

**ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΤΗΝΟΥ**

**ΤΑΞΗ: Α΄**

**ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ:2013-2014**

**ΤΜΗΜΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

## **ΘΕΜΑ: «Ο ρόλος της μόδας στην ενδυμασία»**



**Υπεύθυνη καθηγήτρια: Γαβριήλ Αφροδίτη (ΠΕ 01)**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄ : Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ.....	4
1.1 ΜΟΔΑ.....	4
1.2 ΜΟΔΑ ΩΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ .....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄: ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	11
2.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗ ΜΟΔΑ.....	11
2.2 ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗΝ ΜΟΔΑ ΤΟΥ 20ου ΑΙΩΝΑ.....	12
2.3 ΠΑΛΙΕΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄: ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ .....	31
3.1 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ .....	31
3.2 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ .....	32
3.3 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄ : ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΝΕΟΙ.....	36
4.1 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΕΚΚΕΝΤΡΙΚΟΤΗΤΑ.....	36
4.2 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΡΑΤΣΙΣΜΟΣ.....	49
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	53
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τους μεσαιωνικούς χρόνους έως και σήμερα χρησιμοποιείται η λέξη ρούχο(=ένδυμα),που θεωρείται ότι προήλθε από το σλαβικό ruho .

Η ενδυμασία είναι ένα από τα σπουδαιότερα συστατικά της καθημερινής μας ζωής και ταυτόχρονα σημαντικό πολιτιστικό στοιχείο, καθώς οι διάφορες εποχές κρίνονται και από την ενδυμασία των ανθρώπων αλλά και ο ίδιος ο άνθρωπος οποιαδήποτε εποχή χαρακτηρίζεται από την ενδυμασία του. Η ενδυμασία παρουσιάζεται με ποικίλους τρόπους, λαμβάνει πολλές μορφές και άπειρες διαστάσεις και δέχεται τις μεγαλύτερες και πλέον εύκολες αλλαγές. Άλλωστε αυτό συνέβαινε σε όλες τις εποχές και απ' όλους. Παρότι υπήρξε διαφοροποίηση στην ενδυμασία τους ανάλογα με την κοινωνικοοικονομική τάξη τους όπως θα δούμε παρακάτω.

Έτσι και εμείς οδηγηθήκαμε να ασχοληθούμε με το θέμα αυτό για να έχουμε την ευκαιρία να την εξερευνήσουμε και να μάθουμε περισσότερα γι' αυτή. Θα μελετήσουμε για την έννοια της μόδας, τη μόδα ως κοινωνικό φαινόμενο και τη μόδα ως διακριτικό στοιχείο των φύλων και των τάξεων. Επίσης για τους παράγοντες που επηρεάζουν την μόδα αλλά και την καθορίζουν, τους σχεδιαστές που επηρεάζουν την μόδα τον 20<sup>ο</sup> αιώνα καθώς και τις παλιές και νέες τάσεις της μόδας. Ακόμη θα μελετήσουμε για τη λειτουργικότητα της μόδας, τη μόδα και διαφήμιση και τη μόδα και τον καταναλωτισμό. Τέλος θα αναφερθούμε στην μόδα και εκκεντρικότητα, για τα ρούχα και ρατσιστικά στερεότυπα και για την νεανική μόδα.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄ : Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

## 1.1 ΜΟΔΑ



Η μόδα είναι δημιούργημα ανθρώπινο, αποτελεί τον τρόπο εμφάνισης και αποκάλυψης του ίδιου του ανθρώπου. Υφίσταται και διατηρείται διότι ο άνθρωπος φρόντισε να την μετουσιώνει με τον νόμο της καθολικής αλλαγής και της αδιάκοπης εξέλιξης. Ο Voltaire θέλοντας να δώσει μία εικόνα της μόδας, μέσα από τη δική του φιλοσοφία, γράφει : «Υπάρχει μια άστατη, γεμάτη πειρασμούς Θεά, φανταστική στα γούστα της, παιχνιδιάρικη στο στολισμό της, κάθε εποχή φαίνεται να φεύγει, επιστρέφει όμως ανατέλλοντας πάλι. Πρωτεύας είναι ο πατέρας της, το όνομά της είναι Μόδα». Είναι γεγονός ότι η μόδα έχει απασχολήσει, όχι μόνο τους φιλόσοφους αλλά και τους απλούς ανθρώπους, όχι μόνο τους πλούσιους αλλά και τους φτωχούς, όχι μόνο τις γυναίκες αλλά και τους άντρες, όχι μόνο τους νέους αλλά και τα άτομα της τρίτης ηλικίας, όχι μόνο τους λίγους αλλά και τους πολλούς. Είναι γνωστό ότι, ο προϊστορικός άνθρωπος στόλισε το σώμα του για να γοητεύσει και να προκαλέσει το άλλο φύλο, να δείξει τη δύναμή του στους ομοίους του ή τους αντιπάλους του, να αισθανθεί ασφάλεια και αυτοπεποίθηση, να κερδίσει την αποδοχή των άλλων. Μέσα από την ιστορία του ενδύματος γίνεται φανερό ότι ο άνθρωπος όλων των εποχών μέσα από το δεύτερο δέρμα του, όπως αποκαλεί το ένδυμα η M.Horn, προσπάθησε να επιτύχει την πλέον επιθυμητή εικόνα του εαυτού του, για τον ίδιο και για τους άλλους. Το ενδιαφέρον λοιπόν, για τη μόδα σε υποτυπώδη μορφή, δεν είναι κάτι καινούριο αλλά από τότε που ο άνθρωπος δημιούργησε την πρώτη κοινωνική ομάδα.

Στις συχνότερες αλλαγές της μόδας, υπάρχει μεγαλύτερο επίπεδο σπατάλης και λιγότερη ομοιομορφία. Αυτό συμβαίνει σήμερα γιατί η αλλαγή δεν προλαβαίνει να γίνει κοινό και κατεστημένο και παράλληλα να καλύψει κατά τον ίδιο τρόπο, όλους και όλα. Είναι ευνόητο και καταφανές ότι οι περισσότερες αλλαγές της μόδας συμβαίνουν στις πλέον πολιτισμένες και ευημερούσες κοινωνίες. Γενικά η μόδα μεταφέρεται στις κοινωνίες

αυτές με την συχνή επικοινωνία των ανθρώπων και το μιμητισμό και συνήθως μ' ένα είδος τυφλής και δουλικής υποταγής. Η πραγματική όμως έννοια της μόδας είναι πολύ πλατιά και επηρεάζει κάθε τομέα της ζωής μας. Το κάθε τι στη ζωή μας επιδέχεται αλλαγή και νεωτερισμό. Όλα τα πράγματα ακολουθούν την ίδια πορεία της γέννησης, της ενηλικίωσης και του θανάτου. «Υπάρχουν μόδες στην αρχιτεκτονική, στα έπιπλα, στον τρόπο συμπεριφοράς, στα αυτοκίνητα, στα παιχνίδια, στα ρούχα μας». Παράλληλα η επιστήμη, η τέχνη, και η τεχνολογία που μέσα τους μεταφέρουν και την μόδα, βρίσκονται σε συνεχή αναζήτηση νέων στοιχείων, προκειμένου να ικανοποιήσουν την επιθυμία του ανθρώπου για πρόοδο, αλλά και την ματαιοδοξία του για κάτι καινούριο, να τονώσουν την ψυχική του κατάσταση και την ανάγκη του για αλλαγή. Το αποτέλεσμα της αναζήτησης αυτής δημιουργεί και τον πολιτισμό. Πώς θα ήταν δυνατόν να υπάρξει αρχαία ελληνική τέχνη και πολιτισμός, αναγεννησιακά πρότυπα, όλα τα ρεύματα της τέχνης, χωρίς τη συνεχή αναζήτηση του καινούριου από τους ανθρώπους;

Ο Lawrence Langner υπερασπίζεται τη μόδα και πιστεύει ότι μέσα από τη μόδα οι γυναίκες αρχίζουν να γίνονται περισσότερο ολοκληρωμένες, περισσότερο χρήσιμες και ικανές. Η μόδα γενικά, δραστηριοποιεί άνδρες και γυναίκες, ώστε να επιτύχουν την υπεροχή τους στο κοινωνικό σύνολο. Παράλληλα τους βοηθάει σημαντικά στην ψυχολογική τους κατάσταση, ώστε να αισθάνονται ασφαλείς, αισιόδοξοι και νέοι με δραστηριότητα. Η μόδα προσφέρει ευκαιρίες ν' αναπτύξουμε τον προσωπικό μας τύπο, την προσωπικότητά μας, την κρίση μας να διαλέγουμε ό, τι «στη μόδα βρίσκουμε έναν τρόπο έκφρασης και ίσως ακόμα ένα μοντέλο συμπεριφοράς». Ο Stanley Marcus πιστεύει ότι «οι οδηγοί της μόδας είναι οι ανώνυμες γυναίκες με καλαισθησία σε όλες τις τάξεις. Εάν μία ακολουθήσει τα καπρίτσια της μόδας στη σιλουέτα, στο χρώμα, στη κόμμωση θα μπορέσει να γνωρίσει "τι είναι κομψότητα"». Ο Ιταλός σχεδιαστής Franco Moschino αντίθετα υποστηρίζει ότι «Ο κόσμος δεν πρέπει ν' ακούει κανένα, πρέπει να ντύνεται με τη μεγαλύτερη ελευθερία. Με ό, τι επιθυμεί. Αυτό που δημιουργώ το βάζω στη διάθεση του κοινού, δεν το υποβάλλω. Ο καθένας μπορεί να το βάλει όπου θέλει, όπως θέλει, όποτε θέλει. Ο άνθρωπος από φυσικού του θέλει να στέλνει διαφορετικά μηνύματα διαμέσου του ρούχου που φοράει. Ντύνεται με συγκεκριμένο τρόπο γιατί η κουλτούρα του, ο τρόπος που κινείται και τόσα άλλα είναι διαφορετικά».



