικά ερωτήματα ,που θα επεξεργαστούμε. Προέκυψαν τα παρακάτω υποθέματα:

- Καταναλωτική σχέση μας με τα ρούχα.
- Χαρακτηριστικά νεανικής-σχολικής μόδας. Κοινωνικές αντιλήψεις εποχής που συνδέονται με την ένδυση.
- Μόδα και διαφήμιση. Η διαφήμιση ως μέσο επιβολής της μόδας. Γυναικεία πρότυπα που προβάλλονται στο χώρο της μόδας.
- Στάδια πριν και μετά την κατανάλωση των ρούχων.

Στη συνέχεια χωριστήκαμε σε 4 υποομάδες με 4 μέλη η καθεμιά ως εξής:

ΟΜΑΔΑ ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ με θέμα: «Καταναλωτική σχέση μας με τα ρούχα»

ΟΜΑΔΑ CHINA TOWN με θέμα: «Χαρακτηριστικά νεανικής-σχολικής μόδας.»

ΟΜΑΔΑ MILANO FASHION με θέμα: «Μόδα και διαφήμιση.»

ΟΜΑΔΑ LAS VEGAS με θέμα: «Στάδια πριν και μετά την κατανάλωση των ρούχων.»

Όλες οι ομάδες αναλάβαμε να καταγράψουμε τα ρούχα που βρίσκονται στη ντουλάπα μας σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 1. Καταγραφή των ειδών ένδυσης της ντουλάπας μας.

Είδος ρούχου	Ποσότητα	Χρόνος απόκτησης	Χώρα κατασκευής

Στο επόμενο τρίωρο εργαστήκαμε σύμφωνα με το παρακάτω φύλλο εργασίας.

**ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ 1 ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΟΜΑΔΕΣ
ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ ΤΗΣ ΝΤΟΥΛΑΠΑΣ ΜΑΣ**

1.Χρησιμοποιώντας την απλή μέθοδο των τριών υπολογίστε στην ομάδα σας **πόσα** επί τοις % **είδη ρούχων** έχετε (στήλη ποσότητα) ,**πόσα** αποκτήθηκαν στα **δύο τελευταία χρόνια** και πόσα **παλιότερα** επί τοις % (στήλη χρόνος απόκτησης) και **πόσα** προέρχονται από **ποιες χώρες** επί τοις % (στήλη χώρα κατασκευής).

2.**Εργασία στην ολομέλεια:** Όλες οι ομάδες παρουσιάζουν τα στατιστικά στοιχεία που προέκυψαν από τις καταγραφές τους.

3.Προβληματιζόμαστε για τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε:

- Είναι πολλά;
- Θα μπορούσαμε να είχαμε λιγότερα;
- Είναι μερικά ξεχασμένα;
- Μας είναι όλα απαραίτητα;
- Σε ποιες χώρες είναι κατασκευασμένα;

4.Γράψτε **ένα κείμενο** ,στο οποίο θα παρουσιάζετε τον **προβληματισμό** σας , τις **σκέψεις** σας ,τα **σχόλιά** σας για τα στοιχεία ,που συγκεντρώσατε. Το κείμενο αυτό θα είναι μέρος της ερευνητικής εργασίας που θα συνταχθεί και θα αναρτηθεί.

Καταναλωτική σχέση μας με τα ρούχα.

Η ομάδα ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ ανέλαβε να παρουσιάσει γραπτά τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξε η ολομέλεια μετά από τη σχετική συζήτηση.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ –ΠΙΝΑΚΑ 1. Καταγραφή των ειδών ένδυσης της ντουλάπας μας.

Στις 24/10/2011 συντάξαμε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο απευθυνόταν σε 10 μαθητές/τριες της ομάδας με θέμα «ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΜΑΣ ΑΥΤΟΙ ΟΙ ΑΓΝΩΣΤΟΙ .Οι μαθητές/τριες έπρεπε να απαντήσουν σε ερωτήσεις που σχετίζονται με την ποσότητα των ρούχων που έχουν στην ντουλάπα τους,

το χρόνο που τα έχουν στη διάθεσή τους ,την απόλυτη αναγκαιότητά τους και τις χώρες προέλευσής τους.

Βασιζόμενοι σε αυτό το ερωτηματολόγιο προέκυψαν κάποια συγκεκριμένα στατιστικά στοιχεία όπως πόσα ρούχα κατά μέσο όρο αναλογούν σε ένα παιδί .Αυτά τα στοιχεία δείχνουν ότι σε κάθε παιδί αναλογούν 21 μπλούζες ,περίπου 7 παντελόνια και 3 σόρτς . Επιπλέον η χώρα προέλευσης που έρχεται πρώτη στην εισαγωγή ρούχων είναι η Ιταλία ,ακολουθεί η Κίνα και η Ισπανία, στη συνέχεια είναι η Τουρκία και η Αμερική και τελευταία είναι η Ελλάδα.Το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα που έχουν οι ερωτώμενοι-ες τα περισσότερα ρούχα στη διάθεσή τους είναι ένας χρόνος .

Από αυτά λοιπόν τα ενδεικτικά στοιχεία , αναπτύσσονται κάποιοι προβληματισμοί , όπως ότι **η ποσότητα των ρούχων μας πολλές φορές υπερβαίνει το όριο** του φυσιολογικού ,ότι υπάρχουν ρούχα ,τα οποία έχουμε φορέσει μία φορά ,και μετά τα αφήνουμε ξεχασμένα στην ντουλάπα μας και ρούχα που κάποτε ήταν στην μόδα και τώρα πια δεν τα φοράμε , επειδή είναι εκτός μόδας.

Όλα τα παραπάνω οφείλονται κυρίως στον **καταναλωτισμό** ο οποίος σήμερα αποτελεί μάλιστα για την κοινωνία μας .Η καταναλωτική μανία αφορά όλες τις ηλικίες τόσο τους νέους που θέλουν να ακολουθούν την μόδα όσο και τους μεγάλους ανθρώπους, οι οποίοι δελεάζονται από τις διαφημίσεις .Βλέπουμε γύρω μας ότι ,παρά την οικονομική κρίση ,οι αγορές ειδών ένδυσης συνεχίζουν να βρίσκονται σε αρκετά υψηλά επίπεδα ,αν λάβουμε υπόψη μας την ποσότητα των ρούχων που αναλογεί σε κάθε παιδί. Ο καταναλωτισμός ,κατά τη γνώμη μας ,είναι αποτέλεσμα των διαφημίσεων αλλά και των λανθασμένων προτύπων που προβάλλονται .Καθημερινά βομβαρδιζόμαστε με 1.000 διαφημίσεις οι οποίες μας οδηγούν στην αναζήτηση της μάρκας και στην αναγνώριση της προσωπικής μας αξίας ανάλογα με το τι φοράμε . Οι ενδυματολογικές επιλογές προβάλλονται με τον καλύτερο και πιο ελκυστικό τρόπο από μοντέλα ,τα οποία ενσαρκώνουν απόλυτα πρότυπα ομορφιάς. Πολλοί νέοι ,λοιπόν , ακολουθούν πιστά τη μόδα παραμερίζοντας τις δικές τους προτιμήσεις . Έτσι , όταν είναι κάτι στην μόδα ,αγοράζεται από πολλούς και, όταν ξεπεραστεί σε σύντομο χρονικό διάστημα , ξεχνιέται στην ντουλάπα και αυτός είναι ένας φαύλος κύκλος που δεν τελειώνει ποτέ και οι μόνοι που κερδίζουν είναι οι επιχειρήσεις ,οι οίκοι μόδας και οι διαφημιστές .

Επηρεαζόμενοι από τη διαφήμιση ,αδύναμοι να αντιμετωπίσουμε κριτικά ό,τι μας πλασάρουν, μας πιάνει καταναλωτική μανία και αγοράζουμε ρούχα , τα οποία δεν έχουμε σκεφτεί αν μας αρέσουν και αν μας συμφέρει να τα αγοράσουμε .Με αυτό τον τρόπο καταλήγουμε να έχουμε παραπάνω ρούχα από όσα χρειαζόμαστε και παρόλα αυτά να μην τα θεωρούμε αρκετά

Ο καταναλωτισμός ,λοιπόν, αναπτύσσεται χωρίς την σωστή κριτική σκέψη και μαζί του αναπτύσσεται και η απληστία . Θα πρέπει να κάνουμε πάντα έρευνα αγοράς πριν αγοράσουμε κάτι και να επιλέγουμε τα ρούχα μας με βάση τα δικά μας κριτήρια.

Στην επόμενη συνάντηση αρχίσαμε να προετοιμάζουμε σιγά-σιγά ένα ερωτηματολόγιο σύμφωνα με το ακόλουθο φύλλο εργασίας.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΧΕΣΗ ΜΑΣ ΜΕ ΤΑ ΡΟΥΧΑ.

Ας ρωτήσουμε και τους άλλους.....

Ρωτάμε τους συμμαθητές μας ,τους φίλους μας ,την οικογένειά μας σχετικά με τις επιλογές τους στα ρούχα.

- Συζητήστε τι θέλετε να μάθετε ,ποιες ερωτήσεις θα κάνετε,ποιο θα είναι το δείγμα σας (ηλικία , φύλο κ.λ.π.)Φροντίστε η απάντηση να είναι πολλαπλή επιλογή ,για να είναι πιο εύκολη η επεξεργασία τους.
- Κάθε μέλος της ομάδας να ρωτήσει 5 άτομα με κοινά χαρακτηριστικά (π.χ. γυναίκες μέχρι 25 ετών ,άνδρες μέχρι 30 ετών κ.ο.κ.).Αποφασίστε σε ποιο δείγμα ατόμων θα απευθυνθεί ο καθένας.
- Συντάξτε το ερωτηματολόγιο και είστε έτοιμοι για την έρευνα.
- Αφού συγκεντρώσετε τα απαντημένα ερωτηματολόγια, επεξεργαστείτε τα στοιχεία και συντάξτε την αναφορά της έρευνας. Γράψτε μια αναφορά για κάθε ερώτηση ,μπορείτε να μοιραστείτε μεταξύ σας τις ερωτήσεις. Η ανάλυση κάθε απάντησης περιλαμβάνει:Γενικό σχόλιο για κάθε ερώτηση βασισμένο στην επικρατούσα απάντηση , παρουσίαση των ποσοστών σε κάθε επιλογή, ένα μικρό σχόλιο(τι πιστεύετε για το αποτέλεσμα, τα αίτια που οδηγούν σε αυτήν την απάντηση , ενδεχομένως συνέπειες κ.λ.π.)

Εργασία στην ομάδα: Ανακοινώνουμε τα συμπεράσματά μας , σχολιάζουμε ,συζητούνται συγκριτικά οι απόψεις που έχουν για τη μόδα και τα ρούχα διαφορετικές πληθυσμιακές ομάδες.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 1. ΓΙΑ ΤΗ ΜΟΔΑ –ΟΜΑΔΑ ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ – ΣΥΝΤΑΧΘΗΚΕ ΣΕ ΤΕΛΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΣΤΙΣ 4-11-2011.

ΦΥΛΟ:ΑΝΔΡΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑ:

ΗΛΙΚΙΑ:

1. Παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή σας η μόδα και η αισθητική;

Καθόλου Λίγο Πολύ

2. Θα φορούσατε κάτι το οποίο είναι εκτός μόδας;

Ναι Ίσως Όχι

3. Ακολουθείτε συχνά τη μόδα;

Ναι Όχι

Αν ναι ,γιατί;

a) Για να είμαι κοινωνικά αποδεκτός-in στις επαγγελματικές μου συναναστροφές και στην παρέα μου

b) Για κοινωνική πρόοδο , για να συμβαδίζω με το σήμερα.

c) Άλλοι λόγοι.....

4. Αγοράζετε ρούχα επηρεαζόμενοι από πρότυπα;

Ναι Κάποιες φορές Όχι

5.Νιώθετε καλύτερα (μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση), όταν φοράτε επώνυμα ρούχα;

Ναι Όχι

Αν ναι , γιατί;

a. Δείχνει την κοινωνική μου τάξη.

b. Επιδεικνύει την οικονομική μου κατάσταση.

c. Γιατί πιστεύω πως έτσι γίνομαι αντικείμενο θαυμασμού

d. Γιατί πιστεύω πως είναι πιο ποιοτικά

e. Άλλοι λόγοι.....

6. Κάνετε έρευνα αγοράς πριν αγοράσετε ένα ρούχο;

Ναι Όχι

7. Θα κατακρίνατε κάποιον που δε φοράει επώνυμα ρούχα;

Ναι Όχι

Αν ναι , γιατί;

a. Επειδή δε θα ανήκε σε εύπορη κοινωνική τάξη

b. Επειδή δε θα ήταν κοινωνικά αποδεκτός από πολλούς.

c. Άλλοι λόγοι.....

8. Πόσο συχνά επηρεάζεστε από τις διαφημίσεις ρούχων;

Πάντα Κάποιες φορές Ποτέ

Αν ναι, γιατί;

A. Γιατί είναι ελκυστικά και όμορφα τα μοντέλα που προωθούν τα ρούχα.

B. Γιατί παρουσιάζονται τα ρούχα με δελεαστικό τρόπο

Γ. Άλλοι λόγοι.....

9. Κάνετε μια έρευνα αγοράς και βρίσκετε στο ένα κατάστημα επώνυμο ρούχο με 100ευρώ και στο άλλο κατάστημα **ίδιο αλλά μη επώνυμο** ρούχο με 50 ευρώ. Ποιο θα διαλέγατε;

Το πρώτο

Το δεύτερο

Αν το πρώτο, γιατί;

Είναι μάρκα

Πιστεύω πως θα είναι πιο ποιοτικό

Άλλοι λόγοι.....

Αν το δεύτερο, γιατί;

Είναι πιο φθηνό

Δεν νομίζω πως η επωνυμία αντιστοιχεί απαραίτητα σε καλή ποιότητα και είναι εύκολα αναγνωρίσιμη από τους άλλους.

10. Ξοδεύετε πολλά χρήματα για αγορά ρούχων κάθε σεζόν;

i. Μέχρι 50 ευρώ

ii. Από 50-100 ευρώ

iii. Από 100-200 ευρώ

iv. Πάνω από 200ευρώ

11. Πιστεύετε πως από τις επιλογές που κάνει κάποιος στο ντύσιμό του φαίνεται ο χαρακτήρας και η προσωπικότητά του;

Ναι

Όχι

Στις 7-11-2011 εργαστήκαμε σύμφωνα με το παρακάτω φύλλο εργασίας.

ΟΜΑΔΑ ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ.

7-11-

2011

- Παρουσιάστε το υλικό σας (απαντήσεις των ερωτήσεων) στην ομάδα σας.
- Κατηγοριοποιήστε τις απαντήσεις σας, χρησιμοποιώντας τη μέθοδο των τριών. Η σύνθεση των αποτελεσμάτων σας μπορεί να βασιστεί στους παρακάτω άξονες.

- Οι λόγοι ,για τους οποίους αγοράζουν συνήθως ρούχα οι καταναλωτές
- Βασικά κριτήρια για την επιλογή των ρούχων.
- Η προσοχή που δείχνουν στη χώρα προέλευσης.
- Τι κάνουν τα παλιά τους ρούχα.
- Οποιοδήποτε άλλο στοιχείο αναδειχθεί από το ερωτηματολόγιο και κριθεί σημαντικό.

Καταγράψτε το κείμενό σας ,που θα αποτελέσει τμήμα της ερευνητικής εργασίας

Συνεχίσαμε στις 14-11-2011

ΟΜΑΔΑ ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ

14-11-2011

Στην ομάδα: Όλα τα μέλη φέρνουν τις αναφορές που έχουν συντάξει με βάση το δείγμα που είχαν να μελετήσουν και συντάσσεται η συνολική αναφορά της έρευνας. Εξάγονται **συμπεράσματα και γίνονται συγκρίσεις ανάμεσα στην αντίληψη που έχουν για τη μόδα και τα ρούχα διαφορετικές πληθυσμιακές ομάδες.**

Μπορείτε να φτιάξετε ένα power-point με τα συμπεράσματά σας;

Μετά από συστηματική δουλειά καταφέραμε στις 4-12-2011 να ολοκληρώσουμε την καταγραφή και την ερμηνεία των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ 1. ΓΙΑ ΤΗ ΜΟΔΑ.

