

# Ερευνητική εργασία (project) Α' Λυκείου

**M** (Μόδα)

**O** (Οικονομία)

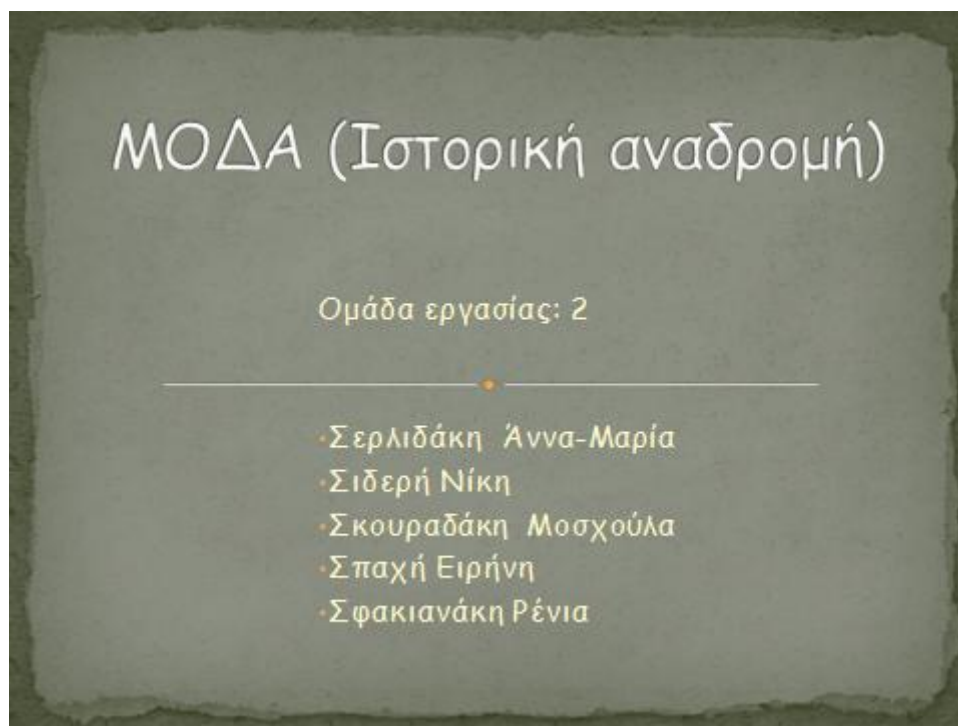
**Δ** (Διαφήμιση)

**A** (Ανακύκλωση)

---

Υπεύθυνες καθηγήτριες: Λουκάκη Ηρώ & Φουκαράκη Χρυσούλα

---



Η μόδα δεν υπήρχε στη ζωή των ανθρώπων όταν πρωτοεμφανίστηκαν αλλά εξελίχτηκε μαζί τους. Ο πρώτος άνθρωπος, Homo Habilis, δεν θα μπορούσε να είχε σχέση με την μόδα. Διότι το μυαλό τους δεν ήταν τόσο ανεπτυγμένο ώστε να ενδιαφέρονται τόσο για την εξωτερική τους εμφάνιση, όσο για την επιβίωσή τους. Ο Homo Erectus ήταν αυτός που πρωτοεμφάνισε σημάδια της μόδας. Η εμφάνισή του τον βοήθησε στην επιβίωση από τα καταστροφικά στοιχεία της φύσης. Τα ίδια συνεχίστηκαν ακόμα και μετά το έτος 500.000 π.Χ. όπου τοποθετείται ο άνθρωπος του Νεάντερταλ ο οποίος έφτιαχνε πιο κατεργασμένα ενδύματα καθώς ζούσε σε οργανωμένες κοινωνίες. Με το πέρασμα του χρόνου περί το έτος 40.000 π.Χ. άλλαξε ο άνθρωπος και έκανε την εμφάνισή του ο Homo Sapiens. Αυτού του είδους ανθρώπου είμαστε κι εμείς κι από 'δω ξεκινάει η εξέλιξη της μόδας.

Η ακμή της μόδας εμφανίστηκε μετά τη λήξη του πρώτου παγκοσμίου πολέμου, όπου άρχισε η ανεξαρτησία των γυναικών. Έκαναν την εμφάνισή τους επαναστατικές καινοτομίες στην γυναικεία ένδυση. Το 1921 η Coco Chanel λανσάρει το περίφημο Chanel No.5. Η σιλουέτα ήταν φαρδιά με ζώνη στη μέση. Το 1925 η γραμμή των φορεμάτων και των παλτών ανεβαίνει μέχρι το γόνατο ενώ πριν ήταν μέχρι τη γάμπα. Χρησιμοποιούσαν υφάσματα αέρινα και διαφανή με κεντήματα είτε κρόσια. Εμφανίστηκαν οι αμάνικες



μπλούζες, τα βαθιά ντεκολτέ και τα πρώτα πουλόβερ. Οι φούστες ήταν με πιέτες και ήταν διακοσμημένες με διάφορα σχέδια.



Την εποχή εκείνη υπερίσχυε στην κόμμωση των γυναικών η κόμμωση «a la garconne» σε συνδυασμό με ψηλά καπέλα ή τουρμπάνι διακοσμημένο με φτερά για τις πιο επίσημες εμφανίσεις. Άλλο αξεσουάρ και μάλιστα αγαπημένο ήταν η γούνα, όπως επίσης και οι πέρλες. Τα παπούτσια είναι άνετα για να εξυπηρετούν στο χορό και τα χαρακτηρίζει μια μπαρέτα στο ύψος του αστραγάλου. Ακόμα χρησιμοποιούνταν ευρέως οι μακριές πίπες και οι ταμπακέρες.

Τα μάτια είναι πολύ τονισμένα από σκούρες γκρι και μαύρες σκιές. Τα χείλη είναι σκούρα σε τόνους μπορντό και βυσσινί.

Η καθημερινή ενδυμασία των ανδρών ήταν σοβαρή ή σπορ. Το σακάκι ήταν ιδιαίτερα σοβαρό, μονότονο, με υψηλή μέση. Τα παντελόνια κόνταιναν προς τα κάτω. Το γιλέκο και το πουλόβερ το βράδυ αποτελούσαν απαραίτητα συστατικά της αντρικής ενδυμασίας. Η επίσημη ενδυμασία παρέμενε αυστηρή.

Οι σχεδιαστές που επηρέασαν την δεκαετία είναι: Coco Chanel, Sonia Delauney, Jean Patou, Madeleine Vionnet.

Τη δεκαετία του '30 η μόδα συναντά το Hollywood και δημιουργεί σύμβολα κομψότητας, όπως οι αγαπημένες τους πρωταγωνίστριες. Οι γυναίκες έγιναν περισσότερο παραγωγικές και πολυάσχολες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση των πιο πρακτικών ρούχων που έδιναν ελευθερία στις κινήσεις τους. Η σιλουέτα τους είναι ψηλή και λεπτή με τονισμένη μέση και έντονους ώμους. Τα φορέματα είναι λοξά κομμένα, καλύπτουν τις γάμπες αλλά αφήνουν όλη την πλάτη έξω. Τα παντελόνια και τα σορτς γίνονται αποδεκτά ως ενδύματα παραλίας και άνεσης. Το 1933 ο οίκος Hermes, λανσάρει το πρώτο μεταξωτό μαντίλι. Τα μονοκόμματα μαγιό με βαθιά ανοιχτή πλάτη συναρπάζουν, καθώς κυριαρχεί το λευκό χρώμα και το σατέν.

Η λαιμόκοψη στα φορέματα είναι άλλοτε ντραπέ, άλλοτε βαθύ V και άλλες φορές καταλήγει σε φιόγκο. Τα σακάκια έχουν τετράγωνες γραμμές. Τα ταγιέρ αποτελούνται κυρίως από σακάκια που τονίζουν τη μέση με μακριές φούστες



εφαρμοστές στους γοφούς. Τα παλτό έχουν γούνινους γιακάδες, ενώ η καμπαρτίνα αναβιώνει. Οι μπλούζες έχουν φραμπαλάδες και τα μανίκια είναι φουσκωτά. Τα πουλόβερ είναι στενά. Τα παντελόνια είναι φαρδιά με κουμπιά στο πλάι, ενώ τα σορτς συνδυάζονται με λευκά σοσόνια. Την περίοδο αυτή εμφανίζεται ένα νέο είδος υφάσματος, το μεταλλικό λαμέ.!

Τα μαλλιά των γυναικών κυμαίνονται στο ξανθό πλατινέ με πολύ κοντές αφέλειες και είναι κυματιστά.

Τα γυαλιά είναι το απόλυτο αξεσουάρ. Τότε εμφανίζονται και οι τσάντες φάκελοι ή μικρά πουγκιά και οι γούνινες εσάρπες. Τα καπέλα και τα γάντια γίνονται απαραίτητα στοιχεία της γυναικείας γκαρνταρόμπας. Μυτερές γόβες, μπαλαρίνες, πέδιλα και εμφανίζονται και οι πρώτες πλατφόρμες. Εντύπωση κάνουν τα βγαλμένα έντονα φρύδια, οι ψεύτικες βλεφαρίδες και τα κόκκινα νύχια.

Η ανδρική ενδυμασία παραμένει συντηρητική και μόνο η καθημερινή ενδυμασία με τον καιρό, έγινε πιο σπορ. Οι άνδρες φορούσαν μεσάτα σακάκια που τόνιζαν τους ώμους και παντελόνια σε ευθεία γραμμή με φαρδιά ρεβέρ.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ: Elsa Schiaparelli, Nina Ricci, Alix Gres, Maggy Rouf, Marcel Rochas, Mainbocher, Molyneux.

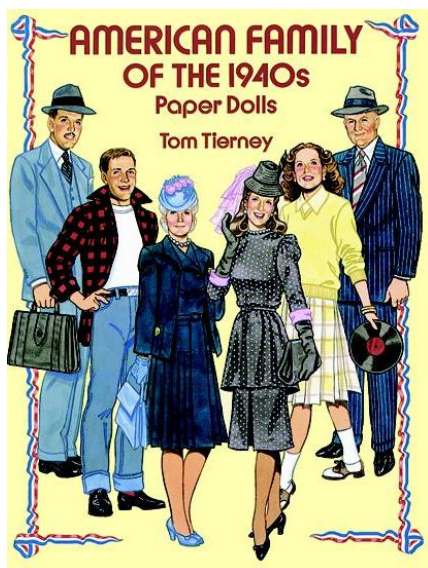
Ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος βάζει τη μόδα σε δεύτερη μοίρα. Οι πρώτες ύλες γίνονται δυσεύρετες, αφού χρησιμοποιούνται αποκλειστικά και μόνο για



τον εξοπλισμό πολέμου. Το κόστος των υφασμάτων αυξάνεται και το γαρον κάνει την εμφάνιση του σαν μια πιο προσιτή πρόταση. Η μόδα παίρνει ένα πιο στρατιωτικό και επιβλητικό look. Οι ώμοι είναι τονισμένοι με ελαφριές βάτες, όχι μόνο στα ταγιέρ αλλά και στα φορέματα. Όλα αυτά μέχρι το 1947 όπου ο Christian Dior κάνει την επανάσταση και δημιουργεί το New Look. Η βασική σιλουέτα, γνωστή και σαν γραμμή Α, είναι κωνική, τονίζει τη μέση, έχοντας φυσικούς ώμους, ενώ το μήκος της φούστας παίζει από τα μέσα του γονάτου μέχρι τα μέσα της κνήμης. Τα υφάσματα που χρησιμοποιούνται είναι ο ταφτάς, το βελούδο, η μουσελίνα και το σατέν. Εμφανίζονται τα πατρόν και τα πρώτα prêt-à-porter.

Οι φούστες κλοσάρουν ελαφρά και είναι πάντα με μάκρος λίγα εκατοστά πάνω από το γόνατο. Κυριαρχούν τα μικρά εμπριμέ και οι διχρωμίες

σε ασπρόμαυρο. Φορέματα που δένουν γύρω από τη μέση, φορέματα με τονισμένη μέση και βάτες. Μπλούζες που κουμπώνουν σαν πουκάμισα, γυναικεία ταγιέρ σε αρρενωπή γραμμή, πιέτες στις φούστες, στενές ίσιες φούστες που συνδυάζονται με μικροσκοπικά πουλόβερ.



Τα μαλλιά είναι μέχρι το μήκος των ώμων, σγουρωμένα, λιτά, ή σε κότσο chignon.

Τα αξεσουάρ είναι μεγάλα καπέλα με βέλο από δείκτη ή δαντέλα. Επίσης φοριούνται οι μπερέδες. Τα παπούτσια είναι πέδιλα με χοντρά τακούνια ή διπλές σόλες και φοριούνται με κοντά καλτσάκια. Τα φρύδια είναι φυσικά αλλά τονισμένα. Ελαφριά μάσκαρα, μολύβι και χείλη απαλά σε ροζ αποχρώσεις. Επίσης οι γυναίκες έβαφαν τα πόδια τους για να δώσουν την αίσθηση του καλσόν.