## 1.2 ΜΟΔΑ ΩΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ



«Η μόδα, σαν μορφή φαινομένου, έχει τη δική της φύση και μια επίδραση καθοριστική, που ομοιόμορφα μεταδίδεται προς όλες τις κοινωνικές κατευθύνσεις και προσδιορίζει την κάθε εκδήλωση του ανθρώπου, μέσα στο κοινωνικό σύνολο που κινείται». Η μόδα υφίσταται και λειτουργεί μόνο σε κοινωνίες που τα μέλη της βρίσκονται σε σημείο ανάπτυξης και προόδου, οικονομικής ευημερίας, βλέπουν και αντιλαμβάνονται τα πράγματα με πλατύτερη σκέψη και κρίση. Και φυσικό είναι, όσο μεγαλύτερη είναι μια κοινωνία τόσο μεγαλύτερη είναι η επίδραση της μόδας. Η μόδα δεν επηρεάζει συνήθως τη ζωή των μικρών, μη ανεπτυγμένων κοινωνιών απομακρυσμένων περιοχών, όπου η επικοινωνία και τα μέσα ενημέρωσης και συγκοινωνίας είναι περιορισμένα και ο πληθυσμός δεν ανανεώνεται. Το πολίτευμα της χώρας επηρεάζει την κοινωνική ζωή των ανθρώπων, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται και η ενδυμασία τους. Στη μοναρχία, στη δικτατορία και στα ολοκληρωτικά καθεστώτα που η κοινωνική ζωή του λαού είναι περιορισμένη, δεν παρατηρούνται συχνές αλλαγές της μόδας. Η μόδα περνάει γρήγορα κι εύκολα στους νέους, που είναι έτοιμοι να την ακολουθήσουν ακόμη και στις υπερβολές της.

Η μόδα δημιουργεί έναν κοινωνικό ανταγωνισμό, που μέσα σ' αυτόν το άτομο προσπαθεί να ξεχωρίσει, να επιβληθεί και να γίνει αποδεκτό από τους άλλους. Έτσι μιμούμεθα ανταγωνιστικά και μιμούμεθα για υπεροχή. Αν δηλαδή ο άνθρωπος ζούσε μόνος του, η μόδα δε θα είχε λόγο ύπαρξης. Ο Adler υποστηρίζει ότι «το κύριο κίνητρο στην αυτοδιακόσμηση δεν είναι μόνον ερωτικό αλλά και η επιθυμία του ανθρώπου να φανεί στους άλλους ανώτερος. Επιζητεί δηλαδή να τον θαυμάσουν οι άλλοι και να μιλήσουν κολακευτικά γι' αυτόν». Ο τόπος συναντήσεως για να γίνει αυτό είναι μια μικρή ή μεγάλη κοινωνία. Τέτοιος τόπος στη δημοκρατική αρχαιότητα ήταν η αγορά. Για τους Ρωμαίους τα συμπόσια.

Για άλλους λαούς ήταν: τα θέατρα και τα αμφιθέατρα, οι πύργοι και τα σαλόνια, οι ναοί, τα παλάτια. Σήμερα μπορεί να είναι το γραφείο, το εργοστάσιο, το σχολείο, η εκκλησία, το θέατρο και άλλα. Οι βασιλικές αυλές υπήρξαν για αρκετά χρόνια τέτοιοι τόποι συνάντησης και επίδειξης των ευγενών και των ανθρώπων της εξουσίας. Εκεί ο κοινωνικός ανταγωνισμός καθρεφτιζόταν στο ένδυμα που φορούσε ο αυλικός ή η σύζυγος του. Αρχικά η εμφάνιση της μόδας είχε ταξικό χαρακτήρα γιατί οι ανώτερες κοινωνικά και οικονομικά τάξεις προσπαθούσαν να ξεχωρίζουν απ' τους ομοίους τους και από το λαό, επινοώντας πάντοτε και νέους τρόπους αλλαγής μέσα από την ενδυμασία τους, η οποία ήταν, κατά κύριο λόγο, το στοιχείο διάκρισης.

Η μόδα ακολουθεί τα κοινωνικά δεδομένα και τον άνθρωπο που ζει μέσα σ' αυτά προσφέροντας και προτρέποντάς τον ' ακολουθήσει τις διαταγές και τα κελεύσματά της. Σήμερα ο άνθρωπος είναι ελεύθερος ν' ακολουθήσει ό, τι τον αντιπροσωπεύει και τον εκφράζει από αυτά που προσφέρει η μόδα, αφήνοντας έτσι τη δυνατότητα στη μόδα ν' ανανεώνεται, να δημιουργεί και να κάνει τη ζωή να φαίνεται διαφορετική. «Η μόδα στη σημερινή κοινωνία είναι επιταγή, η δε τάση της, αλληλένδετη με την εξέλιξη του ατόμου.

Αυτό αποτελεί αρχή και αξίωμα στην ιστορική πορεία της, που κάτω από οποιαδήποτε συνθήκη δεν παύει να επηρεάζει, σαν υπαρκτή δύναμη, την κοινωνική ζωή του ανθρώπου. Αναπτύσσει δράση, προσφέρει αισθητική ικανοποίηση, δημιουργεί προσωπικότητα και αντανakλά με ανυπέβλητη μεγαλοπρέπεια και ακτινοβολία στο κοινωνικό σύνολο. Είναι μία πραγματικότητα, μία αιτιακή περιγραφή του «σήμερα» που το «αύριο» γίνεται επιφαινόμενο μιας άλλης βαθύτερης νομοτέλειας, ενώ στην ουσία είναι η ίδια η Μόδα».

### 1.3 Η ΜΟΔΑ ΩΣ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΑΞΕΩΝ



Ο Ellis Havelock στο βιβλίο του <<Man and Woman>>, γράφει <<το εξαιρετικό ενδιαφέρον των ρούχων θα εξαφανίζονταν αμέσως εάν τα δύο φύλα ντύνονταν το ίδιο>>. Στα λόγια αυτά διακρίνουμε ένα σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τη δημιουργία της μόδας, που μέσα σ' αυτή διαφοροποιούνται τα δύο φύλα. Και για να καταλάβει κανείς τη σχέση της μόδας ανάμεσα στα φύλα, πρέπει να κατανοήσει τη σχέση ανδρών και γυναικών στις πολιτισμένες και απολίτιστες κοινωνίες. Η έλξη και η πρόκληση του ενός φύλου από το άλλο αποτελεί κύριο στοιχείο της συνύπαρξης και δημιουργίας της ανθρώπινης κοινωνίας, είτε πολιτισμένη είτε απολίτιστη είναι. Σ' αυτή την έλξη και πρόκληση, η γυμνότητα και η ενδυμασία παίζουν σπουδαίο ρόλο. <<Αποφασιστική επίδραση στη διέγερση της σεξουαλικής επιθυμίας ασκεί η ενδυμασία. Και δεν είναι το γυμνό εκείνο που την ερεθίζει πάντοτε. Οι ερεθιστικές ιδιότητες του γυμνού εξαρτώνται από τον τρόπο με τον οποίο βλέπει κανείς>>. Πριν μερικά χρόνια στους πολιτισμένους λαούς, όταν οι γυναίκες φορούσαν μακριά και κλειστά μέχρι το λαιμό φορέματα. Όταν οι άνδρες έβλεπαν τον αστράγαλο ή άλλο μέρος γυμνό από το σώμα της γυναίκας ερεθίζονταν ιδιαίτερα. Σήμερα ένα μίνι φόρεμα σε μια γυναίκα, ασφαλώς ερεθίζει περισσότερο τη σεξουαλική επιθυμία των ανδρών από ένα μίντι μιας άλλης γυναίκας.

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι το σημείο πρόκλησης βρίσκεται στο θηλυκό, που παρουσιάζεται περισσότερο στολισμένο για να έλξει το αρσενικό. Στην ιστορία όμως της ενδυμασίας, είναι φανερό τον αντίθετο, δηλαδή το αρσενικό προσπαθεί να έλξει το θηλυκό. Έτσι βλέπουμε τους άνδρες, στις περισσότερες εποχές, να είναι στολισμένοι με φτερά, κοσμήματα, δαντέλες, φιόγκους, αρώματα, περούκες, ακόμη και να φορούν στο Μεσαίωνα τριγωνικές θήκες για τα γενετικά τους όργανα, τις ονομαζόμενες μπραγιέττες με τρόπο προκλητικότατο, με κύριο σκοπό να τραβήξουν τη προσοχή του άλλου φύλου. Ακόμη στις ανατολικές χώρες, οι άνδρες ντύνονται περισσότερο εντυπωσιακά από τις γυναίκες.

Η θέση του άνδρα και της γυναίκας ήταν διαφορετική στην ανθρώπινη κοινωνία. Η ανισότητα ήταν τόσο χαρακτηριστική, που φαινόταν έντονα και στην ενδυμασία, ακόμη



και στις λεπτομέρειές της. Μια τέτοια λεπτομέρεια αξίζει να σημειωθεί, που είναι σχετική με το διαφορετικό μέχρι σήμερα κούμπωμα των ρούχων στον άνδρα και στη γυναίκα. <<Στα ανδρικά σακάκια, πουκαμίσα κλπ. η σειρά των κουμπιών βρίσκεται στη δεξιά πλευρά ενώ στα γυναικεία ράβεται στην αριστερά. Η λογική αυτής της διαφοροποίησης βρίσκεται στο ότι ο άνδρας κούμπωνε τα ρούχα του με το αριστερό του χέρι που ήταν ελεύθερο, ενώ με το δεξί κρατούσε το όπλο να πολεμάει ή να εργάζεται. Η γυναίκα αντίθετα που συνήθιζε να κρατάει με το αριστερό της χέρι ένα παιδί, με το δεξί της χέρι που ήταν ελεύθερο κούμπωνε τα ρούχα της.

