<http://www.s-presso.gr/pos-tha-apofygete-tis-stilistikes-gkafes>

Πώς θα αποφύγετε τις στιλιστικές γκάφες;

Αν φοράτε στενά παντελόνια που αναδεικνύουν όχι το καλλίγραμμο σώμα σας, αλλά το περίγραμμα του εσωρούχου σας, αν κυκλοφορείτε ακόμη με ένα τσαντάκι-«μπανάνα», αν έχετε κάνει μέσα στον χειμώνα επτά sessions solarium και μοιάζετε σαν την μύγα μέσα στο γάλα, μην απορήσετε όταν ακούσετε σειρήνες. Θα είναι η αστυνομία της μόδας, καθώς οι fashionistas ανά τον κόσμο έχουν θέσει κάποιους άγραφους, αλλά απαράβατους κανόνες, που συχνά παραβαίνονται. Καιρός να τους δούμε και γραπτά:

***(Πολύ) χαμηλοκάβαλα παντελόνια :***

Διεθνώς γνωστός ως «*sagging*», ο τρόπος που επιλέγουν πολλοί άνδρες να φορούν το παντελόνι τους, επιδεικνύοντας **το μεγαλύτερο μέρος του επώνυμου εσωρούχου τους,** είναι σαφώς ακαλαίσθητος και ταιριάζει περισσότερο σε έφηβους rappers παρά σε καθημερινούς άνδρες που θέλουν να κάνουν fashion statement. **Το ίδιο ισχύει για τις γυναίκες**. Τα παντελόνια που φοριούνται έτσι, ώστε να αποκαλύπτουν το καινούριο g-string τους καλό είναι να αποφεύγονται, όπως αποφεύγει ο διάβολος τα fake Prada.

***«Μπανάνες»***

ένα από τα κορυφαία faux pas των αξεσουάρ,**το τσαντάκι-«μπανάνα»** αποτελεί σκάνδαλο στις καλές και μη εμφανίσεις, καθώς καμία χρηστικότητα δεν θεωρείται πως μπορεί να ξεπεράσει την ρετρό κακογουστιά του. Ίσως στις ‘90s διακοπές μας, όλοι να είχαμε εφοδιαστεί με ένα τέτοιο ή να το σκεφτήκαμε σοβαρά, αλλά πλέον, οι μόνοι που δικαιολογούνται να το φορούν είναι οι σερβιτόροι σε beach bars. Στο Facebook υπάρχουν αρκετά groups εναντίον του, όπως το «**[Fanny packs should be illegal](ttp://www.facebook.com/" \l "!/pages/Fanny-Packs-should-be-illegal/105721519460086?v=info" \t "_blank)**», που αποδεικνύουν ότι το μένος των περισσότερων ανθρώπων προς το ενδυματολογικό «φρούτο» παραμένει άσβεστο.

***Μαύρο με καφέ***

Ένας από τους παλιότερους κανόνες της ενδυματολογίας λέει πως**ο συνδυασμός του μαύρου με το καφέ χρώμα είναι απαγορευτικός.**Πολλοί σχεδιαστές θα ασκούσαν ποινική δίωξη σε αυτούς που παραβαίνουν τον κανόνα, ενώ άλλοι, επιχειρούν να τον σπάσουν για να πρωτοτυπήσουν. Η αλήθεια είναι πως το μαύρο και το καφέ θεωρούνται κοντινές αποχρώσεις και ως εκ τούτου αταίριαστες. Παρ’ όλα αυτά, **δεν είναι νόμος**: όταν για παράδειγμα σε ένα μαύρο outfit ενσωματώσετε διακριτικά καφέ αξεσουάρ, όπως μία ζώνη, και τα υφάσματα δένουν μεταξύ τους, τότε θα δείχνετε απόλυτα καλαίσθητοι.

***Δυσανάλογα μεγέθη***

Ποτέ μην αγοράζετε ρούχα μικρότερου μεγέθους από αυτό που σας κάνει, ώστε να δείχνετε πιο λεπτοί, ή μεγαλύτερου μεγέθους για να καλύψετε τα περιττά κιλά. Και στις δύο περιπτώσεις, αντί να καμουφλάρετε τις ατέλειες, τις τονίζετε. Όταν μια γυναίκα φορά τόσο στενό παντελόνι, που αποκαλύπτει το περίγραμμα του εσωρούχου της, το αποτέλεσμα είναι άσχημα και καθόλου κολακευτικό.

***Καλσόν με «ανοιχτά» παπούτσια***Πριν λίγα χρόνια, οι λάτρεις του στιλ θα έλεγαν χωρίς δισταγμό «Όχι». Οι συνήθειες και οι τάσεις αλλάζουν παρ’ όλα αυτά, και **πολλοί fashion bloggers δείχνουν να βάζουν νερό στο κρασί τους** και αποδέχονται κάποιες περιπτώσεις ιδιαίτερων καλσόν, συνδυασμένα με peep toes, ιδίως μετά την εμφάνιση πολλών stars που είχαν την ιδέα να σπάσουν τον «νόμο». Δείτε τι αναφέρει το [**FashionPolice.net**](http://www.thefashionpolice.net/2008/11/open-toe-shoes.html) για την περίπτωση αυτού του αμφιλεγόμενου faux pas.

***Υπερβολικό μαύρισμα***Όχι, δεν δείχνει σαν να γυρίσατε μόλις από διακοπές σε κάποια αμμουδερή παραλία. Ούτε φαίνεται φυσικό, όταν το πρόσωπό σας κάνει 100% αντίθεση με την οδοντοστοιχία σας.**Το υπερβολικό solarium είναι εντελώς ακαλαίσθητο**, ενώ το να ξεβάφει το δέρμα σας πάνω στα ανοιχτόχρωμα ρούχα σας είναι τουλάχιστον άβολο για τον εγωισμό σας. Για φυσικό, «τροπικό» μαύρισμα, περιμένετε το καλοκαίρι ή απλώς, εφαρμόστε το «παν μέτρον άριστον» στους τεχνητούς τρόπους μαυρίσματος.

***Fashion trends που δεν μας ταιριάζουν***

Μόδα είναι και γυρίζει, και φέρνει μαζί της αξεσουάρ από παλιές εποχές ή ακόμη και από… μελλοντικές. Ωστόσο, πριν βιαστείτε να αγκαλιάσετε κάθε νέο στιλ, πρέπει πρώτα να διαπιστώσετε αν δείχνει ωραίο πάνω σας, αν αναδεικνύει τον εαυτό σας και αν ταιριάζει με την προσωπικότητά σας. Ωραία είναι **τα κοκάλινα γυαλιά τύπου «Μαρία η Άσχημη» για "geek" look,**αλλά αν δεν μπορείτε να τα υποστηρίξετε ή αν το γενικότερο στιλ σας είναι πιο συντηρητικά σικ, τότε όντως θα δείχνετε σαν την συγκεκριμένη ηρωίδα, με τα hip γυαλιά να μοιάζουν δυσανάλογα στο πρόσωπό σας.

Πηγή : in2life.gr

2. <http://www.s-presso.gr/o-rolos-ton-neon-stin-moda-toy-simera-kai-toy-ayrio>

Ο ρόλος των νέων στην μόδα του σήμερα και του αύριο...

Ως  μια ιδιαίτερη κοινωνική ομάδα οι νεολαία διακρίνετε από ορισμένα γνωρίσματα όπου την διαφοροποιούν από τις άλλες ηλικιακές ομάδες.Βασικό ρόλο λοιπόν, παίζουν οι νέοι και στην μόδα και ιδιαίτερα στην εξέλιξη της.Η διάθεση τους για μια συνεχής κριτική και αμφισβήτηση απέναντι σε οτιδήποτε επηρεάζει στιλιστικές απόψεις μικρών και μεγάλων διαμορφώνει δημιουργήματα γνωστών σχεδιαστών μόδας ,τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.Ο νεωτερισμός είναι ένα άλλο εξίσου σημαντικό κεφάλαιο όπου κάνει την μόδα να αλλάζει χρόνο με τον χρόνο. Η αγάπη λοιπόν για την πρόοδο, το καινούριο και το αδοκίμαστο είναι αυτά τα όποια γοητεύουν ακόμα και τους πιο απαιτητικούς fashion designers.Δυναμισμός, ευαισθησία αλλά και υπερβολή είναι μερικές λέξεις όπου μπορούν να εκφράσουν δημιουργήματα νέων σχεδιαστών στα πρώτα τους βήματα αλλά και μετέπειτα, με βασικό οδηγό τους το πάθος και την αγάπη τους για αυτή. Για αυτό κάθε φορά που κρίνουμε κάποιον νέο με μια διαφορετική άποψη από εμάς η’ διαφορετικό στυλ, καλό θα ήταν να σκεφτούμε πως πίσω από την εικόνα όπου βλέπουμε υπάρχουν κάποιες ατομικές απόψεις , κοινωνικές αντιλήψεις ακόμη και μια μικρή προσωπική επανάσταση ενάντια στο συνηθισμένο και το απλό. Εκείνοι οι διαφορετικά στιλιστικά νέοι είναι αυτοί όπου αργότερα οι μεγαλύτερες πασαρέλες μόδας στον κόσμο θα μιμηθούν λανσάροντας τις ιδέες τους και εμείς με την σειρά μας θα πούμε αργότερα πως ''είναι στην μόδα’’. Μην ξεχνάμε άλλωστε πως πολλές φόρες αυθόρμητα ακολουθούμε την μόδα και τις νέες ιδέες της, άλλοι περισσότερο και άλλοι λιγότερο.

Αρθρογραφεί ο/η [Sia Lykou](http://www.s-presso.gr/sia-lykou)

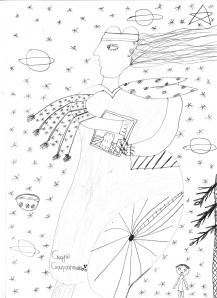
3. <http://tokokkinopouhtanmple.wordpress.com/2008/12/12/%CE%BC%CF%8C%CE%B4%CE%B1/>

Μοντερνισμός-Μόδα

**ΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟΣ**

Ο μοντερνισμός εκφράστηκε στο παρελθόν ως κίνημα:

α)λογοτεχνικό,το οποίο εκδηλώθηκε ως αντίδραση στο ρομαντισμό,β)θρησκευτικό, σύμφωνα με το οποίο ορισμένοι διανοούμενοι του καθολικισμού προσπάθησαν να συγκεράσουν τη θρησκευτική διδασκαλία με τη σύγχρονη επιστημονική σκέψη,γ)αισθητικό,κατά το οποίο οι κλασικές μορφές τέχνης,όπως η ζωγραφική,η γλυπτική,η αρχιτεκτονική,το θέατρο,η μουσική παρουσιάστηκαν από τους δημιουργούς τους με νέες αντιλήψεις και τεχνοτροπίες (κυβισμός,φουτουρισμός,αφηρημένη τέχνη κ.ά.)



*Έργο μοντέρνας τεχνοτροπίας της μαθήτριας Γεωργίας Γουρνοπάνου*

Παράλληλα ο μοντερνισμός στην καθημερινή ζωή αποτελεί μια πραγματικότητα,εφόσον ο σύγχρονος άνθρωπος δίνει άμεση προτεραιότητα στο χώρο της μόδας, του ντυσίματος,της συμπεριφοράς και του τρόπου σκέψης.

Η εξάπλωση της μόδας και του μοντέρνου οφείλεται σε παράγοντες που έχουν σχέση με το επίπεδο της οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης της κάθε χώρας. Όσο πιο υψηλό είναι το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της,τόσο πιο ευάλωτοι είναι αυτοί στις επιταγές της μόδας και του μοντέρνου.

Επίσης,η τάση του ανθρώπου για καθετί νεοτερικό αποτελεί θετικό παράγοντα διάδοσης του μοντέρνου. Ειδικά στο χώρο της μόδας κάθε άνθρωπος επιζητεί με την εξωτερική εμφάνιση να ξεχωρίσει από τους άλλους,να πρωτοτυπήσει,να προκαλέσει. Παράλληλα η ψυχική ευχαρίστηση δίνει μια νέα αίσθηση και ψυχολογία στο άτομο που ντύνεται ή συμπεριφέρεται μοντέρνα.

Τέλος,η μίμηση ασκεί μεγάλη επίδραση στη συμπεριφορά του ατόμου.Δεν είναι δυνατόν,για παράδειγμα,οι νέοι να ακολουθούν ένα συγκεκριμένο τρόπο ντυσίματος και ορισμένοι να αδιαφορούν ή να τον αρνούνται.Συνήθως δε μιμούνται μόνο τον τρόπο αμφίεσης,αλλά και τη συμπεριφορά,ακόμα και τη νοοτροπία.

Το μοντέρνο εκφράζει τις πεποιθήσεις (αισθητικές,πνευματικές,ηθικές) και τον πολιτισμό μιας κοινωνίας σε μια συγκεκριμένη εποχή.Για το λόγο αυτό αλλάζει με τις εποχές,όπως αλλάζει και ο τρόπος ζωής.Η αλλαγή αυτή έχει μεγάλη αξία ακόμα και στην πνευματική ζωή.Ωστόσο η τάση αυτή του σημερινού ανθρώπου να δοκιμάζει νέους τρόπους έκφρασης,όλων όσων δονούν την ψυχή και αγγίζουν το πνεύμα του,είναι φυσιολογικά εναρμονισμένη με την ελεύθερη φύση του για ανανέωση και δημιουργία.

**ΜΟΔΑ**

Για πολλούς ανθρώπους είναι σημαντικό να συμβαδίζουν με τη μόδα. Γι’αυτό το λόγο ξοδεύουν πολύ από τον ελεύθερο χρόνο τους ψάχνοντας την τελευταία τάση της μόδας στα περιοδικά η πηγαίνοντας σε επιδείξεις μόδας. Ωστόσο για κάποιους ανθρώπους που θέλουν να είναι πάντα στη μόδα μπορεί να γίνει μια ακριβή υπόθεση, καθώς τα ρούχα γίνονται παλιομοδίτικα υπερβολικά γρήγορα. Κάθε χρονιά διαφορετικά στυλ, χρώματα και υφάσματα είναι της μόδας. Μερικές φορές ένα διάσημο άτομο – συνήθως τραγουδίστρια – μπορεί να ξεκινήσει μια καινούρια μόδα. Στην πραγματικότητα, ο τρόπος που εμείς διαλέγουμε τον τρόπο ντυσίματός μας αντανακλά το είδος μουσικής που ακούμε.

Για πολλούς νέους είναι σημαντικό να συμβαδίζουν με τη μόδα. Μερικοί νέοι το κάνουν επειδή το θέλουν,με τη θέλησή τους,άλλοι όμως νοιώθουν υποχρεωμένοι, γιατί στην κοινωνία που ζούμε αν κάποιος ντύνεται ξεχωριστά ή παλιομοδίτικα,πολλοί άνθρωποι τον βλέπουν σαν ξεχωριστό άτομο.

Κατά τη γνώμη μου είναι πολύ όμορφο να είσαι μοδάτος, αλλά καλύτερο είναι να έχεις το προσωπικό σου στυλ, ντύσιμο που να αντανακλά την προσωπικότητά σου ή να ακολουθείς τη μόδα και να προσθέτεις στο ντύσιμό σου κάποια στοιχεία της προσωπικότητάς σου.

*Συμβουλές*

1. Εάν τα ρούχα που έχεις στην ντουλάπα σου έγιναν γρήγορα παλιομοδίτικα,μπορείς να τα φτιάξεις μόνη σου,κάνοντάς τους κάποιες αλλαγές που πρέπει.
2. Δεν έχεις τίποτα να ζηλέψεις από το ντύσιμο ενός διάσημου ατόμου,διότι μπορείς να κάνεις σχετικά το ίδιο ντύσιμο,αγοράζοντας πιο φθηνά ρούχα.

Ελευθερία Ζωγάκη

Τμήμα Γ1

(Βιβλιογραφία άρθρου: ‘Σύγχρονο λεξικό των βασικών εννοιών του υλικού-τεχνικού,πνευματικού και ηθικού πολιτισμού’, Δημήτριος Π. Διαμαντόπουλος, εκδ.Πατάκη)

4.<http://www.tovima.gr/vimadonna/fashion/article/?aid=441150>

Οι αγαπημένες μας fashion bloggers

Αυτές οι πέντε νέες Ελληνίδες φτιάχνουν τα blogs που τσεκάρουμε καθημερινά

**ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ:  31/01/2012, 15:09 | ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ:  31/01/2012, 16:13**



H Νεφέλη Γεωργαλά έχει μαζί με την αδερφή της Ναταλία το twinfashionblog.com.

Οι fashion bloggers ανά τον κόσμο ασκούν πλέον μεγάλη επιρροή στον χώρο της μόδας, γιατί είναι συνήθως κοπέλες με ιδιαίτερο στυλ, ξεχωριστή ματιά και έντονη προσωπικότητα. Το ντύσιμο τους, τα κομμάτια που επιλέγουν από τις νέες κολεξιόν και η άποψη τους για τους νέες σχεδιαστές επηρεάζουν τους αναγνώστες τους, και σε αρκετές περιπτώσεις η γνώμη τους έχει το ίδιο κύρος με καθιερωμένες style editors των μεγάλων περιοδικών. Στην Ελλάδα δεν είναι ακριβώς έτσι, αλλά έχουμε κι εμείς μερικά blogs που έχουμε πάντα υπόψιν. Πέντε από τις αγαπημένες μας bloggers μας μίλησαν για το ξεκίνημα του blog τους, τη μόδα και τα αγαπημένα τους κομμάτια.

**Θάλεια Γελαδάκη**

**Life in Athens** (<http://lifeinathens.com/> )



**Πες μας λίγα λόγια για σένα.**

Είμαι 27 χρονών, γεννήθηκα στην Αθήνα και σπούδασα Ιστορία της Τέχνης στο Λονδίνο όπου έμεινα και δούλεψα για 7 χρόνια. Τώρα δουλεύω στον τομέα της διαφήμισης και συγκεκριμένα στο digital marketing,

**Πότε και γιατί αποφάσισες να ξεκινήσεις το blog σου;**

Το ξεκίνησα το 2009 μετά από περίπου ένα χρόνο που επέστρεψα στην Ελλάδα για να μοιραστώ με περισσότερο κόσμο την δική μου εμπειρία από την Αθήνα, μια πόλη που για 7 χρόνια δεν είχα ζήσει ουσιαστικά. Στη συνέχεια εξελίχθηκε διαφορετικά, καθώς η μόδα άρχισε να μονοπωλεί το ενδιαφέρον μου.

**Εχεις ένα αγαπημένο σου κομμάτι –ρούχο ή αξεσουάρ- που να είναι το φετίχ σου;**

Ενα λευκό σάλι που έχει πλέξει η γιαγιά μου που έχει συναισθηματική αξία, όπως και οι τεράστιες τσάντες.

**Πες μας ένα κομμάτι σχεδιαστή που έχεις ήδη ξεχωρίσει για την Άνοιξη/Καλοκαίρι 2012.**

Θα επέλεγα μακριά φορέματα από Chloe και Prada φούστες.

**Ποιοι είναι ο αγαπημένοι σου σχεδιαστές;**

Από Ελληνες, τον Δημήτρη Πέτρου για τα απίστευτα προσεγμένα σχέδια και γραμμές που έχουν τα ρούχα του, την Ελευθερία Αραπόγλου με το label Digitaria για την τόλμη της και τις ξεχωριστές της φόρμες στα ρούχα και τον Σωτήρη Γεωργίου για τα αντρικά του και τα πλεκτά του. Από ξένο θα επέλεγα μάλλον τον Stefano Pilati γιατί προσωπικά θεωρώ πως έδωσε μια άλλη πνοή στον Yves Saint Laurent .

**Νεφέλη και Ναταλία Γεωργαλά**

**Twin Fashion (**[**http://www.twinfashionblog.com/**](http://www.twinfashionblog.com/)**)**

**Πείτε μας λίγα λόγια για σας.**

Νεφέλη: Είμαι 25 και μαζί με την αδερφή μου Ναταλία έχουμε το *twinfashion*, ένα fashion blog το οποίο αποτελεί μια μικρή αναπαράσταση της καθημερινής μας ζωής. Στα 17 σπούδασα στο St. Andrews για το πρώτο μου πτυχίο στα οικονομικά και στη συνέχεια ολοκλήρωσα το άλλο μου πτυχίο στα Media & Communications στο American College of

Greece.

Ναταλία: Εγώ είμαι η Νατ, ή αλλιὠς “baby twin” όπως χαρακτηριστικά με φωνάζει η Νεφέλη και τα τελευταία 4 χρόνια ζω στο Λονδίνο. Αυτή τη στιγμή βρίσκομαι στον τελευταίο χρόνο των σπουδών μου στο ιταλικό κολέγιο μόδας Istituto Marangoni στον τομἐα του Fahion Business και από Σεπτέμβριο θα βρίσκομαι στην πόλη των ονείρων μου, τη Νέα Υόρκη για το μεταπτυχιακό μου.



**Γιατί αποφασίσατε  να ξεκινήσετε το blog ;**

Νεφέλη: Τον περασμένο Οκτώβριο καθόμουνα στο σπίτι χαζεύοντας τις καινούριες collection sto style.com, μου ήρθε η έμπνευση και έγραψα το πρώτο blog post: ένα άρθρο που εξηγούσε το πώς επηρεάζουν τα ψηλά τακούνια το styling, αλλά και τη συμπεριφορά των γυναικών. Πήρα αμέσως τη Ναταλἰα τηλέφωνο και της είπα ετοιμάσου, ξεκινάμε!

**Eχουν εξελιχθεί τα πράγματα στην Ελλάδα για το fashion blogging;**

Πιστεύουμε πως γίνεται σημαντική προσπάθεια τον τελευταίο καιρό, αλλά δυστυχώς δεν υπάρχει ακόμα η κατάλληλη στήριξη από την ελληνική βιομηχανία της μόδας – κάτι που φυσικά λειτουργεί κατά και των δύο πλευρών λαμβάνοντας υπόψη τις επιτυχείς συνεργασίες διεθνών περιοδικών και οίκων μόδας με bloggers του εξωτερικού.

**Εχετε κάποια ρούχα φετίχ;**

Τα jean σορτσάκια είναι ένα πολύτιμο κομμάτι της γκαρνταρόμπας μας, φοριούνται από το πρωί ως το βράδυ, όλες τις εποχές του χρόνου. Μας δίνουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουμε ποικίλα στυλ και τα αποκαλούμε life-saving pieces!

**Ποια είναι η τάση της μόδας που δεν πρόκειται να υιοθετήσετε ποτέ;**

Τις midi (μέχρι το γόνατο) φούστες και τα kitten heels.

**Τι λάθος κάνουν οι Ελληνίδες στο στυλ τους;**

Δυστυχώς κάποιες φορἐς ενώ θέλουν, δεν καταφέρνουν να προσαρμόσουν την εκάστοτε τάση στο προσωπικό τους στυλ.

**Eχετε ξεχωρίσει κάποια κομμάτια για την Άνοιξη/Καλοκαίρι 2012;**

Τα γεωμετρικά “boxy” jackets του οίκου Balenciaga, αλλά και τα υπέρογκα «shark tooth» κολιέ του Givenchy.

**Aγαπημένοι σχεδιαστές;**

Νεφέλη: Δημήτρης Πέτρου και Deux Hommes, γιατί και οι δύο αντικατοπτρίζουν σε μεγάλο βαθμό την παριζιάνικη φινέτσα, συνδυάζουν μοναδικά το commercial με το avant garde, και το εξαιρετικό ανδρόγυνο στυλ και clean cut γραμμές.

Ναταλία: Celia D. γιατί τη θεωρώ πριγκίπισσα του boho chic .

Από ξένους σχεδιαστές αγαπημένος και των δύο μας είναι ο Christophe Decarnin, τέως creative director του οίκου Balmain, αλλἀ και ο αντικαταστἀτης του Olivier Rousteing, γιατί τα κομμάτια τους αντικατοπτρίζουν απόλυτα το προσωπικό μας rock-chic στυλ.