Στην ανδρική ένδυση δεν έγιναν ιδιαίτερες αλλαγές, μόνο που μετά τον πόλεμο τα σακάκια μάκρυναν, φάρδυναν στους ώμους και στένεψαν στους γοφούς.

#### ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ

Cristobal Balenciaga, Pierre Balmain, Jacques Fath, Jean Desses.

Ίσως η πιο κολακευτική δεκαετία για τη γυναίκα είναι η δεκαετία του 50. Οι γραμμές ακολουθούν το κορμί τονίζοντας τα ωραιότερα σημεία του σώματος, το στήθος, τη μέση και την περιφέρεια. Πέρα από τις haute couture δημιουργίες το καθημερινό ρούχο γίνεται όλο και πιο εύκολο και πρακτικό. Το μάκρος ξεκινάει κάτω από το γόνατο και καταλήγει στη μέση της γάμπας. Τα χρώματα είναι παστέλ, ασπρόμαυρο, πουά αλλά και εμπριμέ με λουλούδια. Παράλληλα ο Christian Dior προκαλεί ξανά την αίσθηση ανεβάζοντας το μήκος της φούστας στα λίγα εκατοστά κάτω από το γόνατο και συνδέοντας τη ραπτική με τα γράμματα του αλφάβητου. Έτσι γεννιέται η γραμμή Α (στενή πάνω, ανοιχτή κάτω), η γραμμή Η (ίσια και αυστηρή) και η γραμμή Υ (ανοιχτή στην πλάτη και στενή προς τα κάτω). Ο θάνατος του συγκλόνησε τον κόσμο της μόδας, τουλάχιστον μέχρι την ανακοίνωση του ονόματος του διαδόχου





του Yves Saint Laurent, ο οποίος λανσάρει το 1957 τη γραμμή «σάκος». Οι ώμοι είναι χαλαροί, κυριαρχεί η λαιμόκοψη bateau και συνδυάζεται με περίεργα γεωμετρικά καπέλα. Το 1958 η γραμμή πάλι αλλάζει και η σιλουέτα γίνεται τραπέζιο. Τα μανίκια είναι τρία τέταρτα και οι ώμοι φαρδαινούν. Το τακούνι σπιλέτο καθιερώνεται και ο Dupont ανακαλύπτει τη λύκρα κάνοντας επανάσταση στο γυναικείο εσώρουχο. Το φουρό φοριέται πάντα κάτω από φορέματα και τις φούστες δίνοντας όγκο. Στην Ελλάδα ο Ντίμης Κρίτσας ανοίγει το ατελιέ του δίνοντας μια νότα γαλλικής φινέτσας. Τον ακολουθούν ο Γιάννης Τσοπανέλλης ενώ κάνει την εμφάνιση του και ο Φιλήμονας.



Φορέματα σε γραμμή Α, στράπλες για βραδινές εμφανίσεις, κλος φούστες, αμάνικα πουλόβερ που συνδυάζονται με ζακετάκια στο ίδιο χρώμα. Φορέματα με κόψιμο πουκαμίσου, παλτό που τονίζουν τη μέση με ζώνες και βερμούδες.

Μεγάλες τσάντες ή μικρές κομπές, μαντήλια στο κεφάλι, πέρλες κρεμασμένες στο λαιμό και γυαλιά πεταλούδα. Απαραίτητα τα γάντια, τα οποία ταιριάζουν αυστηρά με το παπούτσι, την τσάντα και το φόρεμα ή το ταγιέρ. Ζώνες που τονίζουν τη μέση. Κομπά πέδιλα ή λεπτά μυτερά με τακούνια. Βελούδινα καπέλα με ή χωρίς βέλος.

Τονισμένα φρύδια σε γραμμή τόξου, eye liner και μάσκα. Τα χείλη βάφονται σε αποχρώσεις κόκκινου και πορτοκαλί. Η βάση για το πρόσωπο είναι σε φυσικό τόνο και το ρουζ πολύ απαλό. Μωβ μάσκα, μπλε eye liner και μπλε του πάγου ή ασημί σκιά ή μάσκα στο χρώμα χαλκού με απαλή πράσινη σκιά.



Το ξανθό στα μαλλιά των γυναικών επικρατεί. Περιποιημένα μαλλιά σε vague ή σε κότσους μπανάνα ή μικρά σινιόν στη κορυφή του κεφαλιού.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ: Hubert de Givenchy, Louis Feraud, Valentino, Ντίμης Κρίτσας, Φιλήμονας.



Τη δεκαετία του '60 η ροκ μουσική, τα ναρκωτικά και η σεξουαλική απελευθέρωση κάνει τη μόδα εκκεντρική. Το μίνι είναι γεγονός και αποτελεί σύμβολο της δεκαετίας. Παρουσιάζονται ρούχα από μέταλλο, ανοίγοντας νέους δρόμους στην κατασκευή ρούχων. Τα

μικροσκοπικά μπικίνι λατρεύονται τόσο από άντρες όσο και από τις γυναίκες. Στην Ελλάδα ο Γιάννης Βούρος, ο δημιουργός των μοναδικών τουαλετών του ελληνικού κινηματογράφου. Αρχίζει να δημιουργείται ένα θετικό κλίμα στην ελληνική μόδα.

Στη μόδα κυριαρχούν τα μίνι φορέματα και οι μίνι φούστες, ζιβάνγκο, μικρά εφαρμοστά πουλόβερ. Στενά και κάπρι παντελόνια, καυτά σόρτς, jure-culottes. Ταγιέρ τύπου Jackie Kennedy, βελούδινα σακάκια και παλτό μέχρι το γόνατο.

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



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

Τα μαλλιά είναι είτε κοντά είτε πολύ μακριά. Λανσάρεται μια νέα μορφή του bob με όγκο και συμμετρία.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ: Mary Guant, Yves Saint Laurent, Paco Robanne, Emanuel Ungaro. Karl Lagerfeld, Marc Bohan, Guy Laroche, Sonia Rykiel, Andre Courreges, Γιάννης Τσεκλένης, Γιάννης Τσοπανέλης, Γιάννης Βούρος.

Η δεκαετία του '70, είναι μια δεκαετία επηρεασμένη από τη μουσική και τα κινήματα της νεολαίας που αφήνει χώρο στη μόδα να υιοθετήσει πολλές και διαφορετικές επιλογές. Στην Ελλάδα το 1977 ο Μιχάλης Ασλάνης ανοίγει το ατελιέ του για να γνωρίσει την 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 θα βγει και εκτός ελληνικών συνόρων.





Επικρατούν τα φαρδιά φορέματα, οι τσιγγάνικες φούστες, χαμηλόμεσες, πολύ κοντές ή πολύ μακριές. Πολύ κοντά σόρτς, αλλά και παντελόνια που φαρδαινουν από το γόνατο και κάτω. Το πέτο στα πουκάμισα είναι μεγάλο, άλλοτε στρογγυλό και άλλοτε μυτερό. Τζιν και t-shirts, τοπ που δένουν στο λαιμό, ολόσωμες φόρμες και στράπλες φορέματα σε ίσια γραμμή-σωλήνα.

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

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

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

Φωτογραφίες:  
©Göteborgs Fotografiska AB. Photographie ©2001  
Halston Getty Picture Collection Limited

ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ: Ossie Clark, Biba Roy, Roy Halston, Jean-Charles de Castelbajac, Claude Montana, Kenzo, Ralph Lauren, Fiorucci, Ασλάνης, Πολατώφ, Billy Bo.

Η δεκαετία του '80 ήταν η δεκαετία της υπερβολής. Οι ώμοι φαρδαινουν, 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. Στη μόδα έρχονται τα τζιν και τα logos κυριαρχούν παντού. Η γυναίκα κυνηγάει τη καριέρα και γίνεται οικονομικά ανεξάρτητη. Στην Ελλάδα υπάρχει έκρηξη στα περιοδικά μόδας, με το ΚΛΙΚ, DIVA, αλλά και το πρώτο αντρικό περιοδικό ΜΕΝ.



Στη μόδα το '80 κυριαρχούν: φούστες τύπου lambada, μίνι φούστες, κολάν, τεράστια φαρδιά t-shirts, κοντά ζακετάκια, 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.

Ακόμα στην μόδα επικρατούν οι γκέτες, γάντια με κομμένα δάχτυλα, γάντια από δαντέλα, φιόγκοι στα μαλλιά, στέκες, πολύχρωμα γυαλιά, κονκάρδες, τεράστιες ζώνες, πλαστικά βραχιόλια, μακριά κολιέ, χρωματιστά κασόν. Αγαπημένα παπούτσια είναι τα αθλητικά.

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.



Τα μαλλιά έχουν όγκο, οι φράντζες καλύβουν 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 Ferre, Calvin Klein, Βασίλειος Κωστέτσος, Νικόλας Μαυρόπουλος, Τιμης Παρίσης.

Η δεκαετία του '90 είναι η δεκαετία της απλότητας. Η σιλουέτα ελευθερώνεται και δεν υπάρχει ένα συγκεκριμένο στυλ. Επειδή η μόδα έχει



πολλά πρόσωπα και πολλές επιλογές η μοναδικότητα και η προσωπικότητα είναι αυτά που χαρακτηρίζουν το στυλ του καθενός. Την ίδια περίοδο η Ελληνίδα, Σοφία Κοκοσαλάκη, παίρνει κριτικές για τις συλλογές της με χρώμα και άρωμα από Ελλάδα. Τα περιοδικά μόδας αυξάνονται και εμφανίζονται και οι

πρώτες εκπομπές μόδας στην τηλεόραση, που όμως δεν κράτησαν για πολύ.

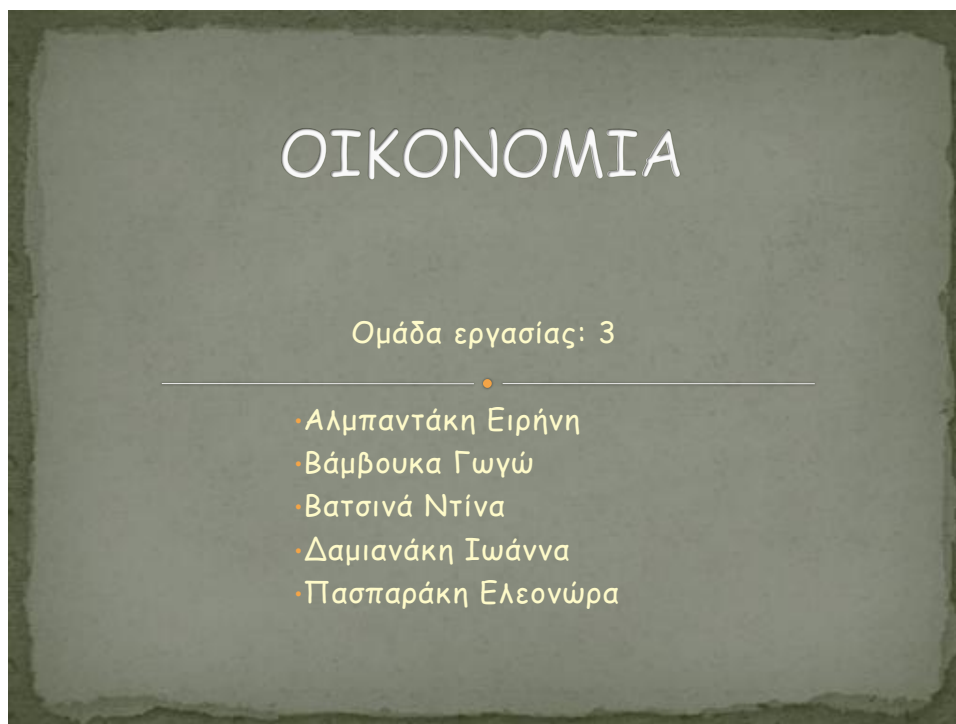
Τα gadget της νέας τεχνολογίας είναι τα νέα αξεσουάρ. Επίσης στην μόδα μπαίνουν τα αντικείμενα και τα ρούχα που φοριούνται από διάσημες γυναίκες του εξωτερικού.

Κάθε γυναίκα προσαρμόζει το make up ανάλογα με τις ανάγκες και την προσωπικότητά της. Τα καλλυντικά από οίκους μόδας είναι πλέον γεγονός.

Τα μαλλιά ήταν κοντά ή μακριά, όλα τα στυλ μαλλιών ήταν 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 Chesquiere, Jil Sander, Junya Watanabe, Alexander McQueen, Stella McCartney, Tom Ford, Marc Jacobs, Michael Kors, Sophia Kokosalaki, Yiorgos Eleftheriadis, Deux Hommes, Haris & Angelos.





## **Fair Trade (Δίκαιο εμπόριο)**

Το Fair Trade είναι ένα κίνημα που προωθεί μια εναλλακτική διαδικασία εμπορίου. Δεν στοχεύει στο μέγιστο κέρδος αλλά στη μείωση της φτώχειας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και συνεταιρισμοί του αναπτυσσόμενου κόσμου προμηθεύονται προϊόντα από μικρούς παραγωγούς των αναπτυσσόμενων χωρών που σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον. Τα προϊόντα αυτά διανέμονται σε μη κερδοσκοπικά καταστήματα, τα λεγόμενα "worldshops" σε ολόκληρο τον κόσμο.