Είναι γεγονός ότι, η ενδυμασία χρησιμοποιήθηκε σαν όπλο στη μακρόχρονη πάλη των φύλων. Από τότε που η ανθρωπότητα θυμάται τον εαυτό της, το αρσενικό φοράει διαφορετικά ρούχα από το θηλυκό, χωρίς να υπάρχει γι' αυτό κανένας άλλος λόγος εκτός από την υπογράμμιση της διαφοράς των φύλων απέναντι στους τρίτους...

Η γυναίκα βρισκόταν πάντοτε στο περιθώριο ενώ ο άνδρας ήταν ο κυβερνήτης και ο άρχοντας, ο ιερέας, ο δικαστής, ο πολεμιστής, ο κομψευόμενος, ο αφέντης, αυτό που θα διάλεγε ακόμη και τα ρούχα της συζύγου του, σχεδόν σε όλες τις ανθρώπινες κοινωνίες. Μέσα από την ιστορία της ενδυμασίας των λαών, κυρίως της Μεσογείου, είναι φανερό ότι σε όλα τα κράτη η ενδυμασία αποτελούσε διακριτικό στοιχείο των τάξεων. Ακόμη και τώρα σε μερικές αφρικάνικες φυλές οι άνθρωποι φορούν ό,τι έχουν, ρούχα, κοσμήματα και σχεδόν ασφυκτιούν κάτω από τις ακτίνες του τροπικού ήλιου, αρκεί να φανερώσουν μ' αυτόν τον τυραννικό τρόπο, την κοινωνικοοικονομική τάξη που ανήκουν.

Στις ανατολικές χώρες, τα μακριά νύχια των δακτύλων ήταν σημείο διάκρισης των ανθρώπων της άρχουσας τάξης και των θρησκευτικών αρχηγών. Το στοιχείο αυτό φανέρωνε ότι οι άνθρωποι αυτοί δεν εργάζονταν χειρωνακτικά και άλλοι εργάζονταν γι αυτούς. Σήμερα στις Ινδίες οι γυναίκες των πλουσίων φορούν κοσμήματα χιλιάδων δολαρίων ενώ ο λαός στερείται κι αυτού του επιούσιου άρτου. Στην Ιαπωνία είχαν πάντοτε τους αυστηρότερους νόμους στον κόσμο που καθόριζαν πώς ο καθένας θα ντυνόταν, θα εργαζόταν, θα μιλάει, θα περπατάει, θα κάθεται, ακόμη και πώς θα προσεύχεται.

Γενικά τα φορέματα των υποδεεστέρων κοινωνικών τάξεων ήταν κατασκευασμένα από χοντροφτιαγμένα βαμβακερά υφάσματα. Το χρώμα επίσης ήταν διακριτικό στοιχείο των τάξεων. Συνήθως οι φτωχότερες τάξεις υποχρεώνονταν να φορούν σκοτεινά χρώματα όπως καφέ, γκρίζα και μαύρα. Αυτοί που ανήκαν στις ανώτερες κοινωνικές τάξεις χρησιμοποιούσαν λαμπερά ανοιχτά χρώματα που απαιτούσαν ειδική τεχνική και μεγάλο κόστος. Στη Μαδαγασκάρη μόνον ο κυβερνήτης μπορούσε να φορεί ρόμπα από κόκκινο χρώμα. Στο Σιάμ η πριγκίπισσα μόνο και οι ακόλουθοί της φορούσαν κόκκινο. Στην Κίνα το κίτρινο ήταν αποκλειστικό χρώμα για την αυτοκρατορική αυλή φορούσαν άλλα χρώματα.

Νωρίς το 17<sup>ο</sup> αιώνα, στις ανατολικές κοινωνίες ήταν δυνατή η διάκριση των ανώτερων τάξεων από το ύφασμα, το σχήμα, το χρώμα και τη διακόσμηση των φορεμάτων. Με την πτώση όμως της αυτοκρατορίας που οι φτωχοί απέκτησαν δύναμη, άρχισαν να μιμούνται τα ενδύματα των ευγενών και πλουσίων με αποτέλεσμα οι διακρίσεις να εξαφανιστούν, κατά έναν τρόπο. Η ύπαρξη της ενδυμασίας υποβοήθησε τη διάκριση των κοινωνικών τάξεων. Όταν από τη νεολιθική εποχή και μετά επινοήθηκε η ατομική ιδιοκτησία και, σα συνέπεια της, η συσσώρευση κινητής και ακίνητης περιουσίας, όσο πιο πλούσιος ήταν κανείς, τόσο πιο περίτεχνα και πολύπλοκα ρούχα θεωρούσε πρόπον να φορέσει, ώστε να δείχνει μ' αυτά την κοινωνική θέση του και την ισχύ του. Είναι γεγονός, ότι η Γαλλική Επανάσταση υπήρξε σταθμός στην ιστορία της μόδας στην Ευρώπη γιατί απλοποίησε τον τρόπο αμφίεσης και των δύο φύλων, ιδιαίτερα του άνδρα που δεν ξαναγύρισε ποτέ πια στον εξεζητημένο εκείνο τρόπο παρουσίασής του. Η διάκριση των κοινωνικών τάξεων, που ήταν χαρακτηριστική μέσα από την ενδυμασία, σχεδόν

εξαλείφθηκε. Από τότε ο άνδρας για πρώτη φορά, σταθεροποιεί το ντύσιμό του και από εκείνο το πλούσιο και φανταχτερό, φοράει το απλό, σκουρόχρωμο και πρακτικό ρούχο που τον εξυπηρετεί στην εργασία του. Την εργασία αυτή που δεν βρίσκεται στους πύργους και στα παλάτια αλλά στα καταστήματα , στις τράπεζες και στα γραφεία. Παρ' όλα αυτά και σήμερα υπάρχει κάποια διαφοροποίηση των τάξεων μέσα από το ένδυμα, κυρίως στην ποιότητα, όχι όμως τόσο έντονη και φανερή όσο σε παλιότερες εποχές.

Ο σχεδιαστής Franco Moschino ερωτώμενος να εκφραστεί γι' αυτή τη διαφοροποίηση των κοινωνικών τάξεων μες' από την ενδυμασία λέει χαρακτηριστικά: << Σ' όλη την ιστορία, από τότε που εμφανίστηκε ο άνθρωπος, οι κοινωνικές τάξεις που ανήκε ο καθένας γίνονταν φανερές απ' τον τρόπο ντυσίματος. Το ίδιο θα γίνεται και μετά από 2000 χρόνια . Πρόθεσή μου δεν είναι να ομογενοποιήσω τις τάξεις. Μια τέτοια ομοιογενοποίηση θα ήταν αντί-ανθρώπινη, αντί-βιολογική>> . Σήμερα η μόδα unisex, κυρίως στους νέους, ισοπέδωσε κάπου τα δύο φύλα, χωρίς να σημαίνει ότι το ένδυμα δεν θα είναι πάλι ένα στοιχείο διάκρισης των φύλων, ένα στοιχείο που θα συντελεί στην έλξη του ενός φύλου από το άλλο.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄: ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

## 2.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗ ΜΟΔΑ

Η μόδα χαρακτηρίζεται σαν κοινωνικό φαινόμενο, έτσι είναι εύκολο να αντιληφθεί κανείς πως οτιδήποτε επηρεάζει τη δομή και την πρόοδο μίας κοινωνίας, επηρεάζει κατά μία έννοια τη μόδα. Η μόδα της ενδυμασίας δέχεται σε κάθε εποχή, τις επιρροές της εκκλησίας, της πολιτικής, των ιδεωδών, της εκάστοτε αισθητικής αντίληψης, της οικονομικής ευημερίας, των ανθρώπινων αναγκών, των κοινωνικών καταστάσεων, της τέχνης, των πολέμων και της ειρήνης. Δεν είναι δυνατόν η μόδα της ενδυμασίας να πάει αντίθετα στις πιέσεις των καιρών. Σε κάθε εποχή αναπτύσσονται και κάποια ιδεώδη. Αυτά τα ιδεώδη μπορεί να είναι θρησκευτικά ή πολιτικά, να είναι γνήσια κοινωνικά ή καλλιτεχνικά, συντηρητικά ή ριζοσπαστικά. Δεν έχει σημασία από πού προέρχονται, είναι φανερό πάντως ότι η επίδρασή τους εμφανίζεται οξύτατα πάνω στην ενδυμασία των ανθρώπων.

Ο πόλεμος σαν καταιγίδα σάρωσε κυριολεκτικά τη μεγαλοπρεπή και πλούσια ενδυμασία, την ποικιλία των χρωμάτων, τα βαρύτιμα σχέδια και πολυτελή υφάσματα και τα σχέδια των ενδυμάτων έγιναν τελείως απλά. Έτσι δημιουργήθηκε μια ενδυμασία χωρίς ταξικές διακρίσεις και καθιερώθηκε ο εθνικός τύπος ενδυμασίας με μικρές διαφοροποιήσεις. Οι παγκόσμιοι πόλεμοι έφεραν τεράστιες αλλαγές στην ενδυμασία όλων των τάξεων. Οι γυναίκες, εισέρχονται στο στίβο της εργασίας εκτός σπιτιού και του επαγγέλματος και η ενδυμασία γίνεται πρακτική, σε σκούρα χρώματα και απλά σχέδια και συγχρόνως εξαφανίζονται τα διακριτικά στοιχεία των τάξεων. Όταν τελείωσαν οι πόλεμοι και συντελέστηκε η ειρήνη, οι άνθρωποι ξέχασαν τις απώλειες και το θάνατο, παραδόθηκαν στις χαρές της ζωής αλλάζοντας συγχρόνως τον τρόπο αμφίεσής τους.