Ερμηνεύοντας τις απαντήσεις που πήραμε σε ερωτηματολόγιο σχετικό με τη μόδα από δείγμα αντρικού και γυναικείου πληθυσμού 14 ατόμων καταλήξαμε στα παρακάτω συμπεράσματα. Και οι 7 γυναίκες στο ερώτημα «Παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή σας η μόδα και η αισθητική;» απάντησαν ότι τις ενδιαφέρει πολύ, σε αντίθεση με την πλειοψηφία των αντρών (86%) που απάντησαν ότι ενδιαφέρονται λίγο. Αυτό δείχνει ότι οι γυναίκες είναι περισσότερο επιρρεπείς στα προστάγματα της μόδας. Το 42,8% των αντρών θα φορούσε κάτι το οποίο είναι εκτός μόδας , ενώ μόνο ένα ποσοστό 14,3% των γυναικών συμφωνεί με αυτή την άποψη. Αυτό δείχνει ότι οι γυναίκες είναι περισσότερο δέσμιες της μόδας απ' ό,τι οι άντρες . Στο επόμενο ερώτημα που αναφέρεται στο πόσο συχνά ακολουθούν τη μόδα, οι περισσότερες γυναίκες (57%) απάντησαν πως ακολουθούν τη μόδα συχνά . Οι λόγοι για το αποτέλεσμα αυτό είναι ότι θέλουν να συμβαδίζουν με το σήμερα. Στην ίδια ερώτηση 4/4 άντρες ακολουθούν τη μόδα, για να συγχρονίζονται με τα μηνύματα της εποχής μας. Μικρό ποσοστό των ανδρών απάντησε ότι ακολουθεί τη μόδα για να είναι κοινωνικά αποδεκτό στις επαγγελματικές του συναναστροφές και στην παρέα του. Φαίνεται ότι η επιρροή των προτύπων για επιλογή ρούχων είναι συχνή στις γυναίκες (50%) και στους άντρες (60%). Στην

ερώτηση αν νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση , όταν φοράνε επώνυμα ρούχα , απάντησαν το 40% ναι και οι λόγοι είναι ότι δείχνει σε ποια κοινωνική τάξη ανήκουν (33,3%) και πως επιδεικνύει την οικονομική τους κατάσταση (33,3%) .Εξάλλου μεγάλο ποσοστό γυναικών πιστεύει πως με αυτή τους την επιλογή γίνονται αντικείμενο θαυμασμού. Επίσης το 33,3% θεωρεί ότι τα επώνυμα ρούχα αντιστοιχούν στην καλή ποιότητα. Οι άντρες σε αντίθεση με τις γυναίκες δεν θα φορούσαν επώνυμα ρούχα , επειδή δείχνουν την κοινωνική τους τάξη ούτε για να επιδεικνύουν την οικονομική τους κατάσταση. Ενώ το 33,3% πιστεύει πως γίνεται αντικείμενο θαυμασμού φορώντας επώνυμα ρούχα. Όσοι άντρες απάντησαν ναι σε αυτή την ερώτηση πιστεύουν πως είναι πιο ποιοτικά τα επώνυμα ρούχα. Επομένως περισσότεροι από τους μισούς δεν αισθάνονται ιδιαίτερη αυτοπεποίθηση φορώντας τα ρούχα αυτά , πράγμα το οποίο κατά την γνώμη μας σημαίνει ότι γι' αυτούς η προσωπικότητα έχει τον κύριο ρόλο και δεν ζητούν να καλύψουν αδυναμίες του χαρακτήρα τους μέσα από την συγκεκριμένη ένδυση. Στην επόμενη ερώτηση για το αν κάνουν έρευνα αγοράς πριν αγοράσουν ένα ρούχο, το μεγαλύτερο ποσοστό των αντρών απάντησε αρνητικά με ποσοστό 71,4%. Ενώ οι γυναίκες απάντησαν θετικά με μεγαλύτερο ποσοστό 57,1%. Άρα οι άντρες είναι πιο επιπόλαιοι σε ό,τι αφορά την ένδυση και δεν θεωρούν σημαντικό να αφιερώσουν τόσο χρόνο στο να κάνουν έρευνα αγοράς , αφού παίρνουν μόνο τα απαραίτητα . Σε αντίθεση με τον γυναικείο πληθυσμό που ψάχνει κάτι πιο ιδιαίτερο και θεωρούν πιο σημαντικό να επιλέξουν το κατάλληλο ρούχο γι' αυτές. Στη συνέχεια τέθηκε το ερώτημα «Θα κατακρίνατε κάποιον που δε φοράει επώνυμα ρούχα;». Το 100% των γυναικών και το 85% των αντρών απάντησε όχι και μόλις το 14,2% του αντρικού πληθυσμού θα κατέκρινε κάποιον που δε φοράει επώνυμα ρούχα και ο λόγος είναι ,επειδή δε θα ήταν κοινωνικά αποδεκτός από τους πολλούς. Συνεπώς οι περισσότεροι άνθρωποι δε δίνουν ιδιαίτερη σημασία στο αν κάποιο άτομο ντύνεται με επώνυμα ρούχα. **Η επόμενη ερώτηση αφορά το πόσο συχνά επηρεάζονται από τις διαφημίσεις ρούχων που προβάλλονται. Παραπάνω από το μισό ποσοστό των γυναικών απάντησε πως δεν επηρεάζονται ποτέ από αυτές. Όμως ένα 42,8% κάποιες φορές επηρεάζονται. Από την άλλη οι άντρες στο μεγαλύτερο ποσοστό τους επηρεάζονται από τις διαφημίσεις κάποιες φορές. Με αποτέλεσμα οι διαφημίσεις να μην ασκούν επιρροή μόλις στο 28,5% των αντρών. Έτσι βλέπουμε ότι για τους περισσότερους ανθρώπους η διαφήμιση είναι ένας σημαντικός παράγοντας του καταναλωτισμού.** Το επόμενο ερώτημα αναφέρεται στην περίπτωση που κάνουν μια έρευνα αγοράς και βρίσκουν στο ένα κατάστημα επώνυμο ρούχο με 100 ευρώ και σε ένα άλλο κατάστημα ίδιο αλλά μη επώνυμο με 50 ευρώ. Το 85% των

γυναικών θα διάλεγαν το δεύτερο με βάση την τιμή του με ποσοστό 100% ,ενώ το 33,3% πιστεύει πως η επωνυμία δεν αντιστοιχεί απαραίτητα σε καλύτερη ποιότητα και πως δεν είναι εύκολα αναγνωρίσιμη από τους άλλους. Οι άντρες με ποσοστό 42,8% θα αγόραζαν το πρώτο. Ένας στους τρεις θα το αγόραζε , επειδή είναι μάρκα ενώ δύο στους τρεις με κριτήριο ότι θα είναι περισσότερο ποιοτικό. Το υπόλοιπο 57,1% προτίμησε το δεύτερο , γιατί πιστεύει πως είναι πιο φθηνό. Άρα συμπεραίνουμε πως για το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών και των αντρών είναι σημαντική η τιμή και θεωρούν ότι η επωνυμία των ρούχων δε συνδέεται άμεσα με την ποιότητά τους. Στην ερώτηση «Ξοδεύετε πολλά χρήματα για αγορά ρούχων κάθε σεζόν;». Το 28,5% των αντρών απάντησαν ότι ξοδεύουν 50 με 100 ευρώ, το 57,1% 100 με 200 ευρώ και το 14% πάνω από 200 ευρώ. Από το αποτέλεσμα αυτό βλέπουμε ότι οι **άντρες ξοδεύουν πιο πολλά χρήματα από τις γυναίκες για την αγορά ρούχων** και πως οι γυναίκες δεν ξοδεύουν πάνω από 200 ευρώ. Στην επόμενη ερώτηση για το αν οι επιλογές που κάνει ένα άτομο στο ντύσιμό του δείχνει τον χαρακτήρα και την προσωπικότητά, παραπάνω από το μισό τις εκατό (85,7%) των αντρών απάντησαν ναι και το άλλο 14,2% όχι. Ενώ το 57,1% των γυναικών απάντησαν ναι και το 42,8% όχι. Συνεπώς βλέπουμε ότι οι άντρες πιστεύουν περισσότερο από τις γυναίκες πως το ντύσιμο ενός αναδεικνύει την προσωπικότητα και τον χαρακτήρα του.

Στις 12-12-2011 συνεχίσαμε ως εξής:

ΟΜΑΔΑ ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ

12-12-2011

- Ανακοινώνουμε στην ολομέλεια τι έχουμε επεξεργαστεί μέχρι σήμερα , σε ποια **αποτελέσματα** έχουμε καταλήξει και τι **στόχους** έχουμε.
- Ο γραμματέας της ομάδας κρατά **σημειώσεις** και ακούμε προσεκτικά τα συμπεράσματα και των άλλων ομάδων ,για να βρούμε πώς θα **συνδέσουμε τα επιμέρους θέματα**.
- Συνεχίζουμε με συγκέντρωση στοιχείων από τα μαγαζιά – συμπεράσματα.
- Βλέπουμε την ταινία Ο ΚΑΛΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ και καταγράφουμε τα στοιχεία που μας ενδιαφέρουν.

Σχολική – νεανική μόδα παλιότερα και σήμερα.

Η ομάδα CHINA TOWN δουλεύοντας πάνω στο θέμα ΣΧΟΛΙΚΗ ΜΟΔΑ οργάνωσε την εργασία της ξεκινώντας με το ακόλουθο φύλλο εργασίας:

ΣΧΟΛΙΚΗ ΝΕΑΝΙΚΗ ΜΟΔΑ- ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ.

- Αναζητήστε πληροφορίες στο διαδίκτυο σχετικά με το μαθητικό ντύσιμο πριν το 1982 , όταν οι μαθήτριες φορούσαν ακόμα τη «σχολική ποδιά» .
- Βρείτε πληροφορίες για αντίστοιχη στολή αγοριών τα παλιότερα χρόνια.
- Βρείτε φωτογραφικό υλικό από την εποχή (διαδίκτυο, οικογενειακά άλμπουμ κ.λ.π.)
- Ρ ε π ο ρ τ ά ζ σ τ ο σ χ ο λ ε ί ο !
- ✓ Διαμόρφωση του ερωτηματολογίου-σύνταξη ερωτήσεων, δείγμα ερωτώμενων.
- ✓ Βιντεοσκόπηση ή φωτογράφιση του ρεπορτάζ.
- ✓ Επεξεργασία των αποτελεσμάτων-γραπτή σύνθεσή τους με βάση τους άξονες:
 - ❖ Δικαιώθηκαν οι φόβοι που συνόδευαν την κατάργηση της σχολικής ποδιάς;
 - ❖ Τι λένε οι συμμαθητές /τριες σας για το σχολικό τους ντύσιμο;Με τι κριτήρια το επιλέγουν;
 - ❖ Πώς θα σχολίαζαν τις επιλογές του άλλου φύλου;
 - ❖ Πώς θα τους φαινόταν αν επαναφερόταν ο θεσμός της σχολικής ποδιάς;
 - ❖ Οτιδήποτε άλλο κριθεί σημαντικό.....

Το κείμενο που γράψατε θα αποτελέσει τμήμα της ερευνητικής εργασίας.

Εργασία στην ολομέλεια: Ανακοίνωση των συμπερασμάτων , σχολίων ,συζήτηση και **τελική σύνταξη του κειμένου μας μετά από τις παρατηρήσεις και των άλλων.**

Μέλος της ομάδας κατέθεσε στην ομάδα τις παρακάτω πληροφορίες ,που βρήκε στο διαδίκτυο και οι οποίες αποτέλεσαν αφορμή για συζήτηση στην ομάδα.Η παρουσίαση και συζήτηση εμπλουτίστηκε και με άλλες φωτογραφίες και πληροφορίες ,που αναφέρονταν στην εποχή πριν το 1982.

Σχολική ποδιά...Ξεχασμένη υπόθεση

Είναι γεγονός ότι σήμερα η σχολική ποδιά θεωρείται ξεχασμένη υπόθεση. Η μπλε αυτή ποδιά που για πολλά χρόνια στο παρελθόν μαρτυρούσε την ιδιότητα του μαθητή, υπηρετούσε την ομοιομορφία των μελών της μαθητικής κοινότητας και την συνοχή αυτών, από το 1982, αποτελεί παρελθόν.



Η ιδέα της σχολικής ποδιάς προήλθε από τη συνεργασία μιας δασκάλας με το σύλλογο γονέων και κηδεμόνων ενός σχολείου. Αρχικά, όπως λέγεται, είχε εθελοντικό χαρακτήρα και ήταν προτιμητέα από οικογένειες που ήθελαν να εξοικονομήσουν χρήματα ή ήταν χαμηλόμισθες και από οικογένειες που την επέλεξαν καθαρά και μόνο γιατί δεν νοιάζονταν ιδιαίτερα για την ένδυση των παιδιών τους. Στην πορεία, η ποδιά κατέστη υποχρεωτική και είχε ως σκοπό την ομοιόμορφη εμφάνιση των μαθητών εντός των σχολικών μονάδων.



Το χρώμα της ήταν μπλε σ όλες τις τάξεις του Δημοτικού Σχολείου, το οποίο προήλθε από το χρώμα της γαλανόλευκης ελληνικής σημαίας. Στο σημερινό Γυμνάσιο και Λύκειο, στην Δευτεροβάθμια εκπαίδευση δηλαδή, που τότε ήταν ενιαίο και ονομαζόταν Εξατάξιο Γυμνάσιο, το χρώμα της ποδιάς ήταν μαύρο.

Η σχολική ποδιά αποτελούταν από ένα στρογγυλό άσπρο γιακά, την οποία συμπλήρωνε και κούμπωνε στο πίσω μέρος της. Είχε ένα συγκεκριμένο μάκρος, συνήθως έφτανε μέχρι το γόνατο, το οποίο δήλωνε σεμνότητα και σεβασμό προς το σχολείο, τους δασκάλους ή τους καθηγητές και κατέπεκτασε τους γονείς και τους συμμαθητές. Φορούσαν, επιπλέον, ψηλές κάλτσες για να μην κρυώνουν τις παγωμένες μέρες του χειμώνα αλλά και για να

καλύπτουν τα πόδια τους, πάλι λόγω σεβασμού. Στο αριστερό μέρος, τέλος, της ποδιάς στο ύψος του στήθους ήταν ραμμένο με κέντημα το όνομα – η ταυτότητα του σχολείου

● ΟΙ τιμές για τις ποδιές του νηπιαγωγείου αρχίζουν από 395 δραχ. για να φθάσουν στις 495 και τις 550 δραχ του Τσεκλένη.

● ΟΙ ποδιές Δημοτικού στοι- χίζουν από 485 δραχ. μέχρι 970 δραχ. οι μοντέρνες ποδιές του Τσεκλένη.

● ΟΙ ποδιές Γυμνασίου αρχίζουν από 695 έως 735 δραχ. οι απλές και φθάνουν μέχρι 1.050 ή 1.450 δραχ. του Τσεκλέ- νη.

● Υπάρχουν επίσης και μπουφάν («Λάουρα») για αγό- ρια Δημοτικού και για τις κρύ ες μέρες του χειμώνα, που στοι χίζουν 375 δραχ. που μπορεί να φθάσουν και τις 1.450 δραχ. από νάιλου.

● Τσάντες: ΟΙ τσάντες εί- ναι διαφόρων ειδών, μεγεθών και ποιότητων και ανάλογες

Η ποιότητά της διέφερε από μια κοινωνική τάξη σε άλλη καθώς οι πιο εύπορες οικογένειες είχαν τη δυνατότητα να προμηθευτούν ποδιές καλύτερης ποιότητας σε σχέση με τις συνηθισμένες και κατά πλειοψηφία φορεμένες σχολικές ποδιές. Για παράδειγμα, οι ποδιές για το νηπιαγωγείο κόστιζαν από 395δραχ ως 495δραχ. Για τους έχοντες και κατέχοντες, υπήρχαν οι ποδιές Tseklenis που κόστιζαν 550δραχ. Στο δημοτικό, οι τιμές κυμαίνονταν από 485δραχ και έφταναν ως 970δραχ που κόστιζαν οι ποδιές Tseklenis. Τέλος, στο γυμνάσιο, οι απλές ποδιές κυμαίνονταν από 695δραχ ως 735δραχ και οι Tseklenis από 1050δραχ ως 1450δραχ.

Πριν από 29 χρόνια, με αφορμή διάφορες αλλαγές στον εκπαιδευτικό τομέα, ήρθε στο προσκήνιο το ενδεχόμενο κατάργησης της σχολικής ποδιάς, θέμα που προκάλεσε αντιθέσεις και διχασμούς στα μέλη της ελληνικής κοινωνίας. Σύμφωνα με τους υποστηρικτές της κατάργησης της ποδιάς, η ύπαρξή της δεν εξυπηρετούσε κανένα σκοπό ή καμία ανάγκη και όλοι οι εκφρασμένοι φόβοι περί ανεξέλεγκτης εισαγωγής της μόδας στα

σχολεία, ύπαρξης ενδυματολογικών ανταγωνισμών μεταξύ των μαθητών, εισαγωγής του καταναλωτικού προτύπου στην εκπαίδευση, θα εξαλείφονταν πολύ σύντομα.

Τελικά, στις 5 Φεβρουαρίου 1982, ψηφίστηκε στην Βουλή των Ελλήνων νόμος περί της κατάργησης της σχολικής ποδιάς σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης. Ο νόμος αυτός προκάλεσε έντονο προβληματισμό τόσο στους εκπαιδευτικούς όσο και στους γονείς, οι οποίοι φοβήθηκαν κυρίως για το ότι στο όνομα του εκδημοκρατισμού, του πλουραλισμού και της υποτιθέμενης ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητας των παιδιών τους, θα επρόκειτο πλέον να είναι βεβαρημένος ο οικογενειακός προϋπολογισμός τους. Και αυτό λόγω του ότι τα παιδιά τους θα ήθελαν να αγοράζουν ρούχα της μόδας, η οποία ως γνωστόν είναι άστατη, επιπόλαιη και παροδική, θα επηρεάζονταν από τις διαφημίσεις και βέβαια, από τα ερεθίσματα που θα δέχονταν καθημερινά από τους υπόλοιπους μαθητές της σχολικής μονάδας. Αυτό θα είχε ως πρώτη και βασικότερη συνέπεια την δημιουργία κοινωνικών διακρίσεων εντός των σχολικών μονάδων.



