

ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΑΛΙΑΡΤΟΥ

«Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ
ΜΟΔΑΣ ΣΤΗΝ ΖΩΗ ΜΑΣ»



ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ Β' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ

ΤΑΞΗ Β'

ΣΧ.ΕΤΟΣ 2015-16

ΕΡΓΑΣΤΗΚΑΝ ΟΙ ΜΑΘΗΤΕΣ:**ΟΜΑΔΑ 1^Η:**

ΑΡΒΑΝΙΤΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

ΓΩΓΟΥΛΟΥ ΑΝΝΑ ΜΑΡΙΑ

ΚΟΥΤΡΟΜΑΝΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΣΟΦΑΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ

ΤΣΙΩΛΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΟΜΑΔΑ 2^Η:

ΖΑΧΑΡΙΑ ΜΑΙΡΗ

ΚΟΥΛΙΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

ΚΟΥΤΣΟΥΡΗ ΝΕΚΤΑΡΙΑ

ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ ΑΛΕΞΗΣ

ΜΑΡΓΩΝΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ

ΟΜΑΔΑ 3^Η:

ΧΑΛΙΜΟΥΡΔΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

ΜΠΕΛΕΣΑΚΟΥ ΧΡΥΣΑΦΕΝΙΑ

ΤΣΙΩΛΗ ΘΕΟΔΩΡΑ

ΚΑΛΛΗΣ ΘΟΔΩΡΗΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ενδυμασία αποτελείται από κάθε τι με το οποίο ο άνθρωπος καλύπτει και στολίζει το σώμα του. Άρα περιλαμβάνει τα ρούχα, τα παπούτσια τα αξεσουάρ τα κοσμήματα, το μακιγιάζ, ακόμα και το χτένισμα. Ο άνθρωπος άρχισε πρώτα να στολίζεται και μετά να ντύνεται, όταν το κλίμα της γης άρχισε να γίνεται ψυχρό ή εκείνος ήθελε να καλύψει το σώμα του από ντροπή. Για τη κατασκευή των ρούχων παλιότερα υπήρχαν άλλες πρώτες ύλες και σχέδια, τα οποία δεν άλλαζαν συχνά όπως σήμερα, όπου η μόδα καθορίζει τι και ποια ρούχα θα φορεθούν, κυριαρχεί η βιομηχανική παραγωγή, η ποσότητα και το εφήμερο στοιχείο, σε αντίθεση με το ποιοτικό και παραδοσιακό που κυριαρχούσε παλαιότερα. Τα ενδύματα προστατεύουν το ανθρώπινο σώμα, αλληλεπιδρούν με το χαρακτήρα και την προσωπικότητα του ανθρώπου, καλύπτουν πραγματικές και μη πραγματικές ανάγκες ένδυσης. Σήμερα η μόδα καθορίζεται κυρίως από επιχειρήσεις που ασχολούνται με την ενδυμασία, ωστόσο αποτελεί μέσο έκφρασης κυρίως των νέων ανθρώπων. Ιδιαίτερη είναι η συμβολή της ελληνικής τοπικής φορεσιάς στη διατήρηση της πολιτισμικής ταυτότητας και φανερώνει σε εμάς στοιχεία της κάθε περιοχής και του τρόπου ζωής των κατοίκων της. Από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε ανακαλύψαμε στις ντουλάπες μας ρούχα ξεχασμένα, άχρηστα αλλά και χρήσιμα, παρατηρήσαμε ότι ορισμένα δεν είναι φτιαγμένα από φιλικά προς το περιβάλλον υλικά και ότι είναι πιθανό κάποια από αυτά να κατασκευάζονται από παιδιά, ή να χρησιμοποιούνται για την κατασκευή τους τοξικά/χημικά προϊόντα, αν λάβουμε υπόψη μας τη χώρα κατασκευής τους και το κόστος τους. Ωστόσο υπάρχουν και ενδύματα κατασκευασμένα από προϊόντα όπως το βαμβάκι, το μαλλί κ.ά. που θεωρούνται πιο υγιεινά. Οι συνάνθρωποί μας δεν είναι πάντα ενημερωμένοι σωστά σχετικά με το ένδυμα και οι λόγοι για τους οποίους κάποιος/α αγοράζει καινούρια ρούχα μπορεί να είναι για να καλυφθούν πραγματικές ανάγκες ένδυσης αλλά όχι πάντα. Κατά την αγορά καινούριων ενδυμάτων ορισμένοι προσέχουν την τιμή, τη σύνθεση, τη χώρα παραγωγής, να είναι βολικά, αρκετοί επιδιώκουν απλά να είναι όμορφα και σύμφωνα με τις επιταγές της μόδας, ενώ τα παλιά τους ρούχα οι περισσότεροι τα χαρίζουν. Αντίδοτα στην υπερκατανάλωση μπορεί να αποτελέσουν η συνειδητή αντίσταση στην διαφήμιση, η κατανάλωση σύμφωνα με τις πραγματικές μας ανάγκες και η ενίσχυση της αυτοπεποίθησης του καταναλωτή μέσω της εκπαίδευσης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	ΣΕΛ.
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
ΚΕΦ. 1 ^ο : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ	11
1.1: Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ	11
1.2: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	12
1.3: ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ	13
ΚΕΦ. 2 ^ο : ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΦΟΡΕΣΙΕΣ	14
2.1: ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ ΝΑΟΥΣΑΣ	15
2.2: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ ΔΩΔΩΝΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ	
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	16
2.3: ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ ΝΑΞΟΥ	17
2.4: ΦΟΡΕΣΙΑ ΣΚΟΠΕΛΟΥ	18
2.5: ΑΝΔΡΙΚΗ ΚΡΗΤΙΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ	19
2.6: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΚΡΗΤΙΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ	20
ΚΕΦ. 3 ^ο : Η ΜΟΔΑ ΣΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΤΩΝ ΔΕΚΑΕΤΙΩΝ ΤΟΥ 20 ^ο Υ ΑΙΩΝΑ	21
3.1: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '20	21
3.2: Η ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '30	22
3.3: Η ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '40	23
3.4: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '50	24
3.5: Η ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '60	26
3.6: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '70	28
3.7: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '80	29
3.8: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '90	31
ΚΕΦ. 4 ^ο : ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ	34
ΚΕΦ. 5 ^ο : ΕΝΔΥΜΑ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ	35
5.1: ΤΟΞΙΚΑ ΣΕ ΡΟΥΧΑ	35
5.2: ΠΑΙΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	37

ΚΕΦ 6 ^ο : ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΑ ΡΟΥΧΑ	39
ΚΕΦ. 7 ^ο : ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ – ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ	41
7.1: ΣΧΟΛΙΚΗ ΠΟΔΙΑ	42
ΚΕΦ. 8 ^ο : ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ	44
8.1: ΕΞΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΝΤΟΥΛΑΠΑ ΜΑΣ	44
8.2: ΕΡΕΥΝΑ: ΕΝΔΥΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ	45
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	47
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ	49
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΠΙΝΑΚΑΣ	51
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	52
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	55

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στα πλαίσια της ερευνητικής εργασίας, κατά την διάρκεια του δεύτερου τετραμήνου του σχολικού έτους 2015-2016, ασχοληθήκαμε με την σημασία της ενδυμασίας και της μόδας στην ζωή μας. Σκοπός μας ήταν να διερευνήσουμε ποιο ρόλο παίζει στη ζωή του ανθρώπου η ενδυμασία και η μόδα, πώς συνδέεται με το χαρακτήρα του, τη συμπεριφορά του, το κοινωνικό σύνολο και το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο ζει. Ακόμη θελήσαμε να δούμε ποια σχέση έχουμε εμείς με τη μόδα και πώς επιλέγουμε τα ρούχα μας.

Το τμήμα μας χωρίστηκε σε τρεις ομάδες και δουλέψαμε με τον ίδιο τρόπο περίπου όλες οι ομάδες. Ασχοληθήκαμε με την ένδυση σε παλαιότερες εποχές αλλά και σήμερα. Αναζητήσαμε στοιχεία για τις παραδοσιακές φορεσιές, τη μόδα και η καθεμιά ομάδα ανέλαβε να πραγματοποιήσει κάποια έρευνα. Ορισμένες φορές συζητούσαμε και καταγράφαμε τα συμπεράσματά μας.

Συγκεκριμένα, η πρώτη ομάδα, προσπαθήσαμε με αυτή την εργασία να γνωρίσουμε την ιστορική εξέλιξη της ενδυμασίας στο πέρασμα του χρόνου και έτσι παρατηρήσαμε την ποικιλία που χαρακτηρίζει τους ανθρώπινους πολιτισμούς. Για το λόγο αυτό αναζητήσαμε στοιχεία για το ένδυμα και τη χρήση του σε παλαιότερες εποχές αλλά και για τη μόδα και πώς αυτή επηρεάζει τους ανθρώπους. Κάναμε μια πρόχειρη έρευνα στις ντουλάπες μας ανακαλύψαμε ρούχα ξεχασμένα, άχρηστα αλλά και χρήσιμα.

Η δεύτερη ομάδα αναζήτησε πληροφορίες σχετικά με την μόδα στο πέρασμα των δεκαετιών του '50, του '70 του '80 και του '90, καθώς και για την τοπική φορεσιά της Σκοπέλου. Επιπλέον, συλλέξαμε στοιχεία για τα τοξικά στα ρούχα και τις επιπτώσεις αυτών στον άνθρωπο, για τα οικολογικά ρούχα, για τα σήματα στις ετικέτες των ρούχων, καθώς και την σημασία τους και για την παιδική εργασία στην Ελλάδα. Στην συνέχεια, μετά από έρευνα που πραγματοποιήσαμε, με την βοήθεια ερωτηματολογίων, καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι οι άνθρωποι στην καταναλωτική εποχή που ζούμε διαθέτουν μεγάλο αριθμό ρούχων. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι επηρεάζονται από διάφορα μέσα, όπως είναι η τηλεόραση, διότι μέσω αυτών που προβάλλει τους ωθεί στον καταναλωτισμό, με αποτέλεσμα την απόκτηση καινούργιων ρούχων. Ωστόσο, οι άνθρωποι θα μπορούσαν να έχουν μικρότερο αριθμό, καθώς δεν τους είναι απαραίτητα. Όταν οι άνθρωποι αγοράζουν καινούργια ρούχα, για να ικανοποιήσουν το αίσθημα του καταναλωτισμού που τους διακατέχει,

μετά από καιρό ξεχνούν αυτά που ήδη έχουν ή που νομίζουν ότι δεν είναι αναγκαίο να τα χρησιμοποιήσουν πια. Τέλος, προβληματιστήκαμε και για τις χώρες προέλευσης των ρούχων που διατηρούμε στις ντουλάπες μας και διαπιστώσαμε ότι η πλειοψηφία ήταν οι εξής χώρες: Κίνα, Ινδία, Βιετνάμ, Ιταλία και τέλος η Ελλάδα.

Η τρίτη ομάδα ασχολήθηκε σε γενικά πλαίσια με τη μόδα και την ενδυμασία σε διάφορες εποχές. Συγκεκριμένα, μελετήσαμε ορισμένες παραδοσιακές φορεσιές δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις ανδρικές και γυναικείες κρητικές στολές. Στόχος μας ήταν όχι μόνο η περαιτέρω πληροφόρηση όσον αναφορά την παράδοση αλλά και η ουσιαστική κατανόηση της αξίας των στολών. Έπειτα, σκιαγραφήσαμε, μέσα από το ένδυμα, το θηλυκό και αντρικό πρότυπο στις δεκαετίες του '30 και του '60 και ουσιαστικά να ανακαλύψαμε ότι και η μόδα ανακυκλώνεται, γεγονός που μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό αν κανείς αναλογιστεί ότι οι νέες τάσεις αντικατοπτρίζουν τα κοινωνικοπολιτικά δρώμενα της κάθε εποχής. Στη συνέχεια, η ομάδα μας κλήθηκε να αναζητήσει την αξία της σχολικής ποδιάς και πως αυτή εντοπίζεται σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Τέλος, επικεντρωθήκαμε σε κρίσιμα προβλήματα της εποχής μας πάνω στο συγκεκριμένο θέμα όπως είναι η υπερκατανάλωση και η διαφήμιση. Για το λόγο αυτό πραγματοποιήσαμε έρευνα με ερωτηματολόγια τα αποτελέσματα της οποίας παραθέτουμε στη συνέχεια. Αναλογιστήκαμε τέλος ποια είναι η δική μας στάση πάνω σε αυτά τα ζητήματα.

ΚΕΦ. 1^ο : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ

Η λέξη Μόδα προέρχεται από την λατινική λέξη “Modus” που μεταφράζεται ως τρόπος συμπεριφοράς και ζωής. Η Μόδα είναι η τάση του ανθρώπου να αναζητά καινούριες, καινοτόμες ιδέες για να τις υιοθετήσει και να πορευτεί, ανάλογα βέβαια με τα δεδομένα και τις ανάγκες της εποχής. Η μόδα αλλάζει από χώρα σε χώρα, από ήπειρο σε ήπειρο, από εποχή σε εποχή. Χρονολογείται από την εμφάνιση του ανθρώπου πάνω στη γη και εμφανίστηκε για να εκφράζει τον άνθρωπο σαν προσωπικότητα σε όλους τους τομείς της ζωής του.