Σήμερα περισσότεροι από 1 εκατομμύριο μικροί παραγωγοί σε περισσότερες από 50 αναπτυσσόμενες χώρες συμμετέχουν στην Παγκόσμια Οργάνωση για το Δίκαιο Εμπόριο.

## **Η ιστορία του**

Οι ρίζες του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου μπορούν να αναζητηθούν σε εγχειρήματα που ξεκίνησαν από εκκλησίες στα τέλη του 1940. Στόχος τους ήταν να προσφέρουν ανακούφιση σε πρόσφυγες και σε άλλες κοινότητες ανθρώπων χτυπημένες από τη φτώχεια, πουλώντας τις χειροτεχνίες τους στις Βόρειες αγορές. Το πρώτο επίσημο κατάστημα "δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου" άνοιξε το 1958 στις Ηνωμένες Πολιτείες. Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του '60 και του '70, σε πολλές χώρες της Ασίας, της Αφρικής και της Λατινικής Αμερικής, αναγνωρίστηκε η ανάγκη για οργανώσεις δίκαιου

μάρκετινγκ, οι οποίες θα παρείχαν υποστήριξη σε μη προνομιούχους παραγωγούς.

### **Το “Δίκαιο Εμπόριο” στην Ελλάδα.**



Η Fair Trade Hellas είναι μία Ελληνική Μη Κυβερνητική Οργάνωση που ιδρύθηκε το 2004 και προωθεί τη φιλοσοφία του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου, που στοχεύει στην καταπολέμηση της φτώχειας σε παγκόσμιο επίπεδο. Το 2006 άνοιξε στην Αθήνα το πρώτο μη κερδοσκοπικό κατάστημα με προϊόντα από ολόκληρο τον κόσμο που βρίσκεται μαζί με τα γραφεία της οργάνωσης στο κέντρο της Αθήνας, πολύ κοντά στην Ακρόπολη. Εκεί μπορεί να βρει κανείς καφέ από τους ζαπατιστικούς συνεταιρισμούς της Τσιάπας του Μεξικό ή κακάο από την κοοπερατίβα El Ceibo της Βολιβίας. Τσάι από το κίνημα των Adivasi της Ινδίας, αλλά και ζάχαρη από

συνεταιρισμούς στο Εκουαδόρ.

### **Για ποιο λόγο να επιλέξει κανείς αυτά τα προϊόντα έναντι των συμβατικών;**

Η διαφορά ενός προϊόντος fair trade από ένα του συμβατικού εμπορίου είναι ότι το προϊόν fair trade έχει πιστοποιηθεί ότι σέβεται τους κανόνες και τα κριτήρια του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου. Ένα προϊόν fair trade δεν είναι πιο ακριβό από ένα προϊόν που δεν είναι fair trade. Αυτό που αλλάζει, είναι το πού καταλήγουν τα χρήματά μας. Κάθε φορά που αγοράζουμε ένα προϊόν fair trade επιλέγουμε τα χρήματά μας να πάνε στους παραγωγούς, στις κοινότητές τους και όχι σε μεσάζοντες που στοχεύουν αποκλειστικά στο κέρδος.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι τη στιγμή της παραγγελίας των προϊόντων, οι παραγωγοί πληρώνονται το 50% (για να μπορούν να αγοράσουν τα απαραίτητα υλικά για την παραγωγή χωρίς να χρεώνονται) και το υπόλοιπο 50% κατά την παράδοση. Αυτό είναι ένα τρομερά σημαντικό οικονομικό κίνητρο για την βιωσιμότητα των μικρών παραγωγών.

### **Παιδική εργασία**

Στη βιομηχανική επανάσταση, παρατηρήθηκε μια τεράστια εκμετάλλευση της παιδικής εργασίας στους χώρους της βιομηχανικής παραγωγής, η οποία είχε πολύ σοβαρές συνέπειες για τη σωματική και την ψυχική υγεία των παιδιών. Στις σημερινές κοινωνίες, κυρίως στις





μεγαλουπόλεις, παρατηρείται μια άλλης μορφής εκμετάλλευση παιδικής εργασίας, όχι πια τόσο στους χώρους της βιομηχανικής παραγωγής αλλά στα σταυροδρόμια στους δρόμους, στα κέντρα διασκέδασης κ.α Ένα πλήθος παιδιών «εργάζεται» νυχθημερόν προσπαθώντας να προσφέρει κάποια υπηρεσία χωρίς «αμοιβή». Τα στοιχεία είναι συγκλονιστικά και

δείχνουν ένα δραματικό Παγκόσμιο πρόβλημα. 186 εκατ. παιδιά σε όλο τον κόσμο είναι θύματα παιδικής εργασίας, μεταχείρισης και οικονομικής εκμετάλλευσης;. Αυτό σημαίνει ότι 1 στα 6 παιδιά παγκοσμίως αποσπάται από την οικογένεια του, στερείται την προστασία και των πιο στοιχειωδών φροντίδων που του είναι αναγκαίες, αποκλείεται από την εκπαίδευση και ρίχνεται στο «σκλαβοπάζαρο» της σκληρής παιδικής εργασίας. Αυτό σημαίνει επίσης ότι 1 στα 8 παιδιά είναι θύμα των χειρότερων μορφών εκμετάλλευσης και κακοποίησης.



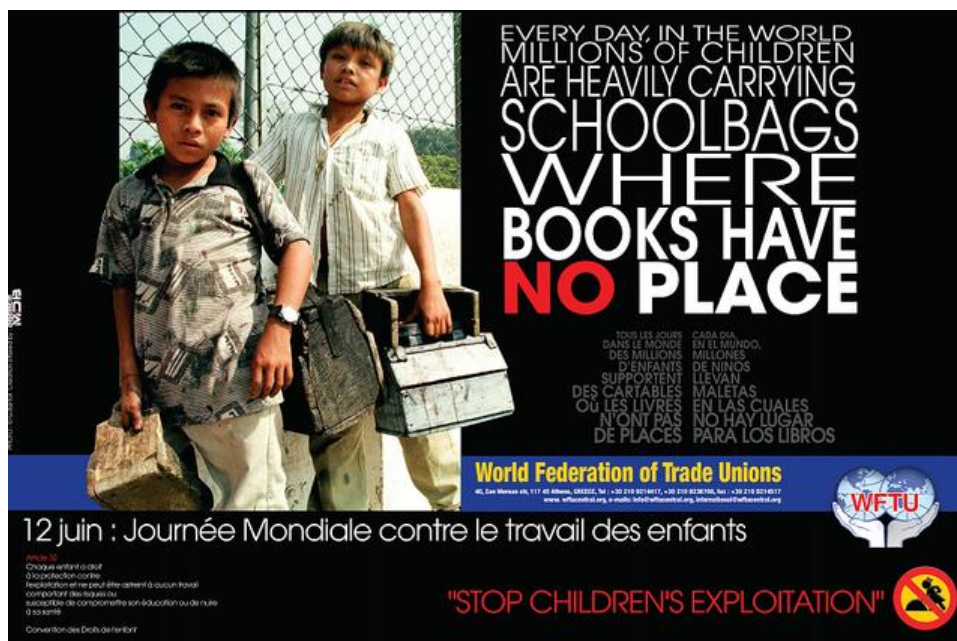
Αυτό λοιπόν πρέπει να μας βάλει όλους σε σκέψη και να κατανοήσουμε τη σοβαρότητα του προβλήματος και να βρούμε άμεσες και αποτελεσματικές λύσεις.





## Παγκόσμια Ημέρα κατά της Παιδικής Εργασίας

Η Παγκόσμια Ημέρα κατά της Παιδικής Εργασίας καθιερώθηκε από τη Διεθνή Οργάνωση Εργασίας με στόχο την καταπολέμηση της παιδικής εργασίας και πιο συγκεκριμένα τον περιορισμό της παράνομης διακίνησης παιδιών. Υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο, περίπου 1,2 εκατομμύρια παιδιά πέφτουν θύματα εκμετάλλευσης ενός καλά οργανωμένου δικτύου, που έχει στήσει μια γέφυρα μεταφοράς παιδιών από τις αναπτυσσόμενες στις βιομηχανικά αναπτυγμένες χώρες.



Η 12η Ιουνίου είναι, επίσης, αφιερωμένη στα παιδιά της αφρικανικής ηπείρου, που στην πλειοψηφία τους εργάζονται από πολύ τρυφερές ηλικίες και κάτω από αντίξοες συνθήκες.

Το 1999 οι περισσότερες χώρες - μέλη της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας υπέγραψαν μια συμφωνία που υποχρέωνε όλες τις πλευρές να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα, προκειμένου να περιορισθεί το φαινόμενο της παιδικής εργασίας. Έως σήμερα, όμως, τα αποτελέσματα αυτής της συμφωνίας δεν έχουν γίνει ορατά.

Σύμφωνα με τη Διεθνή Οργάνωση Εργασίας, ένα στα έξι παιδιά του πλανήτη εργάζεται σε κάποιο περιβάλλον που βλάπτει την ψυχική και σωματική του υγεία. 73 εκατομμύρια από τα εργαζόμενα παιδιά είναι ηλικίας κάτω των δέκα ετών και κάθε χρόνο τουλάχιστον 22 χιλιάδες από αυτά σκοτώνονται σε εργατικά ατυχήματα.

Περίπου 171 εκατομμύρια παιδιά στον πλανήτη εργάζονται σε ορυχεία, λατομεία και άλλους επικίνδυνους χώρους δουλειάς ή με επικίνδυνα υλικά, όπως χημικά, εντομοκτόνα ή βαρύ μηχανικό εξοπλισμό, αναφέρει έκθεση της UNICEF. Περιλαμβάνονται στα κατ' εκτίμηση 246 εκατομμύρια εργαζόμενα παιδιά, κάτω των 18 ετών, τα οποία κανονικά θα έπρεπε να μορφώνονται στις σχολικές αίθουσες, αποκτώντας εφόδια για μια καλύτερη ζωή.

Η «UNICEF» ξεκίνησε κοινή προσπάθεια με το Διεθνή Οργανισμό Εργασίας σε φτωχές χώρες του πλανήτη, με στόχο τον τερματισμό της εργασίας παιδιών σε ορυχεία και λατομεία και την εγγραφή τους σε σχολεία.

Στην Ελλάδα, περί τα 50.000 ανήλικα παιδιά δουλεύουν σε μαγαζιά, βιοτεχνίες, εργοστάσια, αγροτικές εργασίες, ενώ κάθε χρόνο 10.000 παιδιά εγκαταλείπουν την υποχρεωτική εκπαίδευση και χάνουν το δικαίωμά τους σ' ένα μέλλον ίσων ευκαιριών.

### Παρεμπόριο

"Το παρεμπόριο ανθεί στις μέρες μας. Έχει εξελιχθεί σε μάστιγα που εξουθενώνει οικονομικά όλο και περισσότερο το νόμιμο εμπόριο, γεμίζοντας την αγορά με αμφίβολης ποιότητας και προέλευσης προϊόντα.



Τα παράνομα κυκλώματα «πετυχαίνουν» λαθραίες πωλήσεις 5

δισεκατομμυρίων ευρώ, στερώντας 2 δισ. ευρώ φόρους από το κράτος, ενώ 12 επαγγελματικοί κλάδοι οδεύουν προς εξαφάνιση, όπως καταγγέλλουν εκπρόσωποι του εμπορικού κόσμου, οι οποίοι εκπέμπουν «SOS» και πλέον δεν διστάζουν να πουν ότι

η πολιτεία εθελουφλεί στο πρόβλημα και δεν θέλει να το αντιμετωπίσει.

Η... μαύρη διακίνηση ρούχων, παπουτσιών, CDs, δερμάτινων και άλλων βιομηχανικών προϊόντων γίνεται από περίπου 50.000 οικονομικούς μετανάστες-θύματα κι αυτοί μεγάλων λαθρεμπόρων, οι οποίοι μένουν πάντα στο απυρόβλητο. Πρόκειται για τα λεγόμενα προϊόντα-«μαϊμού» που πωλούνται στο 1/10 της τιμής ενός επώνυμου!!!

Το παρεμπόριο απειλεί την οικονομία και αντιπροσωπεύει το 30 με 40% του συνολικού εμπορίου. Αυτό που βλέπει καθημερινά ο πολίτης, δηλαδή τις εικόνες των οικονομικών μεταναστών να πωλούν τα εμπορεύματα πάνω σε αυτοσχέδιους πάγκους στις κεντρικές εμπορικές πιάτσες είναι η... «παρωνυχίδα» του προβλήματος, αφού οι πύλες εισόδου των εμπορευμάτων αυτών μένουν πάντα ανοιχτές.