Κοινωνικά ιδεώδη, ιδιαίτερα αυτά που έχουν σχέση με την θρησκεία επηρεάζουν τη μόδα των ενδυμάτων. Ο πουριτανισμός της Αγγλίας, το πρώτο ήμισυ του 17ου αι., στην εποχή του Cromwell επηρέασε ουσιαστικά τη μόδα και το ένδυμα παρουσιάζεται συντηρητικό και αυστηρό. Κάτω από νέες κοινωνικές συνθήκες και ανακατατάξεις το ένδυμα παρουσιάζεται χαρούμενο και ανανεωμένο. Από την ενδυμασία των ανθρώπων διαφαίνεται, αν μια χώρα είναι γεωργική ή βιομηχανική, αν βρίσκεται σε εμπόλεμη κατάσταση ή αν οι άνθρωποι απολαμβάνουν μια καλή και ειρηνική ζωή και έχουν υψηλό επίπεδο ζωής. Η λογοτεχνία έχει κι αυτή με τη σειρά της επηρεάσει στη διαμόρφωση της μόδας. Η επίδραση του θεάτρου και του κινηματογράφου πάνω στη μόδα της ενδυμασίας είναι αποτελεσματική. Πρότυπα όπως παλαιότερα οι Μποέμ με το δικό τους ύφος, Greta Garbo με τα εντυπωσιακά κολάρα και το ρομαντικό τύπο, η Marilyn Monroe με τα στενά προληπτικά ενδύματα και τη έντονη θηλυκότητα επηρεάζουν άμεσα τη μόδα της γυναικείας ενδυμασίας όπως και πρότυπα σαν το Rodolfo Valentino και τον James Dean επηρεάζουν τη μόδα της ανδρικής ενδυμασίας.

Αν ρωτούσαμε τι θα γίνει στο μέλλον και ποιοι παράγοντες θα επηρεάσουν τη μόδα της ενδυμασίας, ασφαλώς η απάντηση θα ήταν ότι στη διαμόρφωση της μόδας θα πρέπει να ληφθούν υπόψη όλοι οι παρακάτω παράγοντες, οι κοινωνικές συνθήκες, ο τρόπος ζωής

και σκέψης των ανθρώπων και το πνεύμα του καταναλωτισμού που θα επικρατεί στις ανθρώπινες κοινωνίες. Αξίζει να αναφερθεί η γνώμη του σχεδιαστή Franco Moschino που λέει ότι «Η εξέλιξη του ρούχου, σταμάτησε το 1950. Τότε φτιάχτηκαν ρούχα που μπορούν να διαρκέσουν 4.000 χρόνια. Τα υπόλοιπα ήρθαν χωρίς να υπάρχει ανάγκη, ήταν αποτέλεσμα καταναλωτισμού. Να λοιπόν γιατί γυρνάμε πίσω! Δεν υπάρχουν περιθώρια για νέα πράγματα. Αυτά που σχεδιάστηκαν σ' όλη αυτή την ιστορική πορεία είναι αρκετά. Φτάνει να τα κάνουμε να ζήσουν διαφορετικά, ντυθούμε με άλλη νοοτροπία».

## 2.2 ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗΝ ΜΟΔΑ ΤΟΥ 20ου ΑΙΩΝΑ

### COCO CHANEL



Η Κοκό Σανέλ ψευδώνυμο της Γαλλίδας Γκαμπριέλ Σανέλ ήταν μια από τις διασημότερες σχεδιάστριες μόδας του 20ού αιώνα. Ήταν η γυναίκα που λάνσαρε πρώτη τα γυναικεία παντελόνια, τα μαύρα ταγιέρ, τις ψηλοτάκουνες γόβες και τα κοντά μαλλιά. Εκείνη που απελευθέρωσε τη γυναίκα από τους κορσέδες και τις βάτες. Μια άσημη που εκ του μηδενός, δημιούργησε έναν από τους διασημότερους οίκους μόδας. Με τη φαντασία της, αλλά και με τη σκληρότητά της ως εργοδότρια. Το 1909 άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στο Παρίσι με γυναικεία καπέλα. Ίδρυσε ομώνυμο οίκο μόδας που παραμένει στην επικαιρότητα μέχρι σήμερα. Το 1923 δημιούργησε το άρωμα "Σανέλ Νο 5" εφηύρε το μικρό μαύρο φόρεμα.



Μόνο το όνομά της είναι αρκετό για να οριστεί ένα ζευγάρι παπούτσια, ένα ταγέρ, μία ατζέντα, ένα άρωμα, ένα κόσμημα, ένα ολόκληρο look. Προσδίδει prestige, ποιότητα, άμεμπτο γούστο και αλάνθαστο στυλ. Είναι μια υπογραφή αρτιότητας. Η Coco Chanel είχε ελάχιστη υπομονή και πολύ ταλέντο. Δε θα μπορούσε να καταφέρει τίποτα λιγότερο. Η "Coco" Chanel ήταν πρωτοποριακή γαλλίδα σχεδιάστρια μόδας, της οποίας η μοντέρνα και νεωτεριστική φιλοσοφία, οι εμπνευσμένες γυναικείες μόδες από τις αντρικές και η αναζήτηση της πολυτελούς απλότητας, την έκαναν αναμφισβήτητα τη σημαντικότερη φιγούρα στην ιστορία της μόδας του 20ού αιώνα. Η επιρροή της στην υψηλή ραπτική ήταν τόση που η γαλλίδα σχεδιάστρια κατόρθωσε να εγκαθιδρύσει τον εαυτό της ως το σημαντικότερο και ίσως το μοναδικό ρυθμιστή της μόδας του 20ου αιώνα. Υπήρξε το μόνο πρόσωπο στον τομέα της, στο οποίο έκανε αναφορά το περιοδικό **TIME**, τοποθετώντας την ανάμεσα στους 100 ανθρώπους με τη μεγαλύτερη επιρροή στον 20ο αιώνα.

Μια γυναίκα μπροστά από την εποχή της, στην πραγματικότητα, ίσως, η πρώτη γυναίκα στο κίνημα απελευθέρωσης των γυναικών. Η φήμη της Chanel και το ύφος της, παρέμειναν περισσότερο από τη ζωή της. Η Chanelμίλαγε για την θηλυκότητα και η δουλειά της είναι αδιαμφισβήτητα μέρος της απελευθέρωσης των γυναικών. Στάθηκε πολλές φορές σαν σωσίβια λέμβος για τις γυναίκες κατά τη διάρκεια δυο ξεκάθαρα διαφορετικών περιόδων, που χώριζαν πολλές δεκαετίες: τη δεκαετία του 1920 και τη δεκαετία του 1950. Όχι μόνο έκανε αποδεκτά νέα στυλ και υφάσματα, αλλά έκανε μόδα την ανάγκη και την απροκάλυπτη ανυπακοή. Επειδή δεν άντεχε οικονομικά τα μοδάτα ρούχα της περιόδου, τα απέρριψε και έφτιαξε δικά της, χρησιμοποιώντας σπορ jackets και γραβάτες, που μόνο οι άντρες φορούσαν στην καθημερινότητά τους. Δεν είναι τυχαίο ότι συσχετίστηκε με το μοντέρνο κίνημα, συμπεριλαμβανομένων των Ντιάγκιλεφ, Πικάσο, Στραβίνσκι και Κοκτώ. Όπως αυτοί οι καλλιτέχνες, έτσι και η ίδια ήταν αποφασισμένη να σπάσει τους παλαιούς κώδικες και να βρει ένα τρόπο να εκφράσει τον εαυτό της. Ο Κοκτώ κάποτε είπε γι' αυτήν ότι «ήταν κάτι σαν θαύμα, δούλεψε στον κόσμο της μόδας με κανόνες οι οποίοι είχαν αξία μόνο για τους ζωγράφους, τους ποιητές και τους μουσικούς».

Οι καινοτομίες της είναι βασικά κομμάτια της γκαρνταρόμπας πολλών γενεών γυναικών: τα jersey ταγέρ και φορέματα, τα ντραπέ τουρμπάνια, τα πουκάμισα, οι πλισέ φούστες, τα γυναικεία πουλόβερ, οι μπλούζες χωρίς γιακά, τα τουϊντ, ταγέρ, τα blazer, οι δίχρωμες γόβες χωρίς φτέρνα, τα strapless φορέματα, οι καμπαρντίνες. Καθιέρωσε, επίσης, το μικρό μαύρο φόρεμα, τη ζώνη-αλυσίδα, το άρωμα N° 5, το total look, τα κοσμήματα στα ρούχα, το κασμιρένιο κάρντιγκαν, την καπιτονέ τσάντα με την αλυσίδα, τις γυναικείες πυτζάμες, οι οποίες κατόρθωσαν να γίνουν κοινωνικά αποδεκτές, το unisex στυλ, το gypsy look και τα γυναικεία παντελόνια, ενώ, επίσης, αυτή ήταν που καθιέρωσε το μαύρισμα και τα κοντά μαλλιά στις γυναίκες.



Η σχεδιάστρια χρησιμοποίησε, επίσης, τα ζωνρά χρώματα και τα θηλυκά τυπωμένα σιφόν στα σχέδιά της που αφορούσαν στην πρωινή ένδυση. Τα βραδινά της σύνολα ακολούθησαν τη μακριά και λεπτή γραμμή για την οποία η σχεδιάστρια ήταν γνωστή, αλλά και το ενσωματωμένο τούλι, τη δαντέλα, και τα διακοσμητικά στοιχεία που μαλακώνουν και κάνουν ρομαντικότερο το ένδυμα.