**Ποιο άτομο από το χώρο της μόδας θαυμάζετε και γιατί;**

Από άντρες, τον Karl Lagerfeld, γιατί εκτός από μέγας μόδιστρος και ιδιοφυΐα της μόδας, είναι ένας καταπληκτικός άνθρωπος. Όσον αφορά τις γυναίκες, την Kate Moss, γιατί έχει αποδειχθεί διαχρονική αξία στον κόσμο της μόδας.

**Κατερίνα Καρατσώλη**

**Margaret Cruzemark (**[**http://margaretcruzemark.blogspot.com/**](http://margaretcruzemark.blogspot.com/)**)**



**Πες μας λίγα λόγια για σένα.**

Κατάγομαι από την Βόρεια Ελλάδα, εργάζομαι στο ιστορικό κέντρο της  Αθήνας και μένω στα Νότια Προάστια. Μου αρέσουν οι Cure, το Coachella festival, τα ποτά του Θανάση στο Baba Au Rum, τα iPhones και η Αθήνα πολύ νωρίς το πρωί.

**Πότε και γιατί αποφάσισες να ξεκινήσεις το blog σου;**

Το blog το ξεκίνησα τον Ιούνιο του 2010 ορμώμενη από τη διάθεσή μου να παρουσιάσω κάτι διαφορετικό από αυτά που έβλεπα καθημερινά στους δρόμους.

**Eχουν εξελιχθεί τα πράγματα στην Ελλάδα για το fashion blogging;**

Αυτό όμως που κυρίως έχει αλλάξει είναι το επίπεδο του στυλ και της αισθητικής. Τα fashion blogs πια δεν επικεντρώνονται μόνο στη μόδα, αλλά προσπαθούν να ανακαλύψουν και να προβάλουν νέες ιδέες και τάσεις για το σύγχρονο lifestyle.

**Τι σημαίνει μόδα για σένα;**

Μόδα σημαίνει δημιουργία και ομορφιά. Η δημιουργία όπως προβάλλεται στις πασαρέλες και στα editorial μόδας, αφομοιώνεται από τον κάθε άνθρωπο, εξωτερικεύοντας έτσι στοιχεία του χαρακτήρα του.

**Τι λάθος κάνουν οι Eλληνίδες στο στυλ τους; Τι θα τους πρότεινες;**

Το μεγαλύτερο λάθος τους είναι ότι προσπαθούν πάρα πολύ να  προβάλουν μια υπέρμετρη σεξουαλικότητα.

**Ενα κομμάτι σχεδιαστή που έχεις ήδη ξεχωρίσει για την Άνοιξη/Καλοκαίρι 2012;**

Ξεχωρίζω τα φορέματα του Dries Van Voten για τα υπέροχα μοτίβα τους και την πολύ απλή γραμμή τους.

**Aγαπημένοι σχεδιαστές;**

Ο Γιώργος Ελευθεριάδης γιατί μου αρέσουν οι απλές γραμμές των ρούχων του, τα υφάσματα, τα υλικά και τα χρώματα που χρησιμοποιεί σε κάθε κολεξιόν του, τα παπούτσια που σχεδιάζει αλλά και το γεγονός ότι διατηρεί χαμηλό προφίλ ενώ είναι ένας σπουδαίος δημιουργός. Για τους ίδιους σχεδόν λόγους ξεχωρίζω τον Alber Elbaz και τα ρούχα που σχεδιάζει για τον οίκο Lanvin.

**Ποιο άτομο από το χώρο της μόδας θαυμάζεις και γιατί;**

Την Diana Vreeland. Την θεωρώ «ιέρεια» της μόδας.

**Ελενα Πάκου**

**Life Full of Fashion (**[**http://www.lfof.gr/**](http://www.lfof.gr/)**)**

**Πες μας λίγα λόγια για σένα.**

Είμαι 23, μένω στην Κηφισιά, έχω σπουδάσει επικοινωνία και ΜΜΕ στο Πάντειο, πάντα πίστευα ότι θα γίνω μπαλαρίνα αλλά δουλεύω ως style editor.

**Πότε και γιατί αποφάσισες να ξεκινήσεις το blog σου;**

Ήταν μια πολύ αυθόρμητη απόφαση. Διάβαζα ξένα fashion blogs και απλά κάποια στιγμή είπα να κάνω κι εγώ το δικό μου fashion ημερολόγιο.

**Πες μας ένα αγαπημένο σου κομμάτι –ρούχο ή αξεσουάρ- που είναι το φετίχ σου.**

Τα ψηλοτάκουνα παπούτσια, τα καπέλα, τα statement κολιέ και τα μεγάλα δαχτυλίδια.

**Ενα κομμάτι σχεδιαστή που έχεις ήδη ξεχωρίσει για την Άνοιξη/Καλοκαίρι 201;**

Μου άρεσε πολύ όλη η συλλογή του οίκου Mulberry, τα Charleston φορέματα του οίκου Gucci, αλλά και οι πλατφόρμες του οίκου Burberry.

**Πες μας ένα αγαπημένο σου έλληνα σχεδιαστή και έναν ξένο, καθώς και τους λόγους που τους επιλέγεις.**

Θα ξεκινήσω με τον ξένο, που μου είναι πιο εύκολο. Λατρεύω τον Karl Lagerfeld. Με ενθουσιάζει πολύ γιατί στην κυριολεξία ζει γι αυτό που κάνει, δεν με απογοητεύει ποτέ και έχει πάντα νέες ιδέες όσες συλλογές και αν σχεδιάζει. Από τους Eλληνες δεν μπορώ να ξεχωρίσω μόνο έναν. Δημήτρης Πέτρου, Delight, Σωτήρης Γεωργίου, Γιώργος Ελευθεριάδης, είναι όλοι μοναδικοί.

**5.** [**http://timetoleave.wordpress.com/2008/09/17/ta-einai-kai-ta-fainesthai/**](http://timetoleave.wordpress.com/2008/09/17/ta-einai-kai-ta-fainesthai/)

Τα είναι και τα φαίνεσθαι

September 17, 2008 by [railduck](http://timetoleave.wordpress.com/author/railduck/" \o "Posts by railduck)

Απορρίπτω το Facebook. Το facebook είναι [αυτό](http://www.facebook.com/). Το απορρίπτω.

Αρχικά το αντιμαχόμουν, καθώς η ερευνητική μου δραστηριότητα τυχαίνει να εμβαθύνει στα μέσα ελέγχου που προσφέρει, μεταξύ άλλων, το [social networking](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network_service), μα σταδιακά ξεπέρασα το κόμπλεξ μου, συμφιλιωμένος με την παραδοχή ότι κάθε ένας άνθρωπος είναι έρμαιο των επιλογών του.

Μέχρι πρόσφατα το σιχαινόμουν, εξαιτίας της αυτοκαταστροφής με την οποία εμποτίζει τα θύματά του, μα και πάλι, κατάφερα να καταπολεμήσω το συναίσθημα αυτό, σκεπτόμενος ότι σε κάθε εποχή οι άνθρωποι με τις απαραίτητες τάσεις αυτοκαταστροφής θα βρίσκουν τα απαραίτητα γι’ αυτούς εργαλεία.

Πριν από λίγες μέρες, ανακάλυψα ότι έχω εισέλθει στη φάση της απόρριψης. Αρκετά εκνευρισμένος που το μυαλό μου ασχολείται και πάλι με το γαμημένο facebook, συνειδητοποίησα πως, έχοντας απορρίψει ήδη τις άλλες δύο θέσεις μου απέναντί του, έθετα κατηγορηματικά τον εαυτό μου στο μονόδρομο της καθολικής απόρριψης του ίδιου του αντικειμένου.

Το facebook είναι το νέο *φαίνεσθαι* ή, ακριβέστερα, ο απόλυτος εκπρόσωπός του. Το facebook είναι η βιτρίνα του κάθε νέου ανθρώπου, και πέρα από τους κινδύνους που αυτό εγκυμονεί για τον ίδιο, είτε σε επίπεδο ηλεκτρονικού ελέγχου και φακελοποίησης, είτε σε προσωπικό επίπεδο ψυχικής αποσύνθεσης, αποτελεί πλέον κοινωνικό κίνδυνο. Αποτελεί τη νέα βιτρίνα της μόδας του φαίνεσθαι.

Η μετάβαση της κοινωνίας των ανθρώπων από την εποχή που αυτό που φόραγες μέτραγε περισσότερο από αυτό που έλεγες, στην εποχή όπου ο διανοητικός και συναισθηματικός μας κόσμος  απέκτησε ουσιαστικό ρόλο στις διαπροσωπικές μας επαφές, μηδενίστηκε με την συστηματοποίηση, τον εγκλωβισμό και, τελικά, τον ευτελισμό ακόμα και αυτών των διόδων επικοινωνίας, σε γλώσσα μόδας, style και trend. Στο facebook δεν φοράς τα καλά σου – “ακούς” τα καλά σου, καταγράφοντας τη μουσική που σε *φτιάχνει*, “διαβάζεις” τα καλά σου, παραθέτοντας τα βιβλία που σε *συγκλόνισαν*, σμικραίνεις τη σκέψη σου αποτυπώνοντάς την σε quotes άλλων και, πάνω απ’ όλα, **δείχνεις** τα καλά σου, ανεβάζοντας τις πιο cool φωτογραφίες σου με πιασάρικες λεζάντες και tags.

Στο facebook, ο καθένας είναι αυτό που θα ήθελε να είναι, και ζει προσπαθώντας να ξεχάσει αυτό που στην πραγματικότητα είναι. Βρίσκει παλιούς συμμαθητές και αφοσιώνεται στην προσπάθειά του να τους εντυπωσιάσει με τον νέο του “εαυτό” και μιλά με ανθρώπους που ποτέ δεν τον είδαν – και ούτε πρόκειται – γιατί πολύ καλά γνωρίζει την απόσταση της αλήθειας από την εικόνα. Ο εικονικός κόσμος των παιχνιδιών ρόλων που κατέκλεισαν τη διαδικτυακή κοινότητα τα προηγούμενα χρόνια, το WoW και το Lineage, έχουν δώσει πλέον τη θέση τους στο καινούριο, πιο *πραγματικό* face – fake – life του facebook, όπου όλοι είμαστε στυλάτοι και γαμάτοι, ακούμε τέλεια μουσική, διαβάζουμε καινοφανή λογοτεχνία και είμαστε γραμμένοι σε ψαγμένες ομάδες με ακόμα πιο ψαγμένα ονόματα και τυπάκια – γιατί αυτές είναι και οι λέξεις της νέας μας γλώσσας.

Και φυσικά πιέζουμε όλο αυτό το *φαίνεσθαι* όσο μπορούμε και προς όποια κατεύθυνση μας παρουσιάζεται δυνατή. Γιατί ο στόχος είναι η πίεση, η ίδια αυτή πίεση που λαμβάνουμε από τους ίδιους εαυτούς μας, που βαθιά μέσα τους ανησυχούν, γιατί πάντα ανησυχούν, για τα υπαρξιακά τους προβλήματα. Και αντί τα υπαρξιακά μας να τα αντιμετωπίσουμε διαμορφώνοντας την ίδια πραγματική μας ζωή, προτιμούμε να τα καθησυχάζουμε, υπνωτίζοντάς τα με τον νέο, μαγικό μας εαυτό, που δημιουργήσαμε μέσα σε λίγες ώρες, στο νέο μαγικό κόσμο του facebook. Γιατί, τι σημασία έχει ποιοι *είμαστε*στην πραγματικότητα – στο facebook αρκεί μονάχα να *φαινόμαστε* για να *είμαστε*αυτοί που θέλουμε – αυτοί οι γαμάτοι, οι στυλάτοι, με τις μυστηριώδεις φωτογραφίες με το χαμηλό φωτισμό, τη μουράτη μουσική και τα ψαγμένα backgrounds, γεμάτα με στίχους από ποιήματα που θα θέλαμε να μας αρέσουν, ή έστω να μη φοβόμασταν να τα διαβάσουμε σε ανθρώπους που αγαπάμε. Είμαστε αυτοί που γαμάνε, που τα σπάνε, αυτοί που τους θέλουν – οι άλλοι.

 6. <http://www.myself.gr/blog/beauty/i-autokratoria-tou-fainesthai>

**Η αυτοκρατορία του «φαίνεσθαι»!**



**Βιτρίνες με έντονα θεατρική ματιά απέναντι στη μόδα κάνουν το παραδοσιακό εμπόριο υπόθεση δημιουργίας και εκλεπτυσμένης αισθητικής.**   Και έτσι εγένετο attraction! Από τους ερασιτέχνες πωλητές- πλανόδιους στα σοκάκια της γειτονιάς μέχρι τις πολυτελείς βιτρίνες των κολοσσιαίων πολυκαταστημάτων, ο δημιουργός επιβεβαιώνει την διαρκή ανάγκη του να εκθέσει δημόσια το δημιούργημά του. Ορμώμενοι (ευκαιρία έψαχναν) από την καλλιτεχνική αυτή ανησυχία, οι απανταχού **στυλίστες**, **eventplanner** και **διακοσμητές** μετέτρεψαν τις προθήκες των καταστημάτων σε ελεύθερο πεδίο δράσης που «όρεξη και φαντασία» να έχεις, να δημιουργείς.

Από τα περίφημα artwork εκτός συνόρων- **Harrods**, **Shelfridges**,**Lafayette**, vintage μαγαζιά στο **Βερολίνο**, **second** **hand**καταστήματα στο **Άμστερνταμ**, **outlet** στη **Νέα** **Υόρκη** κ.α.- μέχρι τις ελαφρώς «συντηρητικές» βιτρίνες στα συνοικιακά μαγαζιά της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, ο σκοπός είναι ένας και φυσικά αγιάζει τα μέσα. Με «μαρκετινίστικη» καταγωγή εν τη γενέσει τους αλλά ως επί το πλείστον **arty** **εμφάνιση**, οι τεράστιες ή **cozy** «**τζαμαρίες**» κάνουν τα πάντα για να «εξασφαλίσουν» μια κλεφτή ματιά. Αν τελικά είναι κάτι παραπάνω από «κλεφτή», τόσο το καλύτερο! Εξάλλου, το νέο παγκόσμιο φαινόμενο του «**window** **shopping**», κοινώς χορταίνω με τα μάτια και έχω ενδοιασμό να πλησιάσω από κοντά τα**beauty** και **fashion** **αγαθά**, είναι πλέον αναμφισβήτητο γεγονός.   Ωστόσο κατά καιρούς, επιστρατεύτηκαν ορθόδοξοι και ανορθόδοξοι μέθοδοι για την επίτευξη του επιθυμητού. Από τις**extreme** **βιτρίνες** με τις ακέφαλες κούκλες των **Αντρέ** **Μπρετόν**και **Μαρσέλ** **Ντισάν** στο **Παρίσι** του ’38 και τις experimbental**βιτρίνες** του Warhol στα μικρομαγαζάκια της Νέας Υόρκης των 60s μέχρι τις κούκλες- **celebrities** τύπου **Τζένιφερ** **Λόπεζ** και**Μπιγιονσέ** στο **Μανχάταν** και **Κέιτ** **Μος** στο Λονδίνο και τα 100% πειραματικά visual των φοιτητών της «**Καλών** **Τεχνών**» στην πρωτεύουσα η διαδρομή είναι πλούσια, πρωτότυπη και συναρπαστική…

Πελώριες κατασκευές από πλεξιγκλάς (βλπ. **Selfridges** στο**Λονδίνο**), **μπαρόκ** **decoration** με έμφαση στους πολυελαίους και τα **πομπώδη** κηροπήbγια (βλπ. **Harrods** στο **Λονδίνο**), νέο**britannica** **αισθητική** με **μίνιμαλ** **διακόσμηση**, **ταπετσαρίες**και **αυστηρά** **γεωμετρικά** **σχήματα** (βλπ.  **Harvey** **Nicols** στο**Χόνγκ** **Κονγκ**) και **shocking** θεματολογία που σίγουρα σε «κολλάει» (βλπ. **Ropa** **Lavada** στη **Σόλωνος**, **video** **art** σε μεσαίου μεγέθους οθόνες (βλπ. πεζόδρομος στην **Ερμού**), «υψηλή» αισθητική και ατμόσφαιρα πλούτου στην λογική των**chic&fashionable** **μπουτίκ** (βλπ. **City** Link, **Σύνταγμα**), νότες κομψής δημιουργίας στο **Attica**! Η λίστα μεγάλη και πιάνει όλες τις καλλιτεχνικές συχνότητες. Απόπειρες δημιουργικότητας που σε πάνε μόνο «μπροστά» - αν αφεθούν μπορούν και πολύ περισσότερο-και φέρνουν άρωμα από τις μητροπόλεις του κόσμου.

Εύγε!

7. <http://www.akto.gr/gr/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%B4%CF%8E%CE%BD/ba-fashion-design/%CE%BC%CE%AE%CE%BD%CF%85%CE%BC%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%B1%CF%82.aspx>

**Μήνυμα της Διευθύντριας**

**Moda, Mode, Fashion, λέξεις δισύλλαβες, δυναμικές με το αρχικό γράμμα κεφαλαίο, έτσι όπως ταιριάζει σε εκείνη, που αιώνες τώρα παράγει αισθητική, κυριαρχεί στις σχέσεις μας, “ντύνει” τους κοινωνικούς μας ρόλους, μας κάνει να ονειρευόμαστε, μας διατάζει – do, don't- κατασκευάζει κανόνες.**

Η ίδια δεν υπακούει σε κανένα κανόνα εκτός από εκείνο της διαρκούς αλλαγής . Η ατέλειωτη αναζήτηση του "καινούργιου" είναι αυτό που της δίνει λόγο ύπαρξης. Απατηλή η ίδια, ασκεί με πάθος την τέχνη της αποπλάνησης, η υπόσχεσή της είναι να μας μεταμορφώσει σε πλάσματα σαγηνευτικά.

Η Μόδα αγαπά την διαφορετικότητα, είναι περίεργη να μάθει, είναι πολίτης του κόσμου. Πατρίδα της είναι οι πόλεις του κόσμου, ταξιδεύει γνωρίζοντας διαφορετικές κουλτούρες για να αντλήσει έμπνευση απ' αυτές. Είναι δημιουργός ονείρων, σε κάνει να φαντάζεσαι και να επιθυμείς, δηλώνει λάτρης των αντιθέσεων, του περίπλοκου. Ζει μέσα στον παραλογισμό του χρόνου, διαιρώντας τον σε "δύο σεζόν" και κάνει την εκκεντρικότητα και την υπερβολή σημαία της.

Οι φίλοι της την υπερασπίζονται με ηρωισμό, οι εχθροί της την αποκαλούν "εφήμερη", "επιπόλαια", "ασήμαντη", ένα "κενό". Όμως μπορεί να φανταστεί κανείς εκατομμύρια ανθρώπους ντυμένους με τον ίδιο τρόπο, για μήνες, χρόνια?  Τι πλήξη ..."Ακόμα και οι θεοί είναι ανυπεράσπιστοι μπροστά στην ανία..." λέει ο Νίτσε.

Η εμφάνιση μας, τα ρούχα που φοράμε είναι το πρώτο πράγμα που βλέπει ο άλλος σε μας. Η Μόδα είναι πάνω απ' όλα επικοινωνία και μάλιστα η πιο άμεση. Με τις στιλιστικές μας επιλογές δηλώνουμε τι θέλουμε ή τι θέλουμε να είμαστε, το φαίνεσθαι της ύπαρξής μας. Τα ρούχα αλλάζουν την αντίληψη που έχει για μας ο κόσμος.

Από την άλλη όμως η Μόδα είναι μία τέχνη λαίμαργη. Απορροφά σαν κινούμενη άμμος ότι υπάρχει και αναπνέει, δέν ανήκει στίς Καλές Τέχνες αλλά τις αγκαλιάζει ασφυκτικά, εμπνέεται απ' αυτές, παίρνει την  ζωγραφική και την κάνει φόρεμα, δανείζεται από την αρχιτεκτονική φόρμες και σχήματα, από την μουσική στυλ.

Η Μόδα είναι παντού, η απολαυστική περιπέτεια της καθημερινότητας μας, υπέροχη και διασκεδαστική, ονειροπόλα και αναρχική, αδίστακτη και γοητευτική .

Υπάρχει κάτι πιο διεγερτικό;

**Who's that girl/boy?**

Ο Fashion designer είναι αυτός που φαντάζεται και στη συνέχεια δημιουργεί ένα dress concept, δηλαδή ιδέες προορισμένες να αστικοποιηθούν μέσα από ρούχα, αξεσουάρ, υφάσματα, χρωματικούς συνδυασμούς, make-up, στυλ…

Το να σπουδάσει κανείς Μόδα σήμερα, ειναι μία πρόκληση που δέχεται κανείς με ενθουσιασμό και πάθος. Είναι ο τύπος fashion addict πού ξεχνιέται στο internet, πρώτη σειρά στα shows των designers. Φαντάζεται τον εαυτό του στο team του Galliano, ψάχνει wireless συνδέσεις, έχει για screen saver την Audrey Hepburn στό*Πρόγευμα στο Tiffany's*.

Ταξιδεύει παντού με last minute εισιτήρια και μοιάζει με αυτούς που έχουν χόμπι την παρατήρηση των πουλιών και αεροπλάνων ,όμως αυτός παρατηρεί πώς ντύνεται ο κόσμος στο μετρό, μιλάει στο facebook για T-shirt και graffiti, τού αρέσει το άγγιγμα των υφασμάτων, έχει άποψη για ό,τι νέο συμβαίνει στην πόλη, τα clubs και τους fashionable χώρους, αγαπάει το σινεμά και απωθημένο του είναι να συναντήσει τον Tim Burton.

Θα ήθελε, σαν στυλίστας, να έχει ντύσει τον Οbama αλλά τον πρόλαβε άλλος και έκλαψε όταν έμαθε για τoν Αlexander McQueen. Στις παρέες εξηγεί τα trends της επόμενης σεζόν, όμως όταν είναι μόνος ξέρει πως όλα αυτά είναι μέσα του μπερδεμένα, πως δεν έχει πραγματικά τις γνώσεις να κάνει επάγγελμά του τη Μόδα και οι αντίστοιχες σπουδές είναι μόνος δρόμος να φτάσει το στόχο του και τότε ψάχνει κάποιον να τον προκαλέσει .....Are you?