Από την άλλη η ενδυμασία δεν έχει την έννοια της μόδας αλλά σχετίζονται σε μεγάλο βαθμό. Η ενδυμασία είναι το σύνολο των ενδυμάτων που συντελούν στην εξωτερική εμφάνιση του ατόμου. Η ενδυμασία περιλαμβάνει ρούχα, παπούτσια, αξεσουάρ και χτενίσματα κατά γενική έννοια.

1.1: Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑΣ

Ακόμα και στην Παλαιολιθική εποχή, οι άνθρωποι συνήθιζαν να καλύπτουν το σώμα τους με διάφορα κλαδιά ή δέρματα ζώων. Πολλές ήταν οι φορές που αλείφονταν με λίπος για να προστατευτούν κυρίως από ακραία καιρικά φαινόμενα.

Οι άνδρες, κατά τη μινωική εποχή, στην καθημερινή τους ζωή αλλά και στη δημόσια φορούσαν το λεγόμενο «ζώμα», που έμοιαζε με κοντή φούστα. Φορούσαν επιπλέον σφικτές υφασμάτινες, δερμάτινες, ίσως και μεταλλικές ζώνες οι οποίες ήταν πλούσια διακοσμημένες και στα άκρα τους έφεραν κρόσσια ή χάντρες και στήριζαν οι άνδρες το εγχειρίδιο, μικρό σπαθί είτε μαχαίρι. Αν και νοητικά ασύλληπτο για τις πληροφορίες που έχουμε για την θέση της γυναίκας αυτή την εποχή, οι γυναίκες θεωρούνταν ισότιμες με τον άνδρα. Η ενδυμασία τους περιλάμβανε στενά πουκάμισα με φουσκωτά μανίκια που άφηνε ακάλυπτο το στήθος, μακριές και φαρδιές φούστες με πιέτες και φραμπαλάδες

Στα Μυκηναϊκά χρόνια η ενδυμασία απεικόνιζε την οικονομική και κοινωνική θέση του ατόμου, οπότε είναι δυνατόν να αντλήσουμε έτσι πληροφορίες για τον πολιτισμό εκείνης της εποχής. Οι Ελληνίδες είχαν πυκνά και μακριά μαλλιά και συχνά τα έπλεκαν. Όταν μια γυναίκα εμφανιζόταν με κοντό μαλλί, αυτό δήλωνε πένθος, γηρατειά ή ότι ήταν δούλες. Επίσης οι αρχαίοι Έλληνες ταύτιζαν τη τέχνη με τα στοιχεία της φύσης και τα θρησκευτικά σύμβολα. Τα κοσμήματά τους φαίνεται

πως ήταν άμεσα συνδεδεμένα με την τάση εκείνης της εποχής. Μέσα απ' όλα αναδεικνύεται η συμβολή του αρχαίου κόσμου στην βαθμιαία ανάπτυξη του τομέα της ομορφιάς.

Στην αρχαία Ελλάδα το κύριο αντικείμενο της ανδρικής ενδυμασίας ήταν ο χιτώνας που δεν ήταν τίποτα άλλο από ένα κομμάτι πανί, με τρύπες για τα χέρια, που το έπιαναν στον έναν ώμο με πόρπη. Το μήκος του χιτώνα ποίκιλλε ανάλογα με την εποχή. Η γυναικεία ενδυμασία εκείνης της εποχής δεν έθετε ζητήματα κοπτικής αλλά απαιτούσε μεγάλη ευχέρεια στην τέχνη του στολισμού. Τα γυναικεία ενδύματα όπως και τα ανδρικά, χωρίζονταν σε δυο μεγάλες κατηγορίες: στην ελαφριά εσωτερική ενδυμασία και σ' ένα φόρεμα πιο χοντρό, τον πέπλο, που φοριόταν από πάνω. Ο χιτώνας των γυναικών ήταν συνήθως πιο μακρύς από τον ανδρικό, ήταν απλό, μακρύ πουκάμισο, που έπεφτε ελεύθερα κατά μήκος του σώματος και πιανόταν μόνο με ένα κορδόνι.

1.2: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ

Κάποια από τα υλικά με τα οποία κατασκευάζονται τα ρούχα είναι:

BAMBAKI

Το βαμβάκι είναι ένα απαλό και άνετο φυσικό υλικό. Είναι μονωτικό και αερίζεται καλά. Ένα από τα πλεονεκτήματα του βαμβακιού είναι ότι δεν λιώνει όταν εκτίθεται σε φλόγες και σπινθήρες και ότι είναι δύσκολο να πιάσει φωτιά.

ΜΑΛΛΙ: Κατασκευάζονται με αυτό ρούχα ζεστά και φιλικά προς το ανθρώπινο σώμα και το περιβάλλον η ποιότητα των οποίων εξαρτάται και από το ζώο από το οποίο πήραμε το μαλλί.

ΔΕΡΜΑ: Κατασκευάζονται με αυτό ρούχα ζεστά, αδιάβροχα, με ωραία εμφάνιση καθώς και υποδήματα και πολλά αξεσουάρ. Πολλές αντιδράσεις υπάρχουν για τα ζώα που θανατώνονται για να υπάρξουν αυτά τα ενδύματα.

ΠΟΛΥΕΣΤΕΡΑΣ / BAMBAKI

Ο συνδυασμός του βαμβακιού και του πολυεστέρα έχει αποδειχθεί ιδανικός για την κατασκευή ρούχων που διαρκούν πολύ. Η δυνατότητα του βαμβακιού να αναπνέει σε

συνδυασμό με την αντοχή και τη χρωματική ανθεκτικότητα του πολυεστέρα, κάνουν τα σύμμεικτα ρούχα να διατηρούν το σχήμα τους και το χρώμα τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ο πολυεστέρας όμως "ενοχοποιείται", σε ορισμένες περιπτώσεις, για αρνητικές επιπτώσεις στον άνθρωπο και το περιβάλλον, όπως επίσης και άλλα υλικά κατασκευής ρούχων όπως:

Ένα πολυαμιδικό υλικό, το οποίο είναι 3 φορές πιο ισχυρό από το απλό πολυαμίδιο, περίπου 7 φορές πιο ισχυρό από το βαμβάκι και παρόλα αυτά είναι φίνο και εύκαμπτο. Χρησιμοποιείται κυρίως ως ενίσχυση σε σημεία που εκτίθενται σε σκληρή μεταχείριση. Υλικά που μεταφέρουν την υγρασία και επιτρέπουν σ' αυτή να περάσει στο εξωτερικό στρώμα. Υλικά που προσφέρουν αποτελεσματική μόνωση τόσο στη ζέστη όσο και στο κρύο. Ανιχνεύουν και αποβάλλουν το πλεόνασμα της θερμότητας την ίδια στιγμή που κρατούν μακριά το κρύο, διατηρώντας τη θερμοκρασία του σώματος σε σταθερό και ευχάριστο επίπεδο όλη την μέρα. Υλικά με υψηλή δυνατότητα αναπνοής. Αφήνουν έξω την υγρασία και την περιττή θερμότητα. Αντέχουν στη βροχή, το χιόνι και τον αέρα. Είναι ανθεκτικά, προστατευτικά υλικά που φοριούνται πάνω από τα υπόλοιπα ρούχα. Υλικά που προσφέρουν αποτελεσματική προστασία στην φθορά από εξωτερικές επιδράσεις. Αντέχουν πολύ στη σκληρή χρήση και τη κακομεταχείριση. Για εργασίες που απαιτούν ιδιαίτερα ανθεκτικά ρούχα. Υλικά που παγιδεύουν μόρια αέρα μεταξύ του σώματος και του περιβάλλοντος. Περισσότερος παγιδευμένος αέρας σε δεδομένο χώρο σημαίνει καλύτερη μόνωση.

1.3: ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ

Στα ενδύματα τοποθετούνται ετικέτες που ενημερώνουν για τη σύνθεση, το καθάρισμα, το στέγνωμα και το σιδέρωμά τους. Επίσης παρέχονται πληροφορίες για τη χώρα κατασκευής τους. (Παράρτημα Α)

ΚΕΦ. 2^ο : ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΦΟΡΕΣΙΕΣ



Οι γυναικείες φορεσιές χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

1. Οι φορεσιές με το σιγκούνι
2. Οι φορεσιές με το καβάδι
3. Οι φορεσιές με το φουστάνι.



Οι αντρικές φορεσιές χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες:

1. Η φουστανέλα
2. Η βράκα.

2.1: ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ ΝΑΟΥΣΑΣ



Η παραδοσιακή γυναικεία φορεσιά των χωριών του κάμπου της Νάουσας (που έγινε γνωστή ως φορεσιά Επισκοπής) είναι μια ιδιαίτερη και πολύ εντυπωσιακή φορεσιά της Μακεδονίας του 18ου - 19ου αιώνα.

Αποτελείται από πολλά κομμάτια και εξαρτήματα και ξεχωρίζει για τα πλούσια κεντήματα και την ποιότητα των υφασμάτων της. Τα κορίτσια έπαιρναν ως προίκα όλο τον αναγκαίο

ρουχισμό για κάθε περίπτωση και ηλικία.

Πλούσιες και φτωχές κόρες προικίζονταν με ρούχα και σκεπάσματα που αρκούσαν για να περάσουν όλη τους τη ζωή και περίσσευαν αφόρετα για να τα δώσουν προίκα στις κόρες τους. Πολλά από αυτά τα κατασκεύαζαν μόνες τους στον αργαλειό, τα χρυσά όμως κεντήματα στα φουστάνια, τους επενδύτες και τους κεφαλόδεσμούς τα έφτιαχναν άνδρες ραφτάδες από τη Νάουσα, τη Βέροια και την Έδεσσα.



Στις αρχές του 20ου αιώνα, πριν τη Μικρασιατική καταστροφή του 1922 και την έλευση των Ποντίων, στα χωριά του κάμπου της Νάουσας οι ντόπιοι κάτοικοι διατηρούσαν πολύ ζωντανά τα δικά τους ήθη και έθιμα. Η παραδοσιακή φορεσιά των κατοίκων και ειδικά η γυναικεία επίσημη φορεσιά, ήταν αυτή που έχει καταγραφεί από τους ερευνητές ως «παραδοσιακή φορεσιά Επισκοπής».

Η εντυπωσιακή αυτή φορεσιά βέβαια δεν ανήκε μόνο στην Επισκοπή αλλά και στους κατοίκους μιας ομάδας δώδεκα περίπου χωριών που αποτελούν τα χωριά του κάμπου της Νάουσας.

Η παλαιότερη αντρική φορεσιά είναι αυτή με τη φουστανέλα. Αποτελείται από το πουκάμισο που γίνεται φουστανέλα, το άσπρο μπινιβρέκι, τις κάλτσες, το ζουνάρι, το γιλέκο που είναι είτε ανοικτό μπροστά είτε σταυρωτό, το πανωφόρι (φλοκάτα - τζουμπές - σουλτούκο) και το φέσι.

2.2: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ ΔΩΔΩΝΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ



Η φορεσιά της Δωδώνης είναι μία από τις πιο αξιόλογες και αυστηρά παραδοσιακές φορεσιές της Ελλάδας, και αντικατοπτρίζει τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής. Αποτελείται από το σιγκούνι, το πουκάμισο, τη φούστα, την ποδιά και το μαντήλι. Πιο αναλυτικά, το πουκάμισο, το οποίο είναι και το βασικό ένδυμα κάθε γυναικείας φορεσιάς, είναι κλειστό με

κατακόρυφο άνοιγμα ως το λαιμό. Το πουκάμισο καθώς και η φούστα είναι συνήθως στον ίδιο χρωματισμό και από το ίδιο ύφασμα κατασκευασμένο. Το σιγκούνι ή φλοκάτα είναι αμάνικο πανωφόρι κατασκευασμένο από μαύρο χοντρό ύφασμα και στολισμένο με κορδέλες και κεντήματα από γαϊτάνι. Στη μέση δένουν τη μαύρη ποδιά, η οποία είναι έντονα διακοσμημένη στο κάτω μέρος της. Στο κεφάλι δένουν το μαύρο μαντήλι που στολίζεται από δαντέλα σε διάφορους χρωματισμούς. Ως συμπλήρωμα της φορεσιάς φορούν στη μέση το ασημοζούναρο, ασημένια πόρπη με ζώνη και στο στήθος τα φλουριά. Στα πόδια φορούν κάλτσες και μαύρα παπούτσια.

2.3: ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ ΝΑΞΟΥ



Ασπρόμαυρη φορεσιά. Όταν τα μαλλιά τα έκαναν κότσο, τα έπιαναν και τα στόλιζαν με ένα κλαράκι. Τα σκέπαζε πολύχρωμη μαντίλα με σταμπωτά λουλούδια. Η δεξιά πλευρά ίσια, η αριστερή έκανε δυο κοιλιές και κατέληγε σε στριφτή μύτη. Άσπρο λινό υποκάμισο, με μυτάκι, σγουρή λαιμόκοψη και ραφή

στη μέση. Μακρύ και φαρδύ μανίκι που κατέληγε κατσαρό. Μαύρο βελούδινο γιλέκο με στενά μανίκια και πρασινωπό ρέλιασμα στα μανίκια και στο στήθος. Άσπρη λινή φούστα, οβάλ, με πιέτες στα κόντρα για να μακραίνει και να κονταίνει αλλά και για ομορφιά. Στόχος της στολής ήταν να φαίνονται οι γυναίκες παχύτερες, γιατί οι αδύνατες ήταν εκτός μόδας και δείγμα ασθενικότητας.