Τα γεγονότα της ζωής της Coco Chanel δείχνουν ότι αναγνώρισε από νωρίς, κατά τη διάρκεια της σταδιοδρομίας της, ότι η κοινωνία και η μόδα συνδέονται άμεσα και περίπλοκα μεταξύ τους. Τα ενδιαφέροντα της σχεδιάστριας ενέπνευσαν τις μόδες της. Αντικείμενα από τη συλλογή τέχνης της και τα θεατρικά ενδιαφέροντά της, της παρείχαν την κατάλληλη έμπνευση για τα θέματα των collections της. Η Chanel, επίσης, εμπνεόταν για τις δημιουργίες της από την καθημερινότητα και την προσωπική της ζωή. Η συνεχής ανάγκη για υψηλή ραπτική και τα χρήματα για τη χρηματοδότησή της, βρίσκονταν εκεί στις αίθουσες χορού και στα σαλόνια του Παρισιού. Και η αυξανόμενη φήμη της Chanel, ως πρωτοποριακής σχεδιάστριας, ενδυνάμωσε την επιθυμία της υψηλής κοινωνίας να την συμπεριλάβει στους κύκλους της. Η κοινωνία, άλλωστε, πάντα αγαπά να βρίσκεται κοντά στην δημιουργικότητα. «Δεν μπήκα στην κοινωνία αυτή επειδή έπρεπε να σχεδιάσω ρούχα. Σχεδίασα ρούχα, ακριβώς επειδή μπήκα στην κοινωνία αυτή. Επειδή ήμουν η πρώτη που έζησε τη ζωή αυτού του αιώνα» είχε πει η ίδια η Chanel.

Ρώσοι μετανάστες από τον φιλικό της κύκλο εργάζονταν στα εργαστήρια ρούχων της έτσι ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της. Γνωστή για την ανηλεή τελειομανία της, είτε στο σχέδιο, είτε στην εφαρμογή, αλλά και για τις ισχυρές απόψεις της σε κάθε θέμα γούστου, η Chanel δημιούργησε τα ρούχα της έχοντας σαν αρχή την προσωπική της πεποίθηση. Η χρήση των logos και των πακέτων συσκευασίας είναι μια ακόμα απόδειξη του κοφτερού μυαλού της στην βιομηχανία της μόδας.

Η Coco Chanel δεν ήταν απλά μπροστά από την εποχή της. Ήταν μπροστά από τον ίδιο της τον εαυτό. Εάν κάποιος κοιτάξει τις δουλειές των σύγχρονων σχεδιαστών μόδας, τόσο διαφορετικών μεταξύ τους, όπως οι Tom Ford, Helmut Lang, Miuccia Prada, Jil Sander και Donatella Versace, βλέπει ότι πολλές δημιουργίες τους αντανakλούν τις δικές της δημιουργίες. Αποδεικνύεται, δηλαδή, πως το γούστο της και η αίσθηση του στυλ που διέθετε, υπερπηδούν τη μόδα του σήμερα.



## CHRISTIAN DIOR



Ο Christian Dior υπήρξε ένας από τους πιο σημαντικούς couturiers του εικοστού αιώνα. Παραμένει έως και σήμερα ένας από τους πρωτεργάτες της μόδας. Λάνσαρε καινούργιες τάσεις και έδωσε στα ρούχα άποψη. Ξεκίνησε το 1947 με την πρώτη του συλλογή, με την οποία εισήγαγε το λεγόμενο «New Look». Με στρογγυλεμένους ώμους, ένα cinched στη μέση, και μια πλήρη σε ανάπτυξη φούστα, το New Look προσέδιδε θηλυκότητα και πολυτέλεια στη γυναικεία ένδυση. Η αισθητική του, σε μια εποχή που οι γυναίκες είχαν αρχίσει να απελευθερώνονται από τους περιορισμούς του πολέμου, παρέπεμπε στο παρελθόν. Αναβίωσε την υψηλή ραπτική του Παρισιού, που είχε παρακμάσει στη διάρκεια του πολέμου. Το 1949 τα τρία τέταρτα των εξαγωγών της Γαλλίας έφεραν το όνομά του. Αυτός ήταν επίσης που συνέλαβε την ιδέα του «τέλους αδειάς», που

σήμαινε ότι έπαιρνε αμοιβή για καθένα από τα σχέδιά του. Καθιέρωσε μεταξύ άλλων τις γραμμές Tulip, H, A και Y. Την άνοιξη του 1947 δημιουργήθηκε η συλλογή "Carolle", μια συλλογή που αποσκοπούσε στη σιλουέτα, στη νέα εμφάνιση με τους ώμους να προεξέχουν τους τονισμένους γοφούς, και τη μικρή μέση. Η συλλογή του την άνοιξη του 1953, που ονομάστηκε "Tulip" χαρακτηρίστηκε με αφθονία από φαρδιές και όμορφες γραμμές. Την άνοιξη του 1955 η «Α-γραμμή» συνδύαζε απροσδιόριστη μέση και απαλή σιλουέτα που ξεκινούσε πάνω από τους γοφούς και τα πόδια και έμοιαζε με ένα κεφαλαίο "Α".





## ΤΟ ΠΕΡΙΦΗΜΟ NEW LOOK



## ANDRE COURREGES



Ο André Courrèges αποτελεί έναν άλλο θρύλο στον χώρο της μόδας. Σχεδίασε την γνωστή συλλογή «Εποχή του Διαστήματος», το 1964, η οποία γνώρισε τεράστια επιτυχία. Χαρακτηρίστηκε σαν σχεδιαστής που χτίζει τα ρούχα του αντί να τα σχεδιάζει. Τα ρούχα του ήταν γεωμετρικά. Η κορυφαία του δημιουργία ήταν η μίνι φούστα για την οποία καθιερώθηκε στον χώρο. Το 1967 οι γυναίκες ακολούθησαν την έμπνευσή του για το δεύτερο δέρμα, δηλαδή το καλσόν που αποτελεί μόδα και σήμερα. Άλλες δημιουργίες του ήταν το πουλόβερ, το μπουφάν, τα φορέματα τένις καθώς και οι ολόσωμες φόρμες. Επίσης το jersey φόρεμα και μια σειρά από μαγιό που συγκρατούνταν μόνο με λεπτές χορδές στις πλευρές.



## YVES SAINT LAURENT

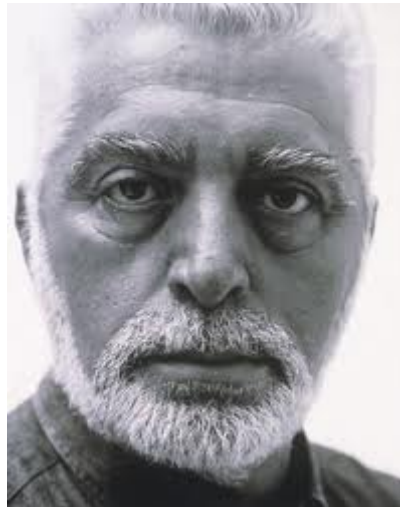


Ο Yves Saint Laurent είναι αναμφισβήτητα ένα από τα μεγαλύτερα ονόματα του χώρου της μόδας. Τις δεκαετίες του 1960 και του 1970 δημιούργησε την τάση του Beatnik, δηλαδή του βιετναμέζικου στυλ που αποτελούνταν από σαφάρι. Τα δερμάτινα τζάκετ για τους άνδρες και τις γυναίκες, τα στενά παντελόνια και οι ψηλές μπότες ήταν οι μεγάλες καινοτομίες του σχεδιαστή. Η δουλειά που τον απογείωσε ήταν το κλασικό σμόκιν για τις γυναίκες το 1966. Αρχικά η ιδέα του αυτή προκάλεσε αντιδράσεις, αργότερα όμως βρήκε μεγάλη απήχηση στις γυναίκες. Άρχισε να ενσωματώνει τις ιδέες του από την δεκαετία του 20', του 30' και του 40'. Σημαντική δουλειά του ήταν η prêt-à-porter γραμμή, που αργότερα πολλοί οίκοι της υψηλής ραπτικής θέλησαν να ακολουθήσουν. Η prêt-à-porter σειρά έγινε εξαιρετικά δημοφιλής στο ευρύ κοινό και στους κριτικούς με την haute couture γραμμή.





## PACO RABANNE



Ο Paco Rabanne ξεκίνησε την καριέρα του, ως σχεδιαστής μόδας, ανοίγοντας έναν οίκο υψηλής ραπτικής το 1967 στο Παρίσι. Η πρώτη του προώθηση ήταν ρούχα με μη υφασμάτινο ένδυμα αλλά φορμαρισμένα όπως και πλαστικά και χρησιμοποιώντας το δέρμα των ζώων σαν ζώνη. Οι δημιουργίες του χαρακτηρίζονται σταθερά από βίαιες χρωματικές αντιθέσεις καθώς και από μεταλλικά και άλλα διακοσμητικά υλικά, που έχουν χρησιμοποιηθεί και στα αξεσουάρ του. Ο Paco Rabanne αποσύρθηκε από τον χώρο της μόδας το 1999.



## ΓΙΑΝΝΗΣ ΤΣΕΚΛΕΝΗΣ



Από τη λίστα των σχεδιαστών δεν θα μπορούσε να λείπει κι ένας δικός μας. Ο Γιάννης Τσεκλένης αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κεφάλαια στην ιστορία της ελληνικής μόδας. Πρωτοπόρος στη Ελλάδα για την εφαρμογή των σύγχρονων μεθόδων του

franchising και licensing και ήταν ο πρώτος Έλληνας σχεδιαστής που ανέπτυξε ολοκληρωμένες συλλογές για το παιδί, τον άνδρα και το σπίτι, παράλληλα με την δημιουργία υφασμάτων και ενδυμάτων για τις γυναίκες. Την δεκαετία του 70' οι πωλήσεις του εκτοξεύονται σε ολόκληρο τον κόσμο. Ο ίδιος έχει αντλήσει θέματα από την αρχαία Ελλάδα και το βυζάντιο καθώς και από πολιτισμούς άλλων χωρών και γι' αυτό ήταν μοναδικός σε αυτό που έκανε.