Αρχικά, οι μαθητές δήλωναν ανακουφισμένοι χωρίς την ποδιά λόγω του ότι την φορούσαν και ασφυκτιούσαν. Πλέον θα μπορούσαν να φοράνε καθημερινά ρούχα της επιλογής τους.



Είναι γεγονός, σύμφωνα με δημοσιεύματα, ότι τα τελευταία χρόνια άνοιξε δειλά-δειλά συζήτηση αναφορικά με την επαναφορά της σχολικής ποδιάς στα σχολεία, αφού πλέον η μόδα έχει εισχωρήσει σ αυτά και αρχίζει να αποτελεί θέμα άξιο προσοχής. Βέβαια, η Πολιτεία είναι αμέτοχη στο ζήτημα αυτό ως τώρα.

Στις 31-10 συνέχισαν ως εξής:

ΟΜΑΔΑ CHINA TOWN

31-10-2011

Οργανώστε ένα **ρεπορτάζ** στο χώρο του σχολείου σας με θέμα «Η σχολική μόδα μετά την κατάργηση της σχολικής ποδιάς» .Μπορείτε να τραβήξετε και φωτογραφίες.

Καταμερίστε τις εργασίες που πρέπει να διεκπεραιωθούν για τη διεξαγωγή του ρεπορτάζ:

A)Συζητήστε τις ερωτήσεις. Σύνταξη του ερωτηματολογίου ,χώρος, χρόνος διεξαγωγής του ρεπορτάζ, δείγμα ερωτώμενων κ.λ.π.

B) Κάθε μέλος να ρωτήσει τουλάχιστον 4 μαθητές.

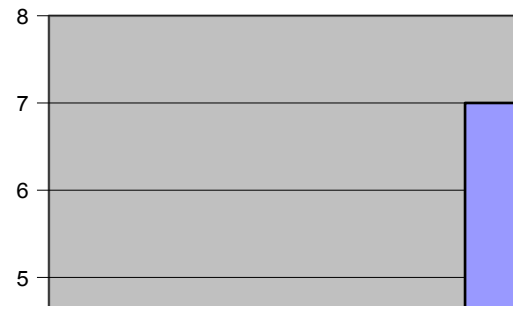
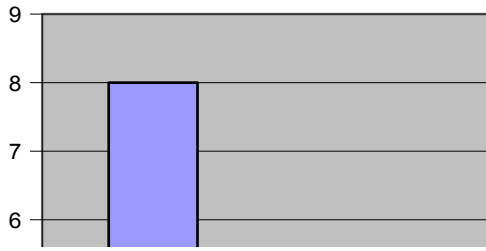
Γ) Κάποιο/α μέλη να τραβήξουν φωτογραφίες ή αν υπάρχει ψηφιακή βιντεοκάμερα ,μπορείτε να γυρίσετε ένα φιλμάκι.

Σκεφτείτε τι άλλο θέλετε να δουλέψετε στο υπόθεμά σας

Αποτελέσματα από το Ερωτηματολόγιο με θέμα «Η σχολική μόδα μετά την κατάργηση της σχολικής ποδιάς.»

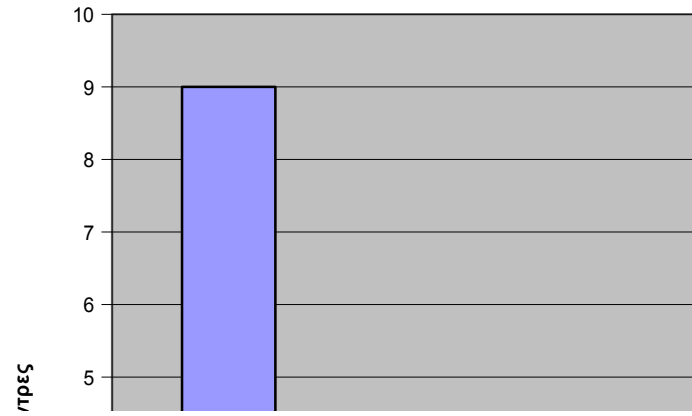
Σημ. Το Ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από 11 Άντρες και 19 Γυναίκες, σύνολο από 30 άτομα.

1)Σ

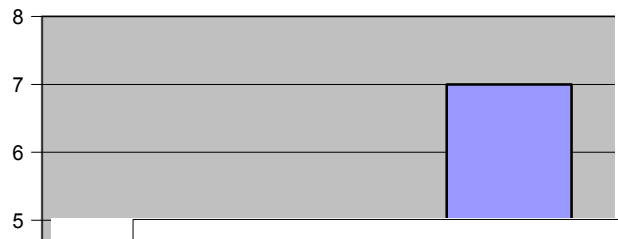


3)Εσείς τι φοράτε στο σνολείο:Νη

4) Προσπαθείτε να ακ



5)Εάν πάτε μαζί για ψώνια αγοράζετε τα ιδ



4,5 -

4 -

3,5 -

3 -

2,5

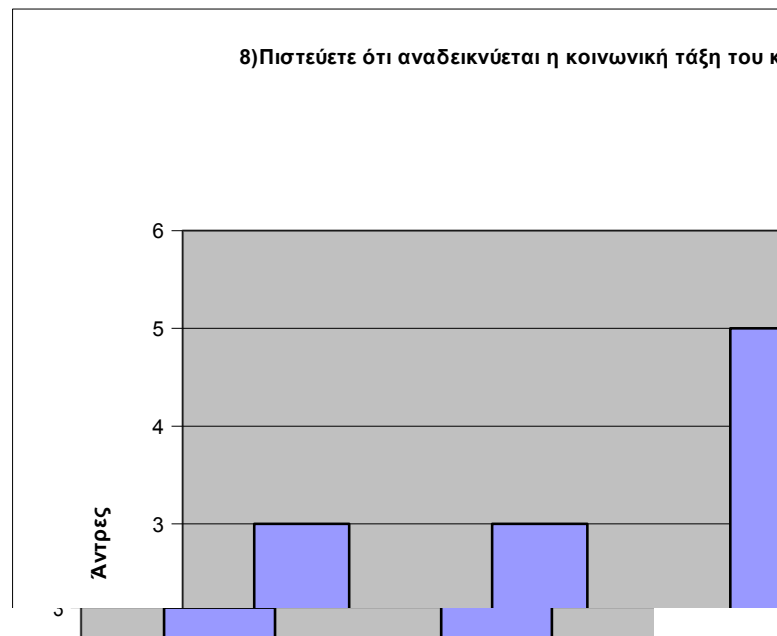
2

1,5

Σ

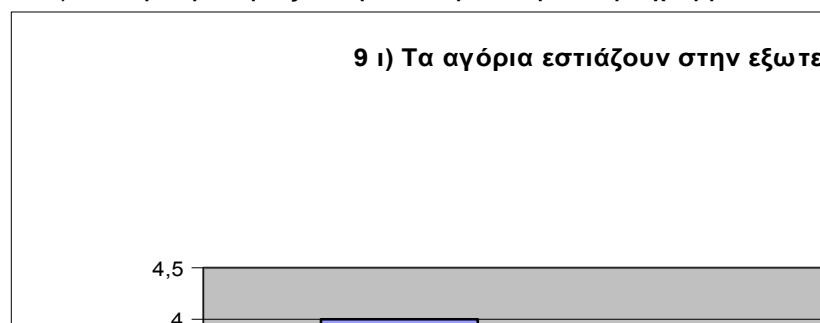
7)Σχο

8)Πιστεύετε ότι αναδεικνύεται η κοινωνική τάξη του κ

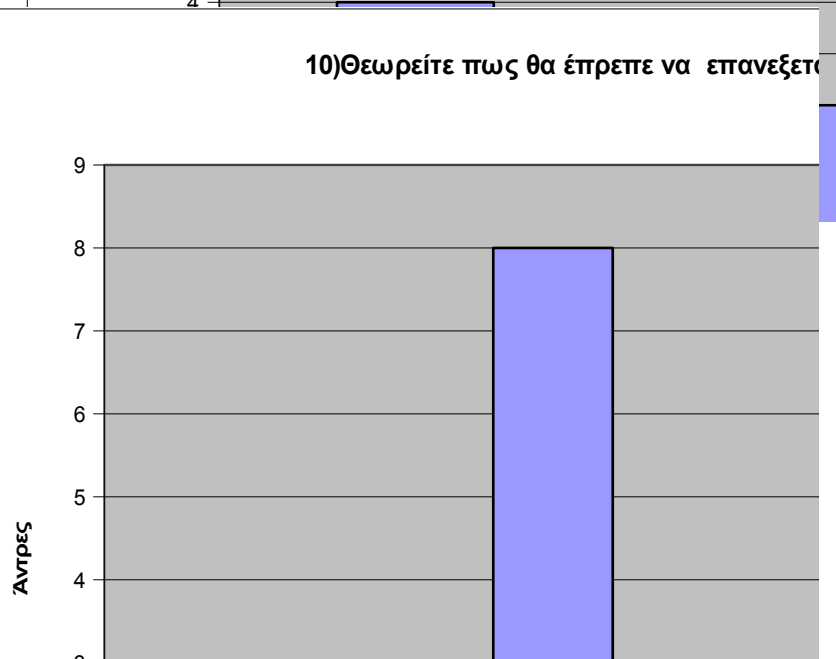


9)Δίνουν βάση συνήθως τα κορίτσια περισσότερο στα ρούχα ή γενι

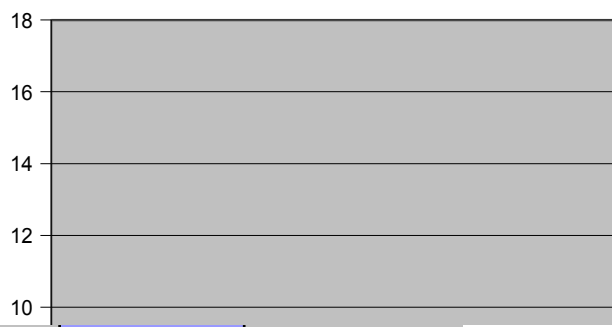
9 ι) Τα αγόρια εστιάζουν στην εξωτε



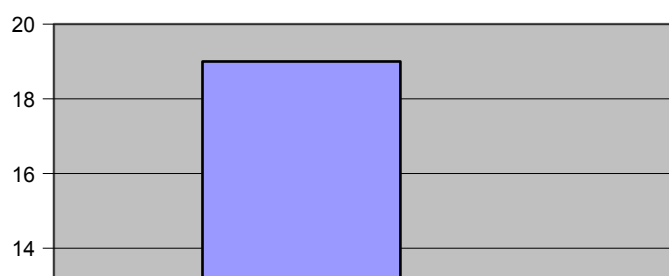
10)Θεωρείτε πως θα έπρεπε να επανεξετα



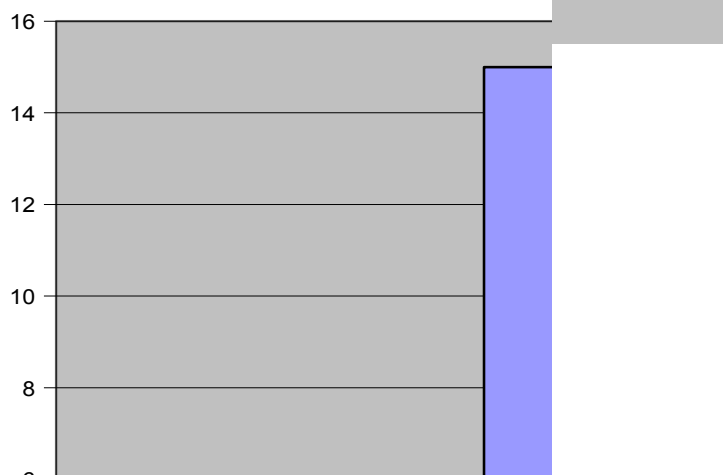
2)Θα έ



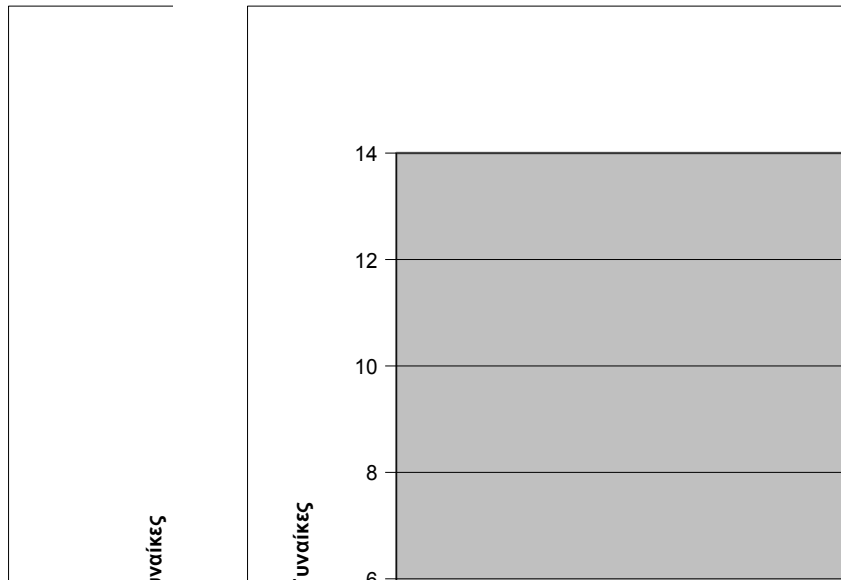
4)Προσπαθείτε να ακο



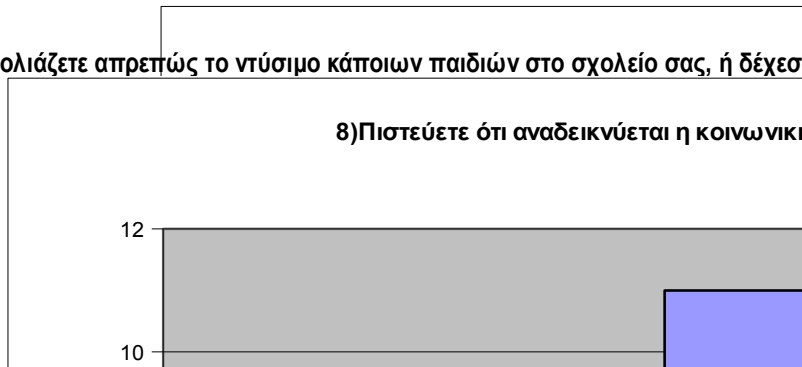
5)Εάν πάτε μαζί για ψώνια



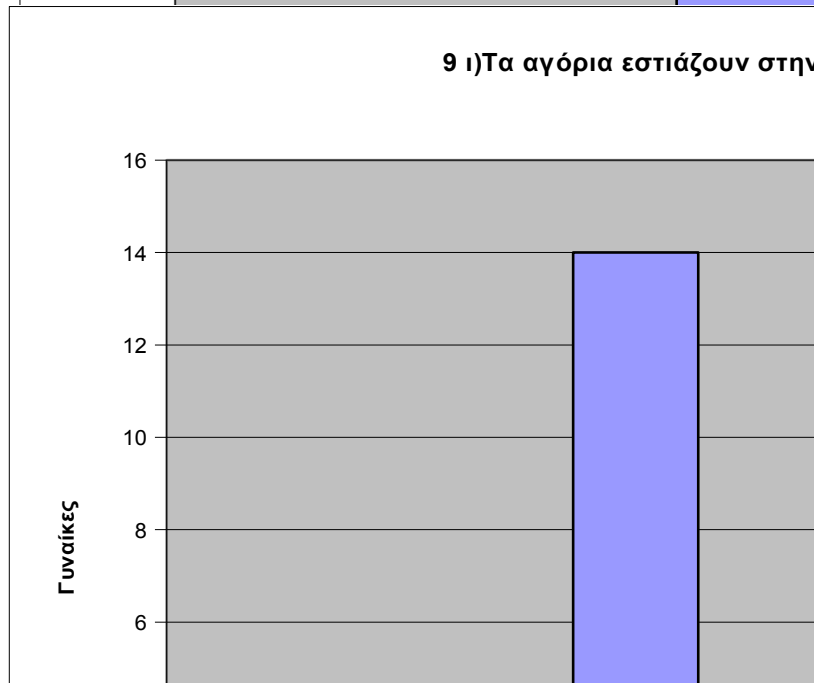
Γυναίκες

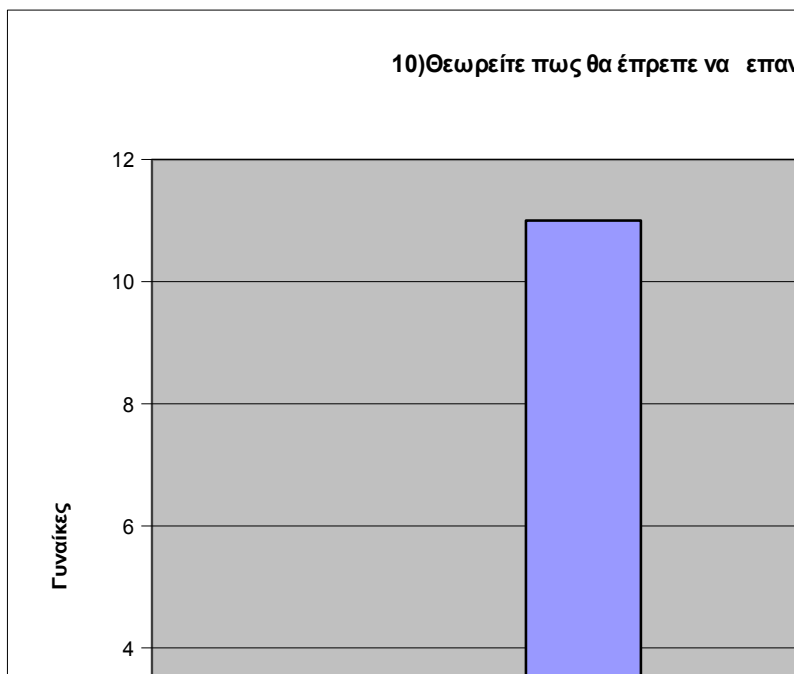


7) Σχολιάζετε απρεπώς το ντύσιμο κάποιων παιδιών στο σχολείο σας, ή δέχεσθε να ντυθείτε έτσι?