Η παλιά ενδυμασία των προγόνων μας, όχι βέβαια όλων, ήταν διαφορετική, πολυέξοδη και λίγο μελαλίδικη. Οι άντρες φορούσαν αντί για παντελόνι την υφαντή βράκα, η οποία ήταν μία φουφούλα, που άρχιζε από τη μέση και κατέληγε στο γόνατο, όπου τελείωνε σε στενό παντζάκι.

Από τη μέση και πάνω φορούσαν λευκό πουκάμισο και υφαντό σταυρωτό γιλέκο με πάνινα κουμπιά και κουμπότρυπες με σταυροβελονιά. Η φορεσιά ήταν αρχικά άσπρη και ύστερα άρχισαν να τη βάφουν με μπλέ χρώμα. Έβαζαν φλούδια από ρόδια στο καζάνι με το χρώμα για να πιάνει καλύτερα. Στη μέση, για ζωστήρα είχαν το ζωνάρι, ένα στενόμακρο υφαντό ύφασμα, το ίδιο με τη βράκα, που στις άκρες είχε κρόσια. Το περνούσαν πολλές φορές γύρω από τη μέση τους, αφήνοντας τα κρόσια να κρέμονται στο πλάϊ. Μέσα στο ζωνάρι έβαζαν το σακούλι με τον καπνό και την ίσκα (φυτίλι) με το τσακμάκι. Το εσώβρακο, που από την ετυμολογία της λέξης καταλαβαίνουμε πως το φορούσαν μέσα απο τη βράκα, είχε το ίδιο σχέδιο όπως και η βράκα αλλά ήταν λευκό. Και

επειδή το πόδι φυσικά από το γόνατο και κάτω δεν καλυπτόταν, φορούσαν πλεχτές υφαντές κάλτσες και καλτσοδέτες με φουντίτσα, ενώ τα παπούτσια ήταν εξώραφα.



Οι γυναίκες παλιά φορούσαν φανταχτερές φούστες με πολλές πλούσιες πιέτες. Ύφαιναν τα δίμητα (ύφασμα) από μαλλί προβάτου ή βαμβάκι στον αργαλειό, στην «κρεβαταριά», όπως την έλεγαν παλιά, και έφτιαχναν φούστες που έπιαναν από τη μέση, δένοντάς τες με δύο ζωνάρια που έραβαν πάνω σε αυτές. Η φούστα ήταν μακριά μέχρι τον αστράγαλο. Από τη μέση και πάνω φορούσαν τους μπούστους, ειδικά σακάκια με πάνινα στρογγυλά κουμπιά. Από μέσα φορούσαν πουκαμίσα, το σημερινό μισοφόρι, που ξεκινούσε κι αυτό από το λαιμό κι έφτανε ως τους αστράγαλους. Ήταν συνήθως φτιαγμένο από κάμποτο (είδος υφάσματος), αλλά οι πιο πλούσιες οικογένειες το έκαναν από χασέ.

Επίσης στο κεφάλι φορούσαν το απαραίτητο μαντήλι που το σκέπαζε όλο, ενώ το δέσιμο κατέληγε στο λαιμό. Το δέσιμο του μαντηλιού έμοιαζε με μεγάλο πουλί με πελώρια μύτη, μιας και πάνω από το κούτελο έβγαζαν προεξοχή για τον ήλιο. Οι ελεύθερες και παντρεμένες γυναίκες φορούσαν άσπρα μαντήλια, ενώ οι χήρες κατάμαυρα. Δεν υπήρχε τότε γυναίκα χωρίς μαντήλι στο κεφάλι, διότι αυτό αποτελούσε δείγμα σεμνότητας.

2.4: ΦΟΡΕΣΙΑ ΣΚΟΠΕΛΟΥ



Η φορεσιά της Σκοπέλου είναι η γυναικεία τοπική ενδυμασία που φορέθηκε κατά τα παλιότερα χρόνια στο νησί των Σποράδων.

Η συγκεκριμένη γυναικεία ενδυμασία, σε αντίθεση με την αντίστοιχη ανδρική που χαρακτηρίζεται ως αρκετά απλή, διακρίνεται για τη σημαντική της ποικιλία.

Η νυφική ή γιορτινή φορεσιά χαρακτηρίζεται ως εντυπωσιακή και επιβλητική με κύρια γνωρίσματα τον πλούτο του υλικού και την έντονη αντίθεση των πολύχρωμων κεντημάτων και

της μαύρης επιφάνειας. Άλλα μέρη της φορεσιάς είναι η εσωτερική λευκή βαμβακερή φανέλα, το επίσης λευκό μεταξωτό λευκό πουκάμισο και τα τέσσερα μεσοφόρια που δημιουργούν ένα ογκώδες σύνολο.



Εξωτερικά, κύρια μέρη της φορεσιάς είναι η πολύπτυχη φουστάνα από μαύρο μεταξένιο ύφασμα, τα πολύχρωμα μεταξωτά κεντήματα καθώς και το γιλέκο.

Ο στολισμός του κεφαλιού αποτελείται από ένα δικτυωτό πλέγμα φτιαγμένο από μαύρο μετάξι, το καβούκι, το καπιτσέλι τη χρυσοκέντητη σάλπα και το μαντήλι.

2.5: ΑΝΔΡΙΚΗ ΚΡΗΤΙΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ



Η ανδρική παραδοσιακή στολή, κοινή σε όλο το νησί, διακρίνεται σε δυο παραλλαγές: Η καθημερινή αποτελείται από λινή μαύρη βράκα, πουκάμισο, το «μειτανογέλεκο» και μία μακριά ζώνη που τυλίγεται πολλές φορές στη μέση.

Η επίσημη, γνωστή ως «σαλβάρια», δημιουργείται συνολικά από μπλε τσόχα καλής ποιότητας και αποτελείται από πολύπτυχη βράκα, μειτανογέλεκο διακοσμημένο με πλούσια κεντήματα, κεντητό μεταξωτό πουκάμισο και μακριά μεταξωτή βυσσινή ζώνη.

Χαρακτηριστικό στοιχείο της ανδρικής φορεσιάς είναι τα στιβάνια, μαύρα για καθημερινή χρήση και λευκά στην επίσημη στολή. Τέλος, το μαχαίρι είναι βασικό συμπλήρωμα της παραδοσιακής ενδυμασίας. Το κρητικό μαχαίρι αποτελείται από ατσαλένια λεπίδα στην οποία σε αρκετές περιπτώσεις υπάρχει χαραγμένη μαντινάδα.

2.6: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΚΡΗΤΙΚΗ ΦΟΡΕΣΙΑ



Η γυναικεία φορεσιά διαφοροποιείται ανάλογα με την περιοχή, ενώ δύο τύποι είναι κυρίαρχοι σε όλη την Κρήτη:

Ο πιο διαδεδομένος είναι η σφακιανή φορεσιά, που αποτελείται από ένα πολύπτυχο κεντητό φουστάνι, μια κεντητή ποδιά, το «μειτάνι» (είδος σακακιού με μακριά μανίκια) ή τη «σαλαμάρκα» (κεντημένο αμάνικο σακάκι), πάνω από το μεταξωτό πουκάμισο.

Η στολή συμπληρώνεται με κεντητό μεταξωτό μαντίλι

στο κεφάλι και διάφορα κοσμήματα και νομίσματα στο στήθος.

Η ανωγειανή φορεσιά εμφανίστηκε στα μέσα του 17ου αιώνα και περιλαμβάνει επιπλέον ένα είδος μακριάς βράκας, που μοιάζει με σαλβάρι, κάτω από τη φούστα.

ΚΕΦ. 3^ο : Η ΜΟΔΑ ΣΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΤΩΝ ΔΕΚΑΕΤΙΩΝ ΤΟΥ 20^οΥ ΑΙΩΝΑ

Μετά τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο ή τον μεγάλο πόλεμο όπως τον αποκαλούσαν τότε μη γνωρίζοντας το μέλλον, οι κοινωνικές και οι οικονομικές εξελίξεις άλλαξαν τελείως τον ρόλο των γυναικών και έκαναν την εμφάνιση τους επαναστατικές καινοτομίες στην γυναικεία ενδυμασία αλλά και γενικότερα στην τέχνη και την αισθητική.

Αργότερα συμβαίνουν πολλές αλλαγές και εξελίξεις στον τομέα της ενδυμασίας οι οποίες αφορούν τόσο την εξωτερική εμφάνιση των ανδρών και γυναικών της κάθε εποχής όσο και τα υλικά, τους τρόπους παραγωγής των ενδυμάτων αλλά και τις τάσεις της μόδας που ορίζουν ποια ενδύματα θα κατασκευαστούν και θα διατεθούν στην αγορά.

3.1: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '20



Αυτό που έρχεται στο μυαλό των περισσοτέρων όταν αναφερόμαστε στην δεκαετία του '20 είναι το “garçonne” style. Οι γυναίκες αρχίζουν να γίνονται ανεξάρτητες. Είναι η περίοδος των αποκαλούμενων φλάπερ κοριτσιών (flapper girls) που ζουν έντονα και προκλητικά. Η αργκό λέξη flapper που περιγράφει μια νέα γυναίκα, υποτίθεται ότι αναφέρεται σε ένα νεαρό πουλί που χτυπάει τα φτερά του, ενώ μαθαίνει να πετάει.

Πιο συγκεκριμένα, ένα μοντέρνο flapper είχε κοντά λεία μαλλιά, στήθος επίπεδο, φορούσε έντονο μακιγιάζ, κάπνιζε με μια μακριά πίπα, είχε εκτεθειμένα τα

άκρα και ενσάρκωνε το πνεύμα της απερισκεψίας χορεύοντας τις νύχτες στην εποχή της τζαζ μουσικής.

Τα φορέματα ήταν ίσια, αφήνοντας τα χέρια γυμνά με πτώση της μέσης στους γοφούς. έγιναν πιο χαλαρά και πιο άμορφα σε εφαρμογή. Το στήθος πιάστηκε, η μέση εξαφανίστηκε οι ώμοι τονίστηκαν και τα μαλλιά έγιναν όλο και πιο κοντά.

Ο κορσές καταργείται δίνοντας ακόμα περισσότερη ελευθερία και τα ρούχα αποκτούν φαρδιές γραμμές, ενώ για πρώτη φορά τα πόδια αποκαλύπτονται. Τα πλεκτά μαγιό είναι πλέον αποδεκτή περιβολή για την παραλία.

Τα παλτό είναι βαριά και φοριούνται γύρω από το σώμα σαν κιμονό. Τα παπούτσια είναι άνετα για να εξυπηρετούν στο χορό και τα χαρακτηρίζει μια μπαρέτα στο ύψος του αστραγάλου, ενώ οι κάλτσες είναι από μετάξι σε τόνους του δέρματος και επαναχρησιμοποιούνται. Τα καπέλα εφαρμόζουν τέλεια στο κεφάλι, κατεβαίνουν μέχρι το ύψος των φρυδιών, αναδεικνύοντας τα κοντά κουρέματα.

Γενικότερα, η δεκαετία του 1920 είναι η εποχή κατά την οποία η πιο casual ένδυση εισήχθη στον κόσμο. Το στυλ της μόδας flapper ήκμασε ανάμεσα στα μεσαία στρώματα εξουδετερώνοντας τις διαφορές μεταξύ τους, όμως οι πραγματικά πλούσιοι εξακολούθησαν να φορούν όμορφα στολισμένα ενδύματα από μετάξι, για το βράδυ, ιδιαίτερα ακριβά, καθώς είχαν επάνω τους ατέλειωτες ώρες κεντήματος.

3.2: Η ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '30



Η γυναικεία ενδυμασία για το πρωί ήταν θηλυκή και καθωσπρέπει και για το βράδυ θα μπορούσε να χαρακτηριστεί λαμπερή και αστραφτερή.

ΦΟΡΕΜΑΤΑ

Τα φορέματα ήταν από ανάλαφρα χυτά υφάσματα, τη μέρα βρίσκονταν στα είκοσι εκατοστά από το έδαφος και το βράδυ άγγιζαν τον αστράγαλο, τόνιζαν τη μέση, ήταν εφαρμοστά στους γοφούς και στο κάτω μέρος ήταν σε σχήμα καμπάνας, τα βραδινά φορέματα είχαν ντεκολτέ και ένα μικρό είδος πέπλου στο πίσω μέρος.