## ΜΙΧΑΛΗΣ ΑΣΛΑΝΗΣ



Ο γνωστός μόδιστρος, που θεωρούνταν επί χρόνια ο εθνικός σχεδιαστής της Ελλάδας, είχε καταγωγή από τη Μικρά Ασία. Γεννήθηκε στη Χαλκίδα το 1953, απ' όπου και έφυγε σε μικρή ηλικία για την Αθήνα. Σπούδασε στη σχολή ΒΑΚΑΛΟ διακόσμηση, γραφικές τέχνες, ιστορία τέχνης και θεάτρου, στο πλάι σπουδαίων καθηγητών, αλλά τελικά τον κέρδισε ο κόσμος της μόδας. Η καριέρα του ξεκίνησε το 1974 και έκανε τα πρώτα του βήματα ως αυτοδημιούργητος. Οι δημιουργίες του φιγούραραν σε όλα τα εξώφυλλα των τότε ελληνικών περιοδικών, αποσπώντας τις καλύτερες κριτικές εξαιτίας των εθνικών επιρρών τους. Η δουλειά του βγήκε και εκτός ελληνικών συνόρων, με ατομικές ή ομαδικές επιδείξεις μαζί με σημαντικούς ξένους σχεδιαστές στο Παρίσι, το Μονακό, τη Μόσχα, την Κωνσταντινούπολη, την Κύπρο, το Μιλάνο, την Ρώμη, το Μπάρι, τον Καναδά. Έχει σχεδιάσει τα ρούχα για τους υπαλλήλους του Αττικό Μετρό και του αερολιμένα Ελευθέριος Βενιζέλος.

Ο Μιχάλης Ασλάνης είχε συνεργαστεί επίσης με μεγάλες εξαγωγικές μονάδες που πωλούν στην ελληνική και ξένη αγορά είδη σπιτιού, αξεσουάρ μπάνιου, ομπρέλες, εσώρουχα, αντρικά και παιδικά ρούχα με την υπογραφή του.



## BILLY BO

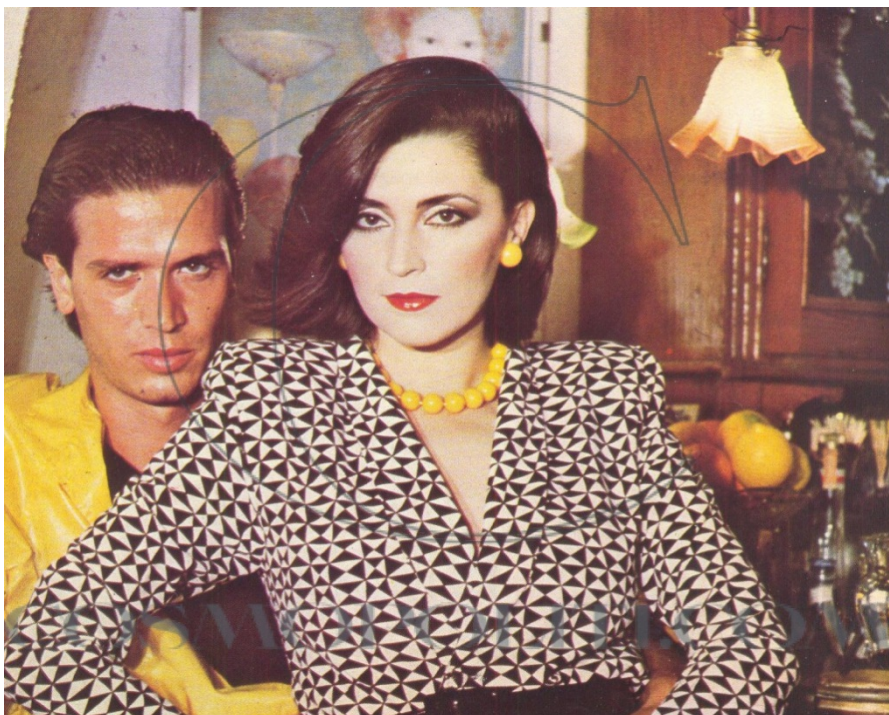
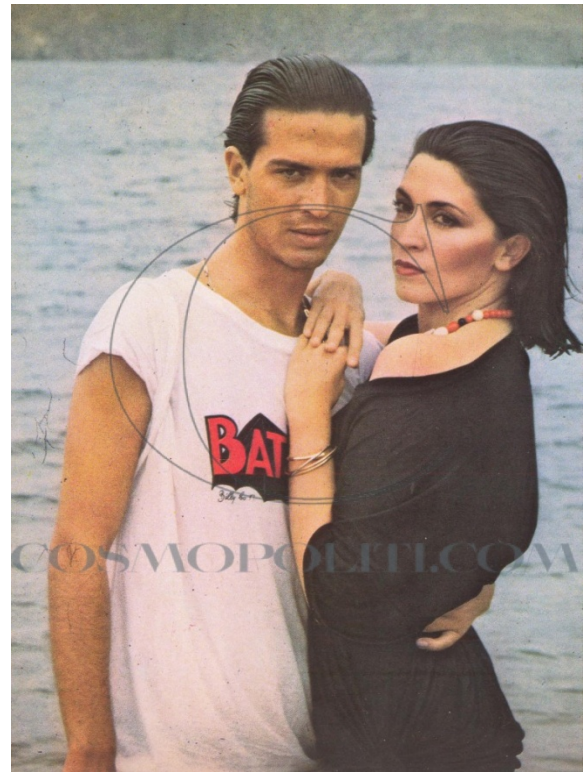


Το πραγματικό του όνομα ήταν Βασίλης Κουρκουμέλης. Γεννήθηκε στον Πειραιά και συγκεκριμένα στην συνοικία Καμίνια το 1954. Ήταν μοναχογιός σε μία οικογένεια με τέσσερις κόρες που τα οικονομικά της δεν ήταν και τόσο καλά. Από μικρό παιδί, φαινόταν ότι είχε ένα διαφορετικό ταλέντο από τους συνομήλικούς του. Ήθελε να φύγει από το σπίτι του, να αλλάξει περιβάλλον, να γίνει πιο δημιουργικός. Ξεκίνησε από πολύ μικρός να δουλεύει ως χορευτής σε διάφορες μπουάτ της Πλάκας. Η γνωριμία του με το γνωστό σχεδιαστή ρούχων Μάκη Τσέλιο, το 1971 έπαιξε σπουδαίο ρόλο στην πορεία της καριέρας του. Οι δυο τους είχαν τεράστια αγάπη για τη μόδα. Ο Βασίλης συγκεκριμένα σπούδασε σχέδιο μόδας και υψηλή ραπτική στις σχολές Βακαλό και Βελουδάκη. Η αγάπη τους αυτή έγινε πράξη στις 28 Ιανουαρίου του 1974 όταν οι δυο τους άνοιξαν το πρώτο τους κατάστημα ρούχων στο Κολωνάκι, στην οδό Σόλωνος. Το όνομα που δόθηκε ήταν εμπνευσμένο από το τραγούδι της Κατερίνας Βαλέντε που έλεγε “Μπίλι Μπο Μπίλι Μπο...», έτσι το όνομα Billy Bo καθιερώθηκε και στο κατάστημα αλλά και ως ψευδώνυμο του Βασίλη. Ο κοσμικός κύκλος της Αθήνας ντυνόταν μόνο με δημιουργίες του Billy Bo. Η αναγνωσιμότητά του είχε τρομερή εξέλιξη. Η μπουτίκ που είχε με το Μάκη Τσέλιο ήταν από τις σπουδαιότερες που υπήρχαν εκείνη την εποχή. Ακολούθησαν και άλλα καταστήματα σε διάφορα μέρη, ένα από αυτά μάλιστα ήταν στη Νέα Υόρκη. Το 1981 σχεδίασε τις στολές των αεροσυνοδών της Ολυμπιακής Αεροπορίας. Στα βραβεία του περιοδικού “Γυναίκα” κέρδισε το Α βραβείο σχέδιο μόδας και το ποσό των 30000 δραχμών. Ήταν ένα σπουδαίο ποσό για εκείνη την εποχή το οποίο ο ίδιος το χρησιμοποίησε για να εξελίξει την καριέρα του.

Ένας επίμονος βήχας άρχισε να ταλαιπωρεί το σχεδιαστή. Ενώ λοιπόν οι ακτινογραφίες δεν έδειχναν τίποτα, με δική του απόφαση, ζήτησε να ελεγχθεί για τη διάσημη ασθένεια εκείνης της εποχής, το **AIDS**. Οι εξετάσεις έδειξαν ότι πάσχει από την δύσκολη ασθένεια. Ο ίδιος έφυγε για το εξωτερικό όπου εκεί, επιβεβαίωσε την ασθένειά του και προσπάθησε να βρει κάποια θεραπεία που να τον βοηθήσει. Η ψυχολογία του ήταν



σε άσχημη κατάσταση καθώς ο ίδιος είχε συνειδητοποιήσει ότι δεν υπήρχε κάποια ιατρική μέθοδος που μπορεί να τον βοηθήσει. Το τραγικό τέλος του ήρθε στις 13 Ιουνίου του 1987. Το άστρο ενός κορυφαίου Έλληνα σχεδιαστή έσβησε, αφήνοντας πίσω του ένα σπουδαίο έργο στο χώρο της μόδας.



## 2.3 ΠΑΛΙΕΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Μερικοί επιτυχημένοι τύποι και φόρμες του παρελθόντος επανέρχονται στη μόδα και με διάφορες μικροαλλαγές παρουσιάζονται σαν καινούργια. Ιδιαίτερα η μόδα του χτενίσματος των μαλλιών και οι αλλαγές τους από κοντά σε μακριά και αντίθετα, κάνουν έναν κύκλο.

Η μόδα έρχεται και φεύγει, κάποιες φορές όμως αντέχει στον χρόνο. Η μόδα, όσα χρόνια και αν περάσουν, δεν παύει να είναι ένα ταξίδι στις δεκαετίες. Ειδικά στην σημερινή εποχή, οι τάσεις γρήγορα ξεφτίζουν και ξεχνιούνται. Η μόδα, όπως και η ιστορία, κάνουν το κύκλο τους, δηλαδή παλιές τάσεις επανέρχονται στο προσκήνιο. Φέτος η χρονομηχανή σταμάτησε στα '70s και οι πασαρέλες γέμισαν παντελόνια-καμπάνα, ανάλαφρες σιφόν μπλούζες, γούνα, πλατφόρμες και wgar φορέματα.