**Αναστασία Αλεβίζου, Διευθύντρια Κλάδου Fashion Design**

**8.**[*http://www.orp.gr/?p=2732*](http://www.orp.gr/?p=2732)

*Copyright Ορθόδοξη Πορεία*

[***Η αλχημεία του «φαίνεσθαι» – Σαράντου Ι. Καργάκου.***](http://www.orp.gr/?p=2732)

**Κατηγορίες:**[**Άρθρα**](http://www.orp.gr/?cat=5)**Τετάρτη, 18 Ιανουαρίου, 2012**

**Στο Μεσαίωνα είχε κυριεύσει τους ανθρώπους το πά¬θος να βρουν τεχνητές μεθόδους για την κατασκευή χρυ¬σού. Κάθε μέταλλο που είχε τη χαρακτηριστική υποκίτρινη λάμψη, θεωρούνταν πολύτιμο και χιλιάδες αλχημι¬στές αφιέρωναν τη ζωή τους σε πειράματα και κατα¬σκευές του πολύτιμου μετάλλου, που και τότε, όπως και σήμερα, παίζει κυρίαρχο ρόλο στη ζωή μας.  
Στις ημέρες μας η αλχημεία έχει προοδεύσει. Υπάρ¬χουν ειδικοί «αλχημιστές», που φτιάχνουν ειδικούς τύ¬πους ανθρώπων, ανθρώπους-πρότυπα, που χάρη σε μια υποκίτρινη απόχρωση, προβάλλονται σαν επιτυχημένοι, ευτυχισμένοι, με τέλειο χαρακτήρα, καμωμένο από χρυ¬σάφι προσόντων κι αρετών. Οι μοντέρνες αλχημείες ονο¬μάζονται διαφήμιση, μόδα, προπαγάνδα, δημόσιες σχέ¬σεις, μάρκετιγκ και άλλες, που θα εμφανισθούν προτού ακόμη ολοκληρωθεί η εκτύπωση του δοκιμίου αυτού. Γιατί μια «μοντέρνα» αρχή ζωής ορίζει πως οι νέες ανά¬γκες απαιτούν διαρκώς ένα νέο άνθρωπο. Έτσι ο σημε¬ρινός άνθρωπος αναγκάζεται συνεχώς ν’ αλλάζει φλοιό, πράγμα που δεν του επιτρέπει να έχει ούτε πυρήνα.  
Παρά το γεγονός ότι ζούμε στην εποχή των μετρή¬σεων, δεν έχουμε ακόμη στατιστικές σχετικά με το θέμα της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Αυτό μας κάνει επιφυ¬λακτικούς σ’ ό,τι αφορά το ζήτημα της απολυτοποίησης της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Έτσι η διαπραγμάτευση μας μοιραία έχει έναν πιθανολογικό χαρακτήρα.  
Ασφαλώς υπάρχουν, ή τουλάχιστον ελπίζουμε πως υπάρχουν, άνθρωποι που οι τρόποι συμπεριφοράς απο¬καλύπτουν τον πραγματικό τους χαρακτήρα. Φοβόμαστε όμως ότι αυτοί —κι αν υπάρχουν— αποτελούν μειοψη¬φία. Την πλειοψηφία διακρίνει ασυμφωνία λόγων και έργων, σκέψεων κι έργων, εσωτερικού χαρακτήρα και συμπεριφοράς. Εδώ εντοπίζεται η παρέμβαση των «αλ¬χημιστών».  
Συγκεκριμενοποιούμε τον προβληματισμό μας. Συ¬στηματικά προβάλλονται καθημερινά, κυρίως από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, πρότυπα «επιτυχημένων» ανθρώπων. Συνήθως οι φιγούρες αυτές δεν παρουσιάζουν μειονεκτήματα και ατέλειες αλλ’ εκφράζουν την πιο εξε¬λιγμένη μορφή σύγχρονου ανθρώπου: θαλερού και δυνα¬μικού, σίγουρου και αποφασιστικού. Τα πρότυπα αυτά προορίζονται για νεαρά κυρίως άτομα, συμπιεσμένα από διάφορα συμπλέγματα και φοβίες, που αδιαφορώντας για τη μοναδικότητα της ύπαρξης τους, καταφεύγουν σε ξένα πρότυπα. Μια τέτοια παραίτηση από τον εαυτό τους απαιτεί και την υιοθέτηση τρόπων ζωής και συμπε¬ριφοράς, που τις περισσότερες φορές δε συμφωνούν με τις μη συνειδητοποιημένες ιδιαιτερότητες, που κάθε άτομο ασφαλώς έχει.  
Βασικό στοιχείο που ευνοεί τη διαιώνιση της παρα¬πάνω κατάστασης, αποτελεί η ανεξέλεγκτη διαφήμιση. Για να μετατρέψει τον άνθρωπο σε αγοραστικό ον, είναι απαραίτητη η σχηματοποίηση των ατομικών αναγκών. Καθημερινά ο μέσος πολίτης βομβαρδίζεται ψυχοσωμα¬τικά από ονόματα μιας τεράστιας ποσότητας αγαθών. Τα «αγαθά» αυτά δεν αποτελούν μέσα κάλυψης αναγκών αλλά δεσμεύουν τη βούληση των ανθρώπων σ’ ένα συγκε¬κριμένο τρόπο ζωής, που δεν είναι δική του επιλογή. Τα διαφημιζόμενα προϊόντα είναι οι σημαντικότεροι τρόποι έκφρασης. Έτσι όμως ξεφεύγουμε από την ελευθερία επιλογής. Η συμπεριφορά δεν είναι αυθεντική• είναι «κόπια».  
Αλλ’ η ανθρώπινη συμπεριφορά μεταλλάζεται ανά¬λογα με τις διεθνώς περιφερόμενες μόδες ή ρεύματα. Κοινωνικοπολιτικά ή θρησκευτικά συστήματα αναζη¬τούν οπαδούς ή θιασώτες, προτάσσοντας κι επιβάλλο¬ντας περισσότερο ένα σύστημα κανόνων συμπεριφοράς παρά τις θεμελιώδεις αρχές τους. Μέσα στα κυκλώματα αυτά περισσότερο μαθαίνεις να φέρεσαι παρά να σκέπτε¬σαι. Να ενεργείς κατ’ εντολή κι όχι ν’ αυτενεργείς. Ό¬μως, ο άνθρωπος, κουρασμένος από την ατονία ή μονοτο¬νία της ζωής του, ενθουσιάζεται από αυτή τη μεταβολή και ρίχνεται σ’ έναν αγώνα προσαρμογής στη νέα «εθιμο¬τυπία», αγνοώντας ή μάλλον αδιαφορώντας για το αν αυτή η μοντέρνα εξωτερίκευση δεν ανακλά την εσωτε¬ρική του υπόσταση. Απλούστατα: ποτέ δε σκέφθηκε να ψάξει να βρει τον εαυτό του. Ούτε είχε καιρό να τον φτιάξει. Καταφεύγει στο εύκολο• να παίρνει έτοιμο τον εαυτό του. Σήμερα άλλοι μας φτιάχνουν.  
Αλλά το πιο παράδοξο αυτής της αλλοτρίωσης είναι η επιφανειακή συμφιλίωση της εσωτερικότητας με τους τρόπους συμπεριφοράς. Το άτομο, συμπιεσμένο από την έλλειψη χρόνου, κουρασμένο από το μηχανικό ρυθμό ζωής, δεσμευμένο από την απομονωτική του διάθεση και τις φοβίες του, ζώντας σε μια ερμαφρόδιτη κατάσταση ανάμεσα στη μοναξιά και στη μαζοποίηση, αποδέχεται ανεπαίσθητα αλλότριες μορφές συμπεριφοράς. Σιγά-σιγά μονιμοποιείται αυτή η κατάσταση, όχι όμως απόλυ¬τα. Κάτι μέσα του μπορεί να του θυμίζει τον ανεκπλήρωτο εαυτό του, όπως αυτό που «έκνιζε αεί» τον Οιδί¬ποδα.  
Οι σκέψεις αυτές έχουν να κάνουν κυρίως με την εποχή μας. Θα μπορούσε, λοιπόν, να υπάρξει αντίλογος. Σε σχέση με παλαιότερους καιρούς δεν υπάρχει πια η κοινωνική υποκρισία. Τα στεγανά που υπήρχαν εξαλεί¬φονται, τα ιδιαίτερα μαθήματα για την απόκτηση τρό¬πων καλής συμπεριφοράς θεωρούνται ξεπερασμένα. Το περίφημο «savoir vivre» αποδείχτηκε ένας ψεύτικος τρό¬πος ζωής. Υποκριτικός και υπηρετικός. Η συμπεριφορά δε φοριέται μαζί με το κατάλληλο για την περίσταση ρούχο. Ομολογουμένως η συμπεριφορά των τωρινών νέων παρουσιάζει και κάποιες αλλαγές προς το καλύτε¬ρο. Έχει περισσότερη ειλικρίνεια. Η προσποίηση που «φυλάκιζε» κάθε ενθουσιώδη κι αυθόρμητο τρόπο έκ¬φρασης αποτελεί άγνωστο τόπο για τους σημερινούς νέους. Η γνησιότητα ίσως να δώσει νέα πνοή στις αν¬θρώπινες σχέσεις.  
Η κοινωνική πραγματικότητα, όμως, δε μας επιτρέπει να είμαστε απόλυτα αισιόδοξοι. Οι προσωπικές μας εμπειρίες δε μας επιτρέπουν να δικαιώσουμε το σύγχρονο τρόπο ζωής και να τον θεωρήσουμε γνήσιο. Η νεα¬νική ορμή διοχετεύεται σε βιαιότητες και ο αυθορμητι¬σμός σε χυδαιολογίες και στο γκρέμισμα —όχι πάντα αναχρονιστικών- αξιών. Το υπερβολικά πηγαίο τής έκ¬φρασης μέθυσε τον κουρασμένο από την υποκρισία άν¬θρωπο και τον οδήγησε στην υπερβολή, που βέβαια δεν αποκαλύπτει την πραγματική φύση του. Ο αυθορμητι¬σμός έγινε κι αυτός προσποίηση, πήρε βλαβερές προε¬κτάσεις που δεν εκφράζουν τον ανθρώπινο ψυχικό κό¬σμο. Η χυδαιότητα τώρα θεωρείται μοντέρνα στάση ζωής. Η αισχρολογία -στο γραπτό και προφορικό λόγο— θεωρείται έκφραση απελευθέρωσης. Έτσι ο άνθρω¬πος σήμερα φυλακίζεται μέσα στην απελευθέρωση του.  
Συχνά λέγεται —κι όχι άδικα— ότι η ζωή είναι μια ζούγκλα. Έτσι πολλοί νέοι νομίζουν ότι για να επιβιώ¬σουν πρέπει ν’ αποθηριωθούν. Επιτηδεύονται τον «σκληρό», στις αναρίθμητες παραλλαγές που προσφέρει ο κινηματογράφος. Υιοθετούν μια αντικοινωνική συμπε¬ριφορά, γιατί έτσι νομίζουν πως θα μπορέσουν να επι¬βιώσουν. Πίσω από την επιφανειακή αυτή σκληρότητα κρύβεται φόβος. Την αναντιστοιχία εσώτερου είναι και συμπεριφοράς προωθούν και οι λεγόμενοι «κοινωνικοί ρόλοι». Κάποιοι άνθρωποι κατέχουν μια θέση• το κακό είναι ότι γίνονται θέση. «Φορούν» ένα ορισμένο πρωτό¬κολλο όχι μόνο τις ώρες που απαιτεί η θέση τους αλλά και στην υπόλοιπη ζωή τους.  
Πόσο, λοιπόν, αυθεντικοί είμαστε σήμερα; Το σημα¬ντικότερο υλικό για να πάρουμε πληροφορίες για το χα¬ρακτήρα ενός ανθρώπου αποτελούν οι πράξεις του. Ιδιαίτερα μάλιστα στην εποχή μας, όπου δεν υπάρχει χρόνος για προσεκτική ετεροπαρατηρησία, οι τρόποι συ¬μπεριφοράς είναι το «σήμα κατατεθέν» του χαρακτήρα μας. Χωρίς αυτό να σημαίνει πως ένα «σήμα» είναι έν¬δειξη ακριβούς ποιότητος. Επόμενο είναι, λοιπόν, η ελαχίστη ή η μεγίστη τιμή αλλοτρίωσης του σημερινού αν¬θρώπου να κρίνεται όχι από αυτό που πραγματικά είναι αλλ’ από αυτό που φαίνεται πως είναι. Για να διαπιστώ¬σουμε μάλιστα πόσο πολύ στην εποχή μας τα φαινόμενα απατούν, αρκεί να σημειώσουμε πως οι σημερινές συν¬θήκες απαιτούν όχι να είσαι πλούσιος αλλά να φαίνεσαι πλούσιος. Από αυτό ξεκινά και η έντονη τάση επίδειξης, η λεγόμενη επιδειξιομανία.  
Εξάλλου στην εποχή μας, παρά την πρόοδο της ψυχογνωσίας με την ανάπτυξη της ψυχολογίας, είναι δύσκολη η διάγνωση της αυθεντικής φύσης ενός νέου. Απελπι¬σμένοι γονείς βοούν πως όχι μόνο δε γνωρίζουν αλλ’ ούτε και αναγνωρίζουν τα παιδιά τους. Οι μοντέρνοι μάγοι αλχημιστές τα έχουν κάνει αγνώριστα. Συγχρόνως η εξάπλωση της αλλοτρίωσης εμποδίζει τον άνθρωπο να ξέρει αν υποκρίνεται ή όχι, έτσι που σε μια πιθανή κρίση κάποιου άλλου, τα προσωπικά του βιώματα να μην τον βοηθούν ουσιαστικά στη γνώση του εαυτού του. Όταν δεν ξέρει ο ίδιος τι είναι, δεν μπορεί να ξέρει αν ο άλλος τον ξέρει.  
Η τυποποίηση και η ισοπέδωση δεν επιτρέπουν την προσωπική έκφραση. Σήμερα ξέρουμε την τιμή του ανθρώπου κατά κατηγορίες. Αλλά δεν ξέρουμε στο βάθος τι είναι ο άνθρωπος. Τα στερεότυπα συμπεριφοράς δεν επιτρέπουν αυτοδημιουργία. Παρ’ όλ’ αυτά ακόμη και στα πιο γιγάντια τσιμεντένια φράγματα εμφανίζονται ρήγματα. Ρήγματα παρουσιάζει και η «τσιμεντοποιημένη» ζωή μας. Μέσα από αυτά ο προσεκτικός παρατηρη¬τής μπορεί να δει κάποια «φωτεινά σημεία». Ψήγματα χρυσού. Είναι ίχνη του πραγματικού μας εαυτού. Αν γί¬νουν μαγιά ενός νέου «επανανθρωπισμού,» τότε μπο¬ρούμε να ελπίζουμε πως η γνησιότητα από τον άνθρωπο δεν χάθηκε ακόμη. (12 Δεκεμβρίου 1985)**

**Από το βιβλίο του Σαράντου Ι. Καργάκου: «Προβληματισμοί – ένας διάλογος με τους νέους.» Τόμος Ε.  
GUTENBERG – ΑΘΗΝΑ 1997**

**9.** [**http://www.fashionlove.gr/moda/istories/sto-myalo-ths-vickys-kagia/**](http://www.fashionlove.gr/moda/istories/sto-myalo-ths-vickys-kagia/)

**Στο μυαλό της Βίκυς Καγιά**

**Vana Antonopoulou | Στις Παρασκευή, 16 Μαρτίου 12:00**

**[](http://www.fashionlove.gr/wp-content/uploads/2012/03/vicky-kagia1.jpg)**

**Στο άκουσμα του ονόματος Βίκυ Καγιά η σκέψη πηγαίνει πάντα στο μοντέλο με τη διεθνή καριέρα, στη λαμπερή παρουσιάστρια, στη δημόσια εικόνα. Πίσω, όμως, από το εντυπωσιακό αυτό *φαίνεσθαι,* κρύβεται μια δυναμική επιχειρηματίας, μια γυναίκα με δημιουργικό όραμα, αλλά και μια μέντορας που αποτελεί ταυτόχρονα έμπνευση για τους μαθητές της σχολής της.**

**Μιλήσαμε μαζί της για το τελευταίο της project, το [Fashion Workshop](http://www.fashionworkshop.gr/" \t "_blank) που φέτος κλείνει ένα χρόνο ζωής, την επιστροφή της στην πασαρέλα για χάρη του Jean Paul Gaultier, και για το υπέροχο αυτό ταξίδι που λέγεται μόδα…**

**Πώς αποφασίσατε να δημιουργήσετε έναν τέτοιο ιδιαίτερο χώρο μάθησης και μάλιστα σε μια τόσο δυσχερή στιγμή για την οικονομία;**

**Ήταν ένα όνειρο ζωής. Ότι και να έχω δοκιμάσει στη καριέρα μου, η μόδα είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μου και της προσωπικότητάς μου και την επιζητώ παντού. Ήθελα, λοιπόν, να δημιουργήσω έναν χώρο στην Αθήνα, ένα ζωντανό εργαστήρι όπου καταρτισμένοι επαγγελματίες από το χώρο της μόδας θα προσφέρουν την εμπειρία τους και την τεχνογνωσία τους στους νέους.  
Στις μεγαλύτερες περιόδους κρίσης σου δίνεται η ευκαιρία να είσαι εξαιρετικά δημιουργικός σε σημείο που δεν φαντάζεσαι. Αν δεν άνοιγα το Fashion Workshop τώρα, δεν θα το άνοιγα ποτέ.**

**Τελικά, το Fashion Workshop έχει την ανταπόκριση που περιμένατε;**

**Πολύ παραπάνω απ’ ότι περίμενα. Απ’ ότι φαίνεται, η μόδα είναι ένας χώρος που ενδιαφέρει τους νέους και το γεγονός ότι δημιουργούμε συνεχώς νέα προγράμματα όπως τα σεμινάρια Styling που γίνονται κάθε Σάββατο και το Summer Intensive, τα οποία είναι προσιτά σε όλο τον κόσμο, δίνουν την ευκαιρία σε όλους, ακόμη και σε παιδιά που μένουν στην επαρχία, να ασχοληθούν με τη μόδα.**

**Τι είναι αυτό που το διαφοροποιεί από τις υπόλοιπες σχολές μόδας που υπάρχουν στην Ελλάδα;**

**Επικεντρώνεται κυρίως στην πρακτική εξάσκηση και τα μαθήματα γίνονται από έμπειρους επαγγελματίες του χώρου οι οποίοι ενημερώνονται συνεχώς για τις εξελίξεις και είναι πάντα στην πρώτη γραμμή. Επιπλέον, το Fashion Workshop είναι κάτω από την ομπρέλα του Fashion TV, το οποίο προωθεί και προβάλει τη δουλειά κάθε ταλαντούχου υποψηφίου στο εξωτερικό. Δίνονται, λοιπόν, οι κατάλληλες ευκαιρίες σε όλους, αλλά και η δυνατότητα να συνεχίσουν στο εξωτερικό.  
Η μόδα είναι ανεξάντλητη και ταυτόχρονα μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες στον κόσμο για να μπορέσει κάποιος νέος να αντεπεξέλθει στις ανάγκες αυτού του χώρου. Στο Fashion Workshop θεωρούμε ότι παράλληλα με την πρακτική εξάσκηση και την παρακολούθηση των σύγχρονων τάσεων είναι πολύ σημαντική και η γνώση της ιστορίας της τέχνης και της ιστορίας της μόδας. Εντρυφούμε ιδιαίτερα και σε αυτούς τους τομείς δίνοντας έτσι στους νέους τα κατάλληλα εργαλεία και τις βάσεις για να μπορέσουν να συνεχίσουν την εξέλιξή τους.**

**[](http://www.fashionlove.gr/wp-content/uploads/2012/03/kagia.jpg)**

***Η Βίκυ Καγιά στο show Jean Paul Gaultier***

**Τι συνέβη στο Fashion Week του Παρισιού που ολοκληρώθηκε πριν από μερικές ημέρες; Πώς αντιμετώπισαν τα παιδιά του Workshop όλη αυτή τη λαμπερή και πρωτόγνωρη εμπειρία;**

**Ο διαγωνισμός του Fashion TV, σημαντικού αρωγού του Fashion Workshop, με θέμα το προφίλ του διεθνούς καναλιού μόδας αλλά και προτάσεων για το λογότυπό του, ενεργοποίησε στο μέγιστο τα παιδιά εδώ και δύο μήνες. Οι τρεις καλύτερες εργασίες τους άνοιξαν τις πόρτες στο όνειρο, στις επιδείξεις μόδας του Παρισιού. Και όχι μόνο… Οι τρεις νικητές, παρακολούθησαν αρκετά από τα fashion shows Φθινόπωρο/Χειμώνας 2012-13, ενώ, επιπλέον, είχαν τη δυνατότητα εισόδου backstage. Είχαν την ευκαιρία να βρεθούν ανάμεσα σε ανθρώπους που αγαπούν τη μόδα από όλο τον κόσμο και να μιλήσουν με επαγγελματίες του χώρου που τους μετέφεραν τη δική τους εμπειρία.  
Θα ήθελα ακόμη να σημειώσω ότι το όνειρο της συμμετοχής των παιδιών στην πιο μαγική στιγμή του κόσμου της μόδας έγινε πραγματικότητα χάρη και στην ευγενική προσφορά των εισιτηρίων του ταξιδιού από το ταξιδιωτικό γραφείο Air Exelixi Travel.**

**Πώς αισθάνεστε που περπατήσατε στο show του Jean Paul Gaultier μετά από μια σχετική αποχή από τις διεθνείς πασαρέλες;**

**Ήταν εξαιρετική τιμή και χαρά για εμένα -το απόλαυσα στο έπακρον. Είδα φίλους και συνεργάτες απ’ τα παλιά και είχα την ευκαιρία να δουλέψω με έναν ζωντανό θρύλο της μόδας, του οποίου το έργο και η πορεία είναι μοναδική και τον ευχαριστώ πολύ γι’ αυτό. Επίσης, ευχαριστώ ιδιαίτερα και τον Κωνσταντίνο Καταλακινό, τον έλληνα συνεργάτη του, ο οποίος σκέφτηκε να με καλέσει. Βέβαια, η χαρά μου ήταν διπλή διότι είχα τη δυνατότητα, μέσα από το διαγωνισμό του Fashion TV, να έχω μαζί μου και τους μαθητές του Fashion Workshop οι οποίοι μοιράστηκαν μαζί μου αυτή την εμπειρία.**

**Ποια είναι τα επόμενα βήματά σας; Τόσο προσωπικά όσο και σε σχέση με το Workshop.  
Βασικό μου μέλημα αυτή τη στιγμή είναι το Fashion Workshop. Να  λειτουργεί σωστά, να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των νέων ανθρώπων και να φτάσει εκεί που ονειρεύομαι: να γίνει το απόλυτο εργαστήρι μόδας. Όσο για το μέλλον, αποφεύγω να κάνω όνειρα και σχέδια -προτιμώ να αφήνω τα πράγματα να έρθουν από μόνα τους.**

***Μάθετε κι εσείς περισσότερα για το Fashion Workshop στο***[**www.fashionworkshop.gr**](http://www.fashionworkshop.gr/)***και***[**info@fashionworkshop.gr**](mailto:info@fashionworkshop.gr)