## **ΣΤΟΙΧΕΙΑ-ΣΟΚ!**

Ένα παράνομο κάθε 2 νόμιμα προϊόντα

Ένα προς δύο είναι η αναλογία του παράνομου - νόμιμου προϊόντος στη χώρα μας, ενώ το 2006 παγκοσμίως το παραεμπόριο πλαστών κινεζικών ειδών ανήλθε στα 400 δισ. δολ. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάστηκαν σε ημερίδα που διοργάνωσε το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο της Αθήνας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι «τα τελευταία χρόνια η αναλογία του παράνομου προϊόντος έναντι του νόμιμου είναι ένα προς δύο και η τελική τιμή του παράνομου αγαθού διαμορφώνεται σε πολλές περιπτώσεις στο 1/10 της τιμής του νόμιμου. Στο κύκλωμα παράνομης διακίνησης προϊόντων συμμετέχουν 30.000 μικροπωλητές στο λεκανοπέδιο και άλλοι 20.000 στην υπόλοιπη Ελλάδα που στην πλειονότητά τους είναι, ως γνωστόν, οικονομικοί μετανάστες.

Το ελληνικό οργανωμένο εμπόριο και η ελληνική παραγωγική αλυσίδα αντιμετωπίζουν μια συνεχή απειλή και βιώνουν ένα περιβάλλον αθέμιτα ανταγωνιστικό, που τα μερίδια πλούτου και εργασίας συνεχώς ανακατανέμονται και επιβάλλεται ένας γενικότερος συναγερμός. Επιβάλλεται άμεσα η αναδόμηση τόσο του εμπορίου όσο και της ελληνικής βιοτεχνίας.

Το παραεμπόριο τυπικά απαγορεύεται. Ουσιαστικά, όμως, οι παράνομοι εδώ και χρόνια δρουν σχεδόν ανενόχλητοι, χωρίς να πληρώνουν φόρους, κερδοσκοπώντας σε βάρος των καταναλωτών, του υγιούς εμπορίου, της τοπικής κοινωνίας, της ελληνικής οικονομίας και της απασχόλησης.

# ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Ομάδα εργασίας: 1

- Κριτσωτάκη Μαρία
- Μαραθιανού Χριστίνα
- Μακρυγιαννάκη Πέγκυ
- Μουάτσου Χρύσα
- Νιώτη Ελένη

Στις μέρες μας η μόδα αποτελεί ένα εξαιρετικά σημαντικό κομμάτι της ζωής μας. Νεαρά άτομα κυρίως κορίτσια επηρεάζονται σε ένα μεγάλο βαθμό από τις διαφημίσεις με καταστροφικές συνήθως συνέπειες. Προσπαθούν να ταυτιστούν με τα πρότυπα της μόδας στα οποία ανήκουν τα μοντέλα και οι celebrities. Ως αποτέλεσμα, ο αριθμός των ατόμων που πάσχουν από νευρική ανορεξία αυξάνεται. Επίσης όλο και περισσότεροι καταφεύγουν στις πλαστικές επεμβάσεις. Τέλος ο καταναλωτισμός έχει διεισδύσει στην καθημερινότητα όλων μας. Αυτά λοιπόν είναι τα θέματα που θα θίξουμε παρακάτω.



## ΝΕΥΡΙΚΗ ΑΝΟΡΕΞΙΑ

Η νευρική ανορεξία (Anorexia nervosa) πιο γνωστή ως ανορεξία είναι μια διατροφική διαταραχή που χαρακτηρίζεται κυρίως από άρνηση για διατήρηση ενός υγιούς φυσιολογικού βάρους και έναν μανιώδη φόβο για την απόκτηση βάρους σε συνδυασμό με μια διαστρεβλωμένη εικόνα για τον εαυτό τους που μπορεί να διατηρηθεί από διάφορες προκαταλήψεις σχετικά με το σώμα του ή της, το φαγητό και την διατροφή τους. Τα άτομα με νευρική ανορεξία συνεχίζουν να νιώθουν πείνα αλλά επιτρέπουν στους εαυτούς τους μόνο πολύ μικρές ποσότητες φαγητού. Η μέση ημερήσια πρόσληψη θερμίδων για άτομα



με ανορεξία είναι 600-800 θερμίδες αλλά υπάρχουν και ακραίες περιπτώσεις ολικούς αθρεψίας. Ο λόγος που η ασθένεια αυτή ονομάστηκε νευρική ανορεξία είναι επειδή προέρχεται από νευρικής φύσεως προβλήματα ,δηλαδή βρίσκονται όλα στο μυαλό του ασθενούς. Είναι μια σοβαρή ψυχική αρρώστια με υψηλό ποσοστό παρενεργειών και το υψηλότερο ποσοστό θνησιμότητας από όλες τις ψυχικές ασθένειες. Η νευρική ανορεξία εκδηλώνεται συνήθως στην εφηβεία και είναι πιο συχνή στις έφηβους. Παρόλο που μπορεί να επηρεάσει ανθρώπους κάθε ηλικίας, φυλής και κοινωνικοοικονομικής κατάστασης η νευρική ανορεξία επηρεάζει τις γυναίκες 10 φορές περισσότερο από τους άντρες. Η διαταραχή παρουσιάζεται συχνότερα σε άτομα που έχουν δοκιμάσει αρκετές δίαιτες αδυνατίσματος και σε γυναίκες με επαγγέλματα όπου η εξωτερική εμφάνιση παίζει κυρίαρχο ρόλο και οι απαιτήσεις για χαμηλό σωματικό βάρος είναι μεγάλες ,όπως οι χορεύτριες ή τα μοντέλα.



## ΙΣΤΟΡΙΑ

Η νευρική ανορεξία είναι μια καινούρια σχετικά ασθένεια, μια ασθένεια σύγχρονου τρόπου ζωής, η οποία εξαπλώνεται σε ολόκληρο τον κόσμο χρόνο με το χρόνο, μέρα με τη μέρα. Στο παρελθόν, πρώτη φορά, αναφέρθηκε και περιγράφηκε μια ασθένεια που κανείς δεν την είχε δει ή την είχε ακούσει ξανά. Μια ασθένεια που οι επιστήμονες, αποτελούμενοι κυρίως από γιατρούς και ψυχολόγους, της εποχής εκείνης ονόμασαν "νευρική φθίση". Η ονομασία αυτή δόθηκε στην ασθένεια περίπου το 1689.

Λίγα χρόνια αργότερα, ένας Γάλλος επιστήμονας μετονόμασε τη "νευρική φθίση" σε "υστερική ανορεξία". Το 1873 ο William Gull, ένας από τους προσωπικούς γιατρούς της βασίλισσας Βικτωρίας, στη Μεγάλη Βρετανία, μετονόμασε ξανά την περιβόητη ασθένεια, όπως είναι γνωστή σε εμάς και σε όλο τον κόσμο, με το όνομα "νευρική ανορεξία", αλλά και "anorexia nervosa", όπως είναι στην αγγλική γλώσσα.



## ΣΗΜΑΔΙΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΤΩΜΑΤΑ

Ένα άτομο με ανορεξία μπορεί να εμφανίσει κάποια συμπτώματα μερικά από τα οποία υπάρχουν παρακάτω. Οι μορφές τους καθώς και η σοβαρότητά τους διαφέρουν σε κάθε περίπτωση και μερικές φορές μπορεί να υπάρχουν αλλά να μην είναι ορατά. Η νευρική ανορεξία και ο υποσιτισμός που τη χαρακτηρίζει και που είναι αποτέλεσμα της λιμοκτονίας που επιβάλλουν στους εαυτούς τους μπορεί να προκαλέσει σοβαρές επιπλοκές σε πολλά σημαντικά όργανα του σώματος. Ενδεικτικά αναφέρονται:

Προφανής, γρήγορη και δραματική απώλεια βάρους.

Εμμηνορροϊκή με τις θερμίδες και την ποσότητα των λιπαρών στα τρόφιμα.

Απασχόληση με την τροφή, τις συνταγές και την μαγειρική. Μπορεί να μαγειρεύουν πολύπλοκα φαγητά για άλλους αλλά να μην τα καταναλώνουν οι ίδιοι/ίδιες.

Κάνουν δίαιτες παρόλο που είναι αδύνατοι/αδύνατες ή επικίνδυνα λιποβαρείς.

Φόβος μήπως πάρουν κιλά ή γίνουν υπέρβαροι.

Τελετουργικά: κόβουν το φαγητό σε μικρά κομμάτια, αρνούνται να φάνε μπροστά σε άλλους, κρύβουν ή πετάνε φαγητό.

Κάνουν συχνή και επίπονη άσκηση.

Θεωρούν τους εαυτούς τους υπέρβαρους ακόμη και αν οι άλλοι τους λένε ότι είναι υπερβολικά αδύνατοι.

Δεν αντέχουν το κρύο και δηλώνουν συχνά πόσο κρυώνουν εξαιτίας της έλλειψης μονωτικού λίπους ή

κακής κυκλοφορίας του αίματος λόγω πολύ χαμηλής πίεσης. Εμφανίζουν επίσης πολύ χαμηλή θερμοκρασία σώματος (υποθερμία) καθώς το σώμα προσπαθεί να εξοικονομήσει ενέργεια.

Κατάθλιψη: μπορεί να βρίσκονται συχνά σε μια λυπημένη και ληθαργική κατάσταση.



**Απομόνωση:** αποφεύγουν τους φίλους και την οικογένεια τους, αποτραβιούνται κοινωνικά και γίνονται μυστικοπαθείς.

Φορούν φαρδιά ρούχα για να κρύψουν την απώλεια βάρους τους αν τους κάνουν σχόλια για την υγεία τους και θέλουν να τα αποφύγουν ενώ κάποιοι άλλοι/άλλες φορούν φαρδιά ρούχα για να κρύψουν το σώμα τους καθώς το θεωρούν μη γοητευτικό και υπέρβαρο.

Τριχόπτωση

Ατροφία νυχιών

Αϋπνίες

Ατροφία των δοντιών

Υπόταση

Ζαλάδες και λιποθυμίες

Κόπωση και μυϊκή ατονία

Διακοπές στον εμμηνορρυσιακό κύκλο

## **ΑΙΤΙΕΣ**

Τη νευρική ανορεξία μπορεί να τη συναντήσει κανείς σε κορίτσια κυρίως, αλλά και σπάνια σε αγόρια που βρίσκονται στην εφηβεία, όπως και στην τρίτη δεκαετία της ζωής τους, δηλαδή 20 - 25 χρονών, επηρεασμένα από ανορεξικά, αποστεωμένα μοντέλα, στα οποία προσπαθούν κάθε μέρα να τους μοιάσουν



με κάθε δυνατό τρόπο. Υπάρχει πιθανότητα να πέσουν θύματα της νευρικής ανορεξίας και άτομα που έχουν ή είχαν συγγενείς ανορεξικούς ή ακόμα και αν οι γονείς τους και τα αδέρφια τους έπασχαν από αυτή την ασθένεια, δηλαδή αυτή η ασθένεια μεταδίδεται με την κληρονομικότητα και την επιρροή του συγγενικού περιβάλλοντος. Επίσης κάποιος μπορεί να γίνει

ανορεξικός εάν έχει συναισθηματικές διαταραχές. Δηλαδή οι άνθρωποι με κατάθλιψη, με αγχώδεις διαταραχές, με αμφιθυμία και με ιδεοψυχαναγκαστική διαταραχή, έχουν περισσότερες πιθανότητες να εμφανίσουν διαταραχή της όρεξης. Όσοι ασχολούνται με αθλητισμό και δουλεύουν με πολύ μεγάλη

ανταγωνιστικότητα έχουν αρκετές πιθανότητες για να εμφανίσουν την αρρώστια της νευρικής ανορεξίας..

## **ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ**

Ευτυχώς για τους ασθενείς, αλλά και για τους συγγενείς τους, υπάρχει τρόπος αντιμετώπισης και θεραπείας αυτής της σοβαρής αρρώστιας, που τελευταία πλήττει όλο και περισσότερους ανθρώπους. Η θεραπεία της νευρικής ανορεξίας προσπαθεί να στοχεύει:

1) Να αποκαταστήσει το φυσιολογικό βάρος του ατόμου.

2) Να αντιμετωπίσει τις ψυχολογικές διαταραχές που σχετίζονται με την ασθένεια.

3) Να μειώσει ή να εξαφανίσει συμπεριφορές ή σκέψεις που αρχικά οδήγησαν στην διαταραγμένη διατροφή του ατόμου..

Όμως, για να ολοκληρωθεί η θεραπεία, δε φτάνει μόνο η ψυχοθεραπεία, ή να παραδεχτεί ο ασθενής ότι πάσχει πραγματικά από νευρική ανορεξία, δηλαδή ότι είναι ανορεξικός. Υπάρχουν άλλα δύο στάδια, για να ολοκληρωθεί η θεραπεία. Το πρώτο στάδιο είναι εκείνο της επανένταξης του ατόμου στη ζωή που είχε και πριν από τη νοσηλεία του. Το δεύτερο στάδιο είναι να σταθεροποιηθεί η κατάσταση του ασθενούς. Αυτός ο άνθρωπος χρειάζεται να έχει μεγάλη στήριξη και καθοδήγηση. Με αυτόν τον τρόπο το άτομο μπορεί να επενδύσει σε παλιές ή καινούριες δραστηριότητες. Επίσης, έτσι, μπορεί να επενδύσει και σε καινούρια πρόσωπα και κυρίως σε καινούργιους φίλους. Μέσα από την ψυχοθεραπεία, λοιπόν, βρίσκει ή ανακτά τις εσωτερικές δυνάμεις του που θα τον προστατέψουν από το να παλινδρομήσει προς παθολογικές καταστάσεις.