ΑΝΔΡΙΚΗ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ

Οι άνδρες φορούσαν μεσάτα σακάκια που τόνιζαν τους ώμους και παντελόνια σε ευθεία γραμμή με φαρδιά ρεβέρ.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ

Coco Chanel , Madeleine Vionnet, Elsa Schiaparelli

3.3: Η ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '40



Ο Κριστιάν Ντιόρ το 1947 παίρνει τα ηνία στον χώρο της μόδας και το πρώτο που λάνσαρε ήταν η γραμμή Α, αυτό ήταν το “New look” το οποίο συγκλόνισε και ενθουσίασε. Ο ποδόγυρος ήταν μακρύς σε φούστες και φορέματα. Πλατιά καπέλα και σφιχτή περίμετρος η οποία σχημάτιζε το σχήμα της κλεψύδρας. Το μήκος της φούστας ήταν από τα μέσα του γονάτου μέχρι τα μέσα της κνήμης. Άφθονη ποσότητα σε ύφασμα όπου σε κάποιους φάνηκε υπερβολή αλλά γρήγορα ο κόσμος τον ακολούθησε και έγινε ο βασιλιάς της μόδας.

Ίνδαλμα εκείνης της εποχής είναι η Rita Hayworths. Από την Rita επηρεάστηκαν στην τάση για τα χτενίσματα εκείνη την εποχή, μαλλί πλούσιο και μακρύ. Χωρίστρα στο πλάι με συνδυασμό μπούκλες στο τελείωμα ήταν μία εμφάνιση ιδανική για βραδινή έξοδο.

3.4: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '50



Η δεκαετία του '50 είναι η πιο κολακευτική εποχή για την γυναικεία σιλουέτα, τονίζει τις γραμμές του σώματος, το στήθος, τη μέση και την περιφέρεια. Η δεκαετία αυτή είναι γεμάτη από χαρά και αισιοδοξία. Στην μόδα τότε ήταν το να γίνεις γονιός, μια χαρούμενη μητέρα, όπου αποδεικνύετε από την έκρηξη γεννήσεων εκείνη την εποχή. Το όνειρο κάθε γυναίκας είναι να γίνει μια μοντέρνα μαμά και νοικοκυρά. Οι τεχνολογικές εξελίξεις της εποχής, επιτρέπουν στις γυναίκες να ζουν έξω από την κουζίνα.

Το μάκρος της φούστας γίνεται κάτω από το γόνατο και καταλήγει στην μέση της γάμπας. Φορέματα σε γραμμή A, στράπλες για βραδινές εμφανίσεις και φορέματα με κόψιμο πουκάμισου. Κλος φούστες, αμάνικα πουλόβερ που συνδυάζονται με ζακετάκια στο ίδιο χρώμα, παλτό που τονίζουν την μέση με ζώνες και βερμούδες. Χρώματα που επικρατούν εκείνη την εποχή είναι το ασπρόμαυρο και τα παστέλ και από σχέδια το πουά και το εμπριμέ.

Τα αξεσουάρ στην δεκαετία του '50 είναι οι μεγάλες τσάντες ή μικρές κομπές. Μαντήλια στο κεφάλι, πέρλες που αγκαλιάζουν τον λαιμό και γυαλιά σε σχήμα πεταλούδα. Απαραίτητα τα γάντια τα οποία ταιριάζουν αυστηρά με το παπούτσι, την τσάντα και το φόρεμα ή το ταγιέρ. Ζώνες που τονίζουν την μέση. Κομπά πέδιλα, γοβάκια με μύτη και κάνουν εμφάνιση τα ψηλοτάκουνα. Βελούδινα καπέλα με ή χωρίς βέλο.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ

Ο Christian Dior προκαλεί ξανά αίσθηση ανεβάζοντας το μήκος της φούστας στα λίγα εκατοστά κάτω από το γόνατο, συνδυάζοντας την ραπτική με τα γράμματα της αλφαβήτου. Έτσι γεννιέται η γραμμή Α, στενή στο πάνω μέρος και ανοιχτή κάτω, η γραμμή Υ, ανοιχτή στην πλάτη και στενή προς τα κάτω και η γραμμή Η, ίσια και αυστηρή. Η Coco Chanel ξαναμπαίνει στο προσκήνιο και συνδυάζει την υψηλή ραπτική με την άνεση. Ο Cristobal Balenciaga διακρίνεται στο σχηματισμό μεγάλων και καμπυλωτών πτυχώσεων στα ρούχα, με δημιουργίες από σταθερό χονδρό μετάξι και ταφτά όπου μοιάζουν με γλυπτά. Ο Θάνατος του Dior το '57 συγκλόνισε τον κόσμο της μόδας και ανακηρύσσεται διάδοχος του ο Yves Saint Laurent, ο οποίος εργαζόταν στον οίκο μόδας του Dior, ο οποίος λανσάρει την γραμμή τραπέζιο, γνωστή ως γραμμή «σάκος». Ωμοί χαλαροί για την γραμμή αυτή και επικρατεί η λαιμόκοψη bateau, ντεκολτέ που πέφτει χαμηλά αφήνοντας ακάλυπτους του ώμους γνωστό ως και χαμόγελο, συνδυάζεται με γεωμετρικά καπέλα. Το '58 η σιλουέτα αλλάζει πάλι και γίνεται τραπέζιο. Τα μανίκια γίνονται $\frac{3}{4}$ και οι ώμοι φαρδαίνουν. Το τακούνι στιλέτο καθιερώνεται και ο Dupont ανακαλύπτει το λύκρα. Το λύκρα χρησιμοποιείται σε φορέματα και φούστες δίνοντας όγκο.

Στην Ελλάδα ο Ντίμης Κρίτσας ανοίγει το ατελιέ του δίνοντάς μια νότα γαλλικής φινέτσας. Ο Κρίτσας δούλεψε με τον Balenciaga και τον Jacques Fath. Το '54 επιστρέφει στη Ελλάδα και ανοίγει το «Maison de couture Kritsas». Στην ανδρική μόδα στην δεκαετία του '50 επικρατούν τα σακάκια και τα παλτό σε φαρδιά γραμμή όπου είχαν στρογγυλά πέτα. Τα παντελόνια ήταν άνετα στο πάνω μέρος και στένευαν στο κάτω μέρος. Η μεγάλη αλλαγή αφορούσε τους νέους άνδρες με πρότυπα τον Marlo Brando και τον James Dean όπου φορούσαν τζιν παντελόνια, δερμάτινα μπουφάν και απλά T-Shirt. Είναι η πρώτη φορά στην ιστορία της μόδας που τα τζιν δεν φοριούνται μόνο από την εργατική τάξη. Αρχικά απαγορεύονται στα σχολεία της Αμερικής και λίγα χρόνια αργότερα θα γίνουν το σήμα κατατεθέν τους.

ΤΟ ΜΑΚΙΓΙΑΖ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ

Το μακιγιάζ στην δεκαετία του '50 είναι τονισμένα φρύδια σε γραμμή τόξου, eye-liner και μάσκαρα απαραίτητα. Τα χείλη βάφονται σε αποχρώσεις του κόκκινου και του πορτοκαλί. Η βάση για το πρόσωπο είναι σε φυσικό τόνο και το ρουζ απαλό. Οι δύο συνδυασμοί που επικρατούσαν ήταν μάσκαρα σε μωβ απόχρωση, μπλε eye-liner και μπλε του πάγου ή ασημί σκιά και μάσκαρα σε απόχρωση του χαλκού με απαλή πράσινη σκιά. Οι γυναίκες βάφουν τα μαλλιά τους και το ξανθό επικρατεί. Περιποιημένα μαλλιά σε στυλ *vaque*, κότσους μπανάνα ή μικρά σινιόν στην κορυφή του κεφαλιού.

3.5: Η ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '60



Στη δεκαετία του '60 η μόδα αντλεί έμπνευση με έναν τρόπο αναρχικό από προτάσεις και τόπους διαφορετικούς. Χαρακτηριστικό της μόδας ήταν η απελευθέρωση από υποχρεώσεις και ταμπού.

ΑΝΤΙΜΟΔΕΣ

Οι πιο χαρακτηριστικές «αντιμόδες» της εποχής ήταν αυτή των hippies και αυτή των ζητιάνων, η πρώτη εξέφραζε την αντίδραση σε μια καταναλωτική κοινωνία και η δεύτερη αντιπροσώπευε έναν εναλλακτικό τρόπο ενδυμασίας. Η μόδα των hippies

επιβάλλει τζιν παντελόνια καμπάνα, κεντήματα και τρουκς στα ρούχα, κρόσσια, ξεβάμματα, ψυχεδελικά και γεωμετρικά σχέδια.

ΑΝΔΡΙΚΗ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ

Τα παντελόνια ήταν στενά χωρίς ρεβέρ. Οι πιο αντιδραστικοί φορούσαν πολύχρωμα πουκάμισα και γιλέκα με κρόσσια.

ΕΙΔΩΛΑ

Jane Fonda, Twiggy, Julie Christie, Françoise Hardy, Jean Seberg, Nancy Sinatra, Mia Farrow, Edie Sedgwick, Diana Rigg, Brigitte Bardot, Jacqueline Kennedy, Αλίκη Βουγιουκλάκη, Νόρα Βαλσάμη, Ζωή Λάσκαρη.

ΣΤΥΛ (ΡΟΥΧΑ)

Μίνι φορέματα, μίνι φούστες, ζιβάγκο, μικρά εφαρμοστά πουλόβερ. Στενά παντελόνια, κάπρι παντελόνια, καυτά σορτς, jupe-culottes. Ταγιέρ τύπου Jackie Kennedy, βελούδινα σακάκια και παλτό μέχρι το γόνατο.

ΑΞΕΣΟΥΑΡ

Χρωματιστά καλσόν και κάλτσες μέχρι το γόνατο. Τεράστια γυαλιά ηλίου, μπερέδες και κασκέτα, πλαστικά κοσμήματα, μαντήλια. Φλατ μπαλαρίνες, πλαστικές μπότες μέχρι το γόνατο, σανδάλια

ΜΑΚΙΓΙΑΖ

Το μακιγιάζ είναι έντονο με ψεύτικες τεράστιες βλεφαρίδες και μάσκαρα, ενώ οι σκιές είναι χρωματιστές (γαλάζιο, πράσινο, μωβ). Τα χείλη είναι απαλά σε αποχρώσεις ροδακινί και ροζ-περλέ.

ΜΑΛΛΙΑ

Τα μαλλιά είναι είτε κοντά, είτε πολύ μακριά.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ

Mary Quant, Yves Saint Laurent, Paco Rabanne, Emanuel Ungaro, Karl Lagerfeld, Marc Bohan, Guy Laroche, Sonia Rykiel, André Courrèges,

3.6: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '70



Μια δεκαετία επηρεασμένη από τη μουσική και τα κινήματα της νεολαίας που αφήνει χώρο στη μόδα να υιοθετήσει πολλές και διαφορετικές επιλογές. Το φολκλόρ μπερδεύεται με το ρετρό, το κιτς, το γκλίτερ και το πανκ. Ο διαλογισμός γίνεται μόδα από τους χίπις που διαδηλώνουν για αγάπη και ειρήνη. Το 1974 ανοίγει στη Νέα Υόρκη το περίφημο ‘‘Studio 54’’ και μαζί του η εποχή της disco, του στρετς και της λύκρα. Η Gloria Vanderbilt κάνει δημοφιλή τα εφαρμοστά στρετς τζιν παντελόνια. Το 1977 το κίνημα του πανκ από τη Μεγάλη Βρετανία φέρνει δερματίνες, καρφιά, παραμάνες και ρούχα από βινύλ. Στην Ελλάδα ο Μιχάλης Ασλάνης ανοίγει το ατελιέ του για να γνωρίσει επιτυχία με τα έθνικ φορέματά του. Ο Βασίλης Κουρκουμέλης με το Μάκη Τσέλιο δημιουργούν τον οίκο Billy Bo που θα αποτελέσει σταθμό για την ελληνική μόδα και μάλιστα θα βγει και εκτός ελληνικών συνόρων. Αλλά και ο ελληνικός περιοδικός Τύπος αρχίζει να ασχολείται με τη μόδα και τους νέους Έλληνες δημιουργούς. Περιοδικά όπως ο Ταχυδρόμος και η Γυναίκα κάνουν editorial μόδας και ανταποκρίσεις από το εξωτερικό. Τάκης και Ντίνος Διαμαντόπουλος σε συνεργασία με τον image – maker Δημήτρη Ζουρντό δημιουργούν φωτογραφίες μόδας εφάμιλλες με εκείνες του εξωτερικού, ενώ νέες παρουσίες εμφανίζονται στο χώρο του μόντελινγκ: Μπέλα Αδαμοπούλου, Λάουρα Χατζηβαγγέλη, Υβέτ και Μιμή Ντενίση. Για πρώτη φορά καθιερώνεται ο ρόλος του στυλίστα και του make-up artist.

LOOKS

Τα φορέματα είναι φαρδιά, με ψυχεδελικά εμπριμέ αλλά και floral prints. Τσιγγάνικες φούστες, χαμηλόμεσες, πολύ κοντές ή πολύ μακριές. Πολύ κοντά σορτς (hotpants) αλλά και παντελόνια που φαρδαίνουν από το γόνατο και κάτω, το λεγόμενο

παντελόνι καμπάνα. Το πέτο στα πουκάμισα είναι μεγάλο, άλλοτε στρογγυλό και άλλοτε μυτερό. Τζιν και t-shirts, τοπ που δένουν στο λαιμό, ολόσωμες φόρμες, στράπλες φορέματα σε ίσια γραμμή-σωλήνα (tubedresses).