**10.** [**http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#Είμαστε\_ό,τι\_φοράμε;**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#Είμαστε_ό,τι_φοράμε;)

|  |
| --- |
| **Είμαστε ό,τι φοράμε;** Λουίζα Βογιατζή συμβουλευτική ψυχολόγος.  Άνδρες-γυναίκες, μικροί-μεγάλοι, όποια δουλειά κι αν κάνουμε, όποιες και να είναι οι ιδιότητες και οι ρόλοι μας, το ντύσιμο είναι ένας «κανόνας» από τον οποίο κανένας δεν γλιτώνει, ακόμη κι αν το θέλει. Μάλλον, βέβαια, κανείς δεν το θέλει. Όσο βασανιστικό κι αν είναι ενίοτε (και για κάποιους και κάποιες το καθημερινό ντύσιμο είναι συχνά ένα «μαρτύριο»), όλοι θέλουμε να ντυνόμαστε, όχι μόνο για να μην κρυώνουμε, για να σκεπάζουμε τη γύμνια μας ή για να προστατεύουμε το σώμα μας. Το ντύσιμο είναι η προετοιμασία μας για να «βγούμε στη σκηνή» της ζωής.http://sl.glitter-graphics.net/pub/294/294450sggdsokt9g.gif  Κάθε ρόλος έχει το κοστούμι του Όμοια με το θέατρο, αλλάζουμε κοστούμια ανάλογα με το έργο, τη σκηνή, το ρόλο, τα συναισθήματα. Είτε ντυνόμαστε με την τελευταία λέξη της μόδας είτε φοράμε και ξαναφοράμε τα ρούχα που πιστεύουμε ότι μας ταιριάζουν -ακριβά, φθηνά, φανταχτερά, σεμνά, μαύρα ή πολύχρωμα-, τα ρούχα είναι μια απεικόνιση του εσωτερικού μας κόσμου που δείχνουμε σε όλους. Μπορούμε, άλλωστε, να το διαπιστώσουμε και στον εαυτό μας. Όταν βρεθούμε σε μια αίθουσα με κόσμο, όταν είμαστε καλεσμένοι μαζί με ανθρώπους που γνωρίζουμε λίγο ή καθόλου σε ένα φιλικό σπίτι, τι είναι αυτό που μας κάνει να διαμορφώσουμε μια πρώτη εντύπωση για τους γύρω μας; Μία εικόνα που, σαν να ρίχνουμε μια ματιά σε φωτογραφία, σαν ένα «σκανάρισμα», μας δίνει τις πρώτες πληροφορίες για τον άνθρωπο που έχουμε απέναντί μας. Η εικόνα αυτή περιλαμβάνει το πρόσωπο, τα μαλλιά, τη στάση του σώματος και ασφαλώς τα ρούχα, και μπορεί να επηρεάσει αρκετά τα συναισθήματα συμπάθειας ή αντιπάθειας που αναπτύσσουμε για τον άνθρωπο αυτόν. Με αυτό το πρώτο «σκανάρισμα», αποκωδικοποιούμε τα μηνύματα του άλλου. Και μπορεί, βέβαια, αν είμαστε «θύματα της εικόνας», να μας κάνει να τον απορρίψουμε και να χάσουμε κάθε ενδιαφέρον να τον γνωρίσουμε καλύτερα. Ίσως, μάλιστα, είμαστε τέτοια θύματα περισσότερο από όσο θέλουμε να παραδεχτούμε. Το ίδιο δύσκολο είναι για πολλούς να παραδεχτούν ότι δίνουν σημασία στα ρούχα που φοράνε. Κι όμως, σε κανέναν δεν είναι αδιάφορο το τι φοράει, εκτός αν πάσχει από κάποια ψυχική διαταραχή, οπότε αλλοιώνεται η εικόνα που έχει για τον εαυτό του.  http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/104347v225zo07ha.gifΈνα παιχνίδι αποκάλυψης - απόκρυψης Το ντύσιμο είναι μια μορφή επικοινωνίας. Βρίσκεται ακριβώς στο σύνορο (και είναι ένα σύνορο) μεταξύ του εσωτερικού μας κόσμου και του εξωτερικού, του κοινωνικού κόσμου. Ανήκει σε εμάς, είναι κομμάτι μας, αφού το επιλέγουμε και το φέρουμε πάνω μας, και ταυτόχρονα είναι κάτι που βρίσκεται ήδη έξω από εμάς. Μπορούμε να πούμε ότι με αυτά που φοράμε έχουμε μια πολύ προσωπική συνομιλία με τον κόσμο, έτσι όπως τον αντιλαμβανόμαστε. Είναι αξιοθαύμαστο το πώς το ντύσιμο μπορεί να είναι ταυτόχρονα ένα παραβάν που μας κρύβει και μια οθόνη που μας προβάλλει! Η Αννέτα είναι μια πολύ έξυπνη και πνευματώδης, επιτυχημένη επιστήμονας. Είναι 38 ετών, είχε έναν αποτυχημένο γάμο στα 27 της που κράτησε ενάμιση χρόνο και από τότε ζει μόνη. Τα ρούχα της συχνά φέρνουν σε αμηχανία τους γύρω της. Πράσινη φαρδιά μακριά φούστα, πολύχρωμο φαρδύ πουκάμισο, γιλέκο από απομίμηση δέρματος, κάπως παλιωμένα μοκασίνια και, μαζί με αυτά, μια έκφραση που είναι σαν να λέει «Δεν αισθάνομαι καθόλου άνετα». Σε εκμυστηρεύσεις σε μια φίλη, παραδέχεται ότι δεν αισθάνεται καθόλου γυναίκα, ότι μόνο με την άσπρη, ουδέτερη ποδιά του εργαστηρίου, που είναι ίδια για άνδρες και γυναίκες, νιώθει άνετα. Αισθάνεται ότι δεν ξέρει ποια και πώς θέλει να είναι σαν γυναίκα και γι’ αυτό προτιμά να κρύβεται πίσω από ρούχα ουδέτερα, που δεν αρέσουν ούτε στην ίδια. Δεν της είναι αδιάφορο το τι εντύπωση δίνει στους άλλους, ­αλλά έχει παραιτηθεί. Αυτό ακριβώς είναι το μήνυμα που ­δίνουν και τα ρούχα της.  Τα καινούργια ρούχα του βασιλιά Δεν δίνουν όλοι την ίδια σημασία στα ρούχα και στην εμφάνιση. Για κάποιους είναι «αναγκαίο κακό» και, εκτός από κάποιες ιδιαίτερες περιστάσεις, διαλέγουν ρούχα πρακτικά και ευκολοφόρετα που να μη χρειάζεται να ασχοληθούν πολλή ώρα με το καθημερινό τους ντύσιμο. Για άλλους, το ντύσιμο είναι μια τελετουργία που περιλαμβάνει την αγορά, τους κατάλληλους συνδυασμούς ρούχων, παπουτσιών και αξεσουάρ, την καθημερινή φροντίδα ως την παραμικρή λεπτομέρεια. Η τέλεια εμφάνιση και η τεράστια σημασία που δίνουν κάποιοι άνθρωποι στο ντύσιμό τους -και προκαλούν το θαυμασμό- δεν είναι οπωσδήποτε ένδειξη αυτοπεποίθησης και σιγουριάς. Συχνά, είναι η προσπάθεια να καλυφθεί μια έντονη ναρκισσιστική ανισορροπία. Κάποιος που είναι σίγουρος για τον εαυτό του δεν έχει ανάγκη από τη συνεχή επιβε­βαίωση ότι είναι καλοντυμένος, ωραίος, άψογος. Ας μην ξεχνάμε ότι πολλά από τα μοντέλα που θαυμάζουμε -και συχνά ζηλεύουμε- για την τέλεια εμφάνιση και το υπέροχο ντύσιμό τους πάσχουν από νευρική ανορεξία (και όχι μόνο), που είναι η κατεξοχήν πάθηση της αρνητικής αυτοεικόνας.  Σημαία ανεξαρτησίας Επειδή ακριβώς έχουμε μάθει από μικροί να «χρησιμοποιούμε» τα ρούχα ως σύνορο του αυστηρά προσωπικού μας χώρου, αλλά ταυτόχρονα και ως σημείο συνάντη­σής του με τον εξωτερικό κόσμο, γι’ αυτό είναι δύσκολο να μην κουβαλούν καμία απολύτως σημασία για εμάς. Η μητέρα μας ήταν η πρώτη προσωπική μας «ενδυματολόγος» (για πολλές γυναίκες και η παντοτινή), με κάποιον τρόπο το ντύσιμό μας κουβαλά κάπου τη στάμπα της, έστω και πολύ καλά κρυμμένη. Η μητέρα είναι αυτή που με τον τρόπο που φροντίζει το σώμα μας, που μας ντύνει και που με τα όνειρα, τις προσδοκίες και τους δικούς της κανόνες («Μια γυναίκα πρέπει να είναι πάντα περιποιη­μένη», «Να φοράς ρούχα απλά, να μην προκαλείς», «Τα αγόρια δεν φοράνε χτυπητά χρώματα», «Τι παριστάνεις με τα μαύρα, δεν σου πάνε καθόλου», «Τα τακούνια είναι για άλλον τύπο γυναίκας, πιο αεράτο») καθορίζει σε ­πολύ μεγάλο βαθμό τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε το ­σώμα μας και το ντύνουμε. Η Αμαλία είναι 45 ετών και εξακολουθεί να ντύνεται λίγο πανκ, όπως έκανε σαν νεαρό κορίτσι, για να αντιδράσει στη συντηρητική και καταπιεστική μητέρα της. Τα ρούχα της εξακολουθούν να λένε, έστω λιγότερο δυνατά: «Δεν θα μου πεις εσύ πώς θα ντυθώ! Δεν θα μοιάσω σ’ εσένα!». Στην εφηβεία ξεκινούν όλα. Τα ρούχα είναι τόσο σημαντικά, γιατί επιτρέπουν στον έφηβο να ελέγχει την εμφάνισή του σε μια περίοδο που το σώμα του ξαφνικά -και πολλές φορές με επώδυνο τρόπο- μεταβάλλεται. Το ντύσιμο είναι, από τη μια μεριά, προβολή της προσωπικής ταυτότητας απέναντι στους γονείς («Δεν είμαι σαν εσάς») και, από την άλλη, κρύψιμο του ακόμη αβέβαιου και ανασφαλούς εαυτού πίσω από τις «σωστές» μάρκες, τα ρούχα-στολή, που φορούν με σχεδόν πανομοιότυπο τρόπο διάφορες ομάδες εφήβων και αισθάνονται έτσι ότι «ανήκουν» κάπου. Στην ενήλικη ζωή, περίπου μέχρι την ηλικία των 30 ετών, αποκτούμε σιγά-σιγά έναν ­περισσότερο «δικό μας» τρόπο ντυσίματος, χωρίς αυτό να ­σημαίνει ότι δεν μπορεί να αλλάξει πια.  Όταν ο ιδανικός εαυτός μας φοράει άλλο νούμερο Συνήθως, προσπαθούμε με το ντύσιμό μας να παρουσιαστούμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στους γύρω μας, κατά κάποιον τρόπο να παρουσιάσουμε έναν ιδανικό εαυτό. Γι’ αυτό και συχνά διαλέγουμε ρούχα που δεν ταιριάζουν οπωσδήποτε με τον τύπο ή το σώμα μας, αλλά με αυτό που θα θέλαμε να είμαστε. Τότε είναι που το ντύσιμό μας «δεν μας πάει». Αυτό που ονομάζεται στον κόσμο της μόδας «στυλ» δεν είναι τίποτε άλλο από την αρμονία που αποπνέει η εμφάνιση ενός ανθρώπου όταν νιώθει άνετα και καλά μέσα στα ρούχα του, ότι τον αντιπροσωπεύουν, οποιουδήποτε είδους κι αν είναι αυτά: κλασικά, μοντέρνα, εκκεντρικά, φροντισμένα ή ατημέλητα, καινούργια ή παλιά. Γι’ αυτό και σε πολλούς -νέους συνήθως- ανθρώπους που προσπαθούν να ντυθούν σύμφωνα με τη μόδα, χωρίς να τους συνδέει κάτι με το είδος των ρούχων που φορούν, το αποτέλεσμα ­είναι πολλές φορές σαν «κακοφωνία».  Καθρέφτης της διάθεσής μας Το ντύσιμο ακολουθεί τα συναισθήματά μας και την προσωπική μας πορεία. Μεγάλες αλλαγές στη ζωή μας, ο τρόπος που βλέπουμε τον εαυτό μας, καθρεφτί­ζονται στον τρόπο που ντυνόμαστε. Όταν νιώθουμε πιο σίγουροι, πιο συμφιλιωμένοι με τον εαυτό μας, αλλάζουν και κάποια πράγματα στο ντύσιμό μας. Για άλλους μπορεί να είναι αυτό περισσότερη φροντίδα, για άλλους περισσότερη χαλαρότητα, για άλλους πιο «ανοιχτό», «εξωστρεφές» ντύσιμο ή πιο φωτεινά χρώματα. Μερικές φορές, βέβαια, μπορούμε να αντιστρέψουμε τα πράγματα και να χρησιμοποιήσουμε το ντύσιμο σαν ελιξίριο της ψυχής. Μετά από μια δύσκολη και κουραστική ημέρα, σε μια περίοδο που νιώθουμε ότι τα πράγματα δεν μας πάνε καλά, καταφεύγουμε στα ρούχα και προσπαθούμε, φροντίζοντας την εμφάνισή μας, να φροντίσουμε και τον εαυτό μας, να νιώσουμε καλύτερα, να αλλάξουμε διάθεση. Αυτό ­πολύ συχνά έχει αποτέλεσμα, έστω και μόνο σαν μια πράξη φροντίδας προς τον εαυτό μας που καταλήγει σε ένα βλέμμα ικανοποίησης προς το είδωλό μας στον καθρέφτη. Αν και συνήθως δεν κρατάει πολύ, είναι πάντως πολύ ανακουφιστικό και είναι σημαντικό να μπορούμε να το κάνουμε.  Τα ρούχα, λοιπόν, αποκαλύπτουν αρκετά για εκείνους που τα φορούν. Όχι, όμως, τόσα όσα μπορούν οι ίδιοι να μας πουν. Μπορεί να μείνουμε κατάπληκτοι για το πόσο έξω μπορεί να πέσαμε στη ­γνώμη που σχηματίσαμε για έναν άνθρωπο μόνο από την εμφάνισή του. Οι κώδικές μας δεν συμπίπτουν πάντα. Γι’ αυτό, αν θέλουμε πραγματικά να μάθουμε τι λένε για κάποιον τα ρούχα του, δεν έχουμε παρά να τον ρωτήσουμε.    [**ΚΟΡΥΦΗ**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ) |
| [**Ενδυματολογικές συνήθειες [http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://www.costumeandtime.gr/about.php)**](http://www.costumeandtime.gr/about.php) |

|  |
| --- |
| **Δείξε μου τα ρούχα σου, να σου πω ποιος είσαι...**  Ρούχα – παπούτσια - αξεσουάρ! Χειμωνιάτικα και καλοκαιρινά, σπορ ή πιο επίσημα, για το γραφείο, το πάρτι, την εκδρομή. Τόσα ρούχα γεμίζουν τις ντουλάπες μας και κάποια δε λέμε να τα αποχωριστούμε....Πόσα από αυτά, όμως, πραγματικά χρησιμοποιούμε; Είμαστε διατεθειμένοι να τα δανείσουμε ή να τα δωρίσουμε; Υπάρχουν διαφορές μεταξύ της Αθήνας και των μεγάλων αστικών κέντρων;  http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/544081hkia8tyi87.gif**Ρούχα με διάρκεια...**Ο μέσος όρος ‘ζωής’ ενός ρούχου στη ντουλάπα των Ελλήνων είναι περίπου τέσσερα χρόνια και για την ακρίβεια 47,7 μήνες – διάρκεια που ισχύει σχεδόν το ίδιο τόσο για τα χειμωνιάτικα, όσο και για τα καλοκαιρινά ρούχα (48,2 μήνες και 47,2 μήνες αντίστοιχα). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαφορά ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες και κυρίως ανάμεσα στα διαφορετικά ηλικιακά γκρουπ. Έτσι, οι γυναίκες, που, απ’ ότι φαίνεται, δυσκολεύονται να αποχωριστούν τα αγαπημένα τους ρούχα, τα κρατούν για περισσότερο καιρό – σχεδόν για 4,3 χρόνια - σε σύγκριση με τους άνδρες - 3,6 χρόνια. Επίσης, όσο μεγαλώνουμε τόσο περισσότερο ‘δενόμαστε’ με τα ρούχα…ή απλά το shopping δεν είναι πλέον η απόλυτη προτεραιότητα: Οι νέοι ‘απαλλάσσονται’ από τα παλιά ρούχα και ανανεώνουν την ‘εικόνα’ τους περίπου κάθε τρία χρόνια, ενώ όσο αλλάζουμε ηλιακό group, η διάρκεια ‘παραμονής’ των ρούχων στις ντουλάπες αυξάνεται:  3 χρόνια και 7 μήνες για τις ηλικίες 25-34  4 χρόνια για τις ηλικίες 35-44, για να καταλήξουμε στα σχεδόν  5 χρόνια και 3 μήνες για τους μεγαλύτερους, ηλικίας 45-54.  Αν περιηγηθούμε σε διαφορετικές πόλεις της Ελλάδας, θα βρούμε κάποιες μικρές αποκλίσεις σε σχέση με το μέσο όρο, που μάλλον οφείλονται στο ταμπεραμέντο και στην οικονομική κατάσταση των κατοίκων τους! Οι Θεσσαλονικείς, γνωστοί bon viveurs, παρουσιάζουν το χαμηλότερο σχετικό μέσο όρο στην Ελλάδα, καθώς τα νέας σεζόν ρούχα αντικαθιστούν όσα έχουν κλείσει τριετή ‘παρουσία’ στη ντουλάπα τους. Ακολουθούν οι πόλεις της Πάτρας και Λάρισας (40,4) και 47,7 μήνες ‘ζωής’ των ρούχων αντίστοιχα), ενώ οι Αθηναίοι, αλλά και οι κάτοικοι του Ηρακλείου Κρήτης, κρατούν τα ρούχα τους για τέσσερα (4) περίπου χρόνια. Ωστόσο, ο υψηλότερος μέσος όρος συναντάται στην Καβάλα και στα Ιωάννινα, αγγίζοντας σχεδόν τα 4,5 χρόνια (53,5 μήνες για την Καβάλα και 53,2 για τα Ιωάννινα)!  **Τι κρύβει η ντουλάπα μας**Ας επιχειρήσουμε τώρα μία διερεύνηση στα άδυτα της ντουλάπας των Ελλήνων. Πόσα και τι ρούχα περιλαμβάνει; Τα εσώρουχα κυριαρχούν στην γκαρνταρόμπα των Ελλήνων, αφού κατά μέσο όρο έχουμε στην κατοχή μας 20 περίπου τεμάχια. Ακολουθούν οι μπλούζες και τα T-shirts (17,3 και 16,8 αντίστοιχα), οι κάλτσες (16,7 τεμάχια) και τα παπούτσια– 8,9 ζευγάρια κατά μέσο όρο!  Φυσικά, οι γυναικείες ντουλάπες ασφυκτιούν από εσώρουχα, μπλούζες, και παπούτσια, ενώ οι άνδρες κρατάνε τα ηνία…όσον αφορά τις κάλτσες έχοντας στην κατοχή τους 18 ζευγάρια κάλτσες κατά μέσο όρο!  Τα αξεσουάρ ‘στολίζουν’ τις εμφανίσεις κατά κύριο λόγο των νεαρών γυναικών ηλικίας 18-24 ετών, οι οποίες έχουν κατά μέσο όρο 15,7 τεμάχια αξεσουάρ (σε σύγκριση με 13,5 που ισχύει για το σύνολο του γυναικείου πληθυσμού), ενώ γενικότερα οι νέοι, είναι ιδιαίτερα ‘θετικά προσκείμενοι’ προς τα t-shirts (18,8) και φυσικά τα τζιν, αφού έχουν τη δυνατότητα να επιλέγουν ανάμεσα στα περίπου 8 τζιν παντελόνια που διαθέτουν!  **Tόσα πολλά ρούχα – όλα τα φοράς;**Οι Έλληνες αναδεικνύονται ιδιαιτέρως νοικοκύρηδες, αφού χρησιμοποιούν τα περισσότερα από τα ρούχα που έχουν. Φαίνεται ότι οι ντουλάπες μας είναι μεν γεμάτες, αλλά όχι με άχρηστα πράγματα. Τα είδη ρουχισμού που αξιοποιούνται περισσότερο είναι και πάλι τα εσώρουχα, αλλά και οι κάλτσες (οι Έλληνες χρησιμοποιούν το 93% των εσωρούχων και καλτσών που διαθέτουν), ενώ ακολουθούν τα παλτό και τα μπουφάν (χρησιμοποιούν το 86% των διαθέσιμων τεμαχίων), τα κοντομάνικα και τα τζιν σε αντίστοιχο ποσοστό 85%.  **Ο έχων δύο χιτώνες...**Η προσφορά είναι ακόμα ένα χαρακτηριστικό των Ελλήνων, αφού όσα ρούχα δεν χρειάζονται πια, φροντίζουν να τα δωρίζουν σε ανθρώπους που τα έχουν ανάγκη. Μέσα στο διάστημα του τελευταίου χρόνου, 60% των συμμετεχόντων στην έρευνα έχουν δωρίσει ρούχα σε μη κυβερνητική οργάνωση, στην εκκλησία ή σε μετανάστες. Οι Κρητικοί, γνωστοί για τη γενναιοδωρία τους, κατέχουν το υψηλότερο ποσοστό δωρεάς ρούχων (Ηράκλειο 83%), ενώ ακολουθούν οι Θεσσαλονικείς (66%), οι Λαρισαίοι, (60%) και οι Αθηναίοι (56%). Η έρευνα καταγράφει, βέβαια, και ένα ποσοστό 24% σε επίπεδο πληθυσμού που προτίμησε να πετάξει τα άχρηστα ρούχα – ακόμα και αν δεν ήταν κατεστραμμένα. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι κάτοικοι των Ιωαννίνων που σε ποσοστό 36% - το υψηλότεροhttp://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/1555418wl4tl1sg6k.gifπανελλαδικά – έχουν πετάξει ρούχα τους τον τελευταίο χρόνο. Αντίθετα, οι κάτοικοι της Λάρισας για παράδειγμα είναι πολύ πιο επιφυλακτικοί στο να πετάξουν τα ρούχα τους, αφού μόλις 16% των κατοίκων της περιοχής δηλώνουν ότι έχουν απαλλαγεί από ρούχα ακόμα και αν δεν είναι κατεστραμμένα. Οι Έλληνες ηλικίας 35-54 ετών με χαρά δωρίζουν ρούχα σε μη κυβερνητικές οργανώσεις, στην εκκλησία ή σε μετανάστες τόσο στην Αθήνα (57%), όσο και στη Θεσσαλονίκη (79%). Φαίνεται ότι στην περίοδο αυτή της ζωής, η ύπαρξη οικογένειας και η ανάπτυξη των παιδιών κάνει την ανακύκλωση ρούχων πολύ πιο συχνή.  **Τι ωραία μπλούζα! Μου τη δανείζεις;**Παρά το γεγονός ότι οι Έλληνες φαίνονται αρκετά γενναιόδωροι με τα ρούχα τους, η ανταλλαγή και ο δανεισμός δεν είναι από τις πιο αγαπημένες μας συνήθειες. Το 51% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι δανείζει ρούχα σε φίλους ή συγγενείς, ενώ μόλις το 14% απαντά ότι δανείζεται ρούχα από φίλους ή συγγενείς. Πρωταθλητές στο δανεισμό των ρούχων αναδεικνύονται οι κάτοικοι του Ηρακλείου με ποσοστό της τάξης του 64% να απαντούν ότι συνηθίζουν να δανείζουν ρούχα σε φίλους ή συγγενείς. Ακολουθούν η Πάτρα με ποσοστό της τάξης του 45% και η Καβάλα με ποσοστό 39%. Αντίθετα οι κάτοικοι των Ιωαννίνων αρνούνται να δανειστούν ρούχα από φίλους – και μόλις το 5% εξ αυτών υιοθετεί την αντίληψη αυτή- με χαρά όμως θα δανείσουν σε κάποιον τα ρούχα τους (48%). Οι σαραντάρηδες (35-44) δεν συνηθίζουν να δανείζουν ρούχα (ποσοστό 27% για την Αθήνα - αντίθετα με τους νεότερους που με μεγαλύτερη άνεση ΄μοιράζονται΄ το περιεχόμενο της ντουλάπας τους με φίλους και συγγενείς - 49% των Αθηναίων ηλικίας 18-24 ετών έχουν δανείσει ρούχα σε φίλους, ενώ έχουν δανειστεί σε ποσοστό 23%. Στα μεγάλα αστικά κέντρα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 45% και 24%. «Η ανταλλαγή ρούχων δεν αποτελεί μια συνήθη πρακτική παρ’ όλο που τα vintage ρούχα είναι μια τάση με σημαντικές προοπτικές και στη χώρα μας. Στο Λονδίνο βέβαια, ένα από τα σημαντικότερα κέντρα της μόδας, η ανταλλαγή ρούχων είναι ‘must’.  **Δείξε μου τι φοράς να σου πω ποιος είσαι**ΡΕΠΟΡΤΑΖ: Μαρία Λίλα  Οι ειδικοί επισημαίνουν ότι το ντύσιμο είναι καθρέφτης της προσωπικότητας και εξηγούν πώς επιδρά στην κοινωνική μας ζωή    [http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.files/image001.jpg[http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://assets.in.gr/assetservice/Image.ashx?c=9790777&r=0&p=0&t=0&q=100&v=1&s=1&w=800&h=)](http://assets.in.gr/assetservice/Image.ashx?c=9790777&r=0&p=0&t=0&q=100&v=1&s=1&w=800&h=)  «Μέσα σε 30 δευτερόλεπτα σχηματίζουμε την πρώτη εντύπωση για έναν άνθρωποκαι τον μεγαλύτερο ρόλο παίζει η εμφάνισή του», τονίζει η ενδυματολόγος κ. Δέσποινα Τζόβα. Μελέτες αμερικανικών πανεπιστημίων έδειξαν ότι τα τρία πρώτα στοιχεία που εξετάζουμε όταν βλέπουμε κάποιον είναι η φυλή του, το φύλο και η ηλικία του και ακολουθούν αμέσως το ύψος του, η εμφάνιση και το ντύσιμό του. «Τα δύο τελευταία λοιπόν, σε αντίθεση με τα άλλα, μπορούμε να τα καθορίσουμε εμείς και γι΄ αυτό θα πρέπει να μάθουμε να ντυνόμαστε σωστά. Ανάλογα με τον τόπο, τον χρόνο και την περίσταση, ώστε να κερδίζουμε την πρώτη εντύπωση», επισημαίνει η ενδυματολόγος. «Η ενδυμασία ενός ανθρώπου δίνει τις πρώτες πληροφορίες για την προσωπικότητά του, την οικονομική και κοινωνική του κατάσταση, τη διάθεση και πολλά άλλα στοιχεία που εκφράζονται ακόμη και εν αγνοία του», σημειώνει στα «ΝΕΑ» ο ψυχολόγος κ. Δημοσθένης Παναγιώτου. «Για παράδειγμα, όσοι λειτουργούν με εσωστρέφεια, συνήθως προτιμούν τα ουδέτερα χρώματα, συμβατικά και συνηθισμένα στον σχεδιασμό τους για να μην ξεχωρίζουν. Αντίθετα, στους εξωστρεφείς ανθρώπους θα παρατηρήσουμε φωτεινότερα χρώματα και μια προσπάθεια να τραβήξουν την προσοχή μας και να ξεχωρίσουν». «Δεκαπέντε λεπτά το πρωί είναι αρκετά για να βρω τι θα φορέσω για να πάω στη δουλειά ή να βγω για ψώνια. Για ραντεβού ο χρόνος είναι τριπλάσιος», λέει η 23χρονη Σαντάλ Μίλερ που ήρθε για λίγες μέρες στην Αθήνα από τη Ζυρίχη, όπου ζει και εργάζεται. Μάλιστα, λέει ότι θεωρεί τους Έλληνες και τις Ελληνίδες από τους πιο καλοντυμένους της Ευρώπης.  **«Χρειάζεται γούστο»**«Είμαι γρήγορη στο καθημερινό μου ντύσιμο. Όσο για το σούπερ ντύσιμο εξόδου, το έχω σκεφτεί εκ των προτέρων ή το σκέφτομαι στο κομμωτήριο την ώρα που περιμένω. Γενικά με απασχολεί το ντύσιμο και οι συνδυασμοί χρωμάτων και αξεσουάρ, όμως θεωρώ ότι οι περισσότερες γυναίκες που βλέπω στον δρόμο δεν διαθέτουν γούστο και φορούν πράγματα που δεν τους ταιριάζουν», λέει η κ. Μαρία Μαργαριτοπούλου. Το καθημερινό μας ντύσιμο μπορεί να μετατραπεί σε ένα μικρό βασανιστήριο, αν δεν γνωρίζουμε τι πρέπει να φορέσουμε και ποιο είναι αυτό που ταιριάζει για την περίσταση: είναι, δηλαδή, το κοστούμι για να βγούμε στη σκηνή της ζωής. «Έρευνες έχουν αποδείξει ότι οι πιο εμφανίσιμοι άνθρωποι κερδίζουν περισσότερα από την κοινωνική τους συναναστροφή, με αποτέλεσμα να γίνονται αφενός μεν περισσότερο αποφασιστικοί και απαιτητικοί αφετέρου δε ανασφαλείς και με χαμηλότερη αυτοεκτίμηση, επειδή ενδόμυχα θεωρούν πως οφείλουν τις επιτυχίες τους στην εμφάνισή τους και όχι στις ικανότητες και τα προσόντα τους», υποστηρίζει ο κ. Παναγιώτου.  ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ Έρευνες έχουν δείξει ότι οι πιο εμφανίσιμοι κερδίζουν περισσότερα από την κοινωνική τους συναναστροφή, με αποτέλεσμα να γίνονται πιο αποφασιστικοί  «Να αποφεύγουν τα έντονα χρώματα οι νηπιαγωγοί και οι ταξιτζήδες»  ΤΟ ΝΤΥΣΙΜΟείναι μια μορφή επικοινωνίας. Για τους ψυχολόγους είναι ένα μη λεκτικό μήνυμα επικοινωνίας, το οποίο επιδρά αρκετές φορές όχι μόνο στον τρόπο αντιμετώπισης του άλλου, αλλά και στη δημιουργία θετικού ή αρνητικού κλίματος. «Ένας ταξιτζής ντυμένος με έντονα χρώματα επιτείνει το άγχος στην κυκλοφοριακή κίνηση», αναφέρει σαν χαρακτηριστικό παράδειγμα η κ. Τζόβα. «Για τον ίδιο λόγο δεν είναι καλό να φορούν έντονα χρώματα οι νηπιαγωγοί και οι δάσκαλοι, επειδή επιδρούν αρνητικά στην ψυχολογική διάθεση των μαθητών. Τους μεταδίδουν μεγαλύτερο στρες και ένταση και τα δυσκολεύουν και στην παρακολούθηση». Δεν δίνουν όμως όλοι την ίδια σημασία στα ρούχα και στην εμφάνιση. Για κάποιους είναι αναγκαίο κακό και για άλλους ένα μικρό έργο τέχνης. Για κάποιους δίνει την αφορμή για να κρυφτούν και σε άλλους την αφορμή να αποκαλυφθούν.  **Στην πασαρέλα**«Στην πασαρέλα και στη φωτογράφιση αισθάνομαι ένας μικρός θεός. Φοράω τα ρούχα, δεν με φοράνε. Είναι σαν να πρέπει να παίξω έναν ρόλο, να υποδυθώ κάποιον», λέει ο κ. Δαυίδ Σαμαράς, ο οποίος είναι μοντέλο. «Στην καθημερινή μου ζωή προτιμώ τις φόρμες γυμναστικής και τα αθλητικά παπούτσια. Όταν όμως πρέπει να βγω, είτε για να διασκεδάσω είτε για επαγγελματικούς λόγους, φροντίζω ιδιαίτερα το ντύσιμό μου. Δίνω σημασία σε όλα τα αξεσουάρ, ακόμη και στις κάλτσες που θα διαλέξω. Γενικά μου αρέσουν τα έντονα χρώματα και συνηθίζω να φοράω ρούχα στις αποχρώσεις του μπλε. Πιστεύω ότι το ντύσιμο είναι ανάλογο με την περίσταση και ο καθένας θα πρέπει να υπολογίζει επιπλέον την ηλικία και το σχήμα του σώματός του. Λόγω της δουλειάς μου παρατηρώ συχνά τα λάθη που γίνονται στο καθημερινό ντύσιμο. Το πιο συνηθισμένο είναι να βλέπω κοντές κοπέλες με μποτάκια και μίνι και υπέρβαρους άνδρες με στενά σακάκια». «Με ενοχλεί η πολυχρωμία που δεν έχει κανέναν λόγο και είναι παρούσα στην εμφάνιση πολλών γυναικών», λέει ο 20χρονος Χρήστος που σπουδάζει στο Οικονομικό της Νομικής Αθηνών. «Σε νεαρές ηλικίες μού αρέσει το τολμηρό ντύσιμο, στις μεγαλύτερες παύει να είναι προκλητικό και γίνεται πρόστυχο. Θα πρέπει νομίζω όλοι να προσαρμόζουν τα ρούχα τους στην ηλικία και τον σωματότυπό τους». «Το θεωρώ ρατσιστικό να απαγορεύεις στον οποιονδήποτε να φορέσει αυτό που του αρέσει, επειδή δεν έχει το κατάλληλο σώμα ή την ηλικία. Αντίθετα χαίρομαι τις γυναίκες των 70 και πάνω που ντύνονται προσεγμένα ή νεανικά με τζιν, αθλητικά παπούτσια και μπουφάν», λέει η κ. Γιώτα Μπλέτα.    [**ΚΟΡΥΦΗ**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ) |