## **ΜΟΝΤΕΛΑ-ΠΡΟΤΥΠΑ**

Με σκοπό τη διασφάλιση της υγείας των Μοντέλων στην Εβδομάδα Μόδας της Νέας Υόρκης, το CFDA και συγκεκριμένα η πρόεδρος του Συμβουλίου, Diane Von Furstenberg, έστειλε με e-mail τις κατευθυντήριες οδηγίες του προγράμματος που αφορά όσους εμπλέκονται στη μόδα, έχοντας σαν στόχο να προωθήσει τα υγιή πρότυπα στα catwalks. Οι οδηγίες έχουν ως εξής:

-Εκπαιδεύστε τη βιομηχανία ν'αναγνωρίζει τα πρώτα προειδοποιητικά σημάδια που δείχνουν ότι κάποιο άτομο κινδυνεύει ν'αναπτύξει διατροφικές διαταραχές.

-Ενθαρρύνετε τα μοντέλα που μπορεί ν'αντιμετωπίζουν διατροφικές διαταραχές ν'αναζητήσουν τη βοήθεια ειδικού προκειμένου να συνεχίσουν το

μόντελινγκ. Επιπλέον, τα μοντέλα που ήδη βρίσκονται υπό παρακολούθηση για τις διατροφικές διαταραχές που αντιμετωπίζουν θα πρέπει να μην συνεχίζουν το μόντελινγκ, χωρίς την έγκριση κάποιου επαγγελματία.

-Αναπτύξτε εργαστήρια (συμπεριλαμβάνοντας τα μοντέλα και τις οικογένειές τους) σχετικά με τις διατροφικές διαταραχές, πώς εμφανίζονται, πώς τις αναγνωρίζουμε και τις θεραπεύουμε, και τις επιπλοκές που μπορεί να εμφανιστούν εάν δεν τις θεραπεύσουμε.

-Βοηθήστε στην υγεία των νεότερων ατόμων. Μην προσλαμβάνετε μοντέλα κάτω των 16 για runway shows και μην επιτρέπετε στα μοντέλα κάτω των 18 να εργάζονται μετά τα μεσάνυχτα για πρόβες ή φωτογραφήσεις. Φροντίστε να τους παρέχετε τακτικά διαλείμματα και ξεκούραση.

-Εφοδιάστε τα μοντέλα στο παρασκήνιο των επιδείξεων και στις φωτογραφήσεις με υγιεινά γεύματα, σνακ και νερό και φροντίστε να τις εκπαιδεύσετε στους τομείς της διατροφής και της υγείας.

-Πρωθήστε ένα υγιεινό backstage περιβάλλον. Ενημερώστε τα κορίτσια για τον αντίκτυπο που έχει το κάπνισμα, και για τις ασθένειες που σχετίζονται με τον καπνό, εξασφαλίζοντας ένα smoke-free περιβάλλον, και στραφείτε στις ανήλικες που πίνουν, απαγορεύοντας το αλκοόλ.

## **ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΜΒΑΣΕΙΣ**

Η επίσκεψη στο ιατρείο του πλαστικού χειρουργού θυμίζει -το γνωρίζει όποιος έχει βιώσει την εμπειρία- το πρώτο ραντεβού με το «μεγάλο έρωτα»: Σφιγμένο στομάχι, παγωμένα χέρια, δαγκώματα στα χείλια. Όλα μοιάζουν πολύ εύκολα όταν, κοιτώντας τις φωτογραφίες του X τοπ-μόντελ, αποφασίζουμε και εμείς να αποκτήσουμε τη μύτη, τα χείλια, το στήθος της κ.ο.κ. Λίγο πριν τη «συνάντηση κορυφής», όμως, όλα αυτά αλλάζουν και ένα ερώτημα μας τυραννάει το μυαλό: Γιατί θέλουμε να κάνουμε πλαστική; Για να δείχνουμε ομορφότεροι; Για να εντυπωσιάσουμε τους φίλους μας; Για να μας αγαπήσει ακόμα περισσότερο ο/η σύντροφός μας; Αν απάντηση κρύβεται κάπου εκεί, τότε καλύτερα να κάνουμε μεταβολή και να επιστρέψουμε σπίτι. Αν, όμως, θέλουμε να το κάνουμε για να νιώθουμε εμείς καλύτερα, για να μην υποφέρουμε καθημερινά κοιτώντας τον καθρέφτη μας και να μην φτάσουμε σε σημείο να μισούμε τον εαυτό μας, ένα πρώτο ραντεβού με τον πλαστικό

χειρουργό είναι η σωστή λύση. Στην πραγματικότητα, υπάρχει μία πολύ λεπτή διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στις δύο αυτές εκδοχές, και οι περισσότεροι από εμάς βαυκαλιζόμαστε με τη σκέψη «θέλω να το κάνω για να νιώθω πιο όμορφος/-η μέσα από τα μάτια των άλλων».

Μία πρώτη συνάντηση με τον πλαστικό χειρουργό θα ξεκαθαρίσει πολύ το τοπίο. Ένας έμπειρος και αξιόπιστος γιατρός θα προσπαθήσει να καταλάβει γιατί πραγματικά θέλουμε να αλλάξουμε την εμφάνισή μας και με ποιο τρόπο. Κατά πάσα πιθανότητα θα μας εξηγήσει ότι η δομή του προσώπου και του σώματος του κάθε ενός από εμάς επιδέχεται περιορισμένων επεμβάσεων και είναι πολύ δύσκολο, αν όχι αδύνατον, να γίνουμε πανομοιότυποι με το πρότυπο ομορφιάς που έχουμε στο μυαλό και στη φωτογραφία του περιοδικού μας, πολύ απλά γιατί διαφέρουμε γονιδιακά. Το πιθανότερο, μάλιστα, είναι -αφού μας εφοδιάσει με τις απαραίτητες πληροφορίες- να μας δώσει ο γιατρός μία δεύτερη ευκαιρία να σκεφτούμε καλύτερα αυτό που θέλουμε να κάνουμε.

Η επιστροφή στο σπίτι μετά από την πρώτη αυτή συνάντηση είναι κατά κανόνα απογοητευτική. Τα πράγματα δεν είναι όσο εύκολα και απλά τα φανταζόμασταν. Όσο κι αν έχει προχωρήσει η τεχνολογία και η επιστήμη της πλαστικής χειρουργικής και κοσμετολογίας (και έχει προχωρήσει περισσότερο ίσως από κάθε άλλη ιατρική επιστήμη) οι παράγοντες πόνος, πληγή, σημάδι, ακόμα και «λάθος», καθώς και το καθόλου ευκαταφρόνητο οικονομικό κόστος, δεν παύουν να υπάρχουν και να μας προβληματίζουν.

Το καλύτερο που έχουμε να κάνουμε με όση ειλικρίνεια μας διακρίνει, πριν πάρουμε την τελική μας απόφαση, είναι μία λίστα με τα ΥΠΕΡ και τα ΚΑΤΑ της επέμβασης, στην οποία σκοπεύουμε να προχωρήσουμε. Στη στήλη των ΥΠΕΡ θα πρέπει να συμπεριλάβουμε: Το πόσο ομορφότεροι ή νεώτεροι ή λεπτότεροι θα νιώσουμε μετά το πέρας της αποθεραπείας, πόσο θα βελτιωθεί η αυτοπεποίθησή μας, πόσο καλύτερα θα δείχνουν πάνω μας τα ρούχα μας. Στη λίστα των ΚΑΤΑ, από την άλλη, θα πρέπει να αναλογιστούμε: Το κόστος της επέμβασης, το χρόνο που θα πάρει να επουλωθούν οι πληγές και να επιστρέψουμε στην «κανονική» μας ζωή, τις ψυχολογικές επιπτώσεις της αλλαγής, το ενδεχόμενο το αποτέλεσμα να μην είναι αυτό ακριβώς που επιθυμούμε.

Είναι εύλογο πως αν τα ΚΑΤΑ είναι περισσότερα των ΥΠΕΡ θα απορρίψουμε την ιδέα της επέμβασης. Αν, όμως, συμβαίνει το αντίθετο... προετοιμαστείτε για τη σημαντικότερη αλλαγή της ζωής σας. Μία αλλαγή που σκοπό έχει να μεταμορφώσει -όπως λέει και η ίδια η λέξη- την εμφάνιση και όχι το χαρακτήρα σας. Που δε θα λύσει τα προβλήματά σας, ούτε θα σας βοηθήσει να πάρετε προαγωγή στη δουλειά. Και που ενδεχομένως να απαιτεί



περισσότερο ψάξιμο, ίσως και συζήτηση με κάποιους ψυχολόγους ή συμβούλους.

Τα είδη των πλαστικών εγχειρήσεων και το –κατά προσέγγιση- κόστος τους βέβαια είναι πολύ σχετικά και το μέτρο της «δυσκολίας» στην απόφαση που έχουμε να πάρουμε, είναι ανάλογο με το είδος της εγχείρησης που σκεφτόμαστε να κάνουμε. Οι πλαστικές εγχειρήσεις μπορούν να αφορούν οποιοδήποτε μέρος του σώματος και ανάλογα με το μέρος και την έκτασή τους, κατηγοριοποιούνται σε βαθμό «δυσκολίας» αλλά και σε ύψος κόστους.

Μετά από την επίσκεψη μας σε έναν πλαστικό χειρουργό ενημερωθήκαμε σχετικά με τις πλαστικές επεμβάσεις που τα τελευταία χρόνια έχουν μεγάλη ζήτηση. Οι πλαστικές επεμβάσεις πρέπει να γίνονται μετά την ηλικία των 18 ετών. Πριν από αυτή την ηλικία γίνονται μόνο για ιατρικούς λόγους όπως για παράδειγμα το διάφραγμα ή τα εγκαύματα. Επίσης αν ο ασθενής υποφέρει από διαπιστωμένη ψυχική διαταραχή λόγω της εμφάνισής του μπορεί να υποβληθεί σε πλαστική επέμβαση ακόμα και πριν από αυτή την ηλικία.

Σύμφωνα με τον χειρουργό οι πιο συνηθισμένες επεμβάσεις που γίνεται στην ηλικία των 18 έως 30 είναι η αυξητική στήθους και η ρινοπλαστική. Μετά τα 40 οι συνηθισμένες πλαστικές είναι η ανόρθωση στήθους και η κοιλιοπλαστική. Όπως είναι γνωστό σε όλους μας η πλειοψηφία των ατόμων που υποβάλλονται σε πλαστικές επεμβάσεις είναι γυναίκες οι οποίες είναι συνήθως μεσαίας τάξης και πάνω. Τα τελευταία χρόνια κάνουν επεμβάσεις και οικονομικοί μετανάστες. Οι πιο συνηθισμένες επεμβάσεις είναι η βλεφαροπλαστική, η λιποαναρρόφηση, και οι επεμβάσεις σε κοιλιά, στήθος και μύτη. Οι λόγοι που οδηγούν κάποιον στην απόφαση να καταφύγει σε πλαστικό χειρουργό είναι αισθητικοί, ιατρικοί ή συνήθως ψυχολογικοί. Στην τελευταία περίπτωση οι γιατροί δεν συμφωνούν με μια τέτοια εγχείρηση και αποτρέπουν τους ασθενείς από αυτήν. Κάποιοι αλλάζουν γνώμη όταν μιλήσουν με έναν ειδικό διότι συνειδητοποιούν ότι δεν την χρειάζονται. Τις περισσότερες φορές έρχονται αποφασισμένοι στο γιατρό αφού έχουν κάνει έρευνα αγοράς και μερικές φορές τους έχουν συστήσει φίλοι.

Τώρα πια οι αισθητικές επεμβάσεις είναι επεμβάσεις ρουτίνας έτσι έχουν υψηλό ποσοστό επιτυχίας το μεγαλύτερο μέρος των ασθενών είναι ευχαριστημένο με το αποτέλεσμα έτσι ώστε να έχουν περισσότερη αυτοπεποίθηση. Όμως πάντα υπάρχουν και κάποιοι που δεν μένουν ικανοποιημένοι. Οι ασθενείς επαναλαμβάνουν την ίδια επέμβαση σε μικρό ποσοστό. Βέβαια αυτό εξαρτάται και από το είδος της επέμβασης. Για παράδειγμα αν γίνει σε νεαρή ηλικία η επέμβαση τότε χρειάζεται να επαναληφθεί κάπου στην ηλικία των 40 ετών. Είναι επώδυνη διαδικασία μέχρι

την ανάρρωση του ασθενούς και στην περίπτωση της λιποαναρρόφησης προκαλούνται μέχρι και μελανιές. Το κόστος της κάθε επέμβασης διαφέρει ανάλογα με το είδος της (βλεφαροπλαστική 1000 ευρώ).