Η επαναφορά των '70s στο προσκήνιο ήρθε την κατάλληλη στιγμή ως αντίδοτο της Βαλμαινία και όλων των «παραγώγων», που είχαν αρχίσει να μας κουράζουν. Από τα εφαρμοστά ρούχα λοιπόν περνάμε πλέον στις χαλαρές γραμμές, τα ψηλόμεσα φαρδιά παντελόνια και σορτσάκια, τα chic καπέλα και τα χοντρά τακούνια.

## ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΣΤΗ ΝΕΟΤΕΡΗ ΜΟΔΑ

Η ψηλή μέση με τη στενή φούστα της αιγυπτιακής ενδυμασίας εμφανίζεται στη γαλλική παλινόρθωση από το 1795-1799. Το εξαιρετικό μακιγιάζ των Αιγυπτίων χρησιμοποιείται στην εμφάνιση των γυναικών το 1920, ενώ το δίπλωμα σε πολλές πτυχές της αιγυπτιακής ενδυμασίας κάνει την εμφάνισή του στο 1936-37 και λίγο αργότερα το 1948 και το 1951-52. Από τα ασιατικά ενδύματα έχουμε επιδράσεις στα ωραιότατα μεταξωτά και χρυσοκέντητα υφάσματα που χρησιμοποιήθηκαν στη Βυζαντινή περίοδο, στο Μεσαίωνα και σε διάφορες μεταγενέστερες περιόδους, όπως την Αναγέννηση και τον 18<sup>ο</sup> αιώνα. Ασιατικά στοιχεία, όπως ο τουρμπάνι, τα παπούτσια με τακούνια, ο φρυγικός σκούφος, τα παντελόνια και η εφαρμοστή ζακέτα, θα επανέλθουν πολλές φορές και θα φορεθούν μέχρι και σήμερα.

Ο ελληνικός τύπος ενδύματος με την ψηλή μέση επανήλθε στον καιρό της Αναγέννησης και της Ναπολεόντιας εποχής. Ελληνικά χτενίσματα υιοθετήθηκαν από τις Ρωμαίες πατρικίες και από τις Γαλλίδες της ανώτερης και πλούσιας τάξης, στον καιρό μετά την γαλλική επανάσταση και αργότερα το 1820. Η πτυχωτή φούστα επανέρχεται το 1880 και χρησιμοποιείται το πτύχωμα και μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Το 1908 η ελληνικοί χιτώνες με τις πλούσιες πτυχώσεις γίνονται τα αγαπημένα φορέματα των γυναικών, όχι μόνο κατά την διάρκεια της ημέρας αλλά και στις βραδινές δεξιώσεις και εμφανίσεις τους. Τα σανδάλια των Ρωμαίων θα φορεθούν ιδιαίτερα από τις γυναίκες, από το 1940 μέχρι το 1952.

Βυζαντινά στοιχεία όπως, τα πλούσια χρυσοκέντητα υφάσματα χρησιμοποιούνται στα ενδύματα της Αναγέννησης. Με τη σειρά της η παραδοσιακή ελληνική φορεσιά γίνεται πηγή έμπνευσης για σχέδια ενδυμασίας από καλλιτέχνες της εποχής μας. Τα επανωφόρι με

την κουκούλα των Βυζαντινών θα φορεθεί πολύ το 1948, αλλά και στις μέρες μας άνδρες και γυναίκες το φορούν πιο κοντό και μόνο σαν χειμωνιάτικο ρούχο. Οι φούστες τύπου καμπάνας επανέρχονται στις αρχές του αιώνα μας το 1948. Ο κορσές αν και εξελίχθηκε σε πραγματική τυραννία των γυναικών επανήλθε και χρησιμοποιήθηκε μέχρι θανάτου στις μεταγενέστερες εποχές, με άλλη μορφή σφιξίματος του ανθρώπινου σώματος. Η μόδα του μπερέ σε άνδρες και γυναίκες, οι φαρδείς ώμοι με τις ενισχυμένες βάτες, γίνονται δημοφιλείς πάλι, όχι μόνο το 1940 αλλά και σήμερα.

Η μόδα του 18<sup>ου</sup> αιώνα με τα πτυχωτά βραδινά φορέματα των γυναικών θα επηρεάσει τα σχέδια φορεμάτων του μεγάλου σχεδιαστή μόδας Worth το 1870. Τα ψηλά τακούνια θα επανέλθουν πολλές φορές τον 20<sup>ο</sup> αιώνα αλλά και τα ίσια παπούτσια χωρίς τακούνια θα φορεθούν πολύ το 1940 κατά τη διάρκεια του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου που οι γυναίκες διέθεταν ισχνό εισόδημα. Και σήμερα όμως που οι γυναίκες ενδιαφέρονται περισσότερο για την άνεσή τους, αν και διαθέτουν αρκετά χρήματα για την εμφάνισή τους, φορούν παπούτσια ίσια ή και με χαμηλό και χονδρό τακούνι, που τις εξυπηρετεί στην καθημερινή γεμάτη νευρική ζωή τους. Το γιλέκο σε σπορ κοστουμί θα φορεθεί πάλι από τους άνδρες το 1948 μέχρι και σήμερα ενώ το μάλλινο αμάνικο πουλόβερ θα πάρει τη μορφή του γιλέκου στο χειμωνιάτικο ή και ανοιξιόκαιρο. Τα ενισχυμένα βραδινά φορέματα με τα κοκάλινα ή σιδερένια ελάσματα ή με τα κολλαρισμένα μεσοφόρια (φουρώ) εμφανίζονται πάλι με επιτυχία το 1940 και το 1950-1955. Κομπψά γυναικεία επανωφόρια κοντύτερα από τη φούστα ή το φόρεμα επανέρχονται στη γυναικεία εμφάνιση το 1930 και το 1940. Τα πανταλόνι που μπήκε στη ζωή της γυναίκας δειλά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, θα επιβληθεί οριστικά στις μέρες μας σε διάφορους τύπους, από καυτό σορτς του μπάνιου μέχρι τις βραδινές πανταλόνες σαν πρακτικό, λειτουργικό και επίσημο ρούχο για όλες τις ηλικίες και περιστάσεις με εξαιρετική επιτυχία.

Τα σκούρα χρώματα, ιδιαίτερα το γκριζο και το μαύρο, χωρίς να αμφισβητούμε την πραγματικότητά τους και την προσφορά τους σαν εύκολα συνδυαζόμενα χρώματα. Το έντονο και χαρούμενο χρώμα που χρησιμοποιείται πολύ από όλους στις μέρες μας, αποτελεί ανάγκη και επιθυμία του ανθρώπου να χαρεί την ομορφιά του πράσινου της φύσης, τη δροσιά του γαλάζιου της θάλασσας και της απεραντοσύνης του ουρανού, τη φωτεινότητα και ζεστασιά του κίτρινου του ήλιου, στοιχεία που έχει τόσο στερηθεί. Ο Γάλλος σχεδιαστής μόδας Christian Lacroix πιστεύει ότι «ένα φόρεμα είναι ένα τοπίο, ένα σύμπαν συγκινήσεων, πριν γίνει ένα φόρεμα. Και δημιουργεί τα δικά του τοπία-φορέματα, με στοιχεία που δανείζεται από τη φύση της Καμάργκ, από τα χρώματα και τα υφάσματα που έχουν οι στολές της Αρλεζιάνας».

## ΨΗΛΟΜΕΣΑ ΠΑΝΤΕΛΟΝΙΑ

Στενά, φαρδιά, σκούρα, ανοιχτόχρωμα, ψηλόμεσα όπως και αν είναι τα παντελόνια, είναι βασικό κομμάτι της ντουλάπας μας. Φέτος οι τάσεις θέλουν ψηλόμεσα με έντονη τσάκιση, skinny σωλήνες, ελαφρώς φαρδιές γραμμές και παντελόνια σε κλασική γραμμή με μήκος να φτάνει ως τον αστράγαλο. Διαλέξαμε τα 5 πιο επίκαιρα και τα παρουσιάζουμε.



## ΨΗΛΟΜΕΣΑ ΣΟΡΤΣΑΚΙΑ

Αθάνατα και διαχρονικά, τα σορτς εμφανίζονται κάθε σεζόν σε νέα χρώματα, μήκη και υφάσματα, αλλά παραμένουν πρωταγωνιστές της γκαρνταρόμπας του καλοκαιριού και του χειμώνα. Κάποιες τα φοράνε με μανία, ενώ άλλες τα φοβούνται -είτε λόγω ηλικίας είτε λόγω... έλλειψης καλλίγραμμων ποδιών!

Αν μη τι άλλο, η μόδα μας προσφέρει άπειρες επιλογές ανάλογα με το σώμα, τις προτιμήσεις και τη διάθεσή μας. Από τα μονόχρωμα μεσαίου μήκους σορτς, μέχρι τα πανγ, καρό, πολύχρωμα, φαρδιά, πιο στενά, ψηλοκάβαλα, χαμηλοκάβαλα κλπ.