9) Τα αγόρια εστιάζουν στην εμφάνισή τους;





Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου σχολιάστηκαν από την ομάδα China Town ως εξής:

Είναι πλέον γνωστό ότι η εμφάνιση των ανθρώπων παίζει σημαντικό ρόλο και για τους ίδιους, αλλά και για την θέση τους στην κοινωνία, καθώς και στην αντιμετώπιση τους από αυτήν.

Απ' το πώς ντύνονται τα μέλη μιας κοινωνίας, μπορούν να γίνουν ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις και να εξαχθούν

σημαντικά συμπεράσματα όχι μόνο για τα ίδια και τις αισθητικές τους προτιμήσεις, αλλά και για την κοινωνία μέσα στην οποία ζουν, την πολιτιστική της φυσιογνωμία, τον τρόπο οργάνωσης και το βαθμό ανάπτυξής της. Μ' άλλα λόγια, πάνω σε κάθε ρούχο εγγράφονται μηνύματα όχι μόνο ατομικού αλλά πρωτίστως κοινωνικού χαρακτήρα και περιεχομένου, που είναι χρήσιμα για τη μελέτη και την κατανόηση όχι μόνο του ατόμου αλλά και της κοινωνίας του. Το να ενδιαφέρεται κανείς λοιπόν για την εμφάνιση και την ενδυμασία του δεν είναι καθόλου περίεργο. Άλλωστε, η εικόνα που παρουσιάζουμε προς τα έξω για τον εαυτό μας δεν αφήνει ανεπηρέαστη ούτε την ψυχική μας διάθεση ούτε τις διαπροσωπικές μας σχέσεις ούτε το κοινωνικό μας κύρος.

Σημαντικό ρόλο σ' αυτές τις απόψεις έπαιξε και η κατάργηση της σχολικής ποδιάς, που σε αντίθεση με σήμερα περιόριζε τους νέους στην σχολική τους ενδυμασία. Μέσα από μια έρευνα που κάναμε με θέμα: **"Η σχολική μόδα μετά την κατάργηση της σχολικής ποδιάς"** μάθαμε τις απόψεις και τη γνώμη των νέων πάνω στο θέμα.

Σύμφωνα με τα τελικά αποτελέσματα, οι φόβοι που συνοδεύουν την κατάργηση της σχολικής ποδιάς δεν δικαιώθηκαν, αφού η συντριπτική πλειοψηφία ψήφισε ότι συμφωνεί με την κατάργησή της και δε θέλει την επαναφορά της. Η καθημερινή ενδυμασία όμως, ανεξάρτητα από το γούστο του ατόμου, μπορεί να αλλάξει από το ίδιο, ακόμα και ασυνείδητα αν υπάρχει αλλαγή στην διάθεσή του. Αυτή η παρατήρηση επιβεβαιώνεται, καθώς ένα υψηλό ποσοστό 73,6% κοριτσιών επιλέγει το καθημερινό του ντύσιμο στο σχολείο ανάλογα με την διάθεσή του. Το ίδιο όμως δεν φαίνεται να ισχύει και για τα αγόρια που σε αντίθεση

με τα κορίτσια δεν ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την εμφάνισή τους στο σχολείο.

Παράλληλα η ομοιομορφία στην καθημερινή ζωή των νέων, ενώ οι περισσότεροι μεγαλύτεροι υποστήριζαν ότι υπάρχει, δεν υφίσταται, αφού το 94% των δύο φύλων έχει το προσωπικό του στυλ και θέλει να ξεχωρίζει από τους γύρω του.

Το γεγονός όμως ότι ο καθένας ακολουθεί τις δικές του επιλογές ως προς το ρουχισμό του, και συνεπώς δημιουργεί το προσωπικό του στυλ, οδηγεί συχνά σε ανταγωνισμό. Τουλάχιστον αυτό υποστηρίζουν τα κορίτσια σε αντίθεση με τα αγόρια, που θεωρούν ότι δεν επικρατεί ανταγωνισμός στο σχολικό περιβάλλον. Ωστόσο και τα δύο φύλα πιστεύουν ότι όταν υπάρχει ανταγωνισμός, αυτός εξηγείται από το ότι πολλοί θέλουν να ξεχωρίσουν αναδεικνύοντας μέσα από τα ρούχα τους την κοινωνική τους τάξη.

Στο θέμα ντυσίματος η επιδίωξη του ωραίου που γίνεται από όλους με τα δικά τους προσωπικά κριτήρια, δέχεται αξιολόγηση από τρίτους. Αυτό γίνεται συνήθως επειδή μερικές αμφιέσεις μπορούν να θεωρηθούν άλλοτε ευπρεπείς και άλλοτε απρεπείς. Αυτό επιβεβαιώνουν οι συχνές επικρίσεις που διατυπώνονται σε βάρος των νέων για τις επιλογές που κάνουν στα ρούχα τους. Φαίνεται πως κάποιοι ενοχλούνται από την αμφιέσή τους, ενώ στην πραγματικότητα τους ενοχλούν τα νοήματα που λανθάνουν σε αυτήν. Η απρεπής περιβολή κάποιων νέων αποτελεί πράξη αισθητικής εξέγερσης με καθαρά ιδεολογικό περιεχόμενο. Οι νέοι λοιπόν εκφράζουν με την αμφιέσή τους την ιδεολογική τους αντίθεση σε ό,τι κοινωνικά κρίνεται σωστό και πρέπον.

Κι' όμως έκπληξη προκάλεσε το γεγονός ότι οι νέοι σέβονται και δεν σχολιάζουν άσχημα τις στυλιστικές

επιλογές των συμμαθητών τους, γιατί δεν το θεωρούν σωστό.

Η εμφάνιση και για τα δύο φύλα δεν είναι καθοριστική, αν και η εικόνα που παρουσιάζουμε προς τα έξω δεν μας αφήνει ανεπηρέαστους. Στο ερώτημα λοιπόν για το αν τα κορίτσια δίνουν περισσότερη βάση στην μόδα απ' ό,τι στα μαθήματά τους, οι ίδιες απάντησαν πως προσπαθούν να συνδυάζουν και τα δυο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Ωστόσο τα αγόρια πιστεύουν ότι αυτό που μετράει είναι η συγκρότηση του ατόμου και όχι η εμφάνιση. Στο ερώτημα που τους τέθηκε σχετικά με το ποιο φύλο περιποιείται περισσότερο τον εαυτό του, η πλειοψηφία των αγοριών θεωρεί ό,τι εκείνοι τον φροντίζουν πιο πολύ και ας μην το δείχνουν. Από την άλλη μεριά τα κορίτσια πιστεύουν ότι εκείνα ασχολούνται περισσότερο με το αντικείμενο που τους ενδιαφέρει ,ή καλύτερα, δεν ασχολούνται με την εμφάνισή τους εις βάρος των μαθημάτων τους.

Τέλος στο ερώτημα για το αν πιστεύουν ότι πρέπει να συζητηθεί η επαναφορά της σχολικής ποδιάς, ένα σημαντικό ποσοστό είπε όχι με το επιχείρημα ότι κάτι τέτοιο θα επηρέαζε αρνητικά την ψυχολογία των μαθητών.

Επομένως, περάσαμε σε μια φορεσιά και μόδα που μόνο τυπικά φανερώνει το άτομο μέσα στην ομάδα. Κάτω απ' το φανέρωμα αυτό, το πρόσωπο μένει για άλλη μια φορά κρυμμένο πίσω απ' τους ρόλους που υποδύεται, πίσω απ' τα χρήματα που έχει, την εργασία που ασκεί, και τις επιρροές που δέχεται και τελικά θάβεται κάτω από ένα η πολλαπλά προσωπεία. Τις πιο πολλές φορές, η αμφίεση που επιλέγουμε δεν είναι τίποτε παραπάνω απ' ένα συμπλήρωμα αυτών των προσωπειών.

Η ποικιλία των ρούχων με τα οποία ντύνονται οι μαθητές στο σχολικό τους χώρο παραπέμπει στο **καταναλωτικό πρότυπο** που κυριαρχεί στην εποχή μας. Η **κατάργηση της σχολικής ποδιάς** και το συνακόλουθο ενδιαφέρον για την εμφάνιση οδηγεί στην αγορά περισσότερων ρούχων ,άρα σε **καταναλωτική νοοτροπία**.

Επειδή όμως ο κόσμος μας δεν είναι μόνο η Ελλάδα , αποφασίσαμε να διαπιστώσουμε τι ισχύει και σε άλλες χώρες. Μετά από έρευνα που κάναμε στο διαδίκτυο εντοπίσαμε τα παρακάτω στοιχεία:

Σχολική-νεανική μόδα στις 4 ηπείρους.

H

σχολική μόδα στην Ασία.

Σε όλα τα σχολεία της **Μιανμάρ** οι σχολικές στολές είναι υποχρεωτικές από το νηπιαγωγείο έως και το 10ο έτος της εκπαίδευσής τους. Από το νηπιαγωγείο μέχρι το 4ο έτος, τα αγόρια φορούν ένα άσπρο πουκάμισο και πράσινο παντελόνι ή σορτς, ενώ τα κορίτσια φορούσαν τα ίδια αλλά αντί για παντελόνια φορούσαν φούστες. Από το 5ο έτος έως και το Πανεπιστήμιο ήταν υποχρεωτικός ο παραδοσιακός τρόπος ενδυμασίας .Δηλαδή τα αγόρια φορούσαν ένα λευκό πουκάμισο και ένα πράσινο πάσο. Το πάσο είναι ένα ύφασμα μακρύ στο μήκος που τυλίγεται στην μέση και φοριέται σαν φούστα. Και τα κορίτσια φορούσαν το ίδιο.



Στην **Ιαπωνία** οι σχολικές στολές έγιναν υποχρεωτικές προς το τέλος 19ου αιώνα. Στο δημοτικό σχολείο, πολλά αγόρια φορούν άσπρα πουκάμισα, σορτς, και καλύμματα. Οι ομοιόμορφοι κώδικες αλλάζουν ανά εποχή για να συμβαδίζουν με το περιβάλλον. Η ένδυση αγοριών και κοριτσιών με λαμπρά χρώματα έχει αποτρέψει τα τροχαία ατυχήματα.

Τα παιδιά στα ιδιωτικά και τα δημόσια γυμνάσια παραδοσιακά φορούν μια στολή από μια στρατιωτική στολή ύφους (*gakuran*) για τα αγόρια και ένα φόρεμα ναυτικών (*fuku ναυτικών*) για τα κορίτσια. Αυτές οι στολές είναι βασισμένες στο επίσημο στρατιωτικό ένδυμα, που διαμορφώνονται σύμφωνα με τις ναυτικές στολές ευρωπαϊκού-ύφους. Σε πολλά σχολεία έχουν κινηθεί σχολικές ομοιόμορφες μορφές προκειμένου να γίνει μια αναχώρηση από την οριστικά στρατιωτική εμφάνιση της παραδοσιακής στολής. Αυτές οι στολές αποτελούνται από ένα άσπρο πουκάμισο, γραβάτα, σακάκι και το παντελόνι (συχνά του ίδιου χρώματος) σχολικών λόφων και φορεμάτων (συχνά όχι του ίδιου χρώματος με το σακάκι) για τα αγόρια και μια λευκιά μπλούζα, γραβάτα, σακάκι και καρό φούστα για τα κορίτσια.



Η σχολική μόδα στη Νότιο Αμερική



A. Εισαγωγή: Κάθε κράτος της Νοτίου Αμερικής εκτός από τις γενικές επιταγές της μόδας ακολουθεί και τις δικές του ιδιαιτερότητες. Γι' αυτό και σε διαδικτυακά καταστήματα διαβάζουμε για «την τελευταία Βραζιλιάνικη μόδα», «την ανδρική μόδα από τους Χιλιανούς σχεδιαστές», τα «παιδικά πλεκτά από την Κολομβία κ.ο.κ.».

Γενικά, στη Νότιο Αμερική φαίνεται ότι η μόδα έχει τις δικές της «διαδρομές», αφού λειτουργούν και περίφημα «σχολεία μόδας», με το παλαιότερο στον κόσμο, το Edmond Fashion Institute να εδρεύει στο Σάο Πάολο της Βραζιλίας.

Σε αυτά τα «σχολεία μόδας», που δεν υπάρχουν πολλά στον κόσμο, διδάσκονται μαθήματα όπως σχεδιασμός μόδας, εσωτερικό και βιομηχανικό σχέδιο, ανάλυση αγοράς κ.α.

B. Σχολική μόδα: Παρότι υπάρχει αυτή η μεγάλη ανάπτυξη της μόδας, στα σχολεία της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ειδικά σε επαγγελματικές σχολές.

,κατά κανόνα , φοριούνται στολές Για τα αγόρια συνήθως αποτελούνται από σκούρο μακρύ ή κοντό παντελόνι και ανοιχτόχρωμο πουκάμισο, που συχνά συνοδεύεται από γραβάτα.

Οι στολές των κοριτσιών ποικίλουν μεταξύ των χωρών και των συστημάτων εκπαίδευσης αλλά συνήθως αποτελούνται από φόρεμα ή μπλούζα είτε φοριούνται με φούστα ή παντελόνι ή κάτω από ποδιά. Ορισμένες χώρες επιτρέπουν στα κορίτσια να φορούν παντελόνι. Σε χώρες με σχετικά χαμηλές θερμοκρασίες πολλές φορές η στολή συμπληρώνεται με σακάκι μπλέιζερ ή κουστούμι και για τα δύο φύλα.

Ωστόσο, ας δούμε αναλυτικά τι ισχύει για τα μεγαλύτερα από τα κράτη της Νοτίου Αμερικής και την Κούβα (Καραϊβική).

B1. Αργεντινή: Στην Αργεντινή οι λευκές μπλούζες εργασίας είναι πολύ συνηθισμένες στα δημόσια σχολεία.

Η λευκή μπλούζα εργασίας θεωρείται ως επιρροή από την Ιταλία δεδομένου ότι η Αργεντινή αποτελούσε έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς για τους Ιταλούς μετανάστες στα τέλη του 19^{ου} – αρχές του 20^{ου} αιώνα.



Στην Ιταλία και στην Γαλλία οι λευκές μπλούζες εργασίας είχαν καθιερωθεί ως ένας τρόπος για να καλύπτονται οι διαφορές στις οικονομικές δυνατότητες των παιδιών, ώστε τα φτωχά παιδιά να μην νοιώθουν αμήχανα για τα φτωχικά ρούχα τους.

Τα δημόσια σχολεία δεν απαιτούν επίσημες στολές και γι' αυτό τα παιδιά φορούν τα δικά τους ρούχα κάτω από τις φόρμες εργασίας (φωτό 1).



Πολλά ιδιωτικά

σχολεία και επαγγελματικές σχολές, ωστόσο, έχουν επίσημες σχολικές στολές έχοντας υιοθετήσει το αγγλικό στυλ (στη φωτό 2 το Αγροτεχνικό Κολλέγιο της Αργεντινής)

B2. Βραζιλία: Στα ιδιωτικά σχολεία είναι υποχρεωτικό στους μαθητές τους να φορούν στολές, με κάποιες εξαιρέσεις στο Γυμνάσιο.

Τα δημόσια σχολεία ακόμα και εάν έχουν στολές συνήθως δεν απαιτούν από τους μαθητές να τις φορούν λόγω του χαμηλού εισοδήματος του λαού.

Σε γενικές γραμμές, πάντως, οι στολές αποτελούνται από «τζιν» παντελόνι και λευκό t-shirt με το σύμβολο του σχολείου.



Μερικά σχολεία απαιτούν

τα παπούτσια, που φορούν τα παιδιά, να έχουν συγκεκριμένα χρώματα, όπως μαύρο ή άσπρο ενώ μερικά Γυμνάσια προσφέρουν στους μαθητές παντελόνια «τζιν».

Γενικά, πάντως, τα σχολεία της Βραζιλίας προσπαθούν να εφαρμόζουν ενιαίο τύπο ενδυμάτων σε μια προσπάθεια να μειώσουν τον καταναλωτισμό των μαθητών.



B3. Χιλή: Στην Χιλή τα περισσότερα σχολεία έχουν στολή. Η υποχρεωτική καθιέρωση της στολής στα σχολεία έγινε το 1930 και όλοι οι μαθητές ήταν υποχρεωμένοι να φοράνε την στολή του σχολείου τους.

Το 1964 εισήχθη ενιαία και ομοιόμορφη στολή για όλα τα δημόσια και ιδιωτικά σχολεία και άλλα εκπαιδευτικά κέντρα.



Σήμερα οι στολές στα ιδιωτικά σχολεία έχουν καταργηθεί και έχουν αντικατασταθεί από μια άλλη πιο προσαρμοσμένη στην εποχή.