Μια θεραπεία που πλέον είναι πολύ διαδεδομένη είναι το μπότοξ. Είναι μία μη επεμβατική, ενέσιμη πράξη αναζωογόνησης για τις ρυτίδες του προσώπου.

Η επιτρεπόμενη ηλικία για αυτή την θεραπεία είναι από 20 χρονών. Ακόμα μερικές κοπέλες κάνουν μπότοξ για να εμφανιστούν στα καλλιστεία για παράδειγμα. Το κόστος του για τη μια δόση είναι 300 ευρώ και πάνω και επίσης μια άλλη διαδεδομένη μέθοδος είναι αυτή με το υαλουρονικό οξύ το οποίο χρησιμεύει για να γεμίζει τις περιοχές οι οποίες με τον χρόνο έχουν αφυδατωθεί και έχουν χαλαρώσει και αυτό κοστίζει όπως και το μπότοξ πάνω από 300 ευρώ.

### **Επίσκεψη στον πλαστικό χειρουργό**

Στις 16 Δεκεμβρίου 2011 επισκεφτήκαμε το ιατρείο του Γεωργίου Φραγκιαδάκη, χειρουργού-ωτορινολαρυγγολόγου από τον οποίο και πήραμε συνέντευξη. Οι πληροφορίες που συλλέξαμε είναι οι εξής:

Τα άτομα που επισκέπτονται τον πλαστικό χειρουργό είναι ηλικίας 16-66 χρονών. Τα 2/3 των πελατών είναι γυναίκες, ενώ μόνο το 1/3 είναι άνδρες. Τα επαγγέλματα τους δεν είναι συγκεκριμένα. Ειδικεύεται σε επεμβάσεις που αφορούν στο πρόσωπο (μύτη και αυτιά). Το κόστος ενός μπότοξ είναι από 150-200 ευρώ και μιας ρινοπλαστικής από 1.500-2.500 ευρώ. Τα ποσοστά επιτυχίας είναι καθολικά. Η διαδικασία των επεμβάσεων δεν είναι επώδυνη.

Οι λόγοι που οδηγούν τους πελάτες σε αυτήν την απόφαση είναι πρωτίστως λειτουργικοί, για παράδειγμα να μπορούν να αναπνέουν από την μύτη κανονικά. Κάποιες φορές οι λόγοι είναι αισθητικοί. Η απόφαση είναι καθαρά των πελατών. Οι πελάτες μένουν ευχαριστημένοι με το αποτέλεσμα και οι επεμβάσεις σπάνια επαναλαμβάνονται.

### **2 συγκλονιστικές ιστορίες γυναικών**

Η αναζήτηση του ελιξίριου της νεότητας, του γονιδίου της αιώνιας ομορφιάς και της τελειότητας των χαρακτηριστικών ενός προσώπου οδήγησαν με τη βοήθεια της πλαστικής χειρουργικής ορισμένους ανθρώπους σε υπερβολές. Δύο εξαιρετικά συγκλονιστικές ιστορίες γυναικών που έχασαν το μέτρο παρουσιάζονται παρακάτω.

Η Jocelyn Wildenstein, είναι γνωστή ως «Το τέρας των 4ων



εκατομμυρίων δολαρίων» καθώς μέχρι σήμερα έχει ξοδέψει περίπου 4 εκ. δολάρια για τις πλαστικές επεμβάσεις που έκανε στον εαυτό της.

Όλα ξεκίνησαν όταν την δεκαετία του 70 η πανέμορφη (τότε) Jocelyn έπιασε τον άντρα της στο κρεβάτι με μία Ρωσίδα 21 ετών... μετά από αυτό πίστεψε πως αν ξαναγινόταν νέα θα κέρδιζε την αγάπη του άντρα της ξανά. Έτσι για την ιστορία, ο άντρας της την είχε ήδη παρατήσει και αυτή κατέληξε όπως τη βλέπεται στη διπλανή

φωτογραφία.

Η Hank Mioku είναι μία 48χρονη γυναίκα από την Κορέα. Την πρώτη της επέμβαση την έκανε σε ηλικία 28 ετών και από τότε εθίστηκε στις πλαστικές εγχειρήσεις. Μετά από πολλές επεμβάσεις που έκανε στο πρόσωπο, οι γιατροί δεν δέχτηκαν ξανά να την εγχειρήσουν λόγο του ότι ήδη άρχισε να παραμορφώνεται. Αποτέλεσμα λόγω της ανάγκης της να ικανοποιήσει την ψύχωσή της ήταν να κάνει ένεση με καυτό λάδι στο πρόσωπο της με αποτέλεσμα να παραμορφωθεί τελείως. Ακόμα κατάφερε να βρει ένα γιατρό ο οποίος όχι μόνο δέχτηκε να της κάνει ενέσεις σιλικόνης ,αλλά της έδωσε και το προσωπικό της βαλιτσάκι, ώστε να μπορεί να συνεχίσει να τις κάνει μόνη της!



## **ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ**

Ο καταναλωτισμός αναφέρεται στην τάση των ανθρώπων να ταυτίζονται έντονα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που καταναλώνουν, ιδίως με προϊόντα που είναι γνωστές μάρκες και εμφανή σύμβολα κοινωνικού στάτους, π.χ. ένα ακριβό αυτοκίνητο, ακριβά κοσμήματα. Μια κοινωνία όπου έχει διεισδύσει καλά ο καταναλωτισμός ονομάζεται καταναλωτική κοινωνία.

Ο καταναλωτισμός είναι όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει την τάση της εξίσωσης της προσωπικής ευτυχίας με την απόκτηση υλικών αγαθών. Συχνά συνδέεται με την κριτική έναντι στη κατανάλωση, την οποία εξέφρασαν πρώτοι οι Καρλ Μαρξ και Θόρνσταϊν Βέμπλεν. Χρονολογείται από τους πρώτους ανθρώπινους πολιτισμούς.

Στην οικονομική επιστήμη, ο καταναλωτισμός μπορεί επίσης να αναφέρεται στις οικονομικές πολιτικές που δίνουν έμφαση στην κατανάλωση και την πεποίθηση ότι η ελεύθερη επιλογή των καταναλωτών πρέπει να υπαγορεύει την οικονομική δομή μιας κοινωνίας.

## **ΙΣΤΟΡΙΑ**

Παρόλο που ο καταναλωτισμός συνήθως συνδέεται με τον καπιταλισμό και τον Δυτικό κόσμο, εντούτοις είναι πολυπολιτισμικός και μη γεωγραφικός, όπως φαίνεται σήμερα π.χ. στο Τόκιο, τη Σιγκαπούρη, το Χονγκ Κονγκ, την Ταϊπέι, το Τελ Αβίβ και το Ντουμπάι. Ο καταναλωτισμός με την έννοια της αγοράς και κατανάλωσης υλικών αγαθών πέρα από τις βασικές ανάγκες είναι όσο παλιός είναι και οι παλαιότεροι πολιτισμοί (πχ. Αρχαία Αίγυπτος, Βαβυλώνα και Αρχαία Ρώμη). Από τότε που έκανε την εμφάνισή του ο καταναλωτισμός, πολλοί άνθρωποι και ομάδες αναζήτησαν συνειδητά εναλλακτικούς τρόπους μέσω μιας πιο απλής ζωής.

Αν και ο καταναλωτισμός δεν είναι καινούργιο φαινόμενο, επεκτάθηκε ευρέως τον 20ό αιώνα και ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες, υπό την επίδραση του νεοφιλελευθερισμού και της παγκοσμιοποίησης.

Επικριτές του καταναλωτισμού υποστηρίζουν ότι οι πολλές πολυτέλειες και τα αχρείαστα καταναλωτικά αγαθά είναι κοινωνικά σύμβολα που επιτρέπουν στους ανθρώπους να αναγνωρίζουν άτομα παρόμοιας νοοτροπίας μέσω της κατανάλωσης και επίδειξης σχετικών προϊόντων. Μερικοί πιστεύουν ότι οι σχέσεις με ένα προϊόν ή μια μάρκα είναι υποκατάστατα των υγιών ανθρώπινων σχέσεων που απουσιάζουν από τη δυσλειτουργική σύγχρονη κοινωνία και ότι μαζί με τον ίδιο τον καταναλωτισμό αποτελούν μέρος της

γενικής διαδικασίας κοινωνικού ελέγχου και πολιτισμικής ηγεμονίας στη σύγχρονη κοινωνία.

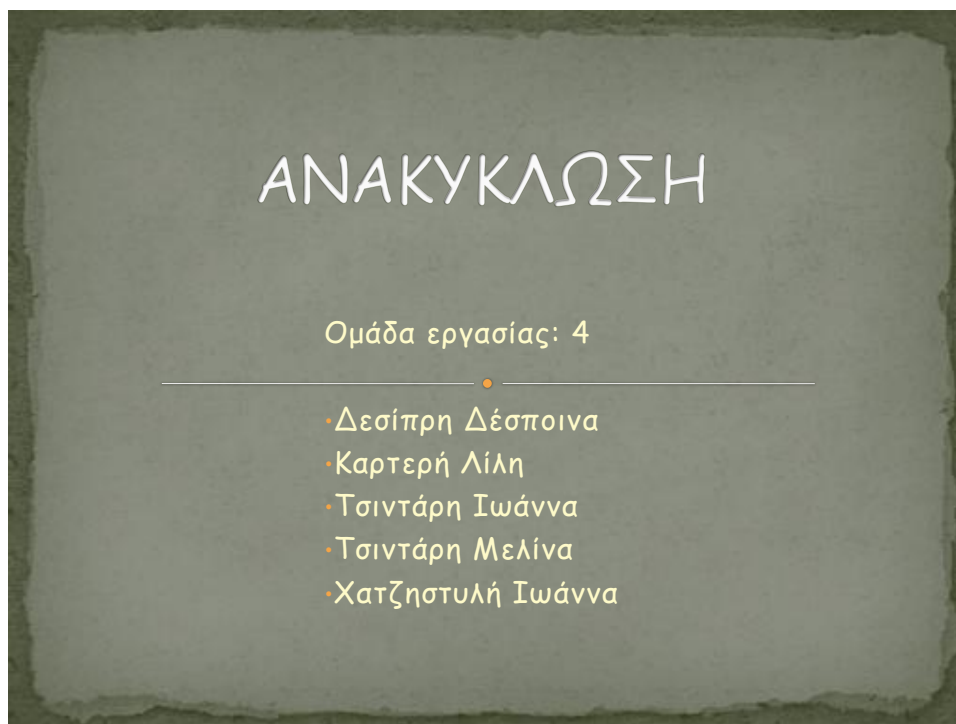
Η φιλοσοφία του "ξεπερνώντας τον καταναλωτισμό" επικεντρώνεται στην ενεργό αντίσταση στον καταναλωτισμό. Χρησιμοποιείται από πολλά πανεπιστήμια ως όρος για ύλη του μαθήματος και ως εισαγωγή στη μελέτη της εμπορικής εκμετάλλευσης (marketing) με μία μη παραδοσιακή προσέγγιση. Ο κωμικός Μπιλ Χικς και ο σκηνοθέτης Πιερ Πάολο Παζολίνι ήταν μεγάλοι πολέμιοι του καταναλωτισμού.



Ένας άλλος επικριτικός όρος είναι «η θρησκεία του καταναλωτισμού», ο οποίος μπορεί να υποδηλώνει ότι ο καταναλωτισμός βασίζεται σε μια παράλογη πεποίθηση και όχι στη λογική, ή να φέρνει τον συνειρμό της θρησκευτικής έννοιας της ειδωλολατρίας.

Σημαντική συνεισφορά στην κριτική ενάντια στον καταναλωτισμό έχει κάνει ο Γάλλος φιλόσοφος Μπερνάρ Στιγκλέ, αλλά πολύ μικρό μέρος του έργου του έχει μεταφραστεί σε άλλες γλώσσες. Ο Στιγκλέ υποστηρίζει ότι ο καπιταλισμός σήμερα κυβερνάται όχι από την παραγωγή, αλλά από την κατανάλωση, και ότι οι διαφημιστικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τον έλεγχο της καταναλωτικής συμπεριφοράς οδηγούν στην καταστροφή της ψυχικής και συλλογικής ατομοποίησης.





## ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ

Ανακύκλωση απορριμάτων είναι η διαδικασία με την οποία επαναχρησιμοποιείται εν μέρει ή ολικά οτιδήποτε αποτελεί έμμεσα ή άμεσα αποτέλεσμα της ανθρώπινης δραστηριότητας και το οποίο στην μορφή που είναι δεν αποτελεί πλέον αγαθό για τον άνθρωπο. Στην διαδικασία αυτή συνήθως τα απορρίμματα μετατρέπονται σε πρώτες ύλες από τις οποίες παράγονται νέα αγαθά.