|  |
| --- |
| **Πώς τα ρούχα λένε το ποιοι είμαστε** Τα ρούχα αποτελούν το κέλυφος του ζώου που ονομάζεται άνθρωπος. Ανέκαθεν η χρήση τους προστάτευε από το κρύο, τις αντίξοες καιρικές συνθήκες, ακόμα κι από τον εχθρό, όπως οι πανοπλίες των ιπποτών του Μεσαίωνα. Σήμερα η στολή των αστυνομικών ή τα αποστειρωμένα γάντια του χειρουργού αποτελούν προεκτάσεις του σώματος, δηλώνοντας παράλληλα τη χρησιμότητα του ρούχου. Ο άνθρωπος ντύνεται απλώς επειδή χρειάζεται την προστασία του υφάσματος; Μάλλον όχι. Σήμερα χάρη στη θέρμανση μπορούμε να περάσουμε το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου μας γυμνοί. Το ίδιο ίσχυε και στο παρελθόν. Το ανθρώπινο είδος εξελίχθηκε στις πιο θερμές ζώνες του πλανήτη, άρα δεν υπήρχε κανένας πρακτικός λόγος που επέβαλε τη χρήση των ρούχων. Ακόμα και οι φυλές που ζούσαν σε παγωμένες περιοχές του πλανήτη, όπως στη Γη του Πυρός, στη Λατινική Αμερική, δε φορούσαν ρούχα.  **Καρφιά και τζιν: Τα σύμβολα**Σε όλες τις φυλές της Γης τα μέλη τους τροποποιούν την εμφάνισή τους είτε με το ρουχισμό είτε με ταhttp://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/784573nhotradzun.gifτατουάζ είτε με τη ζωγραφική στο σώμα. Έτσι πέρα από τη χρησιμότητά του ως κάλυμμα, το ρούχο εξυπηρετεί κι άλλους πιο σημαντικούς σκοπούς, όπως την έκφραση της κοινωνικότητας και την επικοινωνία μέσα στην ομάδα. Απτό παράδειγμα τα τζιν. Αρχικά χρησιμοποιήθηκαν ως φόρμα εργασίας, όμως στη συνέχεια μετατράπηκαν σε σύμβολα ελευθερίας ή και ακραίας συμπεριφοράς. Ανάλογες δηλώσεις υπαινίσσεται το αμπέχονο, το χαρακτηριστικό πανωφόρι των Άγγλων στρατιωτών στο Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Το ίδιο συμβαίνει με τις δερμάτινες στολές των μηχανόβιων και το απλό κοντομάνικο μακό μπλουζάκι του Αμερικανικού Ναυτικού. Από τους στρατώνες εξαπλώθηκε στα αμερικανικά πανεπιστήμια, όπου έγινε μέσο ατομικής έκφρασης, ενώ στη δεκαετία του 1930 μεταμορφώθηκε σε διαφημιστικό μέσο.  **Σομπρέρο, φύλο, στάτους**Τελικά τα ρούχα κάνουν τη γυναίκα, τον άντρα, τον επιχειρηματία, τον εργάτη, τον αθλητή Είναι το πρώτο πράγμα που προσέχουμε όταν συναντάμε έναν άνθρωπο. Εκείνα μας μιλούν πριν από τις λέξεις. Άλλοτε χρησιμεύουν για να επισημάνουν την καταγωγή, όπως το μεξικανικό σομπρέρο ή η σκοτσέζικη καρό φούστα, το κιλτ. Συχνά αποτελούν βοηθητικά εξαρτήματα για τη μεταφορά αντικειμένων, όπως οι ζώνες για τα όπλα. Επιπλέον χρησιμεύουν για την πιστοποίηση του φύλου. Σχεδόν σε όλους τους πολιτισμούς οι άντρες ντύνονται διαφορετικά από τις γυναίκες. Συχνά η ενδυμασία υποδηλώνει περισσότερα στοιχεία για το φύλο παρά το γυμνό σώμα. Ο τρόπος με τον οποίο φοριέται το ίδιο κομμάτι υφάσματος στη Νοτιοανατολική Ασία καθορίζει το φύλο. Οι γυναίκες το φορούν στη μέση και το ονομάζουν σαρόνγκ. Οι άντρες το δένουν στους μηρούς και το ονομάζουν σάμπο. Πάνω απ´ όλα όμως τα ρούχα δηλώνουν την κοινωνική θέση του ατόμου. Από τη στρατιωτική στολή ως το κομψό ταγέρ μιας κυρίας, υποδεικνύουν τον τρόπο με τον οποίο θέλουμε να μας βλέπουν οι άλλοι. Αυτή είναι η δύναμη της επικοινωνίας τους.  http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/695924pwjashyxo8.gif**Στρατηγική προσέγγισης**Φυσικά τα ρούχα τα αγοράζουμε σύμφωνα με τις αναλογίες μας. Συχνά προσθέτουν όγκο. Ας σκεφτούμε τις στολές των αθλητών ή τις περούκες της Μαρίας Αντουανέτας, οι οποίες έφταναν σε ύψος μέχρι το ένα μέτρο. Επίσης τα ρούχα προβάλλουν μια λανθασμένη εικόνα του σώματος στο χώρο, αφού το λεπταίνουν, το μακραίνουν, το συνθλίβουν. Οι ψυχολόγοι ονομάζουν αυτό το φαινόμενο συμβολή. Εκδηλώνεται όταν το μυαλό δεν καταφέρνει να ξεχωρίσει δύο διαφορετικά πράγματα. Έτσι μπορεί να αποδίδει στο σώμα χαρακτηριστικά τα οποία στην πραγματικότητα ανήκουν στο ρούχο. Πρόκειται για το παιχνίδι του καθρέφτη. Σύμφωνα με τον ψυχαναλυτή Τζον Καρλ Φλούγκελ, οφείλεται στη μόνιμη σύγκρουση του ανθρώπου ανάμεσα στην αιδώ και στην επιδειξιομανία, τους βασικούς παράγοντες στη διαδικασία επιλογής ρούχων. Ουσιαστικά κάθε ρούχο τονίζει εκείνο που θα έπρεπε να καλύπτει. Από ψυχολογικής σκοπιάς τα ρούχα δε διαφέρουν ιδιαίτερα από το δέρμα. Αυτό κοκκινίζει από ντροπή για τη γύμνια του και τραβά την προσοχή, ενώ τα ρούχα καλύπτουν και ταυτόχρονα ικανοποιούν την επιδειξιομανία. Έτσι ο Φλούγκελ θεωρεί τα ρούχα ως το μόνιμο κοκκίνισμα στο δέρμα της ανθρωπότητας , στρατηγική προσέγγισης που χρησιμοποιήθηκε ευρέως κι από τη διαφήμιση  **Ρούχα που γδύνουν**Σύμφωνα με τους ψυχολόγους, τα σκισίματα, οι φιόγκοι, τα τακούνια και οι διαφάνειες αποτελούν τεχνάσματα που επικεντρώνουν την προσοχή στις ερωτογενείς ζώνες του σώματος και διεγείρουν τη φαντασία. Στην εποχή των Τιούντορ, στην Αγγλία του 16ου αιώνα, τα αντρικά ρούχα ήταν τόσο στενά, ώστε οι άντρες τακτοποιούσαν τα γεννητικά τους όργανα σε μια ειδική θήκη του παντελονιού τους, η οποία ήταν παραγεμισμένη για να δείχνει μια συνεχή στύση -κάτι αντίστοιχο με τα σημερινά σουτιέν με ενίσχυση, τα οποία μεγαλώνουν το στήθος. Σήμερα η μεταμόρφωση του σώματος δε γίνεται μόνο από τα ρούχα ή την επέμβαση του ράφτη αλλά κι από το νυστέρι του πλαστικού χειρουργού ή τη βελόνα του τατουάζ. Το δέρμα χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο σαν καμβάς. Αν τα ρούχα ήταν το επιπλέον στην εμφάνιση, σήμερα η κάθε πρόσθετη λεπτομέρεια αποτελεί από μόνη της ρούχο.    [**ΚΟΡΥΦΗ**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ) |
| [**Ντυθείτε σωστά[http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://woman-life.ucoz.com/publ/26-1-0-23)**](http://woman-life.ucoz.com/publ/26-1-0-23) |

|  |
| --- |
| **Υπέρβαρες ντουλάπες** ΒΑΓΓΕΛΗΣ ΒΑΓΓΕΛΑΤΟΣ  http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/1806920ml63zyzwcr.gifΕνα μυστήριο πλανάται στα ξυλουργεία... Το υποψιάζεσαι όταν παρατηρήσεις τις ντουλάπες στα παλιά σπίτια. Το μέγεθός τους σε κάνει να απορείς. Πώς χωρούσαν όλα τα ρούχα εκεί μέσα; Ήταν οι άμεσοι πρόγονοί μας τόσο πιο μικροκαμωμένοι; 'Η μήπως απλώς είχαν λιγότερα ρούχα; Οι μελέτες το επιβεβαιώνουν, οι γυναίκες στην Ευρώπη αγοράζουν τα διπλάσια ρούχα από όσα αγόραζαν μια δεκαετία πριν. Μόνο στην Αγγλία πετάγονται στις χωματερές 900.000 τόνοι ρούχων. Το χρόνο! Οι τιμές των ρούχων από τα 80'ς έπεσαν περίπου στο 40% για τη μέση γυναικεία γκαρνταρόμπα και 10% στην αντρική. Αυτό το «θαύμα» επέτρεψε σε μια ολόκληρη βιομηχανία ρούχων να αλλάξει ρόλο. Τα ρούχα δεν είναι απλώς για να ντύνουν αλλά για να προσφέρουν μια εναλλακτική μορφή «ψυχοθεραπείας μέσω κατανάλωσης», για όλα τα πορτοφόλια. Ο όρος shopping therapy εμφανίζεται μαζί με το επάρατο lifestyle των 90'ς και μόδες όπως η ψυχανάλυση για κατοικίδια και ωδικά πτηνά. Σε χρόνο μηδέν ξεφυτρώνουν διεθνείς και εγχώριες αλυσίδες ρούχων, όπου μια πλήρης αμφίεση κοστίζει όσο περίπου και ένα γεύμα σε φαστφουντάδικο. Ταυτόχρονα επικρατεί ένας ολοκληρωτικός εκδημοκρατισμός του στιλ, αφού με έναν μαγικό τρόπο αλυσίδες καταστημάτων και περιοδικά μόδας εμφανίζονται με απόλυτα εναρμονισμένα συγχρονισμένα γούστα, με αποτέλεσμα φαινόμενα υστερίας, με τη μία σεζόν όλη την πόλη ντυμένη Τσιγγάνα, την επόμενη φαντάρο, τη μεθεπόμενη SM αφέντρα κ.ο.κ.  «Τσάμπα ήταν»(;) Οι ντουλάπες αρχίζουν να ξεχειλίζουν από ρούχα σαν τα «ψωμάκια βουλιμικού». Και μεγαλώνουν συνεχώς για να χωρέσουν κι άλλα, σαν το ξεχειλωμένο υποσυνείδητο του ενοχικού. Με ενοχές, ενδυματολογικές εμπνεύσεις που στην πραγματικότητα δεν φοριούνται πάνω από μία σεζόν. Σε υλικά και ποιότητα ανάλογα της τιμής τους, που μετά από δύο βόλτες με το πλυντήριο σού ξεκαθαρίζουν πως και να το άντεχες, του χρόνου θα διαλυόταν στα εξ ων συνετέθη. «Δεν πειράζει, τσάμπα ήταν», σκέφτεσαι και καθώς τα στοιβάζεις στη μαύρη πλαστική σακούλα ανακαλείς την ευχαρίστηση της επιστροφής με πολλές χάρτινες σακούλες στο σπίτι και το μισάωρο ευδαιμονίας που σου χαρίζουν. Στοιχηματίζω πως στα επόμενα χρόνια κάποιος ανθρωπολόγος θα μας πει πως είναι απόλυτα φυσικό, αφού είναι μια υποσυνείδητη αναπαράσταση της αρχέγονης αίσθησης της επιστροφής από το κυνήγι με αρκετά θηράματα, που προκαλεί συναισθήματα ασφάλειας και σιγουριάς. Η πλαστική σακούλα με τα αποφόρια πάλι προκαλεί αισθητικά σοκ. Με τη φιλανθρωπία σε ρόλο ενδυματολογικής ανακύκλωσης και όλο και περισσότερους να εξοικονομούν χώρο στις ντουλάπες τους σπρώχνοντας σακούλες γεμάτες ρούχα στις εκκλησίες και τους αναξιοπαθούντες, πέφτεις όλο και συχνότερα σε ζητιάνους -περσινά fashion victims και καντηλανάφτισσες σε μεταπάνκ στιλιστικούς συνδυασμούς που θα ζήλευε και ο Μάλκολμ Μακλάρεν. Το μαγικότερο σημείο της υπόθεσης είναι πως κανείς δεν ψάχνει ιδιαίτερα το «κόλπο» που κάνει αυτά τα ρούχα τόσο «ασυναγώνιστα» και «τσάμπα». Για τους περισσότερους είναι μια μαγική ιδιότητα, τα μυστικά της οποίας κρύβονται στην γκρίζα περιοχή που οριοθετεί η κινεζική μαφία από τα κρυφά δωμάτια στα ρουχαλάδικα με τα κόκκινα οριεντάλ φαναράκια. Και οι άρχοντες του marketing που ορκίζονται πως η χαμηλή τιμή είναι αποτέλεσμα της οικονομίας κλίμακας μιας καλοκουρδισμένης παραγωγής για μια καλοσυντονισμένη αγορά.http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/543591kpjq1l52ir.gif  Σαφάρι φτώχειας Ουδείς θέλει να ξέρει πως μια ολόκληρη βιομηχανία επιδίδεται μανιωδώς σε ένα σαφάρι φτώχειας και δυστυχίας, ψάχνοντας ανάμεσα σε 160 ημικαταστρεμμένες χώρες για αυτήν όπου ο εργάτης της κλωστοϋφαντουργίας θα μπορεί να είναι παιδί ή γέρος, δεν θα πληρώνεται τις υποχρεωτικές υπερωρίες του, θα παίρνει μηνιάτικο γύρω στο δίευρω, θα απαγορεύεται ο συνδικαλισμός, αλλά δεν θα πειράζει αν τα απόβλητα πέσουν στο διπλανό ποτάμι. Βάλτε τώρα στην εξίσωση την Κίνα, που προσφέρει 60% χαμηλότερο κόστος παραγωγής από οποιαδήποτε άλλη φτηνότερη χώρα και το πέπλο του μυστηρίου αρχίζει να ...ξηλώνεται. Στην άλλη πλευρά του δίευρου, καλλιεργούνται φρούτα για περίεργα γούστα. Το πρωτοάκουσα από έναν οικολόγο που μου εξηγούσε τη συνωμοσία των πάμφθηνων βαμβακερών ινών από μεταλλαγμένα φυτά που καταστρέφουν το έδαφος και απορροφούν τεράστιες ποσότητες νερού για να μεγαλώνουν σε μηδενικό χρόνο και να γίνουν μπλουτζίν. Τον ξαναθυμήθηκα όταν είδα τις τιμές στα πρώτα «οργανικά» βιολογικά τζιν! Κάποιοι πάλι αντέδρασαν στην παντοκρατορία των συνθετικών ρούχων μίας (σχεδόν) χρήσης, βουτώντας στους σωρούς με τα παλιά και μεταχειρισμένα ρούχα. «Αυτά που δεν τα φτιάχνουν όπως τα φτιάχνανε παλιά!». Άντε βέβαια να βρεις στο σωρό με τις 60'ς και 70'ς κουλαμάρες κάτι να σ' αρέσει και να είναι και στο νούμερό σου, χωρίς να έχει πάνω από 7 καψίματα από τσιγάρο... Αυτό δεν είναι ψώνια, αλλά sudoku για βαρυποινίτες. Για να ανακαλύψεις σύντομα πως από τη μια η κουστουμιά του μακαρίτη άξιζε τις ώρες και το ψάξιμο πριν βαφτιστεί «βιντατζιά» και αποκτήσει άλλα τρία μηδενικά ουρά στην τιμή της και από την άλλη πως τόσο χρόνο για ψάξιμο έχεις μόνο όταν είσαι φοιτητής ή πλούσιος.  [**ΚΟΡΥΦΗ**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ) |
| [**Είμαστε ό,τι αγοράζουμε [http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://www.tanea.gr/default.asp?pid=2&artid=4518793&ct=1)**](http://www.tanea.gr/default.asp?pid=2&artid=4518793&ct=1) |