B4. Βενεζουέλα: Οι σχολικές στολές χρησιμοποιούνται στη Βενεζουέλα. Οι στολές απαιτούνται σε όλα τα σχολεία, σε όλες τις τάξεις και είναι υποχρεωτικό να τις φοράνε τα παιδιά.



Οι μαθητές στην προσχολική ηλικία αναφέρονται ως «κίτρινα πουκάμισα» από το χρώμα της στολής τους ενώ στο νηπιαγωγείο ονομάζονται «κόκκινα πουκάμισα».

B5. Ουρουγουάη Στο Δημοτικό τα παιδιά φοράνε λευκές μπλούζες εργασίας ενώ οι στολές είναι υποχρεωτικές και στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση.



(Η φωτο από δρόμο του Μοντεβιδέο)

B6. Περού: Οι σχολικές στολές φοριούνται ευρύτατα στο Περού. Δεν υπάρχουν πολλές πληροφορίες για τις στολές που φοριούνται αλλά φαίνεται ότι καθορίζονται με κανονισμούς του υπουργείου Παιδείας. Μελετητές αναφέρουν ότι τα πρώτα παιδιά με στολές έχουν εντοπιστεί το 1940 και ήταν στολές στρατιωτικού τύπου με χακί πουκάμισα και αντίστοιχο παντελόνι.



Με τα χρόνια άλλαξαν οι στολές και μετά το 2000 φαίνεται ότι δεν υπάρχει ένα ενιαίος τύπος στολής αλλά κάθε σχολείο καθορίζει την δική του.

B7. Κούβα: Στην Κούβα χρησιμοποιούνται σχολικές στολές. Όλοι οι μαθητές και οι φοιτητές ανεξάρτητα από την ηλικία και το φύλο φορούν στολή με χρώματα που υποδηλώνουν το επίπεδο της εκπαίδευσης.



Γ. Πηγές: www.en.wikipedia.org
www.asiafashionclothing.com
www.ied.edu/sao-paulo/fashion-school
<http://histclo.com/schun/country/schun1cousa.html>

Η σχολική μόδα στην Αφρική.

Ghana



Οι μαθητές στη Γκάνα φορώντας τη στολή τους. Οι στολές των αγοριών αποτελούνται από ανοικτό πορτοκαλί πουκάμισο και μακρύ καφέ παντελόνι. Των κοριτσιών αποτελείται από ένα φόρεμα που το πάνω μέρος είναι ανοικτό πορτοκαλί χρώμα και το κάτω καφέ. Όλα τα παιδιά πρέπει να φορούν στολές στα σχολεία στη Γκάνα. Πρόσφατα, έχουν υπάρξει δημόσια προγράμματα μέσω των οποίων προσφέρεται οικονομική βοήθεια σε φτωχές οικογένειες για την αγορά στολών. Πάνω από 8.000 σχολικές στολές έχουν διανεμηθεί από την κυβέρνηση σε άπορους μαθητές στις κοινότητες του δήμου Tarkwa Nsuaem, μία από τις περιοχές εξόρυξης στη Γκάνα, η οποία έχει πληγεί σοβαρά από τη φτώχεια. Η πολιτική αυτή είναι μέρος ενός προγράμματος το οποίο θεσμοθετήθηκε το 2010 ως μια προσπάθεια από την κυβέρνηση να παρέχει σχολικές στολές στα παιδιά που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση.

Hong Kong

Nigeria



Τα παιδιά στη Νιγηρία με σχολικές στολές. Οι αγορίστικες αποτελούνται από ανοικτή πράσινή μπλούζα και χακί μακρύ ή κοντό παντελόνι. Φορούν επίσης κάλτσες με το κοντό παντελόνι και καφέ παπούτσια. Οι κοριτσίστικες έχουν την ίδια μπλούζα και χακί φούστα με κάλτσες και καφέ παπούτσια. Υπάρχουν επίσης προγράμματα για να βοηθήσουν οικονομικά τις φτωχότερες οικογένειες: για παράδειγμα, ο πρόεδρος του Ejigbo του Τοπικού Συμβουλίου Ανάπτυξης της περιοχής, LCDA, Kehinde Bamigbetan έχει διανείμει 7.200 σχολικές στολές για τους μαθητές σε εννέα δημοτικά σχολεία στην περιοχή του Συμβουλίου, με στόχο τη βελτίωση του επιπέδου της εκπαίδευσης.

Northern Ireland

South Africa



Τα ιδιωτικά σχολεία της Νότιας Αφρικής έχουν μια ενιαία, υποχρεωτική στολή. Των κοριτσιών αποτελείται από κίτρινη φούστα, κίτρινο πουκάμισο, άσπρες κάλτσες και μαύρα παπούτσια. Των αγοριών αποτελείται από άσπρο πουκάμισο και σκούρο γκρι παντελόνι, κίτρινη γραβάτα και μαύρα παπούτσια.

Σε πόλεις όπως το Κέιπ Τάουν, η επίσημη ενδυμασία απαιτείται σε δημόσια και ιδιωτικά σχολεία σε καθημερινή βάση.

Πολλά σχολεία σε ολόκληρη τη Νότιο Αφρική δίνουν τη δυνατότητα επιλογής της σχολικής στολής το καλοκαίρι και το χειμώνα.

Οι χακί στολές και τα καφέ παπούτσια χρησιμοποιούνται σχεδόν πάντα από τους μαθητές το καλοκαίρι.

Η διάκριση μεταξύ κοριτσιών και αγοριών όσον αφορά τις στολές παραμένει. Τα αγόρια όλων των ηλικιών συνήθως απαιτείται να φορούν γκρι ή χακί μακρύ ή κοντό παντελόνι με κάλτσες (συνήθως τις φοράνε με το κοντό παντελόνι).



BLD063062 [RF] © www.visualphotos.com

Οι περισσότερες στολές στην Αφρική αποτελούνται από μια γαλάζια μπλούζα με γιακά, και σκούρο μπλε παντελόνι με μαύρα παπούτσια για

τα αγόρια, ενώ για τα κορίτσια από την ίδια μπλούζα και μια σκούρο μπλε φούστα με άσπρες κάλτσες και μαύρα παπούτσια.

Σε ποιο φτωχές πόλεις τα παιδιά στο σχολείο ντύνονται κάπως έτσι.



Η ΣΧΟΛΙΚΗ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ ΣΤΙΣ ΗΠΑ

Οι μαθητές στις ΗΠΑ, σχεδόν σ' όλα τα σχολεία, έχουν ένα συγκεκριμένο κώδικα ένδυσης (dress code). Αυτός καθορίζει ποιοι τύποι ρούχων και ποια <<αξεσουάρ>> επιτρέπονται (πχ ζώνες, κοσμήματα κλπ). Οι σχολικές ενδυμασίες στις ΗΠΑ είναι πιο casual, αντίθετα με την Λατινική Αμερική όπου ο κώδικας ενδυμασίας είναι αυστηρότερος.

Οι σχολικές ενδυμασίες στις ΗΠΑ είναι συνήθως:

- Ναυτικά ή χακί παντελόνια
- Φούστες
- Σόρτς
- Φούστες με προσαρμοσμένα σορτς (skorts)
- Φανελένια σακάκια (jumpers) συνοδευόμενα από μονόχρωμα

πουκάμισα με γιακά ή πόλο ή με κουμπιά μέχρι κάτω ή ζιβάγκο

Τα χρώματα συνήθως είναι επιλεγμένα από το σχολείο.Υπάρχουν συνήθως 2 ή 3 επιλογές για τα χρώματα του πουκαμίσου.Σε πολλές περιπτώσεις επιτρέπεται πόλο ή T-shirt μπλουζάκια με το σήμα του σχολείου.

Για παράδειγμα μια πιθανή σχολική ενδυμασία για ένα σχολείο που έχει προτιμήσει τα χρώματα το μπλε, το κίτρινο και το κόκκινο θα μπορούσε να είναι κάπως έτσι:

Για το πάνω μέρος του σώματος:

Κοντομάνικο ή μακρυμάνικο πουκάμισο με γιακά σε ένα από τα ακόλουθα χρώματα,ναυτικό ή ανοιχτό μπλε κίτρινο ή κόκκινο ή ένα T-shirt ή πόλο μπλουζάκι με το επίσημο σήμα του σχολείου σε οποιοδήποτε από τα προαναφερθέντα χρώματα. Ζιβάγκο σ' ένα από τα ίδια χρώματα,όπως επίσης και λευκά ή μαύρα T-shirt κοντομάνικα ή μακρυμάνικα) κάτω από το πόλο θα επιτρέπονται σε περίπτωση ψυχρού καιρού.

Ρούχα για το κάτω μέρος του σώματος:

Τα παιδιά μπορούν να φορέσουν μονόχρωμα ρούχα χρώματος ναυτικού μπλε ή χακί σορτς,μακριά παντελόνια,φούστες με προσαρμοσμένο σορτσάκι (skorts),φούστες, παντελόνια κάπρι με τα ρούχα που επιτρέπονται.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ DRESS CODE ΑΓΟΡΙΑ ΚΑΙ ΚΟΡΙΤΣΙΑ

Dress code για αγόρια:

-Παντελόνια:τα περισσότερα σχολεία απαιτούν οι μαθητές παντελόνια ή σορτς με ζώνη.

-Πουκάμισα με γιακά:οι τύποι εξαρτώνται από την ηλικία του μαθητή. Τα πιο μικρά παιδιά,συνήθως,φορούν φανταχτερά πουκάμισα πόλο,ενώ οι μαθητές μεγαλύτερων τάξεων φορούν Oxford shirts ή μπλούζες. Τα περισσότερα σχολεία επιβάλλουν στους μαθητές να βάζουν μέσα τα πουκάμισα (στα παντελόνια) όμως το dress code δεν

είναι τόσο αυστηρό στα πρωτοβάθμια σχολεία.

-Γραβάτα:τα περισσότερα δημόσια σχολεία δεν το επιβάλλουν.

-Ζιβάγκο.

-Πουλόβερ

-Σορτσάκια:μερικά σχολεία απαιτούν οι μαθητές να φορούν παντελόνια ή σορτς με ζώνη. Σε μερικά σχολεία τα σορτς δεν επιτρέπονται

-Ζώνη:συνήθως δερμάτινη. Περίπου τα μισά δημόσια σχολεία έχουν κανόνες σχετικούς με την ζώνη των μαθητών με ένα ποσοστό 62-80% (τα υψηλότερα ποσοστά ανήκουν στις αστικές και προαστιακές περιοχές) των σχολείων, να απαιτούν από τους μαθητές,να φορούν συνεχώς την ζώνη.

-Παπούτσια:με πλατιά σόλα ή καλά αθλητικά παπούτσια. Οι περισσότεροι μαθητές φορούν αθλητικά παπούτσια αν φοιτούν σε δημόσια σχολείο. Συνήθως όμως τα σχολεία αφήνουν την επιλογή των παπουτσιών στους γονείς.

Dress code για κορίτσια:

-Φούστες:τα δημόσια σχολεία αφήνουν μεγάλο περιθώριο επιλογής σε χρώματα.Σχεδόν όμως όλα τα σχολεία έχουν έναν περιορισμό μήκους της σχολικής φούστας (εδώ βέβαια,με την λέξη <<μήκος>> δεν εννοούμε το πόσο μακριά επιτρέπεται να είναι αλλά ακριβώς το αντίθετο δηλαδή πόσο κοντή).Μερικά σχολεία απαγορεύουν τη σχολική φούστα.

-Φούστες με προσαρμοσμένο σορτσάκι (skorts):Συνηθέστερες στις μικρότερες τάξεις. Δίνουν σεμνότητα στην σχολική ενδυμασία. Μετά την 5η τάξη,στη θέση τους μπαίνουν οι φούστες.

-Παντελόνια 3/4 ("Capri"):Δεν επιτρέπονται στα πιο αυστηρά σχολεία. Κάποια από τα πιο χαλαρά επιτρέπουν να τα φοράς ακολουθώντας έναν κώδικα οδηγιών.

-Παντελόνια

- Πουκάμισα
- Ζιβάγκο
- Σορτς:κάποια σχολεία τα απαγορεύουν.
- Κάλτσες μέχρι το γόνατο
- Σορτσάκια ποδηλατιστών
- Παπούτσια με πλατιά σόλα ή αθλητικά (όπως στο dress code των αγοριών)

Και για να περάσουμε και στη δράση , αποφασίσαμε να κάνουμε ένα κολλάζ με τις σχολικές ενδυμασίες στις 4 ηπείρους.

Μόδα στον 20^ο αι.

Η ομάδα Milano Fashion ακολούθησε μια διαδρομή μέσα στο χρόνο ξεκινώντας από το 19^ο αι. Ερχόμενη σε επαφή με τα κείμενα που υπάρχουν στο βιβλίο της Έκφρασης- Έκθεσης Α΄ Λυκείου σελ.189-199 σχετικά με την «Απόπειρα μεταρρύθμισης της ελληνικής αστικής ενδυμασίας στα τέλη του 19^{ου} αιώνα» και βασιζόμενη στο παρακάτω φύλλο εργασίας ,κατέγραψε στη συνέχεια συνοπτικά τις σκέψεις της .

ΟΜΑΔΑ Milano Fashion

**Ποιες είναι οι διαστάσεις της μόδας των ειδών ένδυσης;
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ/ ΠΡΟΤΥΠΑ/ΚΑΛΛΙΣΤΕΙΑ/ΠΡΟΩΘΗΣΗ.**

Ένα μεγάλο μέρος της προσωπικής και κοινωνικής μας ύπαρξης εκφράζεται μέσα από την ένδυση.

Τι δηλώνουν τα ρούχα μας;

- Ξεκινήστε από τα βιβλίο της Έκφρασης-Έκθεσης σελ.184-199 και αναζητήστε παραδείγματα από διαφορετικούς λαούς,εποχές , κοινωνικές ομάδες όπου το ντύσιμο συνδεόταν με την κοινωνική θέση , την πολιτική δύναμη ,την ιδεολογική τοποθέτηση.
- Για το Μακρυγιάννη διαφορετικό ντύσιμο σημαίνει διαφορετικός χορός και διαφορετικές αντιλήψεις. Τι σήμαινε για την κοινωνία της εποχής του Μακρυγιάννη το φράγκικο ντύσιμο;
 - << Παρακάτου είναι ένας χορός όπου γένεται. Ένας με σκουτιά φράγκικα χορεύει μ' έναν Έλληνα (...).Ο φραγκοφορεμένος θέλει τον δικό του χορό, ο Έλληνας τον

δικό και θα μαλώσουνε ογλύγορα, ότι δεν μπορεί να μάθη ένας του άλλου το χορό>>.

- Συζητήστε τι σημαίνει η επιλογή του συγκεκριμένου ντυσίματος σε κάθε περίπτωση. Γράψτε το κείμενό σας που θα αναφέρει τα συμπεράσματά σας(τμήμα της ερευνητικής εργασίας)

Μόδα είναι και αλλάζει!

- Αναζητήστε στο διαδίκτυο χαρακτηριστικές εικόνες ρούχων από διαφορετικές δεκαετίες του εικοστού αιώνα.

Πριν τρεις δεκαετίες συναντήσαμε τον Γκάντι να φοράει ένα απλό περίζωμα από χειροποίητο νήμα και ύφασμα. Αυτό το γεγονός προκάλεσε διαφορετικές ,συχνά αντιφατικές ,αντιδράσεις, διότι υπήρχε η άποψη από το λαό πως δεν αρμόζει σε έναν ηγέτη ένας τέτοιος τρόπος ντυσίματος. Στόχος του Γκάντι ήταν να δείξει στο λαό του ότι **η κοινωνική θέση του κάθε ανθρώπου δεν πρέπει να ταυτίζεται με το είδος ντυσίματος**. Επομένως ήθελε να τονίσει την ισότητα μεταξύ ανθρώπων διαφορετικών κοινωνικών τάξεων ,οι οποίοι θα φορούσαν το «αγνό khadi» ,χειροποίητο ύφασμα από νήμα αποκλειστικά κλωσμένο στο χέρι. Επιπλέον, ο Γκάντι είχε και έναν πολιτικό στόχο. Την πολιτική ανεξαρτησία της χώρας του από τις Δυτικές δυνάμεις.

Όσον αφορά τον ελληνικό πολιτισμό , στα τέλη του 19ου αιώνα πριν την επανάσταση , ένα ποσοστό των Ελλήνων είχε επηρεαστεί από ενδυματολογικά πρότυπα της Ανατολής. Βέβαια υπήρχαν περιοχές που εξακολουθούσαν να διατηρούν την τοπική – παραδοσιακή ενδυμασία. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ένα κείμενο του Μακρυγιάννη, που ήταν ένας από τους βασικούς στρατηγούς της Επανάστασης του 1821.

Κείμενο

<< Παρακάτου είναι ένας χορός όπου γένεται. Ένας με σκουτιά φράγκικα χορεύει μ' έναν Έλληνα (...).Ο φραγκοφορεμένος θέλει τον δικό του χορό, ο Έλληνας τον δικό του και θα μαλώσουνε ογλύγορα, ότι δεν μπορεί να μάθη ένας του άλλου το χορό>>.

Από το παράθεμα(Μακρυγιάννη , Απομνημονεύματα) αντιλαμβανόμαστε πως στην εποχή του Μακρυγιάννη υπήρχε διαφορετική αντίληψη ανάμεσα στην Ελλάδα και τη Δυτική Ευρώπη σχετικά με τον τρόπο ενδυμασίας. Έτσι ο

Μακρυγιάννης κρίνει ότι γρήγορα θα έρθουν σε σύγκρουση με πρόσημα τους διαφορετικούς χορούς, πράγμα που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η διαφορετική φορεσιά αντικατοπτρίζει τη διαφορετική κουλτούρα και διαχωρίζει τις εθνικές κοινωνικές ομάδες..