Μέρος της διαδικασίας της ανακύκλωσης είναι και η μετατροπή βλαβερών για το περιβάλλον υλικών σε λιγότερο ή και καθόλου βλαβερά. Με τον τρόπο αυτό γίνεται ομαλότερα

η επανένταξή τους στο φυσικό περιβάλλον το οποίο ουσιαστικά ολοκληρώνει την διαδικασία την ανακύκλωσης με φυσικό τρόπο. Παράδειγμα μιας τέτοιας περίπτωσης είναι η μετατροπή οικιακών λυμάτων σε τέτοια μορφή ώστε να είναι λιγότερο βλαβερά σε αντίθεση με την κατευθείαν εναπόθεσή τους π.χ. στην θάλασσα.



Εκτός από τα κουτάκια αναψυκτικών, το χαρτί και το πλαστικό, στην ανακύκλωση μπαίνουν τώρα και τα είδη ρουχισμού. Υπολογίζεται ότι περίπου 10 εκατομμύρια τόνοι υφασμάτων σε Αμερική και Ευρώπη καταλήγουν στα σκουπίδια κάθε χρόνο. Κάθε Ευρωπαίος πολίτης αποσύρει από τη ντουλάπα του περίπου 15 κιλά ρουχισμού κάθε χρόνο. Δυστυχώς ένα μικρό μόνο μέρος επαναχρησιμοποιείται, είτε για φιλανθρωπικούς σκοπούς είτε γίνεται εμπορεύσιμο προϊόν και πωλείται στα καταστήματα ρούχων από δεύτερο χέρι. Το καλοκαίρι αποτελεί μια εποχή που όλοι κάνουμε μια ανανέωση στο σπίτι μας αλλά και στην γκαρνταρόμπα μας. Δεν είναι κρίμα να πετάμε τα ρούχα μας στους κάδους απορριμάτων, τη στιγμή που θα μπορούσαμε να τα ρίξουμε στους κάδους ανακύκλωσης ρούχων; Πρόκειται, στην πραγματικότητα, για μια ουσιαστική προσπάθεια μετατροπής της μηδενικής αξίας των ρούχων σε πολύτιμη βοήθεια για τους συνανθρώπους μας. Διαλέξτε τα ρούχα που δε θέλετε πια, όσα είναι σε καλή κατάσταση δώστε τα στην ανακύκλωση, εξειδικευμένο προσωπικό τα συλλέγει και τα αποστέλλει ως ανθρωπιστική βοήθεια σε εκείνους που τα έχουν ανάγκη άμεσα. Είναι μια πράξη αγάπης προς τους συνανθρώπους μας!

## VINTAGE – SECOND HAND SHOPS

Μερικοί πιστεύουν ότι vintage ρούχα είναι ένας ωραίος όρος για να πεις second hand ρούχα. Οι άνθρωποι όμως που φοράνε vintage ξέρουν ότι είναι



κάτι παραπάνω από απλά παλιακά ρούχα που βρίσκεις στα second hand μαγαζιά. Vintage δεν έχει να κάνει μόνο με την ηλικία, έχει γίνει όρος της μόδας. Έχει να κάνει με έναν άλλο αέρα και στυλ. Το στερεότυπο του/της τρελαμένου/ης που ψάχνει επί ώρες ανάμεσα σε σαβούρα μεταχειρισμένων ρούχων για να βρει κάτι "σπάνιο" τείνει να αποτελέσει ένα cult απομεινάρι του παρελθόντος. Ο κόσμος που ψάχνει πλέον για second hand αντικείμενα, είτε πρόκειται για ρούχα, είτε πρόκειται για cd, βιβλία ή μικροαντικείμενα, έχει ανεβάσει αρκετά τα standard του και το ίδιο έχουν κάνει και οι μαγαζάτορες. Τα καταστήματα με μεταχειρισμένα έχουν αρχίσει να κατακλύζουν τις μεγάλες πόλεις και ιδιαίτερα την Αθήνα. Σίγουρα θα ήταν υπερβολή να ισχυριστούμε ότι γίναμε Βερολίνο, αλλά μπορεί κανείς να πει ότι έχουν αναπτυχθεί ήδη αρκετοί πυρήνες με δική τους αισθητική, με φοβερό γούστο και επιλογές -δίπλα βέβαια σε πιο μαζικές αγορές όπου μπορεί κανείς να βρει τα πάντα. Τα second hand

δεν είναι έτσι κι αλλιώς για την ελίτ και γι' αυτό το λόγο αποκτούν ολοένα και περισσότερους οπαδούς.

Ξεκινώντας από την Αμερικανική Αγορά στην οποία μετά το τέλος του



Β' Παγκοσμίου Πολέμου ήταν πρωτοποριακή κίνηση η αγορά αμερικανικών ειδών και καταλήγοντας στα σημερινά second hand shops που δεν αποπνέουν πλέον μιζέρια και σκόνη, αλλά φρεσκάδα, τα πράγματα ιδεολογικά έχουν σχεδόν αλλάξει. Αυτή την εποχή που όλα και τίποτα είναι διαθέσιμα, το

νεοπλουτικό show-off προκαλεί αηδία και το αντικαταναλωτικό μήνυμα αγγίζει ακόμα περισσότερους. Είτε το κάνει κανείς γιατί θέλει να βρει σπάνια κομμάτια, είτε για λόγους τιμής, είτε για λόγους ανακύκλωσης ή και φιλανθρωπικούς ενίοτε, μόνο χαμένος δεν μπορεί να βγει, καθώς είναι βέβαιο ότι πολλά από τα μαγαζιά που παρουσιάζουμε ελέγχουν προσεκτικά κάθε υποψήφιο νέο είδος, προτού το θέσουν στη διάθεση του κοινού.

Ρούχα υψηλής ραπτικής πραγματικές αντίκες, αλλά και κομψά καθημερινά φορέματα με υπογραφές διάσημων σχεδιαστών, που έμεναν κλεισμένα σε γυναικείες ντουλάπες, αλλάζουν χέρια και βγαίνουν ξανά στον δρόμο. Είτε γιατί κάποιος έχει ανάγκη από χρήματα, είτε επειδή λυπάται ένα καλό ρούχο- το οποίο όμως δεν το φοράει πια να το φάει ο σκόρος, τα παζάρια vintage ρούχων και γυναικείων αξεσουάρ έγιναν εν μέσω κρίσης της μόδας.



Τα μεταχειρισμένα ρούχα «αντίδοτο» στην οικονομική κρίση. Δεύτερο χέρι ρούχα, πρώτης τάξεως ποιότητα. Τρόπους και λύσεις για να αντιμετωπίσουν τη μεγάλη ακρίβεια αναζητούν οι καταναλωτές. Η λύση που κερδίζει συνεχώς έδαφος, είναι η αγορά ρούχων από δεύτερο χέρι, τα περισσότερα εκ των οποίων έρχονται από το εξωτερικό και πωλούνται σε δελεαστικές τιμές. Τα μεταχειρισμένα ρούχα γίνονται από ανάγκη μόδα, καθώς με σύμμαχο τις τιμές κάνουν θραύση. Οποίος είναι έξυπνος και έχει φαντασία ψωνίζει από δεύτερο χέρι.

## Οικολογία Ρούχων

Μια έξυπνη ιδέα οικονομική, αποτελεσματική αλλά και με οικολογική συνείδηση, η οποία εξαπλώνεται ολοένα και περισσότερο στον πλανήτη μας. Πολλά άρθρα έχουν γραφεί γι αυτή.

Όλοι έχουμε ακούσει, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, τεράστια δεδομένα σχετικά με τα κρυμμένα χημικά στην τροφή και στο νερό μας. Στα ρούχα όμως; Ποιος από εμάς ξέρει ότι έως και 9.000 χημικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν μέχρι να φορέσουμε ένα 100% βαμβακερό μπλουζάκι;

Έρευνες φαρμακευτικών εταιρειών έδειξαν ότι φάρμακα που εισέρχονται στον οργανισμό μέσω του δέρματος παρουσιάζουν αυξημένη δραστηριότητα έναντι αυτών που εισέρχονται μέσω της πεπτικής οδού! Έτσι λοιπόν τα περισσότερα ρούχα μας δεν είναι πια και τόσο αθώα.

Τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας, τα προβλήματα που προκαλούν στον άνθρωπο τα συνθετικά υφάσματα, τα οικολογικά ρούχα επανήλθαν στην αγορά. Τα οικολογικά ρούχα προέρχονται από τη φύση και τα οφέλη τους είναι μεγάλα. Αρχικά διευκολύνουν τη δερματική αναπνοή, δεν προκαλούν κνησμούς και αλλεργίες, προστατεύουν από την υπεριώδη ακτινοβολία και το κυριότερο δεν βλάπτουν. Δυστυχώς μέχρι πρότινος, τα οικολογικά ρούχα είχαν εκτοπιστεί από το νάιλον και τα συνθετικά υφάσματα.

Τα οικολογικά ρούχα είναι ρούχα εξαιρετικής ποιότητας και μας θυμίζουν παλιότερες εποχές για τις πρώτες ύλες -βαμβάκι, κάνναβη, λινό, μετάξι και μαλλί- από τις οποίες κατασκευάζονται προέρχονται από τη βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία - χωρίς τη χρήση φυτοφαρμάκων, βλαβερών λιπασμάτων, αντιβιοτικών και άλλων χημικών. Γι' αυτό και πρέπει να τα προτιμάμε από κάθε άλλο συνθετικό υλικό.

Το βαμβάκι φαίνεται να είναι πιο δημοφιλές. Το μπαμπού, το οργανικό μαλλί μερινό και το μετάξι είναι κατάλληλα για μωρά με εξαιρετικά ευαίσθητη επιδερμίδα λόγω της αντιφλεγμονώδους ιδιότητας τους (ειδικά του μεταξιού).

Πολλοί υποστηρίζουν επίσης ότι τα ενδύματα από οργανικό βιολογικό βαμβάκι είναι ανθεκτικότερα από τα συμβατικά και δεν φθείρονται ακόμη και μετά από πολλαπλές πλύσεις στο πλυντήριο. Έτσι, κατά κάποιον τρόπο, τα οικολογικά ρούχα από οργανικό βαμβάκι γίνονται φθηνότερα από τα συμβατικά, τα οποία τις περισσότερες φορές χρειάζονται αντικατάσταση.

Τα «πράσινα» ρούχα επίσης βοηθούν αποφασιστικά και στη μείωση της περιβαλλοντικής ρύπανσης, αφού από την καλλιέργεια μέχρι και την τελική τους κατασκευή, δεν μεσολαβούν χημικές επεξεργασίες! Αγοράζοντας αυτά τα



ρούχα, εσείς υποστηρίζετε τις βιομηχανίες, που τα κατασκευάζουν και συμμετέχετε στην αλλαγή του τρόπου κατασκευής προϊόντων. Μπορούμε να βελτιώσουμε τον πλανήτη μας! Η κάθε μας ενέργεια μετράει και συνεισφέρει προς ένα καλύτερο αύριο για όλους.

## **ΧΩΜΑΤΕΡΕΣ**

Έχεις σκεφτεί ποτέ που καταλήγουν τα ρούχα που πετάς;

Καταλήγουν σε μεγάλες εκτάσεις γης, τους χώρους υγειονομικής ταφής απορριμμάτων (ΧΥΤΑ) ή τις «χωματερές».

Στην Αγγλία υπολογίζεται πως το 50% των ρούχων που παράγονται, καταλήγουν σε χώρους απορριμμάτων, ενώ στην Αμερική το ποσοστό ξεπερνά το 75%.



Οι διαδικασίες αποσύνθεσης των ρούχων μπορούν να διαρκέσουν πολλά χρόνια. Τα συνθετικά ρούχα δεν θα αποσυντεθούν ποτέ, ενώ τα φυσικά και ιδιαίτερα τα μάλλινα ρούχα, θα διασπαστούν με αργούς ρυθμούς, απελευθερώνοντας όμως μεθάνιο, το οποίο αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα αέριο του θερμοκηπίου και συμβάλλει σημαντικά στην ενίσχυση του φαινομένου του θερμοκηπίου.

Η αποσύνθεση των μάλλινων υφασμάτων, παράγει εκτός από μεθάνιο και μεγάλες ποσότητες αμμωνίας, μιας εξαιρετικά τοξικής χημικής ουσίας τόσο για τα χερσαία όσο και για τα και υδάτινα οικοσυστήματα, ενώ είναι ιδιαίτερα τοξική σε αέρια μορφή. Η αμμωνία έχει τη δυνατότητα να αυξήσει τη συγκέντρωση του αζώτου στο πόσιμο νερό, με πολύ δυσάρεστες επιδράσεις στον ανθρώπινο οργανισμό. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια της αποσύνθεσης, παράγονται διάφορα χημικά υγρά τα οποία αναμιγνύονται με τα υγρά των υπόλοιπων απορριμμάτων και μολύνουν τα επιφανειακά και υπόγεια ύδατα. Η απόρριψη των ρούχων στις χωματερές και οι διαδικασίες αποσύνθεσης τους, μολύνουν το έδαφος και το νερό και ρυπαίνουν την ατμόσφαιρα επιβαρύνοντας το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία.