|  |
| --- |
| **Τα ρούχα κάνουν στυλ ή το στυλ τα ρούχα;**  Μην κάνετε λάθος! Υπάρχει μεγάλη διαφορά ανάμεσα στο στυλ και την μόδα. Το στυλ είναι «πονηρό». Είναι ο τρόπος που σας κάνει να φαίνεστε έξω στον κόσμο. Εάν έχετε στυλ, δεν έχει σημασία τι είναι μόδα. Τα ρούχα και τα αξεσουάρ που φοράτε θα περάσουν το τεστ της διάρκειας του χρόνου. Αυτό σημαίνει ότι προσπερνάτε τα βράχια των trendy ρούχων. Ξέρετε τι σας πηγαίνει, τι μεταφέρετε από την ντουλάπα σας από την μια σεζόν στην άλλη. Σκεφτείτε όλα τα στυλ που έχουν έρθει και έχουν ξεπεραστεί. Εάν εξετάσετε με λεπτομέρεια το περιεχόμενο της καρνταρόμπας σας, θα βρείτε ότι τα περισσότερα από τα ρούχα σας έχουν βγει εκτός εποχής;http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/endymasia/487274k7vaqlubxy.gif  Δεν χρειάζεται να σπαταλήσετε πάρα πολλά χρήματα για να μοιάζετε glamorous! Ακολουθείστε αυτές τις χρήσιμες συμβουλές και θα τα καταφέρετε.  - Κρατήστε την ντουλάπα σας λιτή και ουσιαστική. Φοράμε μόνο το 20 τοις εκατό από το περιεχόμενο της ντουλάπα μας, κατά 80 τοις εκατό του χρόνο μας. Το υπόλοιπο 80 τοις εκατό των ρούχων μας τα χρησιμοποιούμε για ιδιαίτερες εκδηλώσεις, ειδικές συναντήσεις, είναι ρούχα παλαιότερης μόδας και παλιά συναισθηματικά αναμνηστικά.  - Κρατήστε την κλασική. Οι τάσεις πάνε και έρχονται, αλλά ποτέ δεν θα είστε έξω από το στυλ εάν βασίζετε την ντουλάπα σας με διαχρονικά σχέδια.  - Αγοράζετε ποιότητα. Θα διαρκέσουν στην ντουλάπα σας για χρόνια.  - Μείνετε ουδέτεροι. Χτίστε τον βασικό κορμό σε αποχρώσεις του μαύρου, του μπεζ, του μπλε και του καφέ. Μην αγνοήσετε τα «hot» χρώματα της εποχής, αλλά χρησιμοποιήστε τα σαν έξτρα κομμάτια.  - Κρατήστε τα απλά. Όσο πιο απλά είναι τα σχέδια τόσο περισσότερο ακριβά φαίνονται. Τα  πολλά στολίσματα δίνουν στα ρούχα μικρότερη διάρκεια. Προσθέστε μικρά αξεσουάρ, εάν το ρούχο έχει ανάγκη από κάτι περισσότερο.    [**ΚΟΡΥΦΗ**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ) |
| Το στυλ και πώς να το αποκτήσετε!  Σε μια εποχή όπου πολλά κρίνονται από την εξωτερική εμφάνιση, το στυλ αποτελεί μια ουσιαστική ανάγκη έκφρασης αυτού που πραγματικά είμαστε! Ακολουθήστε τις συμβουλές της κ. Αλεξάνδρας Κατσαΐτη, stylist και image maker πολλών επωνύμων  Μόδα και στυλ: δυο μικροί δυνάστες της ζωής μας! Στο μυαλό μας ταυτόσημοι, στην πραγματικότητα όμως ολότελα διαφορετικοί! Όπως μας λέει και η κ. Κατσαΐτη: «Η μόδα είναι κάτι το παροδικό, αποτελεί έκφραση των σχεδιαστών για μια ή δύο σεζόν, έχει άμεση σχέση με την κατανάλωση και τα χρήματα, ενώ το στυλ είναι διαχρονικό, είναι μοναδική έκφραση του ποιοι είμαστε και τι θέλουμε, παράλληλα όμως είναι και άμεσα συνυφασμένο με την ψυχολογική μας διάθεση, τη δουλειά μας, τον τρόπο που αντιμετωπίζουμε τον κόσμο!».  Το πολυπόθητο στυλ Όλοι μας θέλουμε να είμαστε ωραίοι, μοντέρνοι και με μοναδικό στυλ, όμως τις περισσότερες φορές «χανόμαστε»! Η εύρεση του προσωπικού μας στυλ είναι κάτι που απαιτεί κυρίως αυτογνωσία. «Για να έχουμε στυλ, πρέπει να ξέρουμε ποιοι είμαστε, τι μας αρέσει, τι μας ταιριάζει, και να μη φοβόμαστε να ρισκάρουμε», συμβουλεύει η κ. Κατσαΐτη. «Βέβαια, κάποιοι είναι τυχεροί, έχουν γεννηθεί έχοντας αυτή την έμφυτη αίσθηση προσωπικής έκφρασης μέσω των ρούχων, όπως για παράδειγμα η Τζάκι Κένεντι, όμως ευτυχώς είναι κάτι το οποίο μπορεί να διδαχτεί, να εξασκηθεί και να βελτιωθεί».  Τα βασικά κομμάτια! Δεν είναι ανάγκη κάτι να είναι η τελευταία λέξη της μόδας, να είναι επώνυμο ή ακριβό για να είναι στυλάτο! «Τα πολύ μοντέρνα ρούχα, που θα τα φορέσουμε μία ή δύο το πολύ σεζόν, δεν χρειάζεται να κοστίζουν υπερβολικά, ούτε να αγοράζουμε πολλά. Ένα ή δύο πολύ μοντέρνα κομμάτια τη σεζόν είναι αρκετά. Όμως, θα πρέπει στην γκαρνταρόμπα μας να υπάρχουν και κάποια κλασικά και διαχρονικά κομμάτια, για τα οποία δεν θα πρέπει να κάνουμε συμβιβασμούς στην ποιότητα», συμβουλεύει η κ. Κατσαΐτη. «Αυτά τα "βασικά" κομμάτια είναι:  1. Ένα κοστούμι σε αντρική γραμμή (παντελόνι και σακάκι) από καλό ύφασμα, που να κολακεύει τη σιλουέτα μας.  2. Ένα φόρεμα σε ίσια γραμμή ως το γόνατο ή, αν έχουμε μεσογειακό σωματότυπο «αχλάδι» - δηλαδή πιο ανοιχτό στην περιφέρεια-, σε  γραμμή άλφα, που να «ανοίγει» δηλαδή στο κάτω μέρος.  3. Ένα λευκό πουκάμισο, σε κλασική γραμμή.  4. Ένα τζιν παντελόνι με πολύ κολακευτική εφαρμογή, χωρίς μπαλώματα, σκισίματα, περίεργα ξεβάμματα.  5. Ένα ζευγάρι μαύρες κλασικές ψηλοτάκουνες γόβες.  6. Ένα ζευγάρι ψηλές γόβες στο χρώμα του δέρματος.  7. Μια μεσάτη φούστα μέχρι το γόνατο σε ίσια γραμμή, κατά προτίμηση μαύρη.  8. Ένα παλτό σε κλασική γραμμή σε μπεζ ή μαύρο χρώμα.  Δεν είναι ανάγκη να τα αγοράσουμε όλα μαζί. Μπορούμε να τα αποκτήσουμε σιγά σιγά και συντηρώντας τα σωστά να τα έχουμε για πολλά χρόνια».  Μαθήματα στυλ! Ενώ η μόδα αφορά τα ρούχα, το στυλ είναι κάτι πηγαίο που προέρχεται από μέσα μας, ο θρίαμβος της ατομικότητας! «Οι άνθρωποι με στυλ είναι συνήθως  ιδιαίτερα καλλιεργημένοι, έχουν το "μικρόβιο" της αισθητικής και είναι "ανοιχτοί σε ερεθίσματα", υπό την έννοια ότι εμπνέονται από τα πάντα. Από τη φύση, τα μουσεία, τα έργα τέχνης, την πολιτιστική τους κληρονομιά, τα ταξίδια, τις φωτογραφίες, τα βιβλία», λέει η κ. Κατσαΐτη. «Πρέπει όχι μόνο να υπάρχει το ερέθισμα, αλλά και να το αφήσεις να σε επηρεάσει, να σε "ταξιδέψει", να βρεις τον τρόπο και να πάρεις το ρίσκο να εκφραστείς μέσα από αυτό!».  Πρωταρχικό ερέθισμα, η εικόνα! Όσο εύκολα και να το λέμε, στην πραγματικότητα ο μέσος άνθρωπος δυσκολεύεται να «παίξει» με τα ρούχα και τους συνδυασμούς ή να αγοράσει τα ρούχα που θα του ταιριάζουν πραγματικά και θα προάγουν την προσωπικότητά του. «Όταν επιλέγω ρούχα για μένα», λέει η κ. Κατσαΐτη, «φτιάχνω στο μυαλό μου μια εικόνα του πώς θα ήθελα να είναι η εμφάνισή μου, και αυτή την εικόνα επιδιώκω να υλοποιήσω. Όταν, πάλι, επιλέγω για λογαριασμό κάποιου πελάτη, λαμβάνω σοβαρά υπόψη μου τη δουλειά του, την ηλικία του, το κοινωνικό του προφίλ, τον τρόπο που ζει, το αν είναι επώνυμος και ζει κάτω από τα φώτα των ΜΜΕ, γιατί τότε η εικόνα που βγάζει προς τα έξω παίζει καθοριστικό ρόλο στη ζωή του. Οι κοινοί θνητοί στην πραγματικότητα μπορούν να κινηθούν πιο ελεύθερα και να είναι πιο ανοιχτοί σε πειραματισμούς».  Τα λάθη! Η πείρα και η τριβή μακροπρόθεσμα κάνουν θαύματα, όμως μέχρι να τα αποκτήσει κανείς μπορεί οι πειραματισμοί του να αποβούν «μοιραίοι»! «Πιστεύω ότι το μεγαλύτερο λάθος που μπορεί να κάνει κάποιος», συνεχίζει η κ. Κατσαΐτη, «είναι να αγοράζει μεμονωμένα κομμάτια. Συνήθως, ο μέσος καταναλωτής μπερδεύεται μέσα στην ντουλάπα του, κουράζεται στην προσπάθεια να κάνει ένα συνδυασμό και καταλήγει έχοντας πολλά ρούχα, που όμως αδυνατεί να τα συνδυάσει, γιατί πάντα κάτι λείπει ή δεν ταιριάζει. Δεν είναι μόνο οι συνδυασμοί χρωμάτων που πρέπει να έχει κάποιος υπόψη του, αλλά και υφασμάτων καθώς και μοτίβων. Καλό είναι να κινούμαστε πιο συντηρητικά στην αρχή, μέχρι να αναπτύξουμε αρκετά το αισθητικό μας κριτήριο, γιατί εύκολα παρασύρεται κάποιος διαπράττοντας στυλιστικά λάθη».  ΤΕΣΤ ΣΕ 1' ΛΕΠΤΟ! Η ομάδα του Αρμονία έκανε το τεστ & ανακάλυψε το στυλ της! Σκεφτείτε τον εαυτό σας, την προσωπικότητά σας, τα ενδιαφέροντά σας και τον κοινωνικό σας περίγυρο. Μετά βρείτε τις τρεις λέξεις οι οποίες θα θέλατε να περιγράψουν καλύτερα το στυλ σας. Π.χ. «εκκεντρική, μοντέρνα και εκλεκτική» ή «κλασική, σοφιστικέ, έμφαση στις λεπτομέρειες». Θα σας βοηθήσει να προσδιορίσετε την εντύπωση που θέλετε να δίνετε στους άλλους.  Απαντήστε και... αποκαλυφθείτε! Ναι, είναι εύκολο. Απλώς απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις -όσο παράξενες κι αν σας ακούγονται κάποιες - και σίγουρα θα βγάλετε πολύτιμα συμπεράσματα.  Ποιο είναι το αγαπημένο σας χρώμα και ποιοι οι αγαπημένοι σας συνδυασμοί;  Ποια σημεία του σώματός σας αρέσουν;  Ποιο σημείο του σώματός σας δεν σας αρέσει καθόλου; Μήπως προσπαθείτε να το κρύψετε;  Σας αρέσουν τα αξεσουάρ;  Ποιο ρούχο σας δεν αποχωρίζεστε;  Μήπως έχετε κάποιο ρούχο σε πολλές παραλλαγές, επειδή σας αρέσει ιδιαίτερα;  Σας αρέσει να ρισκάρετε με την εμφάνισή σας ή μήπως προτιμάτε (ή σας επιβάλλεται, π.χ., από τη φύση της εργασίας σας) να έχετε ένα συγκεκριμένο τρόπο ντυσίματος;  Ντύνεστε για προσωπική σας ευχαρίστηση ή είστε δέσμια ενός συγκεκριμένου περιβάλλοντος (κοινωνικού, εργασιακού ή άλλου);  Υπάρχει κάποιος/α του οποίου το στυλ θαυμάζετε ιδιαίτερα;  ΛΕΤΙΤΣΙΑ ΜΟΥΣΤΑΚΗ   ΒΡΕΙΤΕ ΤΟ ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΣΑΣ ΣΤΥΛ!  Aπλώς ακολουθήστε τις συμβουλές της κ. Αλεξάνδρας Κατσαΐτη ([www.alexkatsaiti.com[http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://www.alexkatsaiti.com/)](http://www.alexkatsaiti.com/))  Κάντε έρευνα!  Αντλήστε έμπνευση από την αγαπημένη σας δεκαετία, τα αγαπημένα σας βιβλία, πίνακες κ.λπ., φτιάξτε ένα λεύκωμα με φωτογραφίες από εμφανίσεις ατόμων που σας αρέσει το στυλ τους, ή με υλικό που θα συλλέξετε από το Ίντερνετ.  Μη βιάζεστε!  Όταν πηγαίνετε σε καταστήματα ρούχων, μη δοκιμάζετε μόνο τα συνηθισμένα. Προβάρετε ακόμα και αυτά που νομίζετε ότι δεν σας κολακεύουν.  Κάντε ξεκαθάρισμα!  Ανοίξτε την ντουλάπα σας, ξεφορτωθείτε τα παλιομοδίτικα και ξεπερασμένα, επιλέξτε αυτά που σας αρέσουν και οργανώστε την σε τομείς (π.χ. βραδινά, εργασίας, χαλάρωσης).  Ζητήστε τη βοήθεια ειδικού! Αν δείτε ότι δυσκολεύεστε να ακολουθήσετε τις πιο πάνω συμβουλές, ζητήστε τη βοήθεια επαγγελματία στυλίστα, ο οποίος έναντι μικρότερης αμοιβής από αυτήν που φαντάζεστε μπορεί να έρθει σπίτι σας, να σας συμβουλεύσει τι σας πηγαίνει και να σας μάθει να συνδυάζετε τα ρούχα σας!    [Μοδάτο[http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://www.enet.gr/?i=arthra-sthles.el.columns&id=326618)](http://www.enet.gr/?i=arthra-sthles.el.columns&id=326618)  ΒΕΒΑΙΩΣ η οικονομική κρίση έχει τώρα χτυπήσει κόκκινο στα μαγαζιά και το εμπόριο γενικότερα είναι σε τεράστια ύφεση, αλλά και πάλι υπάρχουν εκείνοι που χωρίς shopping therapy δεν μπορούν να ζήσουν. Για όσους λοιπόν έχουν τη δυνατότητα να ψωνίζουν πού και πού, αλλά θέλουν και την άποψη κάποιου άλλου για το τι τους πάει και τι όχι, δημιουργήθηκε το [**http://suitts.me[http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://suitts.me/)**](http://suitts.me/). Εδώ δείχνετε το ρούχο που σκέφτεστε να αγοράσετε και ρωτάτε αν «σας πάει». Ε, βέβαια. Γιατί το να σύρετε κάποιο φίλο σας στα μαγαζιά που δεν έχει καθόλου χρήματα, μόνο και μόνο για να σας βλέπει να δοκιμάζετε και να σας λέει τη γνώμη του, είναι και λίγο... σαδιστικό. Οπότε, για τις όποιες απορίες σας, τουλάχιστον όσο κρατάει η κρίση, καλύτερα να ρωτάτε... τον Ιστό. [**ΜΕΤΑΦΡΑΣΜΕΝΗ [http://www.previewshots.com/images/v1.3/t.gif](http://translate.google.com/translate?hl=el&sl=en&tl=el&u=http://suitts.me/)**](http://translate.google.com/translate?hl=el&sl=en&tl=el&u=http://suitts.me/)    [**ΚΟΡΥΦΗ**](http://users.sch.gr/babaroutsoup/oikoik/clothes%20shoes/clothes.htm#ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ) |

**﻿**

 11. <http://www.cosmo.gr/Epikairotita/Kosmos/Eidiseis/frikh-lithovolhsan-mexri-thanatoy-90-neoys-epeidh-htan-emo.1686128.html?service=print>

**Φρίκη: Λιθοβόλησαν μέχρι θανάτου 90 νέους επειδή ήταν emo**

ΙΩΑΝΝΑ ΜΑΜΑΗ  
Δημοσίευση   
10 /03 /2012 19:14

Σοκ προκαλεί η αποκάλυψη πως περισσότεροι από 90 νέοι λιθοβολήθηκαν μέχρι θανάτου από εξτρεμιστές επειδή ακολουθούσαν τη μόδα των emo.

Περισσότεροι από 90 Ιρακινοί μαθητές έχουν δεχτεί επίθεση μέχρι θανάτου από θρησκευτικούς εξτρεμιστές στη Βαγδάτη επειδή είχαν κούρεμα Emo, όπως αναφέρει η Daily Mail.

Η αστυνομία εξέδωσε ανακοίνωση που ανάρτησε το υπουργείο Εξωτερικών το οποίο κάνει λόγο για "φαινόμενο emo" στους νεαρούς μαθητές ζητώντας να μειωθεί αυτή η μόδα.

"Το φαινόμενο emo ή αλλιώς λατρεία στον διάβολο πρέπει να εξαλείψει η αστυνομία καθώς επηρεάζεται αρνητικά η κοινωνία και καταντά κίνδυνος", αναφέρει μεταξύ των άλλων ανακοίνωση.

"Φορούν περίεργα, στενά ρούχα που έχουν νεκροκεφαλές. Επίσης, τρυπούν τη μύτη και τη γλώσσα τους και κάνουν παράξενες ενέργειες", προσθέτει.

Την ίδια στιγμή έχουν σκοτωθεί 90 νέοι επειδή ακολουθούσαν τη μόδα των emo από θρησκευτικούς εξτρεμιστές.

Μάλιστα, αφού τους σκοτώσουν προβαίνουν σε μια ακόμα φρικαλέα ενέργεια. Να πετούν τα πτώματα στους κάδους σκουπιδιών και να τα εκθέτουν σε κοινή θέα.

© Copyright 2011 cosmo - www.cosmo.gr

12. <http://www.artzone42.gr/happiness/>

|  |
| --- |
| Την **Δευτέρα 6 Σεπτεμβρίου**, στις 8:30 μ.μ. εγκαινιάζεται στην αίθουσα τέχνης Art Zone 42, επί της Λεωφόρου Βασιλέως Κωνσταντίνου 42, η ατομική έκθεση ζωγραφικής του **Κωνσταντίνου Μπερδέκλη**, με τίτλο "Happiness of the new age" .  Φανερά επηρεασμένος από τον κόσμο της διαφήμισης και της μόδας, o Κωνσταντίνος Μπερδέκλης ασχολείται με την διερεύνηση της γυναικείας φιγούρας, όπως αυτή παρουσιάζεται μέσα από την σύγχρονη τυπογραφία. Ο καλλιτέχνης αξιοποιεί μέσα από το προσωπικό του ύφος γραφής, τον ρεαλισμό και την pop-art, ασκώντας κριτική και σχολιάζοντας τον τρόπο με το οποίο προβάλλεται σήμερα το γυναικείο είδωλο στην νέα αισθητική κουλτούρα των avant-garde περιοδικών και έντυπων καταχωρήσεων. Στα ζωγραφικά έργα του καλλιτέχνη, παρένθετες γυναικείες μορφές και αποσπάσματα από την φευγαλέα πληθώρα εικόνων-μοντέλων εννοιοδοτούν τον χώρο, ανατρέποντας το προφανές και μετασχηματίζοντάς το σε πρόκληση και απορία απέναντι σε στάσεις, ρόλους και συμπεριφορές. Τα έργα του διακρίνονται για την λεπτή τους ειρωνεία, καθώς ο ζωγράφος εστιάζει υπαινικτικά στην παραγωγή προτύπων της μόδας, τα οποία ζωντανεύουν - και παράλληλα παγιδεύουν - τις επιθυμίες ενός διεθνοποιημένου καταναλωτικού κοινού και τα οποία πολλές φορές, διευρύνοντας το πλαίσιο τους, ατενίζουν το μέλλον.  [> Αποθήκευση δελτίου τύπου](http://www.artzone42.gr/happiness/files/artzone42.doc) |
| Happiness |
| |  |  | | --- | --- | |  | Τίτλος Έργου: Strawberry Dream | | [> Μεγέθυνση](http://www.artzone42.gr/happiness/files/paint01_m.jpg) | Διαστάσεις: 80 x 60 εκ | |  | Tεχνική /υλικά: Λάδι σε καμβά | |
| *"Η έκθεση καταγράφει το «τώρα» μέσα απο σελίδες περιοδικών μόδας και ίντερνετ. Καταγράφει μια πραγματικότητα, ανάμεσα σε πολλές άλλες, που έχει να κάνει με την «ιδανική» ομορφιά και τα πρότυπα, με την σεξουαλικότητα αλλά και την θέση της γυναίκας, όπως παρουσιάζεται μέσα από έναν κόσμο με έντονη κίνηση, αυτόν της διαφήμισης και της φωτογραφίας. Η πληθώρα τέτοιων εικόνων μονοπωλεί τα μέσα και η γυναίκα ως σύμβολο αποκτά διττή σημασία: του θύματος αλλά και του θύτη. Με τον ίδιο τρόπο που εξουσιάζει, εξουσιάζεται, απελευθερώνεται αλλά και εμπορευματοποιείται. Τα πρότυπα όμως δεν μπορεί παρά να φλερτάρουν με την τελειότητα και να χαρακτηρίζουν αυτό που η κοινωνία ενδόμυχα θέλει να φτάσει και να ακολουθήσει, όπως εξάλλου και σε παλαιότερες εποχές. Η πληθώρα των εικόνων μόδας ανήκουν στην pop κουλτούρα, μιας και μας περιβάλλουν, αλλά πολλές φορές διευρύνοντας το πλαίσιο τους, ατενίζουν το μέλλον και δίνουν νέα προοπτική σε αυτό που μπορεί να θεωρείται κυρίαρχο. Η αναζήτηση αυτή τροφοδοτεί και ανανεώνει την εικόνα των προτύπων που είτε ξαναχρησιμοποιούν, είτε ακολουθούν νέους δρόμους, δοκιμάζοντας πολλές φορές τα καθορισμένα όρια. Η «υπερβολή του νέου» μέσα από αυτό, άλλοτε σοκάρει και απωθεί και άλλοτε προσελκύει προκαλώντας την προσοχή.* |
| |  |  | | --- | --- | | Happiness | Τίτλος Έργου: 5 euro  Διαστάσεις: 80 x 60 εκ  Tεχνική /υλικά: Λάδι σε καμβά  [> Μεγέθυνση](http://www.artzone42.gr/happiness/files/paint02_m.jpg) | |  | |
| *Η ζωγραφική μου αποσκοπεί στο να μεταφέρει επιλεκτικά σε ένα έργο επιμέρους στοιχεία, εστιάζοντας και δίνοντας χρόνο για σκέψη. Αυτό γιατί τα πρόσωπα μέσα απο την ζωγραφική αποκτούν διάρκεια και παλεύουν για τη δική τους θέση στην αιωνιότητα. Η φωτορεαλιστική απεικόνιση βοηθά το μύνημα να φτάσει ακέραιο, αναπαραγόμενο πιστά, ενώ συγχρόνως τα καθαρά περιγράμματα δίνουν μια αίσθηση απολυτότητας για το φαίνεσθαι. Αρκετές φορές η μορφή «κόβεται», σαν να θέλει να ελευθερώσει ωφέλιμο χώρο ή σαν να αυτοκαθορίζεται, δίνοντας την ευκαιρία στον καμβά να αποκαλυφθεί, κάνοντας έτσι πιο «εξωστρεφή» την σύνθεση. Όυτως ή άλλως, ο στόχος παραμένει και έχει να κάνει κατά κύριο λόγο με την ομορφιά. Μια ομορφιά, η οποία καταγράφεται μέσα απο δυναμικές φόρμες, έντονες αντιθέσεις και χρώματα. Από την άλλη, η τυπογραφία παίζει και αυτή καθοριστικό ρόλο όσον αφορά την καθαρότητα του μηνύματος, μάχεται με την εικόνα και αλληλοσυμπληρώνει. Πολλές φορές οδηγεί στην ευδαιμονία του σίγουρου, επικυρώνει και επηρεάζει, διαβάζεται, άλλοτε κρύβεται και μερικές φορές δεν σημαίνει τίποτα. Έτσι ο θεατής σχηματίζει τις δικές του αλληλουχίες νοημάτων και προσδίδει στις λέξεις την δική του σημασία. Τα πρόσωπα μπορεί να είναι γνώριμα ή όχι, πάντως αναπαρίστανται για να τονίσουν την οικεία επανάληψη και σχέση μας με τον ευρύτερο κόσμο της διαφήμισης, μετασχηματίζονται και μοιραία ακολουθούν την δική τους νοηματική γλώσσα, μέσα απο ένα διαφορετικό μέσο και περιβάλλον."*  ***Κωνσταντίνος Μπερδέκλης***  [> Βιογραφικό εικαστικού](http://www.artzone42.gr/happiness/files/cv.doc) [> Αποθήκευση δελτίου τύπου](http://www.artzone42.gr/happiness/files/artzone42.doc) |
| |  |  | | --- | --- | | Happiness | Τίτλος Έργου: Scream  Διαστάσεις: 100 x 70 εκ  Tεχνική /υλικά: Λάδι σε καμβά  [> Μεγέθυνση](http://www.artzone42.gr/happiness/files/paint03_m.jpg) | |  | |
| |  |  | | --- | --- | | Happiness | Τίτλος Έργου: Happiness of the new age  Διαστάσεις: 100 x 70 εκ  Tεχνική /υλικά: Λάδι σε καμβά  [> Μεγέθυνση](http://www.artzone42.gr/happiness/files/paint04_m.jpg) | |  | |

13. <https://sites.google.com/site/paroimiestoytopoymaw/>

14. <http://www.palema.gr/eidiseis/pali/item/767-endimasia-kai-prosopikotita>

**Ενδυμασία και προσωπικότητα**

*Τρίτη, 09 Φεβρουάριος 2010 08:40*[*Ζυγούρη Σταυρούλα*](http://www.palema.gr/eidiseis/pali/itemlist/user/82-zigouristairoula)

*[](http://www.palema.gr/images/stories/Zugouri/Penguin.jpg)Αν η ενδυμασία αποτελεί στοιχείο της προσωπικής ταυτότητας ενός ανθρώπου, τότε σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι μπορούμε να στηριχτούμε πάνω της, για να κατανοήσουμε στοιχεία της προσωπικότητας και του χαρακτήρα των άλλων;*

***«Μετά το πανηγύρι... τον καίνε τον καρνάβαλο!»***

Σημαντικό στοιχείο της **προσωπικότητας**ενός ανθρώπου, αποτελεί ο τρόπος που ντύνεται. Πιστεύεται ότι στηριζόμενοι στην ενδυμασία, μπορούμε να κατανοήσουμε σε μεγάλο βαθμό, πάρα πολλά στοιχεία από την προσωπικότητα και το χαρακτήρα των άλλων.