ΑΞΕΣΟΥΑΡ

Ζώνες με τεράστιες αγκράφες διακοσμούν τους γοφούς, κολιέ από χάντρες, παγιέτες, σατέν κολάν, τεράστιοι ασημένιοι κρίκοι στα αυτιά. Τα παπούτσια είναι χοντροκομμένα με υπερβολικούς πάτους-πλατφόρμες. Μπαντάνες, φουλάρια και πόντσο.

ΜΑΚΙΓΙΑΖ

Οι ψεύτικες βλεφαρίδες συνεχίζουν να χρησιμοποιούνται, ενώ η μπλε και η πράσινη σκιά στα μάτια αποτελούν το αγαπημένο χρώμα των γυναικών. Τα χείλη τονίζονται με λιπ-γκλος. Προς το τέλος της δεκαετίας, η εμφάνιση του punk δίνει έμφαση στο έντονο eye-liner, ενώ τα νύχια βάφονται μαύρα.

ΜΑΛΛΙΑ

Τα μαλλιά είναι μακριά με χωρίστρα στη μέση, έχουν ανταύγειες ή είναι περμανάντ. Επίσης το χτένισμα της Farrah Fawcett υιοθετήθηκε από πολλές γυναίκες.

3.7: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '80



Η δεκαετία της υπερβολής. Οι ώμοι φαρδαινούν, οι βάτες κυριαρχούν και η σειρά «Δυναστεία» κάνει την Alexis Colby πρότυπο μόδας. Η γυμναστική γίνεται μόδα και

το αθλητικό look βγαίνει και εκτός γυμναστηρίου. Το τζιν αποκτά υπογραφή και τα logos κυριαρχούν παντού. Είναι η εποχή των super - models και του καταναλωτισμού. Η γυναίκα κυνηγάει την καριέρα και γίνεται οικονομικά ανεξάρτητη. Ο Lacroix φέρνει το μπαρόκ, ο Alaïa με τα πλεκτά του αγκαλιάζει το γυναικείο σώμα τονίζοντας τα κατάλληλα σημεία του, η Donna Karan χρησιμοποιεί το στρετς στα καλσόν και στα πουκάμισα body διευκολύνοντας την εργαζόμενη γυναίκα, ενώ οι Manolo Blahnik και Christian Louboutin καθιερώνονται στο χώρο του υποδήματος. Στην Ελλάδα υπάρχει έκρηξη στα περιοδικά μόδας, με το ΚΛΙΚ, DIVA αλλά και το πρώτο αντρικό περιοδικό το MEN. Η Λάουρα Ντε Νίγκρις αναλαμβάνει τη Γυναίκα και αναδεικνύει νέα δημιουργικά ταλέντα στο styling και τη φωτογραφία.

LOOKS

Φούστες τύπου lambada, μίνι φούστες, κολάν, τεράστια φαρδιά t-shirts, ξεβαμμένα τζιν, σκισμένα τζιν, μπουφάν τζιν, κοντά jackets, βάτες, φαρδιά τεράστια μπουφάν, τοπ από δίχτυ, τοπ και φορέματα με τον ένα ώμο έξω, φαρδιές παντελόνες, αθλητικές φόρμες και αθλητικά κορμάκια. Φούστες balloon, τεράστια μανίκια αλλά και μανίκια νυχτερίδα.

ΑΞΕΣΟΥΑΡ

Γκέτες, γάντια με κομμένα δάχτυλα, γάντια από δαντέλα, φιόγκοι στα μαλλιά, στέκες, πολύχρωμα γυαλιά, κονκάρδες, τεράστιες ζώνες, πλαστικά βραχιόλια, μακριά κολιέ, χρωματιστά καλσόν. Αγαπημένα παπούτσια είναι τα αθλητικά εταιρειών όπως η Reebok, Nike, L.A Gear και Keds.

ΜΑΚΙΓΙΑΖ

Τα φρύδια είναι φυσικά και παχιά. Το πρόσωπο φαίνεται φρέσκο και υγιές με ρουζ, αλλά και πούδρα που δίνει την εντύπωση του ηλιοκαμένου δέρματος. Τα χείλη βάφονται σε έντονο κόκκινο, ενώ οι σκιές παίζουν από γήινους τόνους σε έντονα χρώματα.

ΜΑΛΛΙΑ

Τα μαλλιά έχουν όγκο, οι φράντζες κρύβουν το πρόσωπο, ενώ η χρήση λακ και τζελ γίνεται καθημερινή συνήθεια.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ:

Vivienne Westwood, Jean Paul Gaultier, Moschino, Katherine Hamnet, Christian Lacroix, Azzedine Alaia, Romeo Gigli, Rei Kawakubo, Issey Miyake, Yohji Yamamoto, Donna Karan, Gianni Versace, Norma Kamali, Giorgio Armani, Gianfranco Ferré, Calvin Klein, Βασίλειος Κωστέτσος, Νικόλας Μαυρόπουλος, Τίμης Παρίσης.

3.8: ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ '90

Η δεκαετία του 90' είναι μία ολόκληρη εποχή που χαρακτηριζόταν από έντονα χρώματα στην μόδα, δημιουργικότητα και νέες ιδέες. Γενικότερα είναι πιο μετριοπαθής από την δεκαετία του '80, όπου ο πειραματισμός βρισκόταν στο απόγειό του, αλλά παρόλα αυτά η δεκαετία του '90 αποτελεί σταθμό, αφού καθιέρωσε τάσεις σε κάθε μορφής τέχνης. Ας θυμηθούμε τις καλύτερες στιγμές της που την έκαναν ξεχωριστή στον χώρο της μόδας.

Μετά την υπερβολή της δεκαετίας του '80 έρχεται η απλότητα. Δεν υπάρχει ένα συγκεκριμένο στυλ, ενώ ταυτόχρονα νέοι σχεδιαστές κάνουν την εμφάνισή τους κυρίως από την Αγγλία με τους Alexander McQueen και John Galliano να πρωταγωνιστούν. Τα Supermodels που κυριαρχούσαν στις πασαρέλες είναι οι: Kate Moss, Cindy Crawford, Claudia Schiffer, Naomi Campbell, Linda Evangelista, Eva Herzigova και γίνονται οι μούσες πολλών σχεδιαστών, αφού αντιπροσώπευαν την απλότητα και την κομψότητα. Την ίδια χρονιά celebrities γίνονται είδωλα λόγω του εκλεπτυσμένου στυλ τους όπως οι: Sharon Stone, Uma Thurman, Jennifer Aniston, Pamela Anderson, Madonna, Princess Diana, Britney Spears, Winona Ryder, Julia Roberts, Meg Ryan.

Στις αρχές της δεκαετίας του '90 οι νέοι σχεδιαστές επικεντρώθηκαν περισσότερο στα έντονα χρώματα, στα μαύρα δερμάτινα μπουφάν, στα τζιν, στις καουμπόικες μπότες, ενώ αργότερα έδωσαν μεγαλύτερη σημασία στις μακριές εμπριμέ φούστες, στο λαδί χρώμα και στις πλατφόρμες. Στα τέλη της δεκαετίας μονοπώλησαν το ενδιαφέρον τα παστέλ χρώματα, οι μίνι φούστες, τα κάπρι παντελόνια και οι μπαντάνες. Όσων αφορά το αντρικό ντύσιμο είχαν την τιμητική τους τα τζιν σορτς, τα πολύχρωμα γυαλιά ηλίου και τα t-shirts με στάμπες.

Η μόδα στα μαλλιά ήταν πολύ πιο συγκεκριμένη από ότι στα ρούχα. Τα σγουρά μαλλιά, οι έντονες ξανθές ανταύγειες, και το κούρεμα της “Rachel” από την σειρά «Τα Φιλαράκια» αποτελούσαν τα πιο συνηθισμένα κουρέματα παγκοσμίως. Στους άντρες κυριαρχούσε το κοντό μαλλί καθώς και το τελείως ξυρισμένο, ενώ το κούρεμα «καπελάκι» ήταν το πιο επίκαιρο.

Αυτή την περίοδο κυριαρχούσαν:

- Οι ολόσωμες τζιν φόρμες
- Τα πολύχρωμα γυαλιά ηλίου
- Τα αθλητικά παπούτσια με την χοντρή σόλα σαν πλατφόρμες
- Τα πολύχρωμα τζιν και τα κάπρι παντελόνια
- Τα t-shirt με τις στάμπες
- Τα δαχτυλίδια που άλλαζαν χρώμα ανάλογα με την διάθεση μας ή τον καιρό
- Τα μενταγιόν «μισή καρδιά», που κρατούσες το ένα εσύ και το άλλο η φίλη σου
- Οι μπαντάνες
- Τα παντελόνια με ψιλό καβάλο και τις πολύ κοντές μπλούζες
- Τα πολύχρωμα τσιμπιδάκια-πεταλούδα
- Τα λουστρίνι γυναικεία παπούτσια
- Τα κοτλέ παντελόνια
- Τα χτενίσματα «σκουληκάκια» και «φοίνικας»
- Το υπερβολικό γκλίτερ σε μαλλιά, πρόσωπο και σώμα
- Τα χρωματιστά κολάν
- Το καφέ κραγιόν
- Τα κολιέ με τα φτερά
- Τα πολύχρωμα αντρικά πουκάμισα
- Τα τζιν σορτς
- Οι στέκες και οι κορδέλες για τα μαλλιά

ΑΞΕΣΟΥΑΡ

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα gadget της νέας τεχνολογίας είναι τα νέα αξεσουάρ. Επίσης διάσημες σταρ του εξωτερικού κάνουν μόδα αντικείμενα και ρούχα που φορούν χωρίς να είναι διαχρονικά, καθώς αλλάζουν γρήγορα.

ΜΑΚΙΓΙΑΖ

Έχει επιρροές από πολλές δεκαετίες. Κάθε γυναίκα προσαρμόζει το make-up ανάλογα με τις ανάγκες και την προσωπικότητα της. Τα καλλυντικά από οίκους μόδας είναι πλέον γεγονός.

ΜΑΛΛΙΑ

Πολύ κοντά ή μακριά, όλα τα στιλ μαλλιών είναι στη μόδα.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ

John Galliano, Prada, Molinari, Gucci, D&G, Martin Margiela, Alber Elbaz, Helmut Lang, Raf Simons, Martine Sitbon, Bernhard Wilhelm, Ann Demeulemeester, Nicolas Ghesquière, Jil Sander, Junya Watanabe, Alexander McQueen, Stella McCartney, Tom Ford, Marc Jacobs, Michael Kors, Sophia Kokosalaki, Yiorgos Eleftheriadis, Deux Hommes, Haris & Angelos.

ΚΕΦ. 4^ο : ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ

Η ανορεξική γυναίκα. Οι γυναίκες μπορεί να είναι δυναμικές και απελευθερωμένες, η εμφάνισή τους όμως πρέπει να δίνει στους άντρες την αίσθηση ασφαλείας. Πρέπει να φαίνονται δηλαδή αδύναμες. Και ποιος είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος; Το να είναι αδύνατες σε βαθμό που άλλοτε θα θεωρούνταν καχεκτικές. Οι περισσότερες από αυτές είναι πολύ ψηλές, πολύ λεπτές, όχι κλασικά ωραίες, αλλά με στυλ. Και το στυλ αυτό φαίνεται να είναι απελευθερωμένο, άνετο και ανέμελα επιτηδευμένο. Ορισμένες φορές τα μοντέλα στις πασαρέλες έμοιαζαν να έχουν μόλις κάνει ένεση ηρωίνης, πρόκειται για το λεγόμενο heroin-chic look. Αμέσως μετά η τάση άλλαξε, με μια στροφή προς την όψη της υγείας, η οποία αποκτάται με τη σωστή διατροφή και τη συστηματική γυμναστική. Τελικά όμως οι γυναίκες δεν έχουν κάποιο συγκεκριμένο στυλ. Το απόλυτο θηλυκό των 90s, η πληθωρική Monica Belucci συνδύασε το μεσογειακό ταπεραμέντο της Σοφία Λώρεν με τα έντονα χαρακτηριστικά τις Elizabeth Taylor και το αποτέλεσμα ήταν εκρηκτικό.

Πολλές φορές, οι νεαρές κοπέλες συνήθως, προσπάθησαν να μιμηθούν την εμφάνιση των μοντέλων με βλαβερά αποτελέσματα για την υγεία τους. Χάριν της μόδας αρκετά κορίτσια κατέληξαν να πάθουν νευρική ανορεξία. Σήμερα πολλές εταιρίες από το χώρο της μόδας δέχονται κορίτσια με περισσότερα κιλά από παλαιότερα προκειμένου να αντιστραφεί αυτό το κλίμα.

ΚΕΦ. 5^ο : ΕΝΔΥΜΑ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Η βιομηχανία παραγωγής υφασμάτων είναι η βάση πάνω στην οποία πατούν δεκάδες άλλες βιομηχανίες, με εξέχουσα εκείνη της παραγωγής ενδυμάτων. Σύμφωνα με στατιστικές που έγιναν στις αρχές του 21ου αιώνα, υφάσματα και ενδύματα συγκροτούν μια αγορά παγκόσμιων εξαγωγών αξίας 400 δισ., που αναπαριστά το 6% του διεθνούς εμπορίου γενικά και το 8% του διεθνούς εμπορίου αγαθών ειδικότερα.