Η επαναχρησιμοποίηση, η μεταποίηση και η ανακύκλωση ρούχων, συμβάλλουν σημαντικά στην :



- Εξοικονόμηση πρώτων υλών όπως ορυκτά καύσιμα και νερό.
- Εξοικονόμηση έκτασης στους χώρους υγειονομικής ταφής απορριμμάτων.
- Μείωση της ρύπανσης από την καύση των καυσίμων και από διάφορες χημικές ουσίες.
- Εξοικονόμηση ενέργειας κατά την επεξεργασία, την παραγωγή και τη μεταφορά των ρούχων.
- Παραγωγή λιγότερων λυμάτων.

### **ΧΑΡΙΣΤΙΚΟ - ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΠΑΖΑΡΙ ΡΟΥΧΩΝ**



Το κίνημα της ανταλλαγής έχει διαδοθεί σε μεγάλες μητροπόλεις του εξωτερικού την τελευταία τριακονταετία. Σήμερα τείνουν να γίνουν συνήθεια, αφού ανακουφίζουν το ταλαιπωρημένο πορτοφόλι, προσφέρουν διασκέδαση και δίνουν τη χαρά στον καταναλωτή να αποκτήσει κάτι μοναδικό. Αυτή είναι νέα μορφή αγοράς, χωρίς μάλιστα να υπάρχει κάποιο χρηματικό κόστος δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της γενικής οικονομικής κρίσης, αλλά και της προστασίας του περιβάλλοντος. Η φιλοσοφία αυτού του είδους παζαριού (swishing) είναι η ανταλλαγή. Ο καθένας φέρνει κάποια ρούχα που δεν χρειάζεται πια και φεύγοντας από την εκδήλωση έχει "ψωνίσει", αλλά χωρίς να έχει ξοδέψει χρήματα. Είναι μια ανεξάρτητη, ανοιχτή, μη κερδοσκοπική και αντικαταναλωτική (και αντικαταθλιπτική) δράση.

Μπορούμε όλοι να βοηθήσουμε σε ένα τέτοιο παζάρι. Το μόνο που έχουμε να κάνουμε είναι να ανοίξουμε τις ντουλάπες και τις αποθήκες μας και να μαζέψουμε όλα τα αντικείμενα που δεν χρειαζόμαστε πια αλλά είναι σε καλή κατάσταση και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από κάποιον άλλον! Αντί να τα πετάξουμε τα χαρίζουμε επεκτείνοντας έτσι τον κύκλο ζωής τους. Αντίστοιχα κι εμείς μπορούμε να βρούμε αντικείμενα που άλλοι βαρέθηκαν αλλά για μας είναι νέα και χρήσιμα! Ό,τι συγκεντρωθεί χαρίζεται χωρίς χρήματα ενώ μπορούμε να πάρουμε ακόμα κι αν δεν έχουμε κάτι να χαρίσουμε! Ο σκοπός είναι η επαναχρησιμοποίηση αντί της αχρήστευσης των αντικειμένων



αλλά και η ανάπτυξη ενός δικτύου αλληλεγγύης σε μια περίοδο ιδιαίτερα δύσκολη για την ελληνική κοινωνία. Χωρίς αντίτιμο σημαίνει προσφέρω, μοιράζομαι.



REUSE  
REDUCE  
RECYCLE

## Παγκόσμια ημέρα Αντικατανάλωσης στο λύκειο Γαζίου

Εμείς τα παιδιά της πρώτης τάξης του λυκείου Γαζίου αποφασίσαμε να τιμήσουμε την Παγκόσμια μέρα Αντικατανάλωσης που γιορτάζεται κάθε χρόνο στις 28 Νοεμβρίου. Διοργανώσαμε στο χώρο του γενικού λυκείου Γαζίου χαριστικό - ανταλλακτικό παζάρι. Με σύνθημα «τα πράγματα χάνουν την αξία τους όταν δεν χρησιμοποιούνται», η αυλή του σχολείου γέμισε με ρούχα που οι μαθητές είτε δεν τα χρειάζονται πια είτε τα είχαν βαρεθεί και «ψώνισαν» κάτι άλλο! Όσα αντικείμενα δε «βρήκαν» νέους ιδιοκτήτες διατέθηκαν σε παιδικούς σταθμούς της πόλης και σε φιλανθρωπικούς Φορείς της περιοχής.

Στο Project μας Μ.Ο.Δ.Α φτιάξαμε ένα πανό για το παζάρι. Επίσης, στην ομάδα μας ανατέθηκε η δημιουργία ενός διαφημιστικού φυλλαδίου που μοιράστηκε εκείνη την ημέρα. Η ατμόσφαιρα που επικρατούσε ήταν αρκετά ευχάριστη, είχε μουσική και μοιράστηκαν γλυκίσματα σε όλα τα παιδιά. Το παζάρι είχε μεγάλη απήχηση, σχεδόν όλα τα ρούχα βρήκαν νέους ιδιοκτήτες και τα παιδιά έμειναν ευχαριστημένα.





Ακολουθούν το φυλλάδιο και η αφίσα για την εκδήλωση αυτή.

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ άλλοτε, είναι αναγκαίο να επαναπροσδιορίσουμε αξίες και πρότυπα, τον τρόπο ζωής μας, αλλά και να κάνουμε πράξη τη συμμετοχή και την αλληλεγγύη. Στα πλαίσια της προσπάθειας αυτής, γίνεται σήμερα ανταλλακτικό - χαριστικό παζάρι στο χώρο του σχολείου μας...

Η επιλογή της ημέρας δεν είναι τυχαία. Η 28<sup>η</sup> Νοεμβρίου είναι παγκόσμια ημέρα αντικατανάλωσης και μας αφορά όλους...

Απελευθερώνουμε το χώρο και τη ζωή μας από ρούχα που έχουμε βαρεθεί ή δε χρησιμοποιούμε πια, χωρίς να προσθέτουμε απλά ένα επιπλέον όγκο σκουπιδιών στη χωματερή. Τα χαρίζουμε σε όποιον θα τους βρει χρησιμότητα και θα τους δώσει νέα ζωή. Έτσι λοιπόν ρούχα καθαρά και σε καλή κατάσταση αλλάζουν χέρια, χωρίς τη μεσολάβηση χρημάτων.

Όσα αντικείμενα δε «βρουν» νέους ιδιοκτήτες, θα διατεθούν -ανάλογα με το είδος και την κατάστασή τους- στο γηροκομείο, σε παιδικούς σταθμούς της πόλης και σε φιλανθρωπικούς Φορείς της περιοχής.

Χωρίς αντίτιμο σημαίνει προσφέρω....

Διοργάνωση: Η ομάδα της Α' λυκείου με θέμα project: Μ.Ο.Δ.Α. (Μόδα-Οικονομία-Διαφήμιση-Ανακύκλωση)





**BAZAAR**

# ΧΑΡΙΣΤΙΚΟ - ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΠΑΖΑΡΙ

Δευτέρα 28/11/2011

Παγκόσμια ημέρα αντικατανάλωσης

12:30-14:00 (στο χώρο του Γενικού Λυκείου Γαζίου)

**Ξέρτε ρούχα που δεν τα χρειάζεστε πια ή τα έχετε βαρεθεί...**

**REUSE**  
αναχρησιμοποιούμε...

**REDUCE**  
μειώνουμε...

**RECYCLE**  
ανακυκλώνουμε...

**Ξέρτε ρούχα που δεν τα χρειάζεστε πια ή τα έχετε βαρεθεί...**

...τα πράγματα χάνουν την αξία τους όταν δε χρησιμοποιούνται...τους ξαναδίνουμε αξία, προσφέροντας τα σε άλλους...

...δε χρειάζεται να φέρουμε κάτι για να πάρουμε κάτι άλλο...

**Κανόνες παζαριού:**

- τα ρούχα να είναι σε καλή κατάσταση, πλυμένα κ σιδερωμένα
- να χρησιμοποιήσουμε αυτό που θα πάρουμε...

...η επαναχρησιμοποίηση δεν είναι μόνο πρόταση...  
...είναι ο στόχος...

**Χωρίς αντίτιμο σημαίνει προσφέρω, μοιράζομαι!!**



**Υπεύθυνοι διοργάνωσης:**  
Το τμήμα project της Α' Λυκείου  
με θέμα: «Μ.Ο.Δ.Α»

## Επίσκεψη στο ατελιέ «KONSTANTINOS»

Στα πλαίσια της εργασίας μας επισκεφθήκαμε στις 16-12-2011 το ατελιέ «KONSTANTINOS». Ο δημιουργός και σχεδιαστής Στυλιανός Κ. Ρουβάκης μας ξενάγησε στο δημιουργικό τμήμα της εταιρείας



Παρακολουθήσαμε και συμμετείχαμε έμπρακτα στη δημιουργία ενός φορέματος, από τη σχεδίαση και το πατρόν μέχρι την κοπτική-ραπτική και το fitting





## ΕΓΓΡΑΨΑΝ ΓΙΑ ΜΑΣ....

### Παγκόσμια μέρα Αντικατανάλωσης στο λύκειο Γαζίου

Με μια πρωτότυπη ιδέα τα παιδιά της πρώτης τάξης του λυκείου Γαζίου αποφάσισαν να τιμήσουν χθες την Παγκόσμια μέρα Αντικατανάλωσης που γιορτάζεται κάθε χρόνο στις 28 Νοεμβρίου. Τα παιδιά, στο πλαίσιο του νέου μαθήματος Ερευνητικές Εργασίες ( Project) που για πρώτη φορά εφαρμόζεται στην Α' Λυκείου, διοργάνωσαν στο χώρο του γενικού λυκείου Γαζίου χαριστικό

- ανταλλακτικό παζάρι.

Με σύνθημα "τα πράγματα χάνουν την αξία τους όταν δεν χρησιμοποιούνται", η αυλή του σχολείου γέμισε με ρούχα που οι μαθητές είτε δεν τα χρειάζονται πια είτε τα είχαν βαρεθεί και "ψώνισαν" κάτι άλλο! Όσα αντικείμενα δε "βρήκαν" νέους ιδιοκτήτες θα διατεθούν στο γηροκομείο, σε παιδικούς σταθμούς της πόλης και σε φιλανθρωπικούς Φορείς της περιοχής.

Όπως δήλωσαν τα παιδιά, η συγκεκριμένη δράση ήταν μια ανεξάρτητη, ανοιχτή, μη κερδοσκοπική, αντικαταναλωτική και αντικαταθλιπτική δράση! Άλλωστε, όπως λένε οι μαθητές "Χωρίς αντίτιμο σημαίνει προσφέρω, μοιράζομαι!"

*Εφημερίδα «Νέα Κρήτη» (29-11-2011)*



## ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

- [http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%B5%CF%85%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%B1%CE%BD%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%BE%CE%AF%CE%B1](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%B5%CF%85%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B1%CE%BD%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%BE%CE%AF%CE%B1)
- <http://7gym-kater.pie.sch.gr/nevrikianorejia.html>
- <http://www.stylewatch.gr/default.asp?pid=76&decade=2>
- <http://www.thiliko.com/main/index.php/moda/1-category/188-ekseliksi-moda>
- <http://www.thiliko.com/main/index.php/moda/1-category/195-moda-ekseliksi-2>
- <http://www.fairtrade.gr/>
- <http://www.naturanrg.gr/default.aspx?pid=292&catid=6&arid=221>
- <http://www.vlioras.gr/Philologia/Composition/PaidikiErgasia.htm>
- <http://www.sansimera.gr/worldays/116>
- <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22770&subid=2&pubid=1474602>
- <http://www.stylista.gr/style/fashion-news/3187~Ntaian-fon-Firstenmpergk-sthrizei-ta-ygih-protypa-sto-montelingk~article>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CF%8D%CE%BA%CE%BB%CF%89%CF%83%CE%B7>
- <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=334172>
- [http://www.fititis.gr/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=2253:%CE%B2%CE%AF%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B6%CE%B3%CE%B9%CE%B1%CF%84%CE%AF-%CE%B4%CE%B5%CE%BD-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B1%CF%80%CE%BB%CE%AC-%CF%80%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%AC-%CF%81%CE%BF%CF%8D%CF%87%CE%B1&Itemid=159](http://www.fititis.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=2253:%CE%B2%CE%AF%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B6%CE%B3%CE%B9%CE%B1%CF%84%CE%AF-%CE%B4%CE%B5%CE%BD-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B1%CF%80%CE%BB%CE%AC-%CF%80%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%AC-%CF%81%CE%BF%CF%8D%CF%87%CE%B1&Itemid=159)
- <http://www.mammycool.gr/viewcontent.jsp?id=16F07GNCV>
- [http://anakyklosimh.blogspot.com/p/blog-page\\_6360.html](http://anakyklosimh.blogspot.com/p/blog-page_6360.html)
- <http://www.in2life.gr/everyday/modernlife/articles/145797/article.aspx>
- <http://www.newsbeast.gr/lifestyle/arthro/74841/otan-den-xereis-potena-stamathseis/>
- <http://www.giatousfilous.com/2009/09/07/apotiximenes-plastikes-epemvaseis.html>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CF%89%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>