Ένα ακόμα σημείο στο οποίο μπορούμε να σταθούμε είναι η επιλογή ενδυμασίας των δύο φύλων. Η ανδρική ενδυμασία στην Ελλάδα επηρεάστηκε από τα δυτικά πρότυπα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα το δυτικό στενό παντελόνι να καθιερωθεί στο τρόπο ντυσίματός τους. Αυτό το γεγονός προκάλεσε αντιδράσεις αφού υπήρχε ένα μέρος των ανδρών που το θεωρούσε ανάρμοστο. Τέλος τα πράγματα εξισορροπήθηκαν συνδυάζοντας και τους δύο τρόπους ενδυμασίας, τον παραδοσιακό-τη λαϊκή ενδυμασία- και το δυτικό.

Στη συνέχεια και οι γυναίκες είχαν υποστεί σημαντική επιρροή από τα Ευρωπαϊκά πρότυπα. Οι εποχές που οι γυναίκες ταυτίζονταν με το παραδοσιακό ντύσιμο μιας Ελληνίδας νοικοκυράς έχουν αλλάξει, διότι έντονα επηρεασμένες από τα Ευρωπαϊκά πρότυπα αρχίζουν να καθιερώνουν στην καθημερινή τους ενδυμασία τον κορσέ.

Μέλος της ομάδας δημιούργησε μια προβολή παρουσίασης –**power-point με στοιχεία** για τη **μόδα κάθε δεκαετίας του 20^{ου} αι.** Έτσι παρακολουθήσαμε τις αλλαγές που έγιναν και διαπιστώσαμε πως σχετίζεται άμεσα η **μόδα** με την **κατανάλωση**, καθώς τα νέα ρούχα που λανσάρονται επιβάλλουν αλλαγή της γκαρνταρόμπας μας. Στο τέλος της εργασίας μας υπάρχει συνημμένο αρχείο με το **power-point με στοιχεία** για τη **μόδα κάθε δεκαετίας του 20^{ου} αι.**

Συνεχίσαμε με τις διαφημίσεις.....

Μόδα και διαφήμιση.

ΟΜΑΔΑ MILANO FASHION.
2011

7-11-

- Παρουσιάστε το υλικό σας στην ομάδα σας.
- Καταγράψτε τα κείμενά σας που θα ενταχθούν στο power point, που θα δημιουργήσετε.
- Αφού ολοκληρώσετε την εργασία σας, συγκεντρώστε από περιοδικά και εφημερίδες **κείμενα-διαφημίσεις από την παρουσίαση της φετινής μόδας.** Με ποια **επιχειρήματα** προσπαθούν να πείσουν τους καταναλωτές;

Τι ρούχα θα φορεθούν φέτος τον χειμώνα;

Οι διεθνείς οίκοι σε Παρίσι, Μιλάνο, Νέα Υόρκη και Λονδίνο, προτείνουν μερικά από τα βασικά στοιχεία και χαρακτηριστικά της σεζόν, που οφείλουμε όλες να γνωρίζουμε!

Τι θα φορεθεί το 2011.

Οι σχεδιαστές βούτηξαν τις βελόνες τους σε χρωματιστό καβαλέτο και γέμισαν τις πασαρέλες με αισιοδοξία. Μες στη γενικότερη μαυρίλα του 2011 η μόδα λειτουργεί ως

πανοπλία ευτυχίας.

Αυτό το καλοκαίρι, το κόκκινο θα φορεθεί όσο ποτέ!

Το χρώμα του πάθους μπορεί να αναδειξεί τη μοιραία γυναίκα που κρύβεται μέσα σας, αρκεί η προσωπικότητά σας να το υποστηρίξει. Το κόκκινο ταιριάζει τόσο στις μελαχρινές, όσο και στις ξανθές.

Αποσπάσματα από τον περιοδικό τύπο

- Κάθε μέλος να παρουσιάσει την διαφήμιση της επιλογής του στην ομάδα.
- Συζητήστε το διαφημιστικό λόγο όπως καταγράφεται στα παραδείγματα που έχετε συγκεντρώσει. Κρατήστε καθένας/καθεμιά σημειώσεις στο τετράδιό σας για τη δική σας διαφήμιση.

ΟΜΑΔΑ MILANO FASHION 11-11-2011

- Σχολιάστε ο καθένας από την ομάδα τη διαφήμιση που έχετε επιλέξει. Εστιάστε στα εξής σημεία:
 - ❖ Με ποιον τρόπο παρουσιάζονται τα δύο φύλα στη διαφήμιση;
 - ❖ Ποιοι είναι οι κοινωνικοί ρόλοι που αναγνωρίζετε στις διαφημίσεις;
 - ❖ Ποιοι είναι οι λεκτικοί ή μη λεκτικοί τρόποι που χρησιμοποιούνται, για να πεισθούν οι καταναλωτές;
 - ❖ Ποια συναισθήματα και επιθυμίες προσπαθούν να διεγείρουν στους καταναλωτές;

Τα αποτελέσματα της ενασχόλησής μας με τις διαφημίσεις μας έπεισαν για την **άμεση σχέση της διαφήμισης με τη μόδα και την κατανάλωση.**

Πώς οι διαφημίσεις καταφέρνουν να προωθούν τα προστάγματα της μόδας;

-Μέσα από τις διαφημίσεις που εμείς επιλέξαμε να παρουσιάσουμε παρατηρούμε πως οι γυναίκες είναι ντυμένες με την τελευταία λέξη της μόδας. Με βάση αυτό, συμπεραίνουμε πως η γυναίκα προσπαθεί να πείσει τους καταναλωτές με τα «προσόντα της» και την καλή ποιότητα του ρούχου κάθε collection.

Στις διαφημίσεις απεικονίζονται τα μοντέλα με προκλητική στάση και ύφος. Ενώ συγχρόνως αναδεικνύεται με τη βοήθεια του μακιγιάζ, των περιεργών χτενισμάτων και των ακριβών κοσμημάτων η ομορφιά, η θηλυκότητα και το μοιραίο στυλ.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η γυναίκα να προωθείται ως μέσο προβολής των προϊόντων και να εμπορευματοποιείται το γυναικείο σώμα. Επιπλέον, με αυτόν τον τρόπο τα μοντέλα γίνονται πρότυπα για τα νεαρά κορίτσια, ως προς το αδύνατο σώμα και γενικά στα εξωτερικά χαρακτηριστικά.

Αυτό επιτυγχάνεται με το ύφος της και τη στάση του σώματός τους, στοιχεία απαραίτητα, για να προσελκύσουν και τελικά να πείσουν τους καταναλωτές να αγοράσουν το προϊόν.

Μόδα και κατανάλωση στην υπηρεσία του συστήματος.

Και επειδή θέλαμε να διαπιστώσουμε πώς σκέφτονται και οι άλλοι παρακολουθήσαμε στο you-tube την ταινία μικρού μήκους «Ο καλός καταναλωτής» και καταγράψαμε τις σκέψεις μας.

ΟΜΑΔΑ MILANO FASHION- ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ. 21-11-2011

Δείτε την ταινία Ο ΚΑΛΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ στο You Tube και απαντήστε:

- Πώς η μόδα σχετίζεται με την κατανάλωση;
- Υπάρχει διαφορά μεταξύ αντρών και γυναικών στον τρόπο που ακολουθούν τη μόδα;
- Πώς νιώθει κάποιος που δεν ακολουθεί τη μόδα;
- Τι συναισθήματα προκαλεί η κατανάλωση και η συμμόρφωση με τις επιταγές της μόδας;
- Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την ταινία; Γιατί;

Οι δύο ομάδες μας έδωσαν τις απόψεις τους.

ΟΜΑΔΑ ΜΑΥΡΕΣ ΤΟΥΛΙΠΕΣ

Παρακολουθήσαμε μια μικρού μήκους ταινία στο you Tube με τίτλο «Ο καλός καταναλωτής», η οποία έχει θέμα της **την υπερκαταναλωτική μανία και κωτηριάζει αυτήν την τάση στο χώρο της μόδας**. Έτσι παρατηρήσαμε ότι ο καταναλωτής επειδή επιθυμεί να ακολουθεί πάντα

τη μόδα αντικαθιστά τα παλιά προϊόντα που θεωρούνται εκτός μόδας με καινούργια. Αυτό σημαίνει ότι , αν ξαναγυρίσει η ίδια μόδα, ο καταναλωτής θα έχει πετάξει τα παλιά του ρούχα ,με αποτέλεσμα να αγοράσει καινούργια παρόμοια με αυτά που είχε. Επιπλέον, ο καταναλωτής επηρεασμένος από τις διαφημίσεις και τα πρότυπα οδηγείται να αγοράζει προϊόντα που δεν του είναι πραγματικά αναγκαία.

Οι διαφορές μεταξύ αντρών και γυναικών σχετικά με το πώς ακολουθούν τη μόδα εξακολουθούν να υπάρχουν ακόμα και σήμερα. Καταρχάς, σύμφωνα με την ταινία, το ανδρικό φύλο επηρεάζεται λιγότερο από τις τάσεις της μόδας από ό,τι η γυναίκα , διότι υπάρχει ο φόβος κριτικής απέναντί του.

Επιπλέον παρατηρείται πως η ανδρική ενδυμασία είναι διαχρονική και δεν υπάρχουν διαφοροποιήσεις στον τρόπο με τον οποίο ντύνονται. Εξίσου σημαντικό είναι ότι οι περισσότεροι άντρες χρησιμοποιούν πιο εύχρηστα και άνετα ρούχα ανεξαρτήτως κομψότητας και χωρίς να τους απασχολεί η εξαιρετική εμφάνισή τους.

Από την άλλη πλευρά οι γυναίκες επιδιώκουν την καλύτερη δυνατή εμφάνιση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επιλέγουν ρούχα της αρεσκείας τους και να νοιάζονται περισσότερο για την εμφάνισή τους, παρά για το αν νιώθουν άνετα μέσα σε αυτά (ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι γόβες). Συγχρόνως ακολουθούν πιστά την πορεία της μόδας σε κάθε παραλλαγή της.

Τέλος, συμπεραίνουμε πως ένα μεγάλο ποσοστό των γυναικών περιποιείται περισσότερο την εξωτερική εμφάνιση από ό,τι το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών.

Παρατηρείται, πως ακόμα και στις σύγχρονες καταναλωτικές κοινωνίες, ένα σημαντικό ποσοστό των ανθρώπων δεν ενδιαφέρεται για τις τάσεις της μόδα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να ασκείται αρνητική κριτική απέναντί τους και να βρίσκονται σε υποβαθμισμένη θέση .Η καταπιεστική κριτική που δέχονται για τον τρόπο που επιλέγουν να ντύνονται τους οδηγούν στον αποκλεισμό από μία κοινωνική ομάδα. Επομένως νοιώθουν αποξενωμένοι από το ίδιο το περιβάλλον τους.

Καμιά φορά η κατανάλωση συμβάλει σημαντικά στην καλή ψυχολογική κατάσταση των ανθρώπων. Δουλεύοντας κάποιος κερδίζει ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ,ύστερα καταναλώνει τα προϊόντα ,με τα οποία αναπτερώνεται το ηθικό του. Όταν ο άνθρωπος δουλεύει για να καταναλώσει προϊόντα που δεν του είναι αναγκαία,φτάνει στο σημείο τελικά να δανείζεται , για να καταναλώσει. Επιπλέον, καταναλώνοντας προϊόντα φτάνει στο σημείο ευτυχίας και υπερηφάνειας και αρχίζει να μην εκτιμάει τα αγαθά που έχει ήδη.

Η ταινία διατρέχει έμμεσα μια συγκεκριμένη άποψη. Το θέμα της είναι η **υπερκαταναλωτική μανία**. Σύμφωνα με αυτήν, εν μέρει μπορούμε να συμφωνήσουμε με τις απόψεις που εκφράζει και παρουσιάζει. Από την

άλλη πλευρά παρουσιάζει με υπερβολή κάποια στοιχεία της προσωπικότητας του καταναλωτή (π.χ. την αντικατάσταση και όχι την επισκευή παλαιών προϊόντων). Και άλλα επιμέρους θέματα είναι υπερβολικά, αφού δεν δουλεύουμε μόνο για να καταναλώσουμε περιττά προϊόντα.

ΟΜΑΔΑ MILANO FASHION.

Παρατηρήσαμε λοιπόν ότι ο τίτλος του βίντεο είναι ειρωνικός και έχει ως στόχο να τονίσει το **υπερκαταναλωτικό πνεύμα** που διακατέχει τους ανθρώπους. Στο πνεύμα της ταινίας λοιπόν οι άνθρωποι δουλεύουν, για να εξασφαλίσουν το αναγκαίο χρηματικό ποσό, ώστε να μπορέσουν να αγοράσουν τα προϊόντα που επιθυμούν.

Επομένως το μοντέλο που προωθείται είναι του ανθρώπου που αγοράζει μόνο αυτά που θέλει και όχι αυτά που χρειάζεται στη πραγματικότητα. Ο καταναλωτής πρέπει να στοχεύει στο να ακολουθεί πιστά την μόδα και κάθε παραλλαγή της. Αυτό, όπως δείχνει η ταινία, συμβαίνει εξαιτίας της επιρροής των Celebrities που προβάλλονται μέσα από τα MME και προσπαθούν να προσελκύουν τη προσοχή του πελάτη και να προωθήσουν τα προϊόντα τους. Όσον, αφορά τον τρόπο ενδυμασίας των γυναικών σχολιάζεται στη ταινία πως οι γυναίκες προσέχουν πιο πολύ την εξωτερική τους εμφάνιση από ότι οι άντρες. Οι γυναίκες επιθυμούν μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντων, ώστε να εξασφαλίσουν την καλύτερη δυνατή εμφάνιση. Από την άλλη πλευρά, οι άντρες δεν ενδιαφέρονται τόσο για την ποσότητα όσο για την ποιότητα του ρούχου. Για αυτόν τον λόγο αγοράζουν μόνο μάρκες και φίρμες.

Καμιά φορά η κατανάλωση συμβάλλει σημαντικά στη ψυχολογία του ανθρώπου (shopping-therapy). Με αποτέλεσμα οι αγορές να λειτουργούν ως αντίδοτο στην κατάθλιψη και να συμβάλουν στην τόνωση του ηθικού. Αυτά έχουν ως συνέπεια οι καταναλωτές να μην επισκευάζουν τα προϊόντα τους αλλά να τα αντικαθιστούν, και να ενισχύουν την οικονομική κατάσταση και προώθηση των επιχειρήσεων.

Τέλος, η ταινία θέλει να μας δείξει πως πρέπει να είμαστε **αντικαταναλωτές**.

Συνδυάζοντας τα **στοιχεία που συγκεντρώσαμε από την ταινία και τα συμπεράσματα**, στα οποία καταλήξαμε από τις διαφημίσεις προβληματιστήκαμε για τα γυναικεία μοντέλα που προβάλλουν κάθε σεζόν τα νέα ρούχα και το ιδιαίτερα λεπτό σώμα τους. Έτσι φτάσαμε και στο σύνδρομο της ανορεξίας.

Το γυναικείο σώμα και το σύνδρομο της anorexia nervosa.

Παρατηρώντας τις διαφημίσεις διαπιστώνουμε ότι τα μοντέλα που προωθούν τα προϊόντα στις διαφημίσεις φημίζονται για το εξαιρετικά αδύνατο σώμα τους. Αυτό το έχουν αποκτήσει με εξαντλητική δίαιτα ύστερα από πολύ κόπο και προσπάθεια στοχεύοντας στην εκπλήρωση ενός προτύπου που προβάλλεται από τα ΜΜΕ. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα νέα παιδιά να επηρεάζονται από τα πρότυπα και να προσπαθούν να αποκτήσουν το αδύνατο σώμα των μοντέλων, επιβαρύνοντας έτσι τη σωματική και ψυχική τους υγεία.

Αυτό συμβαίνει διότι παρατηρώντας τα μοντέλα, στα παιδιά γεννιούνται σκέψεις, συναισθήματα και συμπεριφορές σχετικά με τη λήψη τροφής. Για παράδειγμα πολλά παιδιά προσπαθώντας να μιμηθούν τα πρότυπά τους μένουν για περισσότερες από 12 ώρες νηστικά με αποτέλεσμα να συνηθίζουν σε αυτόν τον τρόπο πρόσληψης τροφής και να επιβαρύνουν την υγεία τους.

Έτσι οδηγούνται στην ψυχογενή ανορεξία (anorexia nervosa) που έχει ως αποτέλεσμα τα άτομα που είναι ελλιποβαρή να συνεχίζουν τις προσπάθειες για απώλεια βάρους. Οι επιπτώσεις για τις γυναίκες που βρίσκονται σε αναπαραγωγική ηλικία είναι ιδιαίτερα επιβαρυντικές για την υγεία τους, δηλαδή η απουσία τουλάχιστον 3 διαδοχικών εμμηνορροϊκών κύκλων.

Τέλος, μέσα από τις διαφημίσεις τα άτομα επηρεάζονται από τα πρότυπα και τους δημιουργούνται ανασφάλειες για το σώμα τους.

Παραγωγή των ρούχων και fair-trade.