Από τα **ρούχα**κάποιου, συνήθως φαίνεται το **επάγγελμα**που ασκεί αλλά και η **ιεραρχία**στην οποία είναι τοποθετημένος στα πλαίσια της εργασίας του. Ο παπάς για παράδειγμα, διαρκώς φορεί το ράσο του, ενώ και ένας στρατιωτικός ή αστυνομικός, περνά μεγάλο μέρος μέσα στη στολή του, έχοντας στους ώμους του και τα διακριτικά του βαθμού του.

Η ιατρική μπλούζα του γιατρού, προδίδει παράλληλα με το επάγγελμα και το ανώτερο μορφωτικό επίπεδο αυτού που τη φορεί. Η εργατική φόρμα εκείνου που κάνει χειρονακτική εργασία, δεν παραπέμπει όμως σε ανάλογου επιπέδου μόρφωση.

Η**ακριβή και επώνυμη ενδυμασία** του γείτονά μας ή του ανθρώπου που συναντάμε τυχαία στο δρόμο, καθρεπτίζει την **οικονομική επιφάνεια** και την υψηλή ίσως κοινωνική του τάξη, πράγμα που δεν συμβαίνει όταν συναντούμε κάποιον, φτωχικά ή πάρα πολύ πρόχειρα ντυμένο.

Αρκετοί άνθρωποι, προσπαθούν με το ντύσιμό τους, να μας κάνουν φανερή και την ιδεολογική ή την θρησκευτική τους τοποθέτηση.

Σε άλλους πάλι, η ενδυμασία προδίδει την ενασχόληση τους με αθλητικές ή άλλες *"έντονες"*δραστηριότητες. Ο **αντικομφορμισμός**για παράδειγμα, του φιλελεύθερου νέου, εκφράζεται μέσα από τα μακριά μαλλιά ή τα γένια του, μέσα από το**τζιν*-συχνά σχισμένο-*** παντελόνι και τη φαρδιά μπλούζα του. Αντίθετα, ο συντηρητισμός ενός, προσκολλημένου σε θρησκευτικές πεποιθήσεις ανθρώπου, γίνεται πάνω του, αυστηρού ύφους ντύσιμο. Η **αθλητική φόρμα**, *-αγαπημένο ρούχο αθλητών και αθλουμένων-* μαρτυρά, τόσο τη**δυναμικότητα**του χαρακτήρα τους όσο και τη δραστηριότητα με την οποία γεμίζουν τον ελεύθερο χρόνο τους.

Γενικότερα επίσης, μπορούμε να πούμε πως και η**ψυχική διάθεση** είναι φανερή στον τρόπο που κάποιος ντύνεται. Τα ανοιχτόχρωμα και χαρούμενα ρούχα, μαρτυρούν ευδιάθετο άνθρωπο, θετικά προσκείμενο στις καταστάσεις της ζωής. Τα σκουρόχρωμα και μονότονα ενδύματα, δείχνουν κακή ψυχολογική διάθεση και κλειστό χαρακτήρα. Είναι ρούχα ανθρώπου, συνήθως μελαγχολικού και απαισιόδοξου.

Ο **φιλάρεσκος**έχει πολύ **προσεγμένο**ντύσιμο ενώ ο ταπεινός είναι ντυμένος απλά και λυτά. Ο πρώτος θέλει να είναι ευδιάκριτος ενώ ο δεύτερος θέλει να μην τραβάει τα βλέμματα πάνω του.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί, πως όσο μεγάλος είναι ο βαθμός της επίδρασης της προσωπικότητας μας στον τρόπο που ντυνόμαστε, αντίστοιχα μεγάλος θεωρείται και ο βαθμός που επιδρά η ενδυμασία μας, στη δημιουργία και ολοκλήρωση της προσωπικότητάς μας. Γιατί, πως θα μπορούσε να αποδώσει ο **ηθοποιός**, τη φυσιογνωμία και τις ιδιαιτερότητες του **ρόλου**του, χωρίς να *"ντυθεί"* το ανάλογο **κοστούμι**; Και εκτός θεάτρου όμως, θα μπορούσε ο στρατηγός να διοικήσει το στράτευμα χωρίς ευδιάκριτα τα διακριτικά του; Ή ο βασιλιάς να ξεχωρίσει από τον απλό υπήκοο, χωρίς το σκήπτρο και το στέμμα του;

Υπάρχει λοιπόν μια **αμφίδρομη επίδραση μεταξύ ενδυμασίας** και **προσωπικότητας**. Η πρώτη επιδρά στη δεύτερη. Μερικές φορές την καθορίζει κιόλας ενώ αυτό ισχύει και αντίστροφα.

Όσο όμως και να *"προδίδει"* το ράσο τον παπά, σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει πως πρέπει να δεχόμαστε άκριτα, την*"ιεροσύνη"*του. Δεν πρέπει, αβασάνιστα να θεωρούμε, ως μοναδικό κριτήριο για την αξιολόγηση της ανθρώπινης προσωπικότητας, την ένδυση. Το αντίθετο μάλιστα.

Καλύτερο είναι να αξιολογούμε κάποιον, λαμβάνοντας υπόψη μας και άλλα στοιχεία, όπως είναι: ο τρόπος που εκφράζεται αλλά και ο τρόπος που συμπεριφέρεται. Είναι συμφέρον μας δηλαδή, να προσπαθούμε να **γνωρίζουμε τους ανθρώπους βαθύτερα**. Να τους συναναστρεφόμαστε, πριν υιοθετήσουμε γνώμη, για το χαρακτήρα και την προσωπικότητά τους. Να μην αρκούμαστε στην αρχική εντύπωση του ρούχου!

Επί του προκειμένου επίσης, στο δικό μας το*«μικρόκοσμο»*, είναι καλό να έχουμε υπόψη, όλοι εμείς που**καθημερινά ντυνόμαστε τα ρούχα** της προσωπικότητας **που**στην ουσία **θέλαμε να είμαστε**, που πολύ ζηλεύουμε και αγωνιούμε να*«περάσουμε»* προς τα έξω, ότι στα μάτια του έμπειρου*(ή καμιά φορά και του λιγότερο έμπειρου)*παρατηρητή, φαντάζουμε***«αποκριάτική φιέστα»***! Πόσο γελοίος γίνεται ο βασιλιάς του παραμυθιού, χωρίς το χρυσοποίκιλτο μανδύα του. Και δεν το ξέρει καν! Μέχρι να βρεθεί ένα αθώο παιδί να του το φωνάξει κατά πρόσωπο, θα κορδώνεται στο άρμα του σαν άλλος βασιλιάς καρνάβαλος!

Δεν χρειάζεται λοιπόν,**επαγγελματίας ψυχολόγος**για να καταλάβει πως π.χ. πίσω από το γυαλιστερό κεφάλι, το αυστηρό ύφος, και το φθηνό κοστούμι του... *«μπράβου»* ενός*«μαγαζιού»* δεν είναι η τόλμη, το θάρρος και η γνώση αλλά η δειλία, το θράσος και η ασχετοσύνη! Τόσο φανερά είναι τα πράγματα φίλοι μου για αυτό, *«... κοίτα να μην εκτίθεσαι ...»* που λέει και ο λαός, γιατί τα πράγματα είναι δύσκολα όταν τελειώσει το έργο! **Μετά το πανηγύρι, τον καίνε τον καρνάβαλο!** Η τσικνοπέμπτη πέρασε και αυτή. Ότι φάγαμε, φάγαμε! Λίγο θα χορέψουμε ακόμα και μετά κάθε κατεργάρης στον πάγκο του!

Όσο και αν*«αλωνίσει»*ο τζόκερ, αυτός ο **μισότρελος κακόμοιρος** της τράπουλας, όσο και αν ανακατευτεί σε μηχανορραφίες, ποτέ δεν γίνεται ο βασιλιάς της πόλης! Λίγο θα τους τρομάξει στην αρχή και μετά θα πέσει το γέλιο της*«αρκούδας»*. Οι δυνάμεις του καλού ενώνονται και μέσα από τα σύννεφα θα έρθει, όπως πάντα, ... ο χειρότερος εφιάλτης του! Στην επόμενη σελίδα το πολύ, θα είναι πίσω από τα***«σίδερα»***.

Αυτό δυστυχώς ισχύει για όλους. Όχι μόνο για το δύστυχο το*«τζόκερ»*, τον μικρό παράφρονα παλιάτσο των κόμικς, αλλά και για τον ακόμη πιο **ρεζίλη παρατρεχάμενό του**, τον καημένο το χοντρό βοηθό του! Η πραγματικότητα είναι σκληρή και δεν φυλάει καθόλου συμπόνια ούτε και για αυτή την τραγικότερη φιγούρα του έργου, τον **πιγκουίνο**με το ημίψηλο και το μονόκλ, που συνήθως θυσιάζεται, εκεί που πάει να σώσει τον αφέντη του. Όταν λήξει το Τριώδιο και πέσουν οι μάσκες, η αγριάδα του γίνεται γοερό κλάμα και τα γόνατά του λυγίζουν στο βάρος της μέρας. Μόνο τότε το μεγάλο στόμα του σταματάει να *«πετάει»* βλακείες. Τα λόγια του χάνονται μπροστά στη δυνατή φωτιά. **Είναι η σειρά των άλλων να γελάσουν τώρα!** Το πρωί έρχεται και φέρνει μαζί του την ηρεμία και τη δικαιοσύνη. Όλα αυτά δεν συμβαίνουν μόνο στο σινεμά. Και στην αληθινή ζωή, συνήθως αυτό γίνεται!

15. <http://e-psychology.gr/diafora-themata-psychologias/681-h-psychologia-ths-mazas>

Η **ψυχολογία της μάζας** ανήκει στον τομέα της κοινωνικής ψυχολογίας και προσπαθεί να προσεγγίσει και να εξηγήσει το πώς απλοί καθημερινοί άνθρωποι αποκτούν ιδιαίτερη δύναμη όταν λειτουργούν συλλογικά.   
Έχουν καταγράφει αρκετά παραδείγματα στο παρελθόν του ανθρώπινου είδους που αποδεικνύουν ότι ομάδες ανθρώπων με κοινές αντιλήψεις και στόχους έχουν φέρει **δραματικές κοινωνικές αλλαγές**

οι οποίες έχουν αλλάξει την πορεία της ιστορίας.

Οι αλλαγές αυτές μπορούν να χαρακτηριστούν ηρωικές οι καταστροφικές ανάλογα με το που στρέφεται η δυναμική της μάζας τη δεδομένη χρονική περίοδο. Βιώσαμε και από κοντά στη πρόσφατα στη χώρα μας ένα τέτοιο παράδειγμα “**αγανακτισμένης συλλογικότητας**”.

Κατά τον Gustave Le Bon η ιδιαιτερότητα αυτού του είδους της συλλογικής ψυχολογίας είναι ότι δεν απαιτείται πάντα η συγκέντρωση ενός μεγάλου αριθμού ατόμων στο ίδιο σημείο ώστε να γεννηθεί μια κοινή τάση και αντίληψη απέναντι σε κάποιο σημαντικό κοινωνικό γεγονός. Κάτω από την επήρεια αυτού του κοινωνικού γεγονότος χιλιάδες άτομα που δεν έχουν έρθει ποτέ σε επαφή και ζουν σε διαφορετικές περιοχές, μπορούν να αποκτήσουν τα χαρακτηριστικά του πλήθους.

Το φαινόμενο αυτό μπορεί να παρατηρηθεί ακόμα και σε ένα ολόκληρο έθνος το οποίο κάτω από της κατάλληλες συνθήκες μεταμορφώνεται σε “ψυχολογικό πλήθος”. Το χαρακτηριστικό αυτού του πλήθους είναι η εξαφάνιση της συνειδητής προσωπικότητας του ατόμου και η απότομη αλλαγή στη συμπεριφορά και τα συναισθήματα του. Παρόλο που το πλήθος αποτελείται από ετερογενή στοιχεία και μονάδες με ξεχωριστές προσωπικότητες, η επιρροή είναι τόσο μεγάλη που έχει ως αποτέλεσμα την ολοκληρωτική μετάλλαξη του ατόμου και την υιοθέτηση κοινών αντιλήψεων, απόψεων αλλά και αντιδράσεων. Το ετερογενές σκοτώνεται και απορροφάται από το ομογενές και ως αποτέλεσμα γεννάται το φαινόμενο της απεξατομίκευσης (deindividuation).

Η απεξατομίκευση χαρακτηρίζεται από περιορισμένη αίσθηση του εαυτού και της διαφορετικότητας ως μέρος ενός συνόλου και ως αποτέλεσμα έχει την μειωμένη αυτοσυγκράτηση και την ακραία αντίδραση στα ερεθίσματα. Ο όρος αυτός επεξηγεί την συλλογική συμπεριφορά και την μετάβαση της εξατομικευμένης ταυτότητας προς την συλλογική ταυτότητα. Όπου υπάρχει πλήθος κυριαρχεί η ανωνυμία και η ανωνυμία πολύ συχνά όπως υποστηρίζουν οι έρευνες, συνοδεύεται τις περισσότερες φορές από τη βία. Όπως αποδείχτηκε από το γνωστό πείραμα του Asch, υπάρχει ένας θετικός συσχετισμός ανάμεσα στην αναγνωρισιμοτητα, και στην υποταγή στους κοινωνικούς κανόνες.

O Zimbardo προκείμενου να επιτύχει την απεξατομίκευση των συμμετεχόντων στο πείραμα του, χρησιμοποίησε ενδυμασίες που περιλάμβαναν κουκούλες και στολές οι οποίες ήταν πανομοιότυπες. Την ίδια ακριβώς ενδυματολογική τακτική χρησιμοποιεί η αστυνομία και ο στρατός ακόμα και σημερα.

Σκοπός αυτού του είδους της απεξατομίκευσης είναι ο απόλυτος έλεγχος της συμπεριφοράς, και η υποταγή σε διαταγές οι οποίες κάτω από άλλες συνθήκες θα απορρίπτονταν από το δεκτή. Τα αποτελέσματα περιλαμβάνουν ακραίες συμπεριφορές οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε ειδεχθή εγκλήματα ακόμη και στη γενοκτονία ενός ολόκληρου λαού, σε φυσικό αλλά και σε ψυχικό επίπεδο.

**Παρασκευή Πάλμου**Clinical Psychology MA  
[Palmoup@hotmail.com](mailto:Palmoup@hotmail.com)

 16.[Παραδοσιακές **Ενδυμασίες** :: Εργαστήριο Τεκμηρίωσης Πολιτιστικής **...**](http://tab.ionio.gr/culture/activities/projects/apparels.htm)

tab.ionio.gr/culture/activities/.../apparels.ht... - [Προσωρινά αποθηκευμένη](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:p4W-sxSzo-UJ:tab.ionio.gr/culture/activities/projects/apparels.htm+%CF%88%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE,+%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE+%CE%BA%CE%B1%CE%B9+%CE%B1%CE%B9%CF%83%CE%B8%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE+%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CF%82+%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%82.&cd=5&hl=el&ct=clnk&gl=gr)

Τοπικές Παραδοσιακές **Ενδυμασίες** Κερκύρας Παξών και Διαποντίων Νήσων **...**ιστορική, οικονομική, **ψυχολογική**, **κοινωνιολογική** και γεωγραφική άποψη. **...**τονίζεται η διαφορετική κοινωνική τους προέλευση και **αισθητική** τους εκλογή υπό την επίδραση της δυτικής μόδας. **...** Η **λειτουργία** αυτή καλύπτει πολλές δραστηριότητες.

**[PDF]**

### [1.Τίτλος 2. Παρουσίαση του προβλήµατος](http://2lyk-peir-athin.att.sch.gr/school.files/erg/tec/Markou,Endymasia.pdf)

2lyk-peir-athin.att.sch.gr/school.files/erg/tec/Markou,Endymasia.pdf

Μορφή αρχείου: PDF/Adobe Acrobat - [Quick View](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:OlRV2wehPOQJ:2lyk-peir-athin.att.sch.gr/school.files/erg/tec/Markou,Endymasia.pdf+%CF%88%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE,+%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE+%CE%BA%CE%B1%CE%B9+%CE%B1%CE%B9%CF%83%CE%B8%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE+%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CF%82+%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%82.&hl=el&gl=gr&pid=bl&srcid=ADGEESjh6TlXZEDkRf-AMBJAqMxUACOokk7ix-ZlwlEf0Hb1Rh_vyTRund2C-OB7n5RzkEoCzHRNBc2e8FnzkSnvVdnAKoj2_LerwLN6EK0khwOreONAlt7o4wvKlp1v64WAaoDfHE5D&sig=AHIEtbSI95tQiEhJDutQbv8GElJxNZNqfg)  
**ψυχολογική**, **κοινωνιολογική** και γεωγραφική άποψη. Μέσα από το ένδυµα **...** Η**ενδυµασία** έχει σαφή κοινωνική **λειτουργία**. Η **λειτουργία** αυτή καλύπτει **...**

**-** [**http://www.e-psychology.gr/forum/showthread.php?**](http://www.e-psychology.gr/forum/showthread.php?)

**17.** [**http://psychinfo.gr/psychforall/%CE%B4%CE%B9%CE%AC%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%B1/%CF%88%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CE%BD%CF%84%CF%85%CF%83%CE%AF%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82/**](http://psychinfo.gr/psychforall/%CE%B4%CE%B9%CE%AC%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%B1/%CF%88%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CE%BD%CF%84%CF%85%CF%83%CE%AF%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82/)

[Ψυχολογία ντυσίματος](http://psychinfo.gr/psychforall/%ce%b4%ce%b9%ce%ac%cf%86%ce%bf%cf%81%ce%b1/%cf%88%cf%85%cf%87%ce%bf%ce%bb%ce%bf%ce%b3%ce%af%ce%b1-%ce%bd%cf%84%cf%85%cf%83%ce%af%ce%bc%ce%b1%cf%84%ce%bf%cf%82/)



Από τα αρχαία χρόνια τα ρούχα δεν ικανοποιούσαν μόνο την ανάγκη προστασίας από το κρύο και τη ζεστή, αλλά εξυπηρετούσαν εκφραστικούς και κοινωνικούς σκοπούς. Στις μέρες μας τα ρούχα δίνουν την πρώτη εντύπωση για ένα άτομο και εκφράζουν στοιχεία της προσωπικότητάς του καθένα μας. Η εξωτερική εμφάνιση ενός ατόμου μας δίνει πληροφορίες όπως η καταγωγή του, το επάγγελμά του, η οικονομική του κατάσταση και η κοινωνική του θέση.  Σύμφωνα με αρκετές μελέτες δεν μπορούμε να μείνουμε ανεπηρέαστοι από τα ερεθίσματα του περιβάλλοντος μας. Αυτό ισχύει και για τη μόδα, και αν δεν το κάνουμε συνειδητά, ακολουθούμε ως προς κάποιο βαθμό τα πρότυπα της εποχής μας.

Το ντύσιμο θεωρείται σαν ένας τρόπος να εκφράσουμε τον εαυτό μας. Επιλέγουμε τα ρούχα που φοράμε είτε επειδή μας αρέσει το χρώμα, είτε επειδή ταιριάζουν στο σώμα μας, ή ακόμα επειδή πιστεύουμε ότι ταιριάζουν στο στυλ μας και αναδεικνύουν την προσωπικότητά μας.  Διαφορετικά θα ντυθεί κάποιος που πηγαίνει για επαγγελματική συνέντευξη και διαφορετικά θα ντυθεί το ίδιο άτομο όταν θα βγει με τους φίλους του ή όταν θα βγει ραντεβού. Επίσης τα ρούχα χρησιμοποιούνται διαφορετικά από τα δύο φύλα και μπορούν να γίνουν μέσο ερωτικής επικοινωνίας, να χρησιμοποιηθούν  ως μέσο για να δηλώσει χαρακτηριστικά του ατόμου που απευθύνονται στην ανεύρεση ομοϊδεατών υποψήφιων συντρόφων. Μπορεί να στείλει και μηνύματα ανωτερότητας προς τους ανταγωνιστές του ίδιου φύλου.

Οι μεγάλοι σχεδιαστές μόδας, υποστηρίζουν ότι η εντύπωση ενός ρούχου κρατάει 5-10 λεπτά, ενώ αυτό που υπερισχύει είναι η αίσθηση της προσωπικότητας του ανθρώπου. Το ρούχο αναδεικνύει την προσωπικότητα δεν την δημιουργεί.  Ακόμα και η ποιότητα και το είδος του υφάσματος σε κάνουν να νιώθεις όμορφα όχι μόνο επειδή είναι ωραίο αισθητικά αλλά βοηθούν την έκφραση της προσωπικότητας του ατόμου. Με άλλα λόγια είναι σημαντικό το να υπάρχει στυλ στο ντύσιμο. Το στυλ στο ντύσιμο επιβεβαιώνει τη μοναδικότητά μας. Το να αντιγράψει κάποιος τα μοντέλα από τα περιοδικά ή τις επιδείξεις μόδας δεν σημαίνει ότι θα τους ταιριάζει. Το αποτέλεσμα πιθανότερα να είναι αστείο ή κακόγουστο.  Συμβαίνει κάποιες φορές να προβάλλουμε μέσω των ρούχων μας αυτό που θα θέλαμε να είμαστε και όχι αυτό που είμαστε πραγματικά. Σε αυτές τις περιπτώσεις υπάρχει σύγχυση μεταξύ της εξωτερικής εικόνας και του εσωτερικού μας κόσμου. Εδώ ταιριάζει η φράση “το ρούχο φοράει τον άνθρωπο και όχι ο άνθρωπος το ρούχο”.