Η μεγάλη έκρηξη στη βιομηχανική παραγωγή υφασμάτων και παρεμφερών αγαθών σημειώθηκε κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα. Η τεχνολογική και επιστημονική πρόοδος έφερε εξελιγμένες μεθόδους και νέες πρώτες ύλες, κυρίως συνθετικά υφάσματα, πιο φτηνά και με μεγαλύτερες αντοχές. Η βιομηχανία ενδυμάτων ή, όπως είθισται να ονομάζεται, «βιομηχανία της μόδας» είναι σήμερα ένας παγκοσμιοποιημένος κλάδος.

Τα ρούχα συνήθως σχεδιάζονται σε μια χώρα, κατασκευάζονται σε μια άλλη και μετά πωλούνται σε όλο τον κόσμο. Αυτό σημαίνει στην πράξη ότι μια αμερικανική εταιρεία μπορεί να έχει ως πηγή υφάσματος την Κίνα, η κατασκευή των ρούχων της να γίνεται στο Βιετνάμ, η τελειοποίησή τους στην Ιταλία κι, έπειτα, να ξεκινά η διανομή τους σε καταστήματα λιανικής πώλησης παγκοσμίως. Με το πέρασμα των χρόνων και τις εξελίξεις στα υλικά και στις μεθόδους παραγωγής, η βιομηχανία υφασμάτων μπόρεσε να παράγει πιο φτηνά και πιο πολλά προϊόντα, ικανοποιώντας τον υπερκαταναλωτισμό της κοινωνίας που άνθιζε.

5.1: ΤΟΞΙΚΑ ΣΕ ΡΟΥΧΑ

Πρόσφατα, η Greenpeace έβαλε στο στόχαστρο επώνυμες εταιρείες και ισχυρίστηκε, βάσει των αποτελεσμάτων μιας έρευνας που έγινε πάνω σε 141 δείγματα ρούχων, ότι τα υφάσματα που χρησιμοποιούν είναι επιβαρυνμένα με επικίνδυνα τοξικά. Χημικός της Greenpeace επεσήμανε ότι στην έρευνά τους εντόπισαν κάποια υπολείμματα απορρυπαντικών, τα λεγόμενα NPEs, τα οποία μπορεί να έχουν επιπτώσεις στις ανθρώπινες ορμόνες. Εντόπισαν, ακόμα, υπολείμματα από μαλακτικά, τα οποία επίσης μπορούν να επιδράσουν στις ανθρώπινες ορμόνες και να προκαλέσουν διαταραχές στη γονιμότητα, ενώ βρέθηκαν και υπολείμματα από καρκινογόνες ουσίες σε χρώματα. Πολύ συχνά χρησιμοποιούνται χρώματα με AZO, δηλαδή με μονοξείδιο του ψευδαργύρου εμπλουτισμένο με αλουμίνιο, που είναι εξαιρετικά τοξικά. Το γεγονός ότι σε κάποιες χώρες απαγορεύεται η χρήση τους δεν

αποτελεί πρόβλημα για τις βιομηχανίες, αφού αυτές παράγουν κυρίως σε ασιατικές και τριτοκοσμικές χώρες, όπου οι ποιοτικοί έλεγχοι δεν είναι αυστηροί. Χαρακτηριστικά σημειώνεται ότι «δεν παράγουν στην Ασία μόνο γιατί εκεί είναι πιο φθηνά, αλλά γιατί εκεί μπορούν να χρησιμοποιούν χημικά που δεν θα χρησιμοποιούσαν στην Ευρώπη».

Η σύγχρονη βιομηχανία υφασμάτων χρησιμοποιεί περίπου 8.000 συνθετικά χημικά. Το δέρμα είναι το βασικό όργανο με το οποίο έρχονται σε επαφή τα επιβαρυνμένα με αυτά τα χημικά υφάσματα. Κυρίως μέσω αυτού περνούν στον οργανισμό και, διερχόμενα από το λεμφικό σύστημα, εισβάλλουν στο αίμα και καταλήγουν στο συκώτι. Υπό φυσιολογικές συνθήκες, το δέρμα έχει την ιδιότητα να εμποδίζει τις τοξίνες να το διαπεράσουν. Τα συνθετικά υφάσματα, ωστόσο, πνίγουν το δέρμα, περιορίζοντας αυτή την ιδιότητά του.

Η ανάπτυξη των συνθετικών ινών κλωστοϋφαντουργίας είχε τεράστιο αντίκτυπο στην παραγωγή και την κατανάλωση ρούχων στην Ευρώπη από το 1960, ειδικά για την προώθηση μιας φαινομενικά απεριόριστης όρεξης των καταναλωτών για τη μόδα και τα είδη ένδυσης. Κι όμως, οι συνθετικές ίνες είναι μη βιοδιασπώμενες, αποτελώντας ιδιαίτερο πρόβλημα και για το περιβάλλον. Ως προς τα χημικά, στην πραγματικότητα η πρόσφατη προειδοποίηση της Greenpeace δεν είναι μοναδική. Αντίστοιχη προειδοποίηση του WWF εστίαζε στα υπερφθοριωμένα χημικά της ομάδας PFCs, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και το γνωστό τεφλόν, τα οποία χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στη βιομηχανία επειδή κάνουν τα υφάσματα να έχουν μεγαλύτερη αντοχή και να μην τσαλακώνονται (η ένδειξη «no-iron» στο ρούχο σημαίνει ότι μάλλον περιέχει PFCs).

Πολύς κόσμος έχει νιώσει κάποια ενόχληση, έχει εμφανίσει αλλεργία ή ακόμα και ένα σοβαρότερο πρόβλημα, εξαιτίας κάποιου υφάσματος με το οποίο ήρθε σε επαφή. Σε αρκετές περιπτώσεις, οι άνθρωποι είναι δύσκολο να κάνουν τη σύνδεση μεταξύ του προβλήματος και του υφάσματος που το προκαλεί, με αποτέλεσμα να μένουν εκτεθειμένοι σ' αυτό. Οι βασικότερες ενοχλήσεις που έχουν μέχρι σήμερα καταγραφεί είναι δερματικά εξανθήματα και κακώσεις, ναυτία, κόπωση, πονοκέφαλος, αίσθημα φαγούρας και καψίματος, θολή όραση, δύσπνοια, συνάχι και ξαφνικές μολύνσεις. Φυσικά, η μακροχρόνια επαφή με τα χημικά των συνθετικών κυρίως υφασμάτων έχει συνδεθεί και με πιο σοβαρές παθήσεις, όπως τα αυτοάνοσα νοσήματα, ο καρκίνος, οι καταστροφές στο ανοσοποιητικό, οι διαταραχές στη συμπεριφορά και τα ορμονικά προβλήματα.

Το ότι τα υφάσματα φορτώνονται χημικά γίνεται αντιληπτό εύκολα με την όσφρηση. Μπαίνοντας κάποιος σε ένα πολυκατάστημα ρούχων, κυρίως πολύ εμπορικών και φτηνών, διακρίνει μια χαρακτηριστική μυρωδιά. Παρόμοια αίσθηση δίνει και ο αέρας που βγαίνει από ένα πακεταρισμένο ρούχο αυτών των καταστημάτων, όταν το ανοίγουμε. Σχετικό άρθρο, αφού κατέγραφε την εμπειρία μιας γυναίκας που βίωσε αλλεργικά συμπτώματα μόλις άνοιξε ένα πακέτο μεγάλης εταιρείας ρούχων, αποκάλυπτε ότι αρκετές βιομηχανίες χρησιμοποιούν φορμαλδεΐδη για να κάνουν τα ρούχα να φαίνονται φρεσκαρισμένα, ατσαλάκωτα και να μη μουχλιάζουν κατά τη διάρκεια της αποθήκευσής τους. Το ίδιο άρθρο ανέφερε ότι η χρήση μιας τόσο επικίνδυνης ουσίας στα ενδύματα παραμένει άγνωστη στους καταναλωτές, εφόσον οι εταιρείες δεν υποχρεώνονται να το αναφέρουν στις ετικέτες. Τεστ σε κινέζικης προέλευσης ρούχα που πραγματοποίησε εργαστήριο στη Νέα Ζηλανδία αποκάλυψε ότι αυτά έφεραν φορμαλδεΐδη σε ποσοστό 900%, πιο μεγάλο από τα όρια ασφαλείας που έχουν θεσπιστεί ως προς την έκθεση στη συγκεκριμένη ουσία. Η φορμαλδεΐδη είναι ισχυρά τοξική, έχει συνδεθεί με δερματικές ενοχλήσεις και αλλεργικές αντιδράσεις, ενώ η Διεθνής Υπηρεσία Έρευνας για τον Καρκίνο την έχει χαρακτηρίσει ιδιαίτερα καρκινογόνα για τον άνθρωπο. Δυστυχώς, δεν τη χρησιμοποιεί μόνο η βιομηχανία ένδυσης. Τα υφάσματα για τα έπιπλα, για το σπίτι, ακόμα και είδη που προορίζονται για την κρεβατοκάμαρα υφίστανται συχνά επεξεργασία με αυτή την ουσία.

5.2: ΠΑΙΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Παιδική εργασία είναι σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Εργασίας οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα εκτελείται από άτομο κάτω των 15 ετών.

Εργασίες που μπορεί να κάνει ένα ανήλικο παιδί είναι η εργασία σε εργοστάσια παραγωγής διάφορων ειδών όπως ενδυμάτων, υποδημάτων κτλ. Τα μέρη όπου εργάζονται οι ανήλικοι και παράγονται αυτά τα προϊόντα είναι τα λεγόμενα «sweatshops».

Σύμφωνα με πρόσφατη έκθεση του Οργανισμού Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων στην Ελλάδα τα περισσότερα από τα παιδιά-θύματα προερχόμενα από την Αλβανία έχουν υποβληθεί σε αναγκαστική εργασία, επαιτεία,

διάπραξη ήσσονος σημασίας αδικημάτων, ενώ κάποια διακινούνται για σκοπούς σεξουαλικής εκμετάλλευσης. Αρκετές είναι οι περιπτώσεις μικρών παιδιών που αναγκάζονται να ασχοληθούν με μορφές εργασίας που θέτουν σε υψηλό κίνδυνο την ψυχική και σωματική τους υγεία.

Στις τελευταίες δεκαετίες του 19ου αιώνα αλλά και στις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα καθώς και στη περίοδο του μεσοπολέμου (1923-1940) η βιοτεχνία και η βιομηχανία έκαναν και στην Ελλάδα την εμφάνισή τους, εισάγοντας νέα ήθη στην ελληνική κοινωνία και νέες αντιλήψεις για την ανάπτυξη και ανατροφή των παιδιών. Ένα βασικό χαρακτηριστικό αυτής της περιόδου, είναι η αντίληψη ότι το παιδί δεν διαφέρει καθόλου από τους ενήλικες, έτσι αντιμετωπίζεται με τον ίδιο τρόπο στην κοινωνία και έχει τα ίδια προβλήματα με τους μεγάλους. Η εισαγωγή των κοινωνιών στο βιομηχανικό και στο βιοτεχνικό χώρο είχε σαν συνέπεια την αναζήτηση φθηνού εργατικού δυναμικού. Αυτό βρέθηκε στα πρόσωπα των παιδιών.

ΚΕΦ 6^ο : ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΑ ΡΟΥΧΑ

Με τον όρο οικολογικά ρούχα, αναφερόμαστε στα ρούχα εκείνα που χρησιμοποιούν υφάσματα και υλικά τα οποία έχουν δημιουργηθεί σύμφωνα με τα πρότυπα βιολογικής γεωργίας. Συνήθως τα ενδύματα αυτά κατασκευάζονται από βαμβάκι, μαλλί, μετάξι από σόγια, κάνναβη, γιούτα (φυτικές κλωστικές ίνες), ραμί (ινδικό φυτό) ή μπαμπού. Συγκεκριμένα:

ΒΑΜΒΑΚΙ: Το οργανικό βαμβάκι είναι φιλικό προς το περιβάλλον σε σύγκριση με το κανονικό βαμβάκι καθώς δεν χρησιμοποιούνται χημικά και φυτοφάρμακα για την παραγωγή του.

ΜΑΛΛΙ: Σε αυτή την περίπτωση τα πράγματα είναι λίγο περίπλοκα καθώς υπάρχει άμεση εξάρτηση από το ζώο από το οποίο προέρχεται. Παίζουν ρόλο δηλαδή οι συνθήκες ζωής του ζώου από το οποίο το έχουμε πάρει. Παρόλα αυτά εάν υπάρχει υπευθυνότητα μιλάμε για ένα πολύ καλής ποιότητας υλικό.

ΚΑΝΝΑΒΗ: Ο οικολογικός αντίκτυπος της κάνναβης είναι ο μικρότερος σε σύγκριση με κάθε φυτικό οργανισμό που χρησιμοποιείται για ύφασμα. Αναπτύσσεται γρήγορα και χωρίς να απαιτείται ιδιαίτερη μέριμνα και φροντίδα.

ΜΠΑΜΠΟΥ: Το ύφασμα από μπαμπού παράγεται μέσω μιας ιδιαίτερης διαδικασίας υδρόλυσης και λεύκανσης. Είναι φιλικό προς το περιβάλλον καθώς πρόκειται για «ανανεώσιμο» φυτό που μεγαλώνει γρήγορα και καταστρέφεται πολύ δύσκολα. Επίσης μεγάλη αξία έχει το γεγονός πως πρόκειται για ύφασμα με αντιβακτηριδιακές ιδιότητες και βιοδιασπώμενο.