Η ομάδα Las Vegas ξεκίνησε με αυτό το ερώτημα

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ; ΤΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΣΤΗ ΖΩΗ ΑΛΛΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ;

Προβληματιζόμενοι σχετικά με την παραγωγή και την διάθεση των ρούχων στην αγορά ψάξαμε πηγές και γνωρίσαμε το fair-trade που δραστηριοποιείται και στην Ελλάδα. Έτσι άρχισε σιγά-σιγά η ευαισθητοποίησή μας για τις φτωχές χώρες του κόσμου ,που είτε παράγουν βαμβάκι είτε δέχονται τα απόβλητα των σύγχρονων δυτικών καταναλωτικών κοινωνιών.

Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο (fair trade) είναι ένα κίνημα που προωθεί μια εναλλακτική διαδικασία εμπορίου. Στόχος

του είναι το μέγιστο κέρδος αλλά και η μείωση της φτώχειας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Το fair trade είναι μια πραγματική πρόταση για την καταπολέμηση της φτώχειας. Πρόκειται για μια μη κερδοσκοπική οργάνωση. Αυτό σημαίνει, όχι ότι δεν υπάρχει κέρδος, αλλά ότι το κέρδος μοιράζεται σε άτομα σύμφωνα με τη δέσμευση απ' το καταστατικό. Επενδύεται σε δράσεις που προωθούν τους σκοπούς της οργάνωσης. Ατομικό κέρδος όμως δεν υπάρχει.

Οι κανόνες του fair trade είναι οι εξής:

1) Πληρωμή μιας δίκαιης τιμής: Η τιμή αυτή έχει συμφωνηθεί μέσα απ' το διάλογο και την δραστηριότητα των παραγωγών και καλύπτει όχι μόνο το κόστος παραγωγής, αλλά επιτρέπει και μια παραγωγή η οποία εξασφαλίζει τις βασικές αρχές του κινήματος.

2) Διαφάνεια και υπευθυνότητα: Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο προϋποθέτει διαφανείς διοικήσεις, οι οποίες φέρονται δίκαια και με σεβασμό προς τους εμπορικούς συνεργάτες τους.

3) Εμπορικές σχέσεις: Το fair trade καλύπτει όχι μόνο το κόστος παραγωγής αλλά και αποτρέπει τη χρεοκοπία των μικρών παραγωγικών έργων. Εξασφαλίζει στους παραγωγούς μακροχρόνια συνεργασία και υποστήριξη με κοινή αντιμετώπιση προβλημάτων.

4) Ισότητα των φύλων: Η συμβολή των γυναικών στην εργασία εκτιμάται εξίσου με τους άντρες και ανταμείβεται.

5) Αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας: Σύμφωνα με το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο παρέχει ένα ασφαλές και υγιές περιβάλλον εργασίας για τους παραγωγούς. Όταν συμμετέχουν και έφηβοι στις βιομηχανίες, φροντίζουν να μην κινδυνεύσει η ευημερία τους και η ασφάλεια τους.

6) Προστασία του περιβάλλοντος: Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο ενθαρρύνει ενεργά τη χρήση των καλύτερων περιβαλλοντικών πρακτικών και την εφαρμογή υπεύθυνων μεθόδων παραγωγής.

7) Χτίσιμο ικανοτήτων: Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο βοηθάει στην απόκτηση της ανεξαρτησίας των παραγωγών και αυτοί με τη σειρά τους δίνουν μεγάλο βάρος στην επανεπένδυση μέρους του κέρδους για την βελτίωση των συνθηκών στην τοπική κοινωνία.

8) Δημοκρατία: Επιτρέπει σ' όλα τα μέλη να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων του συνεταιρισμού.

Η **Μπουρκίνα Φάσο** είναι μια πολύ φτωχή χώρα στη **Δυτική Αφρική**, όπου οι κάτοικοι της ασχολούνται κυρίως με

την καλλιέργεια του βαμβακιού και για πολλές οικογένειες αυτό είναι η μόνη πύλη εσόδων. Επίσης αντιμετωπίζει σοβαρό - πολύ σοβαρό πρόβλημα με τις τιμές του βαμβακιού και τον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Για τους αγρότες που ζουν με λιγότερο από 1\$ την ημέρα, αυτό σημαίνει περισσότερα λεφτά για φαγητό, φάρμακα, δίδακτρα και λιπάσματα. Ένα τυπικό νοικοκυριό βαμβακοπαραγωγού στη Δυτική Αφρική έχει περίπου 10 μέλη, μέσο προσδόκιμο ζωής τα 48 χρόνια και το ποσοστό εγγράμματων ενηλίκων είναι κάτω από το 25%.

Για να μπορέσει η **κοινότητα των βαμβακοπαραγωγών της Μπουρκίνα Φάσο** να αντιμετωπίσει τον **παγκόσμιο ανταγωνισμό και να οργανωθεί καλύτερα** προτείνουμε τις εξής λύσεις:

- α) να δίνεται περισσότερη έμφαση στην ποιότητα του βαμβακιού, καθώς οι Αμερικάνοι έχουν σύγχρονα μηχανήματα και εγκαταστάσεις και ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποσότητα της παραγωγής και όχι για την ποιότητα
- β) να απαιτείται απ' την κυβέρνηση ένα πιο ασφαλές και υγιές περιβάλλον εργασίας και την απαγόρευση συμμετοχής ανήλικων στα εργοστάσια
- γ) να αυξηθούν οι τιμές του βαμβακιού, έτσι ώστε να έχουν επαρκή κέρδη
- δ) να ζητηθούν επιδοτήσεις απ' την διεθνή κοινότητα
- ε) να κάνουν μαζικές εξαγωγές βαμβακιού
- ζ) να βρουν τρόπους διαφήμισης του προϊόντος τους
- η) να δημιουργήσουν κινήματα κατά της φτώχειας και για τα δικαιώματα των ανθρώπων για μια αξιοπρεπή ζωή
- θ) να δίνονται ίσες ευκαιρίες στις γυναίκες και να εκτιμάται η πολύτιμη προσπάθεια τους
- ι) να συμμετέχει όλο το εργατικό δυναμικό στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων της κοινότητας των παραγωγών
- κ) ανάπτυξη καλών εμπορικών σχέσεων, έτσι ώστε να υπάρξει κοινή αντιμετώπιση προβλημάτων.

Εμπλουτίσαμε τον προβληματισμό μας παρακολουθώντας στο σπίτι, **όσοι από εμάς είχαμε τη δυνατότητα**, την παρακάτω ταινία:

ΟΜΑΔΑ LAS VEGAS 11-11-2011

Δείτε τη μικρού μήκους ταινία «The story of stuff» (Η ιστορία των πραγμάτων) με ελληνικούς υπότιτλους

<http://www.youtube.com/watch?v=eKbhpEvNiE0>.

Στην ταινία περιγράφονται τα παρακάτω στάδια της διαδικασίας παραγωγής και κατανάλωσης προϊόντων:

- Εξαγωγή πρώτων υλών
- Παραγωγή-Διανομή.
- Κατανάλωση.
- Απόθεση.

Σημειώστε τις πληροφορίες που μας δίνει η ταινία για κάθε στάδιο.

- Βρείτε πληροφορίες στην παρακάτω διεύθυνση για την κατασκευή των ρούχων . Παράδειγμα – ένα βαμβακερό μπλουζάκι

<http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/TshirtPaper.pdf>

Η απόθεση των ρούχων δημιουργεί προβλήματα ρύπανσης.

Μέσα από κείμενα και από μικρού μήκους ταινία για το Λεσότο στο you-tube.....

**ΟΜΑΔΑ LAS VEGAS
ΡΥΠΑΝΣΗ**

14-11-2011

Τα εργοστάσια ρούχων στις πολύ μακρινές περιοχές του πλανήτη όπου λειτουργούν έχουν και περιβαλλοντικές συνέπειες. Μια τέτοια περίπτωση είναι και το Λεσότο. Πληροφορίες για την περιβαλλοντική επιβάρυνση στην περιοχή αυτή εξαιτίας του εργοστασίου ρούχων θα βρείτε στο παρακάτω απόσπασμα από τον ημερήσιο τύπο.

Παιδιά στη χωματερή των μπλουτζίν

Λεσότο: η πραγματικότητα πίσω από τις λαμπερές διαφημίσεις
«Στις διαφημίσεις επώνυμων ρούχων είθισται να πρωταγωνιστούν χαμογελαστά πρόσωπα παιδιών που σφύζουν από υγεία, δείγμα της ευημερίας του δυτικού κόσμου. Δεν ισχύει το ίδιο για τα παιδιά των αναπτυσσόμενων χωρών, όπου οι εταιρείες κατασκευάζουν τα ρούχα τους. Εκεί, στα παιδικά πρόσωπα καθρεφτίζεται η απελπισία.

Η οκτάχρονη Μοτσελίσι ζει στο Λεσότο, μια μικρή, φτωχή χώρα στη Μαύρη Ήπειρο. Οι πολυεθνικές εταιρείες ρούχων Gap και Levi Strauss έχουν εγκαταστήσει εκεί τις μεγάλες βιομηχανικές μονάδες τους. Μαζί με άλλα παιδιά, η Μοτσελίσι ασχολείται καθημερινά με το ξεκαθάρισμα σκουπιδιών – παρακαταθήκη των δύο εργοστασίων που βασιλεύουν στο βουνό Κίνγκτομ της χώρας. Ένα από αυτά έχει μάλιστα κατηγορηθεί για παράνομη ρίψη τοξικών αποβλήτων – ακόμη και καυστική σόδα – σε κατοικημένη περιοχή.

Το νερό των ποταμών, λένε αυτόπτες μάρτυρες, έχει ένα ασυνήθιστο μπλε χρώμα που μοιάζει με βαφή ρούχων – από τους παραπόταμους αντλούν νερό οι κάτοικοι για να πλυθούν και να μαγειρέψουν.

Το ταϊβανέζικων συμφερόντων εργοστάσιο που προμηθεύει τους δύο αμερικανικούς κολοσσούς ρούχων φέρεται πως «προμηθεύει» επίσης την περιοχή με βελόνες, ξυράφια και επικίνδυνα χημικά. Σε αυτές τις χωματερές, η Μοτσελίσι και οι φίλοι της περνούν τις περισσότερες ώρες της ημέρας ψαχουλεύοντας μήπως βρουν κάτι που θα μπορούσαν να πουλήσουν...

Ο φωτογραφικός φακός διορθώνει την αδικία.

Τα παιδιά του Λεσότο δεν θα πρωταγωνιστήσουν ποτέ στις διαφημίσεις της Gap ή της Levi Strauss. Όμως, εν ώρα εργασίας, με φόντο τους απέραντους σκουπιδότοπους ή κρατώντας στα μικροσκοπικά τους χέρια αιχμηρά αντικείμενα, τα απαθανάτισε ο φωτογραφικός φακός του Ρόμπιν Χάμοντ. Μία από αυτές τις φωτογραφίες του χάρισε και βραβείο σε διεθνή διαγωνισμό. Όταν για πρώτη φορά δημοσιοποιήθηκαν οι εικόνες των παιδιών, οι δύο πολυεθνικές ρούχων έδωσαν εντολή να διενεργηθούν έλεγχοι στους προμηθευτές τους στο Λεσότο και δεσμεύθηκαν να καθαρίσουν την περιοχή. Εκπρόσωποι της Gap ανακοίνωσαν μάλιστα ότι έθεσαν στους υπευθύνους θέμα ευθύνης για τη βελτίωση των συνθηκών λειτουργίας του εργοστασίου. Και οι υπεύθυνοι της Levi Strauss δήλωσαν «θορυβημένοι» από τα ευρήματα.»

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: Μάρω Βακαλοπούλου

ΔΗΜΟΣΙΕΥΘΗΚΕ: Τα ΝΕΑ Σάββατο 13 Νοεμβρίου 2010

Εργασία στην Ομάδα.

Με βάση όλα τα θέματα τα οποία έχετε μελετήσει στην ενότητα αυτή, αλλά και όσα στοιχεία δίνει η ταινία μπορείτε να αναλύσετε τη **διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης ρούχων**; Σημεία προβληματισμού:

1. Ποια κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά θέματα αναδύονται σε κάθε στάδιο;
2. Πώς εξηγείτε το γεγονός ότι ένα ρούχο που κατασκευάζεται σε μακρινές χώρες μέσα από μια πολύπλοκη διαδικασία μεταφοράς πρώτων υλών και εμπορικής διάθεσης κοστίζει πολύ φθηνά;
3. Σε ποια σημεία της γραμμικής αυτής διαδικασίας θα τοποθετούσατε τον εαυτό σας;

Χρήσιμα στοιχεία για την κατασκευή των ρούχων ανά τον κόσμο θα βρείτε και στην παρακάτω σύνδεσμο της WWF HELLAS

<http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/TshirtPaper.pdf>

Εργασία στην ομάδα: Συγκεντρωθείτε και συνθέστε τα κείμενα σας για να δημιουργήσετε μια παρουσίαση του κύκλου ζωής ενός ρούχου.

ΟΜΑΔΑ LAS VEGAS – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ/ ΑΣΘΕΝΕΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΟΘΕΣΗ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ//ΛΥΣΕΙΣ.

Το **Λεσότο** είναι μια μεσογειακή **αφρικανική χώρα** με πληθυσμό γύρω στα 2.000.000. Σήμερα αποτελεί ένα απ'τα **φτωχότερα κράτη του κόσμου και χαρακτηρίζεται ως “χωματερή” τοξικών αποβλήτων.**

Τα σκουπίδια αυτά μολύνουν όχι μόνο το περιβάλλον, αλλά θέτουν σε κίνδυνο την υγεία των κατοίκων της περιοχής. Χιλιάδες παιδιά ψάχνουν μέσα σε τόνους σκουπιδιών, γεμάτα επικίνδυνα χημικά, ό,τι μπορεί να πουληθεί. Αυτό που βρίσκεται σε αφθονία είναι τα υφάσματα που αδειάζουν στις χωματερές τα εργοστάσια που λειτουργούν στο Λεσότο για λογαριασμό δύο μεγάλων αμερικανικών εταιρειών ρούχων. Η ρύπανση του περιβάλλοντος από τους τόνους υφασμάτων είναι τεράστια. Ήδη πολλοί κάτοικοι αντιμετωπίζουν σοβαρά αναπνευστικά προβλήματα από την εισπνοή επικίνδυνων ουσιών και από την καύση των απορριμμάτων. Άλλοι αντιμετωπίζουν δερματικά νοσήματα, καθώς και πλήθος άλλων προβλημάτων υγείας. Επίσης, υπάρχει μεγάλη μόλυνση υδάτινων πόρων κοντά σε σπίτια από τα απόβλητα των εργοστασίων, με αποτέλεσμα πολλοί να βήχουν και να **αρρωσταίνουν**. Αυτό συμβαίνει, γιατί οι αγωγοί, που υποτίθεται ότι περνάνε τα απόβλητα πριν καταλήξουν στο νερό, έχουν καταστραφεί, όπως λένε πολλοί κάτοικοι. Όλα αυτά μπορούν να αντιμετωπιστούν αποφασιστικά. Μάλιστα, οι καταγγελίες για εκτεταμένη ρύπανση του περιβάλλοντος στο Λεσότο από πολλούς κατοίκους κινητοποίησε τις δύο πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες έσπευσαν να λάβουν μέτρα.

Για να επιλυθούν τα προαναφερθέντα προβλήματα είναι αναγκαίο να ληφθούν κάποια μέτρα. Αρχικά, οι πολίτες μπορούν να οργανώσουν διαμαρτυρίες έξω από τα εργοστάσια και να απαιτήσουν να γίνεται σωστά ο βιολογικός καθαρισμός. Ο βιολογικός καθαρισμός θα πρέπει να αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη λειτουργία των εργοστασίων. Επίσης με πρωτοβουλία ανωτέρων μπορούν να σταλούν κάποιες επιστολές αγανάκτησης στους ιδιοκτήτες των εργοστασίων. Επιπλέον, μια καλή πρόταση θα ήταν οι κάτοικοι να καλέσουν τα κανάλια και να προβάλλουν παγκοσμίως την τραγική κατάσταση, που επικρατεί στην περιοχή. Πολλοί άνθρωποι της γύρω περιοχής έχουν υποστεί σοβαρά προβλήματα υγείας εξαιτίας των επικίνδυνων χημικών θα μπορούσαν να παρθούν κάποιες συνεντεύξεις από αυτούς. Τέλος, θα δινόταν μια οριστική λύση στο

πρόβλημα ,αν κινητοποιούνταν όλοι οι εργαζόμενοι οργανώνοντας απεργίες.

Και στα καθ' ημάς Ενημερωθήκαμε από τα ΜΜΕ για βιοτεχνία που λειτουργεί στη χώρα μας



Η Φωτογραφία της Ημέρας.

Σαν εικαστικό πρότζεκτ. Οι αλλοδαποί που έφτιαχναν τα ρούχα LAK, σε μια μικρή βιομηχανία στο Περιστέρι, φωτογραφίζονται για πρώτη φορά (Thanks Τάσο).

[+ Το κείμενο του Φρίξου Δρακοντίδη, από μια απρόσμενη πηγή: Το Καρφί του Σαββάτου, [via](#).]