Τα ρούχα μπορεί να επηρεάσουν την ψυχολογία μας αλλά και το αντίθετο, δηλαδή ντυνόμαστε σύμφωνα με τη διάθεσή μας. Όλοι θα έχουμε παρατηρήσει ότι στις διάφορες περιόδους της ζωής μας η διάθεσή μας για το ντύσιμο είναι διαφορετική. Μπορεί να φοράμε συχνά ένα ρούχο, επειτά για ένα διάστημα να αναρωτιόμαστε πώς το φορούσαμε και μετά από λίγο καιρό να το φοράμε ξανά. Το στυλ μας αλλάζει σύμφωνα με τη διάθεσή μας και ακολουθεί τις φάσεις που περνάμε στη ζωή μας. Συνήθως το κάνουμε ασυνείδητα αλλά αν το παρατηρήσουμε θα καταλήξουμε σε ενδιαφέροντα συμπεράσματα.  
Τα ρούχα εκφράζουν περισσότερα από όσα πιστεύουμε, εκφράζουν την διάθεση που έχουμε όταν ντυνόμαστε, το πώς θέλουμε να αντιμετωπίσουμε την μέρα μας, αλλά και το πώς θέλουμε να μας αντιμετωπίζουν οι άλλοι. Μπορούν να εκφράσουν τις προσδοκίες μας αλλά και τους καθημερινούς μας στόχους. Παρατηρήστε τους ανθρώπους στο δρόμο, στις καφετέριες, στα εστιατόρια, το ντύσιμό τους μας λέει πολλά για τις σχέσεις τους με τους ανθρώπους που βρίσκονται μαζί. Σε συνδυασμό με τη γλώσσα του σώματος μπορούμε να καταλάβουμε τη κάθε σχέση που βλέπουμε χωρίς να ακούσουμε καμία λέξη.

Το περιποιημένο επαγγελματικό ντύσιμο, δίνει την εντύπωση κάποιου με αυτοπεποίθηση, ο οποίος είναι σωστός και στη δουλειά του. Αυτό το ντύσιμο όμως ίσως να μην είναι το κατάλληλο για ραντεβού γιατί φαίνεται απρόσωπο και δεν δίνει την εντύπωση ότι το άτομο αυτό μπορεί να ανοιχτεί.  Ένα ουδέτερο ντύσιμο, συνήθως άχρωμο μπορεί να δείξει ότι το άτομο αυτό δεν θέλει να τραβάει την προσοχή και ότι είναι αρκετά ντροπαλό. Η ατημέλητη εμφάνιση στέλνει το μήνυμα ότι το άτομο αυτό δεν ενδιαφέρεται για τη δουλειά του, το μέλλον του ή τη σχέση του. Κάποιος που ντύνεται επιδεικτικά, φορώντας εμφανώς επώνυμες μάρκες δίνει την εντύπωση υλιστή και ανασφαλή. Η περίεργη εμφάνιση, η αμέλεια της εξωτερικής εικόνας μας και της ατομικής καθαριότητας είναι συμπτώματα ψυχικής διαταραχής.

Επίσης σημαντικό ρόλο στη ψυχολογία μας έχουν και τα χρώματα στα ρούχα που φοράμε. Τα σκουρόχρωμα ρούχα δίνουν την αίσθηση κατάθλιψης, κάποιου κλεισμένου στον εαυτό του, ανασφαλή και ίσως επιθετικού και απλησίαστου. Από την άλλη πλευρά τα σκούρα χρώματα είναι της εξουσίας και δηλώνουν επαγγελματισμό. Τα φωτεινά ρούχα μπορούν να έχουν ακριβώς την αντίθετη επίδραση υποδηλώνουν αγνότητα, καθαρότητα και δίνουν την αίσθηση προσεγγίσιμου και φιλικού ατόμου. Τα χρωματιστά ρούχα συνδέονται με την ψυχολογία των χρωμάτων. Το κόκκινο είναι το χρώμα του πάθους, της καρδιάς και της υψηλής αυτοεκτίμησης, το γαλάζιο το χρώμα του πνεύματος και του ουρανού, το κίτρινο της ενέργειας και της δημιουργικότητας, το πράσινο της ελπίδας και της ηρεμίας και το μπλε εμπνέει εμπιστοσύνη. Μπορούμε βέβαια να εκφράσουμε τα χρώματα όπως εμείς τα νοιώθουμε. Προτείνεται όμως να χρησιμοποιούμε χρωματιστά ρούχα για να αντιμετωπίσουμε αρνητικά συναισθήματα και να μην τους επιτρέψουμε να μας καταβάλουν.

Θα πρέπει να δίνουμε σημασία στην εμφάνισή μας, αλλά έως ένα βαθμό. Δεν είναι απαραίτητο να ντυνόμαστε σύμφωνα με την τελευταία λέξη της μόδας ή να γίνουμε fashion victims. Η υπερβολική ενασχόληση με κάτι, χαρακτηρίζεται παθολογική. Το ίδιο ισχύει και για την εμφάνισή μας. Συγχρόνως θα πρέπει να αναπτύξουμε κριτική αντίσταση στα πρότυπα που προβάλλονται για την εικόνα του σώματος και να έχουμε τον έλεγχο στην αντίληψη για την εικόνα του εαυτού μας.

Όταν τα ρούχα φοριούνται σωστά μπορούν να καλύψουν ατέλειες αλλά και να τονίσουν τα ωραία σημεία του σώματός μας. Αυτομάτως ενισχύουμε την αυτοπεποίθησή και την αυτοεκτίμησή μας και παράλληλα αποφεύγουμε τα αρνητικά συναισθήματα για το σώμα μας. Θα πρέπει να επιζητούμε την ευχαρίστηση και την ικανοποίηση από το ντύσιμό μας, κάτι που βοηθάει την αποδοχή της εικόνας του σώματός μας, συνεπώς και του εαυτού μας. Όπως προαναφέρθηκε η θετική προσέγγιση της εικόνας μας σχετίζεται με την αυτοπεποίθηση και την αυτοεκτίμηση μας, είναι πολύ σημαντικό γιατί μας βοηθάει γενικότερα στην εξέλιξή μας σε όλους τους τομείς.

Δεν χρειάζεται να φοβόμαστε και να ντρεπόμαστε να δείξουμε την προσωπικότητά μας χρησιμοποιώντας έντονα χρώματα ή ιδιαίτερα αξεσουάρ. Σημαντικό είναι το να νοιώθουμε άνετα όταν φοράμε ένα ρούχο. Μπορεί όταν βλέπουμε κάποιο ρούχο να μας αρέσει αλλά να μην αισθανόμαστε άνετα με αυτό. Το αποτέλεσμα θα είναι να μην το φοράμε και να ξοδέψουμε χρήματα που θα πάνε χαμένα. Για το λόγο αυτό ας κάνουμε ένα πείραμα όταν δοκιμάζουμε ένα ρούχο να φανταζόμαστε ότι είμαστε στο χώρο που το προορίζουμε για να το φορέσουμε, πχ στο γραφείο για μια συνάντηση, και έπειτα να ρωτήσουμε τον εαυτό μας αν αισθανόμαστε άνετα με αυτό.

Τα ρούχα μας θα πρέπει να μας κολακεύουν και να ταιριάζουν στο σώμα μας. Δεν είναι απαραίτητο τα ρούχα μας να είναι ακριβά για δείχνουν ωραία πάνω μας, πιο σημαντικό  είναι να είμαστε κατάλληλα ντυμένοι για την κάθε περίσταση. Κάποιες φορές μπορούμε να διασκεδάζουμε με το ντύσιμό μας. Δεν χρειάζεται να είμαστε πάντα συντηρητικοί, μπορούμε να ξεφεύγουμε από το συνηθισμένο μας ντύσιμο και να παρατηρήσουμε πως αισθανόμαστε Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το ντύσιμο για να ανεβάσουμε τη ψυχολογία μας και την αυτοπεποίθησή μας. Τα χρώματα, τα σχήματα και οι εικόνες στα ρούχα μας, μπορούν να έχουν ιδιαίτερη σημασία για μας και να μας φτιάχνουν τη διάθεση.

Τέλος είναι θετικό για την ψυχολογία μας να ανανεώνουμε συχνά την γκαρνταρόμπα μας προσθέτοντας μερικά κομμάτια και να πετάμε τα παλιά μας ρούχα τα οποία έχουμε συνδέσει με αρνητικά γεγονότα της ζωής μας. Θα πρέπει πάντα να προχωράμε μπροστά και να το επιδιώκουμε σε όλους τους τομείς της ζωής μας, ακόμα και στο ντύσιμο. Στις μέρες μας μπορούμε να βρίσκουμε φτηνά ρούχα σε μεγάλη ποικιλία. Ας δώσουμε στο ντύσιμο μεγαλύτερη σημασία και ας το δούμε  ως μέσο για να μας ανεβάσει τη διάθεση. Το σίγουρο είναι ότι θα δούμε εύκολα και γρήγορα αποτελέσματα.

18. <http://www.vita.gr/html/ent/081/ent.7081.asp>

|  |
| --- |
| **Είμαστε ό,τι φοράμε;**  **Λουίζα Βογιατζή**  **ΤΕΥΧΟΣ - Αύγουστος 2008** |
|  |



Άνδρες-γυναίκες, μικροί-μεγάλοι, όποια δουλειά κι αν κάνουμε, όποιες και να είναι οι ιδιότητες και οι ρόλοι μας, το ντύσιμο είναι ένας «κανόνας» από τον οποίο κανένας δεν γλιτώνει, ακόμη κι αν το θέλει. Μάλλον, βέβαια, κανείς δεν το θέλει. Όσο βασανιστικό κι αν είναι ενίοτε (και για κάποιους και κάποιες το καθημερινό ντύσιμο είναι συχνά ένα «μαρτύριο»), όλοι θέλουμε να ντυνόμαστε, όχι μόνο για να μην κρυώνουμε, για να σκεπάζουμε τη γύμνια μας ή για να προστατεύουμε το σώμα μας. Το ντύσιμο είναι η προετοιμασία μας για να «βγούμε στη σκηνή» της ζωής.   
  
**Κάθε ρόλος έχει το κοστούμι του**  
Όμοια με το θέατρο, αλλάζουμε κοστούμια ανάλογα με το έργο, τη σκηνή, το ρόλο, τα συναισθήματα. Είτε ντυνόμαστε με την τελευταία λέξη της μόδας είτε φοράμε και ξαναφοράμε τα ρούχα που πιστεύουμε ότι μας ταιριάζουν -ακριβά, φθηνά, φανταχτερά, σεμνά, μαύρα ή πολύχρωμα-, τα ρούχα είναι μια απεικόνιση του εσωτερικού μας κόσμου που δείχνουμε σε όλους. Μπορούμε, άλλωστε, να το διαπιστώσουμε και στον εαυτό μας. Όταν βρεθούμε σε μια αίθουσα με κόσμο, όταν είμαστε καλεσμένοι μαζί με ανθρώπους που γνωρίζουμε λίγο ή καθόλου σε ένα φιλικό σπίτι, τι είναι αυτό που μας κάνει να διαμορφώσουμε μια πρώτη εντύπωση για τους γύρω μας; Μία εικόνα που, σαν να ρίχνουμε μια ματιά σε φωτογραφία, σαν ένα «σκανάρισμα», μας δίνει τις πρώτες πληροφορίες για τον άνθρωπο που έχουμε απέναντί μας. Η εικόνα αυτή περιλαμβάνει το πρόσωπο, τα μαλλιά, τη στάση του σώματος και ασφαλώς τα ρούχα, και μπορεί να επηρεάσει αρκετά τα συναισθήματα συμπάθειας ή αντιπάθειας που αναπτύσσουμε για τον άνθρωπο αυτόν. Με αυτό το πρώτο «σκανάρισμα», αποκωδικοποιούμε τα μηνύματα του άλλου. Και μπορεί, βέβαια, αν είμαστε «θύματα της εικόνας», να μας κάνει να τον απορρίψουμε και να χάσουμε κάθε ενδιαφέρον να τον γνωρίσουμε καλύτερα. Ίσως, μάλιστα, είμαστε τέτοια θύματα περισσότερο από όσο θέλουμε να παραδεχτούμε. Το ίδιο δύσκολο είναι για πολλούς να παραδεχτούν ότι δίνουν σημασία στα ρούχα που φοράνε. Κι όμως, σε κανέναν δεν είναι αδιάφορο το τι φοράει, εκτός αν πάσχει από κάποια ψυχική διαταραχή, οπότε αλλοιώνεται η εικόνα που έχει για τον εαυτό του.   
  
**Ένα παιχνίδι αποκάλυψης - απόκρυψης**  
Το ντύσιμο είναι μια μορφή επικοινωνίας. Βρίσκεται ακριβώς στο σύνορο (και είναι ένα σύνορο) μεταξύ του εσωτερικού μας κόσμου και του εξωτερικού, του κοινωνικού κόσμου. Ανήκει σε εμάς, είναι κομμάτι μας, αφού το επιλέγουμε και το φέρουμε πάνω μας, και ταυτόχρονα είναι κάτι που βρίσκεται ήδη έξω από εμάς. Μπορούμε να πούμε ότι με αυτά που φοράμε έχουμε μια πολύ προσωπική συνομιλία με τον κόσμο, έτσι όπως τον αντιλαμβανόμαστε. Είναι αξιοθαύμαστο το πώς το ντύσιμο μπορεί να είναι ταυτόχρονα ένα παραβάν που μας κρύβει και μια οθόνη που μας προβάλλει! Η Αννέτα είναι μια πολύ έξυπνη και πνευματώδης, επιτυχημένη επιστήμονας. Είναι 38 ετών, είχε έναν αποτυχημένο γάμο στα 27 της που κράτησε ενάμιση χρόνο και από τότε ζει μόνη. Τα ρούχα της συχνά φέρνουν σε αμηχανία τους γύρω της. Πράσινη φαρδιά μακριά φούστα, πολύχρωμο φαρδύ πουκάμισο, γιλέκο από απομίμηση δέρματος, κάπως παλιωμένα μοκασίνια και, μαζί με αυτά, μια έκφραση που είναι σαν να λέει «Δεν αισθάνομαι καθόλου άνετα». Σε εκμυστηρεύσεις σε μια φίλη, παραδέχεται ότι δεν αισθάνεται καθόλου γυναίκα, ότι μόνο με την άσπρη, ουδέτερη ποδιά του εργαστηρίου, που είναι ίδια για άνδρες και γυναίκες, νιώθει άνετα. Αισθάνεται ότι δεν ξέρει ποια και πώς θέλει να είναι σαν γυναίκα και γι’ αυτό προτιμά να κρύβεται πίσω από ρούχα ουδέτερα, που δεν αρέσουν ούτε στην ίδια. Δεν της είναι αδιάφορο το τι εντύπωση δίνει στους άλλους, ­αλλά έχει παραιτηθεί. Αυτό ακριβώς είναι το μήνυμα που ­δίνουν και τα ρούχα της.   
  
**Τα καινούργια ρούχα του βασιλιά**  
Δεν δίνουν όλοι την ίδια σημασία στα ρούχα και στην εμφάνιση. Για κάποιους είναι «αναγκαίο κακό» και, εκτός από κάποιες ιδιαίτερες περιστάσεις, διαλέγουν ρούχα πρακτικά και ευκολοφόρετα που να μη χρειάζεται να ασχοληθούν πολλή ώρα με το καθημερινό τους ντύσιμο. Για άλλους, το ντύσιμο είναι μια τελετουργία που περιλαμβάνει την αγορά, τους κατάλληλους συνδυασμούς ρούχων, παπουτσιών και αξεσουάρ, την καθημερινή φροντίδα ως την παραμικρή λεπτομέρεια. Η τέλεια εμφάνιση και η τεράστια σημασία που δίνουν κάποιοι άνθρωποι στο ντύσιμό τους -και προκαλούν το θαυμασμό- δεν είναι οπωσδήποτε ένδειξη αυτοπεποίθησης και σιγουριάς. Συχνά, είναι η προσπάθεια να καλυφθεί μια έντονη ναρκισσιστική ανισορροπία. Κάποιος που είναι σίγουρος για τον εαυτό του δεν έχει ανάγκη από τη συνεχή επιβε­βαίωση ότι είναι καλοντυμένος, ωραίος, άψογος. Ας μην ξεχνάμε ότι πολλά από τα μοντέλα που θαυμάζουμε -και συχνά ζηλεύουμε- για την τέλεια εμφάνιση και το υπέροχο ντύσιμό τους πάσχουν από νευρική ανορεξία (και όχι μόνο), που είναι η κατεξοχήν πάθηση της αρνητικής αυτοεικόνας.   
  
**Σημαία ανεξαρτησίας**  
Επειδή ακριβώς έχουμε μάθει από μικροί να «χρησιμοποιούμε» τα ρούχα ως σύνορο του αυστηρά προσωπικού μας χώρου, αλλά ταυτόχρονα και ως σημείο συνάντη­σής του με τον εξωτερικό κόσμο, γι’ αυτό είναι δύσκολο να μην κουβαλούν καμία απολύτως σημασία για εμάς.   
Η μητέρα μας ήταν η πρώτη προσωπική μας «ενδυματολόγος» (για πολλές γυναίκες και η παντοτινή), με κάποιον τρόπο το ντύσιμό μας κουβαλά κάπου τη στάμπα της, έστω και πολύ καλά κρυμμένη. Η μητέρα είναι αυτή που με τον τρόπο που φροντίζει το σώμα μας, που μας ντύνει και που με τα όνειρα, τις προσδοκίες και τους δικούς της κανόνες («Μια γυναίκα πρέπει να είναι πάντα περιποιη­μένη», «Να φοράς ρούχα απλά, να μην προκαλείς», «Τα αγόρια δεν φοράνε χτυπητά χρώματα», «Τι παριστάνεις με τα μαύρα, δεν σου πάνε καθόλου», «Τα τακούνια είναι για άλλον τύπο γυναίκας, πιο αεράτο») καθορίζει σε ­πολύ μεγάλο βαθμό τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε το ­σώμα μας και το ντύνουμε.   
Η Αμαλία είναι 45 ετών και εξακολουθεί να ντύνεται λίγο πανκ, όπως έκανε σαν νεαρό κορίτσι, για να αντιδράσει στη συντηρητική και καταπιεστική μητέρα της. Τα ρούχα της εξακολουθούν να λένε, έστω λιγότερο δυνατά: «Δεν θα μου πεις εσύ πώς θα ντυθώ! Δεν θα μοιάσω σ’ εσένα!».   
Στην εφηβεία ξεκινούν όλα. Τα ρούχα είναι τόσο σημαντικά, γιατί επιτρέπουν στον έφηβο να ελέγχει την εμφάνισή του σε μια περίοδο που το σώμα του ξαφνικά -και πολλές φορές με επώδυνο τρόπο- μεταβάλλεται. Το ντύσιμο είναι, από τη μια μεριά, προβολή της προσωπικής ταυτότητας απέναντι στους γονείς («Δεν είμαι σαν εσάς») και, από την άλλη, κρύψιμο του ακόμη αβέβαιου και ανασφαλούς εαυτού πίσω από τις «σωστές» μάρκες, τα ρούχα-στολή, που φορούν με σχεδόν πανομοιότυπο τρόπο διάφορες ομάδες εφήβων και αισθάνονται έτσι ότι «ανήκουν» κάπου. Στην ενήλικη ζωή, περίπου μέχρι την ηλικία των 30 ετών, αποκτούμε σιγά-σιγά έναν ­περισσότερο «δικό μας» τρόπο ντυσίματος, χωρίς αυτό να ­σημαίνει ότι δεν μπορεί να αλλάξει πια. 

**Όταν ο ιδανικός εαυτός μας φοράει άλλο νούμερο**  
Συνήθως, προσπαθούμε με το ντύσιμό μας να παρουσιαστούμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στους γύρω μας, κατά κάποιον τρόπο να παρουσιάσουμε έναν ιδανικό εαυτό. Γι’ αυτό και συχνά διαλέγουμε ρούχα που δεν ταιριάζουν οπωσδήποτε με τον τύπο ή το σώμα μας, αλλά με αυτό που θα θέλαμε να είμαστε. Τότε είναι που το ντύσιμό μας «δεν μας πάει». Αυτό που ονομάζεται στον κόσμο της μόδας «στυλ» δεν είναι τίποτε άλλο από την αρμονία που αποπνέει η εμφάνιση ενός ανθρώπου όταν νιώθει άνετα και καλά μέσα στα ρούχα του, ότι τον αντιπροσωπεύουν, οποιουδήποτε είδους κι αν είναι αυτά: κλασικά, μοντέρνα, εκκεντρικά, φροντισμένα ή ατημέλητα, καινούργια ή παλιά. Γι’ αυτό και σε πολλούς -νέους συνήθως- ανθρώπους που προσπαθούν να ντυθούν σύμφωνα με τη μόδα, χωρίς να τους συνδέει κάτι με το είδος των ρούχων που φορούν, το αποτέλεσμα ­είναι πολλές φορές σαν «κακοφωνία».

**Καθρέφτης της διάθεσής μας**  
Το ντύσιμο ακολουθεί τα συναισθήματά μας και την προσωπική μας πορεία. Μεγάλες αλλαγές στη ζωή μας, ο τρόπος που βλέπουμε τον εαυτό μας, καθρεφτί­ζονται στον τρόπο που ντυνόμαστε. Όταν νιώθουμε πιο σίγουροι, πιο συμφιλιωμένοι με τον εαυτό μας, αλλάζουν και κάποια πράγματα στο ντύσιμό μας. Για άλλους μπορεί να είναι αυτό περισσότερη φροντίδα, για άλλους περισσότερη χαλαρότητα, για άλλους πιο «ανοιχτό», «εξωστρεφές» ντύσιμο ή πιο φωτεινά χρώματα. Μερικές φορές, βέβαια, μπορούμε να αντιστρέψουμε τα πράγματα και να χρησιμοποιήσουμε το ντύσιμο σαν ελιξίριο της ψυχής. Μετά από μια δύσκολη και κουραστική ημέρα, σε μια περίοδο που νιώθουμε ότι τα πράγματα δεν μας πάνε καλά, καταφεύγουμε στα ρούχα και προσπαθούμε, φροντίζοντας την εμφάνισή μας, να φροντίσουμε και τον εαυτό μας, να νιώσουμε καλύτερα, να αλλάξουμε διάθεση. Αυτό ­πολύ συχνά έχει αποτέλεσμα, έστω και μόνο σαν μια πράξη φροντίδας προς τον εαυτό μας που καταλήγει σε ένα βλέμμα ικανοποίησης προς το είδωλό μας στον καθρέφτη. Αν και συνήθως δεν κρατάει πολύ, είναι πάντως πολύ ανακουφιστικό και είναι σημαντικό να μπορούμε να το κάνουμε.   
Τα ρούχα, λοιπόν, αποκαλύπτουν αρκετά για εκείνους που τα φορούν. Όχι, όμως, τόσα όσα μπορούν οι ίδιοι να μας πουν. Μπορεί να μείνουμε κατάπληκτοι για το πόσο έξω μπορεί να πέσαμε στη ­γνώμη που σχηματίσαμε για έναν άνθρωπο μόνο από την εμφάνισή του. Οι κώδικές μας δεν συμπίπτουν πάντα. Γι’ αυτό, αν θέλουμε πραγματικά να μάθουμε τι λένε για κάποιον τα ρούχα του, δεν έχουμε παρά να τον ρωτήσουμε.   
  
*Η κ. Λουίζα Βογιατζή είναι συμβουλευτική ψυχολόγος.*