Τα υλικά αυτά μπορεί να τα βρει κανείς και σε απλά ρούχα. Το γεγονός που τα κάνει οικολογικά είναι όπως προαναφέραμε, ο τρόπος που παράγονται. Όλα ξεκινάνε από τον τρόπο με τον οποίο οι βαμβακοπαραγωγοί συντηρούν τις καλλιέργειές τους. Το οργανικό βαμβάκι και η κάνναβη για παράδειγμα, είναι καλλιέργειες που κάνουν εξαιρετικά υφάσματα και εξαλείφουν την ανάγκη για χημικά στις καλλιέργειες. Αντίκτυπο βέβαια στο περιβάλλον έχουν και οι διαδικασίες επεξεργασίας των

ρούχων. Συγκεκριμένα τα φυσικά χρώματα στα ρούχα προτιμώνται σε αντίθεση με τα χημικά από τις βαφές, ώστε να ελαττωθούν τα επίπεδα χημικών αποβλήτων.

Κάθε χρόνο μεγάλα fashion show της Νέας Υόρκης και του Λος Άντζελες παρουσιάζουν συλλογές με οικολογικά ρούχα. Με άλλα λόγια η μόδα μπορεί να συνδυαστεί με την οικολογία. Καταστήματα με τέτοιου είδους ρούχα υπάρχουν και στη χώρα μας.

ΚΕΦ. 7^ο : ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ – ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ

Είναι γενική πεποίθηση ότι το ντύσιμο αποτελεί αναμφισβήτητο κομμάτι του εαυτού μας, δομικό συστατικό του προφίλ και της δημόσιας εικόνας μας, η οποία και ασκεί καταλυτική δύναμη στην άποψη που σχηματίζουν οι άλλοι για εμάς.

Συχνά λέγεται ότι οι έντονες μαύρες πινελιές στο ντύσιμο απεικονίζουν ένα άτομο το οποίο δεν είναι ιδιαίτερα κοινωνικό και προσεγγίσιμο ενώ αντίθετα τα έντονα χρώματα στα ρούχα σκιαγραφούν μια κοινωνική και αισιόδοξη προσωπικότητα. Επίσης υποστηρίζεται ότι η εμμονή με κάποιο συγκεκριμένο ρούχο σηματοδοτεί κάτι για εκείνον που το φορά, το οποίο εξαρτάται και από το χρώμα επιλογής.

Από την άλλη μεριά τα φωτεινά ρούχα υποδηλώνουν ζωντάνια – απλότητα και δίνουν την αίσθηση φιλικού ατόμου.

Ωστόσο τίποτε από τα παραπάνω δεν είναι απόλυτο, αν και υπάρχουν έρευνες που τα υποστηρίζουν, δεν είναι όμως σίγουρο ότι είναι επιστημονικά ορθά.

- Συμβατικό στυλ: Εσωστρέφεια
- Επιδεικτικό στυλ: Εγωκεντρική προσωπικότητα
- Καθημερινό και κομψό στυλ: ισορροπημένη προσωπικότητα
- Αυστηρό στυλ: δυναμική προσωπικότητα
- Απεριποίητο στυλ: ενδεχομένως ψυχικές διαταραχές

Συνοψίζοντας από τα προαναφερθέντα στοιχεία το στυλ πρέπει να προσαρμόζεται στο τρόπο ζωής και σκέψης του ατόμου διότι, πέρα από μια μορφή επικοινωνίας, το ντύσιμο είναι το σύνορο μεταξύ του εαυτού μας του κόσμου που μας περιβάλλει, μας προστατεύει από καιρικές συνθήκες και πιθανές απειλές.

7.1: ΣΧΟΛΙΚΗ ΠΟΔΙΑ



Η μαθητική στολή είναι ένα ειδικό ένδυμα - ένα σύνολο τυποποιημένων ρούχων - το οποίο χρησιμοποιείται σε εκπαιδευτικά ιδρύματα. Χρησιμοποιείται συνήθως στα σχολεία πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης αρκετών χωρών .
Ενδεικτικά, αναφέρουμε :

Ελλάδα: Στην Ελλάδα το καπέλο βάσει νόμου του Υπουργείου Παιδείας καταργήθηκε το 1964 από Δημόσια Γυμνάσια και η μπλε ή μαύρη ποδιά των κοριτσιών με το άσπρο κολάρο έκτοτε άρχισε να περιορίζεται με αποτέλεσμα να καταργηθεί και αυτή το 1982. Στις μέρες μας μόνον χάριν της ομοιομορφίας παρατηρούμε κάποιες ειδικές στολές στη τέλεση των παρελάσεων.

Αργεντινή: Οι λευκές μπλούζες εργασίας είναι οι πιο ευρέως γνωστές σχολικές στολές στα δημόσια σχολεία στην Αργεντινή.

Βενεζουέλα: Στη Βενεζουέλα όλοι οι μαθητές είναι υποχρεωμένοι να φορούν στολές βάσει σχετικού νόμου της χώρας που ορίζει ότι όλοι οι μαθητές σε όλες τις τάξεις και σε όλα τα σχολεία είναι υποχρεωμένοι να φορούν τις συγκεκριμένες στολές.

Νιγηρία

Στη Νιγηρία, οι μαθητές συνηθίζουν να φοράνε στολές. Επίσης υπάρχουν κάποια προγράμματα για να βοηθήσουν τις οικογένειες που δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να τις αγοράσουν.

Δανία: Η πλειοψηφία των δημόσιων σχολείων στη Δανία δεν έχουν σχολικές στολές.

Κούβα: Οι σχολικές στολές είναι συνηθισμένες στην Κούβα. Όλοι οι μαθητές ανεξαρτήτως ηλικίας ή φύλου φορούν σχολικές στολές με το χρώμα που υποδηλώνουν τον βαθμό του επιπέδου τους. Τα παιδιά φορούν επίσης κασκόλ σαν μέλη του κουβανικού οργανισμού πρωτοπόρων νέων.

Βραζιλία: Τα ιδιωτικά σχολεία αναγκάζουν τους μαθητές τους να φορούν στολές, με μερικές εξαιρέσεις στο λύκειο. Τα δημόσια σχολεία συνήθως δεν

αναγκάζουν τους μαθητές να φορούν στολές, λόγω του χαμηλού εισοδήματος του πληθυσμού τους, ωστόσο μπορεί να έχουν μία.

ΚΕΦ. 8^ο : ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Είναι σύνηθες φαινόμενο η επίδοση σε υπερκατανάλωση αγαθών, συνήθως στην περίοδο των χειμερινών γιορτών ως “θεραπεία” για την ήπια μελαγχολία ή την πλήξη.

Παρακάτω παρατίθενται κάποια σημάδια ψυχαναγκαστικής υπερκατανάλωσης:

- Έξοδα πέρα από τον προϋπολογισμό
- Εμμονή με τις αγορές
- Φαύλος κύκλος αγοράς – επιστροφής – αγοράς
- Προβλήματα στις σχέσεις με το οικείο περιβάλλον εξαιτίας των αγοραστικών συνηθειών

Η διαφήμιση ως κοινωνικό φαινόμενο πλατιάς εμβέλειας χαρακτηρίζει την εποχή μας, εποχή ανόδου των παραγωγικών δυνατοτήτων και μαζικής παραγωγής των αγαθών όμως η δύναμή της βρίσκεται στο γεγονός πως μπορεί να καθορίζει την δική μας στάση απέναντι στη ζωή.

Η διαφήμιση με την μορφή που έχει στην σημερινή εποχή είναι δυνατόν να λειτουργεί σωστά και να αποδειχτεί δημιουργική. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού επιβάλλεται η διαφήμιση να μην αποτελεί παράγοντα αντιπαλότητας, προώθησης και εξυπηρέτησης ατομικών συμφερόντων, αλλά μια μορφή ουσιαστικής επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων.

Τα παιδιά σήμερα μεγαλώνουν σε έναν υλιστικό κόσμο. Τελικά ο καταναλωτισμός των παιδιών γίνεται ανάγκη, δημιουργεί εξάρτηση και αποπροσανατολίζει.

Αντίδοτα στην υπερκατανάλωση:

- Η συνειδητή αντίσταση στην διαφήμιση
- Η κατανάλωση σύμφωνα με τις πραγματικές μας ανάγκες
- Η ενίσχυση της αυτοπεποίθησης του καταναλωτή μέσω της εκπαίδευσης.

8.1: ΕΞΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΝΤΟΥΛΑΠΙΑ ΜΑΣ

Μετά από την καταγραφή του περιεχομένου που πραγματοποιήσαμε στις δικές μας ντουλάπες συμπληρώνοντας έναν πίνακα (Παράρτημα Β) καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι οι άνθρωποι στην καταναλωτική εποχή που ζούμε διαθέτουν μεγάλο

αριθμό ρούχων. Το γεγονός αυτό πιστεύουμε ότι οφείλεται στο ότι επηρεάζονται από διάφορα μέσα, όπως είναι η τηλεόραση, διότι μέσω αυτών που προβάλλει τους προωθεί στο καταναλωτισμό, με αποτέλεσμα την απόκτηση καινούργιων ρούχων. Ωστόσο, οι άνθρωποι θα μπορούσαν να έχουν μικρότερο αριθμό, καθώς δεν τους είναι απαραίτητα.

Όταν οι άνθρωποι αγοράζουν καινούργια ρούχα, για να ικανοποιήσουν το αίσθημα του καταναλωτισμού που τους διακατέχει, μετά από καιρό ξεχνούν αυτά που ήδη έχουν ή που νομίζουν ότι δεν είναι αναγκαίο να τα χρησιμοποιήσουν πια.

Τέλος, προβληματιστήκαμε και για τις χώρες προέλευσης των ρούχων που διατηρούμε στις ντουλάπες μας και διαπιστώσαμε ότι η πλειοψηφία ήταν οι εξής χώρες: Κίνα, Ινδία, Βιετνάμ, Ιταλία και τέλος η Ελλάδα.

8.2: ΕΡΕΥΝΑ: ΕΝΔΥΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Μοιράσαμε ερωτηματολόγιο σε ενενήντα ενήλικες, (γυναίκες 60%, άνδρες 40%), ηλικίας 30-50 ετών με σκοπό να διερευνήσουμε τις ενδυματολογικές και καταναλωτικές τους συνήθειες. Στη συνέχεια επεξεργαστήκαμε τις απαντήσεις και καταλήξαμε στα παρακάτω συμπεράσματα κάποια από τα οποία εμφανίζονται στα γραφήματα που ακολουθούν (Παράρτημα Γ). Επεξεργαστήκαμε τις απαντήσεις συνολικά και σε ορισμένες περιπτώσεις ανάλογα με το φύλο ή την ηλικία και κατόπιν κάναμε συγκρίσεις.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι άνδρες που συμμετείχαν σε ποσοστό 50% αγοράζουν ρούχα διότι φθείρονται τα παλιά ενώ το άλλο 50% θεωρεί ότι η αγορά ρούχων είναι μια δραστηριότητα ώστε να νιώθεις καλύτερα .

Στην ερώτηση «τι προσέχετε περισσότερο όταν αγοράζετε ένα ρούχο», οι απαντήσεις ήταν ποικίλες.

Συγκεκριμένα, το 70% θεωρεί ότι η τιμή είναι πολύ σημαντική ενώ το 60% κρίνει ότι το ρούχο πρέπει να είναι άνετο – βολικό.

Τέλος, το 30% αξιολογεί και την ποιότητα των ρούχων.

Η έρευνα, επίσης, έδειξε ότι το 90% των ερωτηθέντων δεν δίνει ιδιαίτερη σημασία στη χώρα προέλευσης ενώ το ποσοστό της τάξεως του 10% δίνει σημασία στη χώρα κατασκευής τους.

Στην ερώτηση εάν προσέχουν την σύνθεση των ρούχων, οι μισοί απάντησαν θετικά ενώ οι άλλοι μισοί έδωσαν αρνητική απάντηση.

Τέλος, αποδείχθηκε ότι το 70% όσων ερωτήθηκαν τείνουν να χαρίζουν τα παλιά τους ρούχα. Το 10% τα πετάει, το 10% τα πουλά ενώ ένα ακόμη 10% τα ανταλλάσει.

Στις ίδιες ερωτήσεις, οι απαντήσεις των γυναικών διαφέρουν. Ειδικότερα, το 50% αγοράζει ρούχα για να νιώθει καλύτερα το 30% για να ακολουθεί την μόδα ενώ ένα ποσοστό των 20% γιατί φθείρονται τα παλιά.

Στην ερώτηση τι προσέχετε περισσότερο όταν αγοράζεται ρούχα οι γνώμες δίστανται. Συγκεκριμένα το 80% θεωρεί ότι είναι σημαντικό να είναι στην μόδα. Το 30% αξιολογεί την ποιότητα των ρούχων τους, το 40% κρίνει σωστό να είναι ρούχα κάποιας φίρμας, ενώ σε ποσοστό 20% δόθηκαν οι απαντήσεις ότι είναι σημαντικό να είναι άνετο το ρούχο και ελκυστικό από τους οικείους.