Κατεβαίνοντας τα σκαλιά μιας μικρής βιοτεχνίας ρούχων στο Περιστέρι, αδυνατείς να πιστέψεις ότι μέσα σε αυτά τα περίπου 100 τ.μ κατασκευάζονται κολεξιόν επώνυμων φερμών που κοσμούν τις πανάκριβες βιτρίνες γνωστών καταστημάτων της πρωτεύουσας. Φθηνά εργατικά χέρια που παράγουν μοδάτα προϊόντα ένδυσης, τα οποία εν συνεχεία χρυσοπληρώνει ο καταναλωτής για να τα αποκτήσει.

Ο ιδιοκτήτης της εταιρίας, ένας Σύρος επιχειρηματίας που ήρθε στην Ελλάδα το 1985 μαζί με την οικογένειά του αναζητώντας ένα καλύτερο αύριο, κάθεται στο γραφείο του με μια έκφραση απόγνωσης ζωγραφισμένη στο πρόσωπο του.

Ο κ. Αμπτελγάνι Αλμάνλα ή Κώστας όπως είναι γνωστός στην αγορά υπήρξε για μια χρονιά ο βασικός κατασκευαστής ρούχων της σειράς LAK, ιδιοκτησίας Λάκη Γαβαλά ωστόσο ο τελευταίος κηρύξει πτώχευση στην εταιρία του και οδηγήσει δεκάδες προμηθευτές και πελάτες του σε οικονομικό αδιέξοδο. Δίπλα του στέκονται οι 10 από τους 80 εργαζόμενους που έχουν πλέον απομείνει στην επιχείρηση του. Το σουρεαλιστικό σκηνικό με τα πανάκριβα προϊόντα της LAK δίπλα στις φθηνές κοπτοραπτικές μηχανές και τους αλλοδαπούς υπαλλήλους απομυθοποιεί-τουλάχιστον- την εικόνα ενός άλλοτε «γίγαντα» στο χώρο της ένδυσης, όπως πλασαρίστηκε στην αγορά η επιχείρηση του κ. Λάκη Γαβαλά.

«Ήμασταν οι κατασκευαστές της σειράς LAK για τον χειμώνα και το καλοκαίρι του 2011» αναφέρει ο κ. Αλμάνλα ξεκινώντας να ξετυλίγει το κουβάρι της περιπετειώδους συνεργασίας του με τον κ. Γαβαλά. Μια συνεργασία που τον οδήγησε, όπως υποστηρίζει, στα δίχτυα των τοκογλύφων.

«Τα ρούχα που παρουσίασε ο κ. Γαβαλάς στην επίδειξη μόδας στην Πέτρου Ράλλη ήταν όλα δικά μας. Του δώσαμε εμπόρευμα αξίας 150.000 ευρώ όμως μέχρι και σήμερα δεν έχουμε πάρει ούτε ένα ευρώ. Αναγκάστηκα λοιπόν για να ανταπεξέλθω στις υποχρεώσεις μου να ξενοικιάσω αρχικά έναν χώρο 850 τ.μ που διατηρούσα τα τελευταία 10 χρόνια, να απολύσω 70 υπαλλήλους και μετά να στραφώ αναγκαστικά σε τοκογλύφους προκειμένου να δανειστώ 22.000 με 5% τόκο προκειμένου να πληρώσω το ΦΠΑ για τα ρούχα του κ. Γαβαλά!»

Του έφτιαχνα μπουφάν με 80 ευρώ, το πουλούσε 800!

Ο Σύρος επιχειρηματίας ξεκίνησε να συνεργάζεται με την LAK τον περασμένο Οκτώβρη. Όπως εξιστορεί ο ίδιος, συνεργάτες του κ. Γαβαλά τον πλησίασαν και του ζήτησαν να δουλέψουν μαζί του, καθώς είχαν μάθει μέσω άλλων συνεργατών ότι έχει αναλάβει την δημιουργία προϊόντων για πολλές άλλες επώνυμες φίρμες και μάλιστα με ιδιαίτερη επιτυχία.

«Με ρώτησαν: Μπορούμε να βγάλουμε μέσα σε δυο μήνες 20.000 κομμάτια; Μπορούμε τους απάντησα εγώ. Μιλάμε για εμπόρευμα 150.000 ευρώ. Μπλούζες, παντελόνια, μπουφάν, σακάκι, ταγέρ, ότι θέλεις. Του έφτιαχνα για παράδειγμα μπλούζες με 8 ευρώ και αυτός τις πουλούσε 118 ευρώ τη μία! Μπουφάν με 80 ευρώ, αυτός το πουλάγε 800 ευρώ. Αυτά τα είδα με τα μάτια μου. Ξεκινήσαμε λοιπόν να βγάζουμε όλη την παραγωγή και ο κ. Γαβαλάς με αυτά τα ρούχα όπως σας είπα έκανε την επίδειξη μόδας του στην Πέτρου Ράλλη. Τα πουλήσε όλα αλλά εμείς δεν πήραμε ούτε φράγκο! Όλες οι επιταγές που μας έδωσε σφραγίστηκαν από τις τράπεζες. Όλοι μου λένε να ξεχάσω τα λεφτά. Όμως αυτά τα λεφτά που μου λένε να ξεχάσω δεν είναι δικά μου. Είναι για να πληρώσω τους υπαλλήλους που δούλευαν σαν σκύλοι για να πάρει τα ρούχα έγκαιρα τα ρούχα ο κ. Γαβαλάς. Έχω ένα σπίτι στο Περιστέρι, κοντεύω να το χάσω. Εμείς εδώ αν δεν πληρώνουμε το ΙΚΑ, την άλλη μέρα μας κλείνουν το μαγαζί».

Ο κ. Αλμάνλα, όπως λέει, ως ύστατη λύση αναγκάστηκε να στήσει καρτέρι έξω από το σπίτι του κ. Γαβαλά προκειμένου να του μιλήσει πρόσωπο με πρόσωπο και να ζητήσει τα χρήματα του.

«Έμαθα από τρεις επώνυμους που ράβω, τη διεύθυνση του σπιτιού του κ. Γαβαλά. Την πρώτη μέρα τον περίμενα για 11 ώρες. Δεν φάνηκε. Την δεύτερη έπειτα από πέντε ώρες αναμονή, είδα να βγαίνει ένα Smart μέσα στο οποίο επέβαιναν δυο άνδρες της ασφάλειας του και από πίσω ακολουθούσε η Rolls Roy's στην οποία βρισκόταν μέσα ο κ. Γαβαλάς. Αναγκάστηκα να τους ακολουθήσω. Κατευθύνονταν προς την εταιρία στην Κάντζα. Πρόλαβα και έφτασα πρώτος. Προσπάθησα να τον πλησιάσω, αλλά με εμπόδισαν οι άνθρωποί του λέγοντας μου ότι ο κ. Γαβαλάς είναι σε άσχημη ψυχολογική κατάσταση και πως δεν επιθυμεί να μιλήσει σε κανέναν. Μετά μαθαίνω από συνεργάτες του ότι ενώ βρίσκεται σε οικτρή οικονομική κατάσταση, αγόρασε ένα ποδήλατο γυμναστικής 35.000 ευρώ για το σπίτι του! Τρελάθηκα.

Πήγα πάλι στον οικονομικό διευθυντή της εταιρίας. Του ζήτησα να με πληρώσουν, μου είπαν πάλι ότι δεν υπάρχουν χρήματα. Τους είπα να μου δώσουν την Rolls Roy's, να την πουλήσω και να ξεχρεώσω. Μου απάντησαν ότι είναι νοικιασμένη. Και το σπίτι στο Κολωνάκι, τους ρωτώ; Και αυτό στο νοίκι. Με 12.000 ευρώ μίσθωμα το μήνα. Ωραία, τους απαντάω και τους προτείνω: Να έρθει ο κ. Γαβαλάς να μείνει μαζί μου στο Περιστέρι να μου δίνει

500 ευρώ ενοίκιο και τα υπόλοιπα 11.500 να μου τα δίνει για να εξοφλήσουμε το χρέος. Είμαι σε απόγνωση δεν ξέρω τι να κάνω».

Πηγή: εφημερίδα «Το καρφί».

Αφού αναζητήσαμε πληροφορίες στο διαδίκτυο σχετικά με τις συνθήκες εργασίας στα εργοστάσια παραγωγής ρούχων σε διάφορες χώρες της Ασίας –ενδεικτικά των οποίων είναι τα παρακάτω-, καταγράψαμε τα διαφορετικά πρόσωπα που εμπλέκονται στο θέμα αυτό και μπορεί να έχουν **διαφορετικές απόψεις και συμφέροντα**. Οργανώσαμε ένα **παιχνίδι ρόλων** με θέμα «**Τις συνθήκες παραγωγής επώνυμων ρούχων**» και καταγράψαμε τα επιχειρήματα των διαφορετικών ρόλων.

Κάποιοι ρόλοι ήταν: Ο εκπρόσωπος της εταιρείας, ινδός πατέρας, παιδί που δουλεύει στις εταιρείες παραγωγής ρούχων στην Ινδία, ευρωπαίος καταναλωτής ρούχων, εκπρόσωπος μη κυβερνητικής οργάνωσης για τα δικαιώματα του παιδιού, εκπρόσωπος της ινδικής κυβέρνησης, ιδιοκτήτης εργοστασίου κατασκευής των προϊόντων κ.ά.

Υποστηρικτικά κείμενα για το παιχνίδι ρόλων:

A. Κατά κανόνα η παραγωγή αθλητικών ειδών δεν γίνεται απευθείας από τις ίδιες τις εταιρείες, αλλά αντίθετα γίνονται συμβόλαια με εργοστάσια – προμηθευτές, πολλά από τα οποία στη συνέχεια υπομισθώνουν μικρότερα εργοστάσια ή εργάτες κατ' οίκον. Πολλά από τα εργοστάσια της Ασίας που διαχειρίζονται την παραγωγή των μεγάλων γνωστών εταιρειών είναι μεγαλύτερα και πιο ισχυρά από τις ίδιες τις εταιρείες και το δίκτυο των εργοστασίων και προμηθευτών είναι αχανές. Η Oxfam International πιστεύει ότι τόσο οι προμηθευτές όσο και οι εταιρείες πρέπει να έχουν την ευθύνη για την τήρηση των εργατικών δικαιωμάτων. Εταιρείες όπως η NIKE, ADIDAS, REEBOK, PUMA και άλλες επέλεξαν να εκμισθώνουν σε τρίτους την παραγωγή τους. Αν ήθελαν θα μπορούσαν να έχουν δικά τους εργοστάσια. Το γεγονός της εκμίσθωσης σε τρίτους δεν θα πρέπει να τις απαλλάσσει από την ευθύνη της παραγωγής των προϊόντων τους κάτω από αξιοπρεπείς συνθήκες. Με τον ίδιο τρόπο που οι εταιρείες των αθλητικών προϊόντων απαιτούν να τηρούνται οι προδιαγραφές ποιότητας των προϊόντων τους, με τον ίδιο τρόπο θα πρέπει να απαιτούν από τους προμηθευτές τους να εγγυηθούν για την ποιότητα των σχέσεων εργασίας στους χώρους παραγωγής.

Oxfam International, Offside, Labour rights and sportswear production in Asia, 2006.

Φωτό: Oxfam International, Offside, Labour rights and sportswear production in Asia, 2006.

B. Η εταιρία έτοιμου ενδύματος Gap και άλλες εταιρίες ενδυμάτων απέσυραν στο παρελθόν ρουχισμό τους από τα καταστήματά τους όταν έγινε γνωστό ότι κατασκευάζονταν σε εργοστασιακές μονάδες στην

Ινδία, όπου απασχολούνται παιδιά. Όμως πολλοί στην Ινδία δεν θεωρούν την παιδική εργασία ως ένα κοινωνικό φαινόμενο που πρέπει να εκλείψει άμεσα και υποστηρίζουν ότι είναι μία ενίσχυση για τους φτωχούς που πρέπει να επιβιώσουν.

Ημερησία 29/9/2010

Γ. Εκπρόσωπος της εταιρείας GAP δήλωσε ότι η εταιρεία δεν γνώριζε ότι τα ρούχα που προορίζονταν για την Χριστουγεννιάτικη αγορά είχαν κατασκευαστεί από υπομισθωμένο εργοστάσιο ρούχων στο οποίο δούλευαν παιδιά. Ανακοίνωσε ότι θα αποσυρθούν οι συγκεκριμένες παρτίδες ρούχων, ενώ θα διερευνηθεί αν τηρείται ο ηθικός κώδικας που είχε επιβληθεί από την εταιρεία πριν τρία χρόνια. {...} Η σημαντική συνεισφορά της Ινδίας στην παγκόσμια οικονομία είναι τα εξαιρετικά φθηνά εργατικά χέρια. Η διαπίστωση αυτή εξηγεί τις 15.000 χιλιάδες εργοστάσια ρούχων που λειτουργούν στο Δελχί κάτω από ανεπαρκείς κανονισμούς, μερικά από τα οποία είναι από τα χειρότερα κάτεργα που θα μπορούσε να ανεχθεί η ανθρώπινη συνείδηση. {...} Σύμφωνα με μια εκτίμηση, περισσότερο από 20% της Ινδικής οικονομίας στηρίζεται στην παιδική εργασία, ποσοστό που υπολογίζεται σε 55 εκατομμύρια παιδιά κάτω των 14. {...}

Εφημερίδα Observer 28/10/2007

Φτιάξαμε το δικό μας κολλάζ με θέμα «Συνθήκες εργασίας σε Κίνα , Ινδία και Ελλάδα»

Από τη θεωρία στην πράξη.

Ανταλλάσσοντας αυτές τις πληροφορίες μεταξύ μας , προβληματιζόμενοι γιατα ίδια μας τα ρούχα ,αλλάξαμε, θέλουμε να πιστεύουμε ,έστω και σε μικρό βαθμό , τη στάση μας και τουλάχιστον προσπαθήσαμε να γίνουμε «συνειδητοί καταναλωτές».Έτσι περάσαμε στη **δράση** και μοιράσαμε στο σχολείο **ανακοίνωση-διαφήμιση για συγκέντρωση** παλιών σε πολύ καλή κατάσταση **ρούχων** ,τα οποία θα δωρίσουμε στο **«Χαμόγελο του παιδιού»**.Ακολουθεί το κείμενο της διαφήμισης:

ΚΑΝΟΥΜΕ ΠΡΑΞΗ ΤΗ ΓΝΩΣΗ ΜΑΣ.

ΑΝΑΚΥΚΛΩΝΟΥΜΕ ΤΑ ΡΟΥΧΑ ΜΑΣ ΛΕΜΕ **OXI ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟ.**

Στα πλαίσια του project σχετικά με τη μόδα συγκεντρώνουμε ρούχα σε καλή κατάσταση για ηλικίες 10-18 χρονών με σκοπό να τα διαθέσουμε στο **«ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ»**.

Ημερομηνία τελικής παραλαβής: Τετάρτη 1-2-2012

Ομάδα project «Τα ρούχα μας..... αυτοί οι άγνωστοι.»

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.

Η Καινοτομία των ερευνητικών εργασιών στο νέο Λύκειο Ηλίας
Ματσαγγούρας

Παραδείγματα ερευνητικών εργασιών Μέρος δεύτερο Κατερίνα
Μπαζίγου.

www.en.wikipedia.org

www.asiafashionclothing.com

www.ied.edu/sao-paulo/fashion-school

<http://histclo.com/schun/country/schun1cousa.html>

Εφημερίδα Observer 28/10/2007

Oxfam International, Offside, Labour rights and sportswear production in
Asia, 2006.

Φωτό: Oxfam International, Offside, Labour rights and sportswear
production in Asia, 2006.

Το Καρφί του Σαββάτου

WWF HELLAS

<http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/TshirtPaper.pdf>

<http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/TshirtPaper.pdf>

Τα ΝΕΑ Σάββατο 13 Νοεμβρίου 2010

Σχολικό εγχειρίδιο: Έκφραση- Έκθεση Α' Λυκείου σελ.189-199 σχετικά
με την «Απόπειρα μεταρρύθμισης της ελληνικής αστικής ενδυμασίας στα
τέλη του 19^{ου} αιώνα»

<http://www.fairtrade.gr/>

Άρθρο από

Δημοσιεύθηκε στην International

Herald Tribune στις 12.7.2003.

Ημερομηνία : 20-07-2003

Copyright: <http://www.kathimerini.gr>

Για το project εργάστηκαν οι μαθήτριες και οι μαθητές:

- **ΑΜΠΟΥ ΣΑΜΡΑ ΧΑΪΛΑ**
- **ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ**
- **ΒΑΛΛΑΪ ΑΜΙΑΝΤΑ**
- **ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΑΝΔΡΙΑΝΑ**
- **ΓΑΡΑΝΤΖΙΩΤΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ**
- **ΔΙΑΜΑΝΤΗ ΑΝΘΟΥΛΑ**
- **ΚΑΓΙΑΛΟΓΛΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ**
- **ΚΑΖΗ ΕΛΙΣΑΒΕΤ**
- **ΚΑΤΣΩΤΑΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ**
- **ΚΟΛΛΙΑ ΜΑΡΙΑ-ΖΩΗ**
- **ΛΙΑΠΗ ΑΡΤΕΜΙΣ**
- **ΜΑΛΑΓΚΟΝΙΑΡΗ ΙΩΑΝΝΑ**
- **ΜΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ**
- **ΜΠΕΛΛΟ ΚΡΙΣΤΕΛΑ**
- **ΤΖΙΑΦΕΡΗ ΜΑΡΙΝΑ**
- **ΧΑΣΑΝ ΑΓΙΑ**