Η έρευνα έδειξε ότι το γυναικείο φύλλο σε ποσοστό 60% έναντι του 40% των ανδρών ενδιαφέρεται για την χώρα προέλευσης των ρούχων ενώ σε απόλυτο αριθμό 100% δίνει προσοχή στην σύνθεσή τους. Τέλος ανακαλύψαμε ότι το 60% των γυναικών χαρίζει τα ρούχα του ενώ το 30% τα πετά ενώ το 10% τα ανταλλάσει.

Από την έρευνα, λοιπόν, προέκυψε και κάτι που σε εμάς ήταν γνωστό. Οι γυναίκες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην ενδυμασία από ότι οι άνδρες και κατ' επέκταση γενικότερα στη δημιουργία των ρούχων.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Παρατηρήσαμε ότι:

Η ενδυμασία αποτελείται από κάθε τι με το οποίο ο άνθρωπος καλύπτει και στολίζει το σώμα του.

Ο άνθρωπος άρχισε πρώτα να στολίζεται και μετά να ντύνεται. Ο πρωτόγονος άνθρωπος ήθελε να φαίνεται πιο δυνατός και όμορφος, κατά την τελευταία περίοδο της παλαιολιθικής εποχής, αισθάνθηκε την ανάγκη να καλύψει το σώμα του για να το προφυλάξει από το κρύο. Αργότερα χρησιμοποίησε την ενδυμασία για να καταπολεμήσει το αίσθημα της ντροπής και να δείξει τη θέση του στην κοινωνία.

Παρατηρήσαμε ότι για τη κατασκευή των ρούχων παλιότερα υπήρχαν άλλες πρώτες ύλες και σχέδια τα οποία δεν άλλαζαν συχνά όπως σήμερα όπου κυριαρχεί η ποσότητα και το εφήμερο στοιχείο σε αντίθεση με το ποιοτικό και παραδοσιακό που κυριαρχούσε παλαιότερα.

Τα ενδύματα προστατεύουν το ανθρώπινο σώμα, αλληλεπιδρούν με το χαρακτήρα και την προσωπικότητα του ανθρώπου, καλύπτουν πραγματικές και μη πραγματικές ανάγκες ένδυσης. Τα υλικά κατασκευής ρούχων παλαιότερα ήταν όλο και πιο φυσικά ενώ σήμερα είναι κυρίως βιομηχανικά προϊόντα και η παραγωγή ρούχων είναι μαζική σε αντίθεση με τις παραδοσιακές τοπικές φορεσιές που ήταν χειροποίητες και με μεγαλύτερη διάρκεια στο χρόνο.

Ιδιαίτερη είναι η συμβολή της ελληνικής τοπικής φορεσιάς στη διατήρηση της πολιτισμικής ταυτότητας και φανερώνει σε εμάς στοιχεία της κάθε περιοχής και του τρόπου ζωής των κατοίκων της.

Σήμερα οι επιταγές της μόδας επηρεάζουν τις ενδυματολογικές επιλογές "επιβάλλοντας" ένα είδος ομοιομορφίας σε ορισμένες περιπτώσεις. Κάθε τι που διαφημίζεται/προτείνεται δε σημαίνει ότι είναι πάντοτε καλό/απαραίτητο.

Σήμερα η μόδα καθορίζεται κυρίως από επιχειρήσεις που ασχολούνται με την ενδυμασία, ωστόσο αποτελεί μέσο έκφρασης κυρίως των νέων ανθρώπων.

Σε μια πρόχειρη έρευνα που κάναμε στις ντουλάπες μας ανακαλύψαμε ρούχα ξεχασμένα, άχρηστα αλλά και χρήσιμα, παρατηρήσαμε ότι ορισμένα δεν είναι φτιαγμένα από φιλικά προς το περιβάλλον υλικά και ότι είναι πιθανό κάποια από αυτά να κατασκευάζονται από παιδιά, αν λάβουμε υπόψη μας τη χώρα κατασκευής τους και το κόστος τους.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ

Πλύσιμο



Το ρούχο είναι κατάλληλο για στεγνό καθάρισμα



Πλένεται στο χέρι μέχρι 40°C



Πλένεται μέχρι 30°C σε κανονικό πρόγραμμα πλύσης



Πλένεται μέχρι 40°C σε κανονικό πρόγραμμα πλύσης



Πλένεται μέχρι 60°C σε κανονικό πρόγραμμα πλύσης



Πλένεται μέχρι 95°C σε κανονικό πρόγραμμα πλύσης



Πλένεται μέχρι 30°C σε ένα πρόγραμμα πλύσης για τα ευαίσθητα



Πλένεται μέχρι 40°C σε ένα πρόγραμμα πλύσης για τα ευαίσθητα



Πλένεται μέχρι 60°C σε ένα πρόγραμμα πλύσης για τα ευαίσθητα

Σιδέρωμα και στέγνωμα



Μην σιδερώνετε το ρούχο



Σιδερώνετε μέχρι 110οC και κατά προτίμηση χωρίς ατμό



Σιδερώνετε μέχρι 150οC



Σιδερώνετε μέχρι 200οC

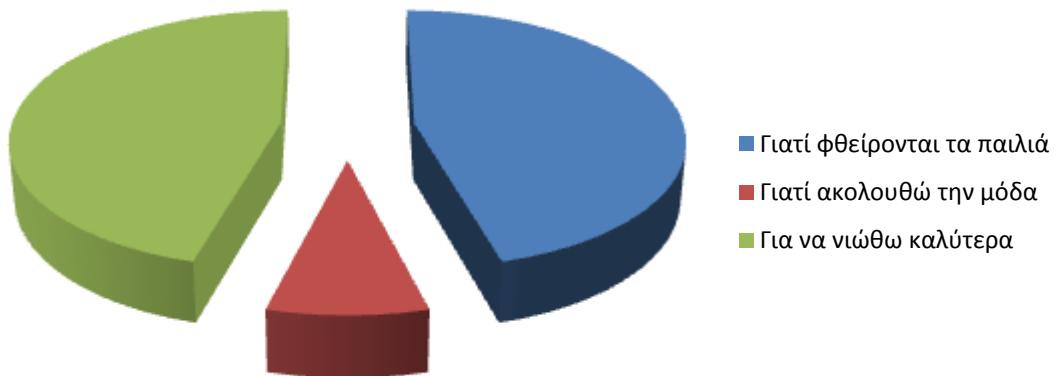
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Γυναίκες: 60%

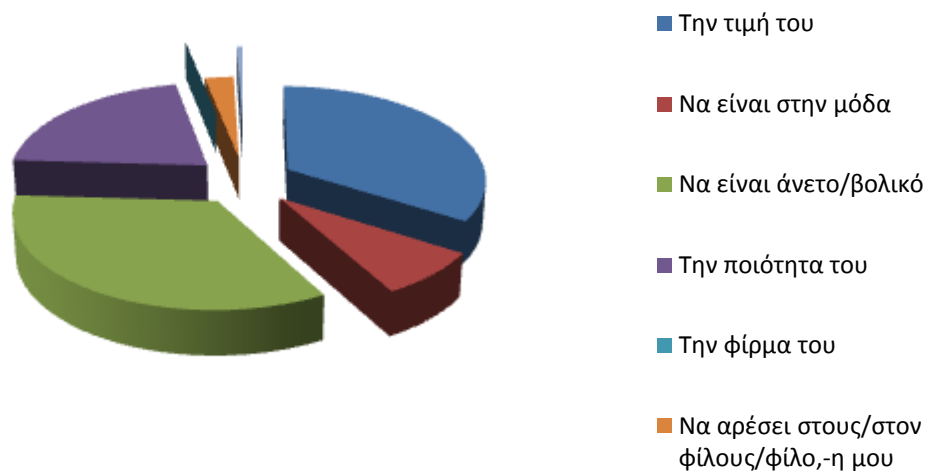
Άνδρες:40%

Ηλικία:50+

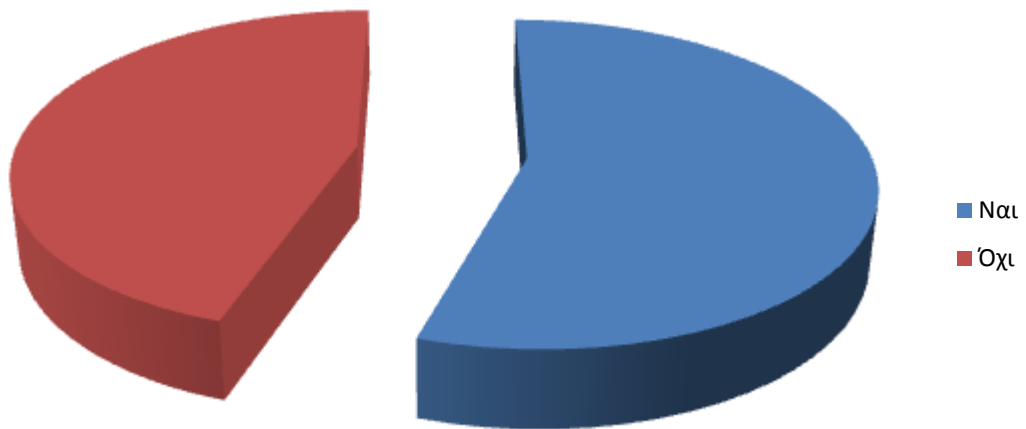
1)Γιατί αγοράζετε συνήθως ρούχα;



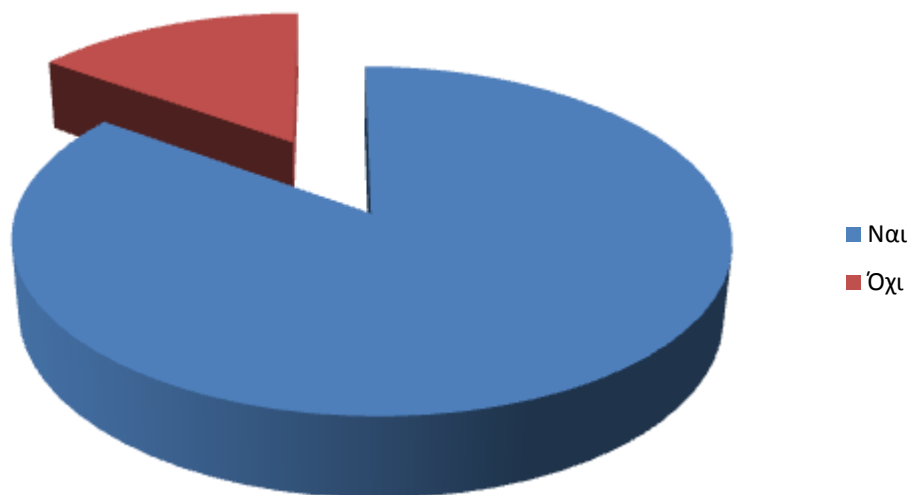
2)Τι προσέχετε περισσότερο όταν αγοράζετε ένα ρούχο;



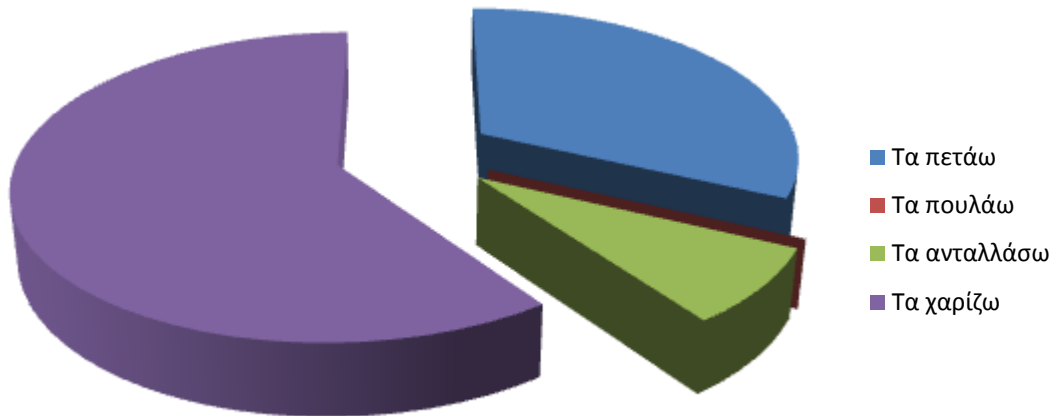
3) Προσέχετε την χώρα προέλευσης;



4) Προσέχετε την σύνθεση του;



5) Τα παλιά ρούχα τι τα κάνετε;



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ματσαγούρας Ηλίας, *Η Καινοτομία των Ερευνητικών Εργασιών στο Νέο Λύκειο*, Αθήνα:2012
- Οικιακή Οικονομία, Α' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ
- Χατζημιχάλη Αγγελική, *Η Ελληνική λαϊκή φορεσιά*, Μουσείο Μπενάκη, Εκδ. ΜΕΛΙΣΣΑ

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- <http://www.greek-language.gr>
- <http://dschool.edu.gr>
- <https://el.wikipedia.org>
- <https://www.google.gr/>
- <http://storyofstuff.org/movies/story-of-stuff/>
- <http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/TshirtPaper.pdf>
- <http://www.projob.gr>