## **ΧΟΝΤΡΑ ΤΑΚΟΥΝΙΑ**

Τα παπούτσια με το χοντρό τακούνι και την πλατφόρμα είναι από τα πιο άνετα (αλλά και στυλάτα) ψηλοτάκουνα. Οι απανταχού λάτρες της μόδας τα έχουν πολύ ψηλά στη λίστα με τα αγαπημένα τους. Αξίζει να τα δοκιμάσεις! Παραμένουν στη μόδα και αυτόν τον χειμώνα και συνδυάζουν άνεση και θηλυκότητα. Είναι τα πιο «ακίνδυνα» επειδή προσφέρουν περισσότερη σταθερότητα και μειώνουν τον κίνδυνο να στραμπουλίξετε τον αστράγαλό σας με ένα στραβοπάτημα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄: ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

### 3.1 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Στις μέρες μας, δεν μπορεί κανείς να αμφισβητήσει ότι τα ρούχα είναι εύχρηστα, απλά, άνετα, οικονομικά και χαριτωμένα και επιπλέον δημιουργούν ευχάριστη ατμόσφαιρα, προσφέροντας παράλληλα στον πολυάσχολο άνθρωπο της εποχής μας ασφάλεια και άνεση μαζί με λειτουργικότητα. Η μόδα λειτουργεί καταλυτικά στην ψυχοσύνθεση του ανθρώπου, επηρεάζει θετικά τη ζωή του, δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις για επιτυχία, την καθιστά αναγκαία για την ανανέωση και για την αισιοδοξία του.



Η μόδα είναι μία αρχή της πολιτιστικής εξέλιξης. Είναι μια κοινωνική αναφορά σε γεγονότα, ιδέες σκοπούς και ανθρώπινες επιδιώξεις.

Η μόδα παρ' ότι δημιουργεί επαναστάσεις, εκκεντρικές ανανεώσεις, σύγχυση, σπατάλη χρήματος, χρόνου και σκέψης, όμως δεν μπορεί να αμφισβητήσει κανείς ότι η συμβολή της είναι τεράστια στη χαρά και στην ευτυχία των ανθρώπων. Δεν μπορεί κανείς να αρνηθεί ότι το πορτραίτο του κόσμου είναι η μόδα σε όλα τα πράγματα. Δεν μπορεί, όσο και να πολεμηθεί η μόδα από παντού, να μη νικήσει με τη γοητεία και το αισθητικό της αποτέλεσμα, που είναι η ανανέωση και η ομορφιά. Η ομορφιά που δίνει νόημα και σκοπό στην ζωή του ανθρώπου.

### **3.2 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ**

Ο σύγχρονος καταναλωτής κάνει πιο σωστές επιλογές γιατί γνωρίζει . Η διαφήμιση, τα πολλά καταστήματα η ποικιλία της μόδας τον βοηθούν να συνδυάσει έξυπνα και οικονομικά τα διάφορα κομμάτια.

Από την δεκαετία του 1970 καλλιεργείται η αναρχία στην μόδα πράγμα που σημαίνει ότι ο καταναλωτής αν είναι συνειδητός και εκπαιδευμένος μπορεί να κάνει ενδυματολογικούς συνδυασμούς σύμφωνα με τα δικά του γούστα και με μεγαλύτερη ποικιλία ξεφεύγοντας από την ομοιομορφία του παρελθόντος. Ακόμη το ενδιαφέρον και οι γνώσεις για τις ποιότητες, τα σχέδια, την αισθητική των υφασμάτων, οι πληροφορίες για τον κατασκευαστή , τα χρώματα και τα υλικά είναι απαραίτητες για τον συνειδητό καταναλωτή. Έχοντας όλα τα παραπάνω θα μπορεί να κάνει σχεδιασμούς πειραματισμού, πετυχημένους ή λιγότερο επιτυχείς έτσι ώστε τα ρούχα του να ταιριάζουν στον τύπο του και να εξυπηρετούν τον σκοπό για τον οποίο τα αγοράζει.

Από την ιστορία της ενδυμασίας των λαών της Μεσογείου κυρίως ο νεωτερισμός και η αλλαγή σε κάθε τομέα τη ζωής είναι όνειρο, ανάγκη, επιδίωξη και διαρκής προσπάθεια του ανθρώπου, σε όποιο επίπεδο πολιτιστικό και οικονομικό βρίσκεται.

Η μόδα έχει αποκτήσει διεθνή χαρακτήρα και επηρεάζει όλους. Σε παλιότερους καιρούς η μόδα ήταν προνόμιο μερικών ανθρώπων, ανθρώπων με οικονομική δύναμη.



Στη σύγχρονη εποχή όμως, η μόδα έχει πιστούς από όλες τις κοινωνικές και οικονομικές τάξεις των ανθρώπων. Μια ξέφρενη “υδροπληξία” σε όλα τα πράγματα, έχει κατακλύσει κυριολεκτικά τον κόσμο ιδιαίτερα τις κοινωνίες που ευημερούν.

Τα είδη της μόδας πέρα από την ευχαρίστηση και την ικανοποίηση επηρεάζουν αρνητικά τον ψυχισμό των ανθρώπων όταν αυτοί αδιάκοπα προσπαθούν ν’ ακολουθήσουν τις επιταγές τους.

Όλα έχουν γίνει μόδα σήμερα ακόμη κι αυτές οι ανθρώπινες σχέσεις. Ο άνθρωπος ψυχολογικά ανικανοποίητος, προσπαθεί να γεμίσει το κενό του, το κενό αυτό της απομόνωσης κι αποξένωσης του από το συνάνθρωπο αγοράζοντας και ξοδεύοντας διαρκώς, χωρίς μέτρο και βαθιά ικανοποίηση. Ο καταναλωτισμός έγινε μόδα της εποχής μας που έχει απίστευτη ποικιλία αλλαγές και παγκόσμια επιρροή. Αν κάποιος δεν την ακολουθεί μοιάζει σαν να είναι έξω από τον κόσμο και βέβαια όλοι γίνονται “θύματά” της. Την αποκλειστικότητα βέβαια αυτή δεν την έχει πια μόνον η γυναίκα. Στη διαταγή αυτή υπακούουν ηθελημένα η αθέλητα σχεδόν όλοι.



### 3.3 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαφήμιση είναι κάθε ενέργεια που αποβλέπει στη διάδοση πληροφοριών για ένα προϊόν, για εμπορικούς σκοπούς. Η διαφήμιση συνιστάται στη διάδοση πληροφοριών οι οποίες απευθύνονται σε μια ομάδα ανθρώπων με σκοπό να επηρεάσουν τη συμπεριφορά τους. Προσπαθεί να μεταφέρει τα μηνύματά της με ένα τρόπο ευχάριστο ώστε να καταφέρουν αυτά να “μείνουν” στο μυαλό τους με όσο το δυνατόν καλύτερο τρόπο.

Σήμερα υπάρχουν πολλά κέντρα μόδας, μέσα από τα οποία οι νέοι τύποι των ενδυμάτων υιοθετούνται και διαδίδονται με ταχύτατο ρυθμό σε όλο τον πολιτισμένο κόσμο. Κι όσο βέβαια γρηγορότερα αντιγράφονται οι τύποι αυτοί σε φθηνότερη μίμηση, με τον ίδιο ρυθμό παραμερίζονται για να πάρουν τη θέση τους άλλοι καινούριοι.

Οι σχεδιαστές υφασμάτων και γενικά το εμπορικό κύκλωμα της μόδας παρατηρεί αυτή την ρευστότητα σαν έναν από τους κυριότερους συντελεστές της πορείας της μόδας, με αποτέλεσμα πολλά εκατομμύρια δολάρια να δαπανώνται ετησίως για να προωθήσουν τα νέα σχέδια.

Στους χρόνους της αναγέννησης, στη Βενετία, κάθε χρόνο εισάγονταν κούκλες μόδας από το Παρίσι που εκθέτονταν στην πλατεία του Α. Μάρκου για το λαό. Ήταν τόσο σπουδαίο το γεγονός αυτό για την ζωή των ανθρώπων, ώστε καθιερώθηκε η δημόσια γιορτή για να μπορούν όλοι να απολαμβάνουν και να διασκεδάζουν με τα σχέδια της τελευταίας μόδας, άσχετα αν δεν θα τα φορούσαν ποτέ. Ευνόητο είναι ότι η κούκλα χρησιμοποιείται για να γίνει αντιληπτό στον κόσμο πώς θα φορεθεί το φόρεμα, το μακιγιάζ, το χτένισμα.

Είναι άξιο λόγου να αναφερθεί ότι μια φορά στην Καλκούτα των Ινδιών στάλθηκε η κούκλα χωριστά από τα ρούχα, τα οποία έφτασαν πριν από την κούκλα για την επίδειξη. Οι κυρίες νόμιζαν ότι το πανωφόρι φοριόταν πάνω στο κεφάλι σαν τις μαντίλες, μέχρι που έφτασε η κούκλα και είδαν ότι φοριέται κανονικά πάνω στους ώμους. Επειδή ήταν δύσκολη και ακριβή η μεταφορά της κούκλας από την Ευρώπη στην Αμερική, χρησιμοποιήθηκε το χαρτί για σχέδιο με τις κατάλληλες οδηγίες. Έτσι εμφανίστηκαν τα πρώτα χάρτινα πατρόν, που στελνόταν μέσα σε ξύλινες θήκες για την προστασία τους. Τώρα το πατρόν αναπαράγεται σε όλα τα μεγέθη και σε πολλά κομμάτια με ταχύτατο ρυθμό με το σύστημα Λέιζερ.



## ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Στις μέρες υπάρχουν πολλοί τρόποι διαφήμισης της μόδας έτσι η μόδα έλκει το ενδιαφέρον κυρίως των νέων καταναλωτών αλλά και ανθρώπων μεγαλύτερης ηλικίας. Οι νέες τάσεις της μόδας, περνάνε στην καθημερινή μας ζωή μέσω διαφόρων τρόπων διαφημίσεων.

Αναλυτικότερα ένα κύριο μέσω μετάδοσης της μόδας είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων έχουν μια τηλεόραση στο σπίτι τους, έτσι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ασκούν μεγάλη επιρροή στο τρόπο που ντύνονται και σκέφτονται. (Από εκπομπές, show, δελτία ειδήσεων και διαφημιστικά μηνύματα) τα περιοδικά μόδας που κυκλοφορούν στον κόσμο σε εκατομμύρια αντίτυπα, με ωραίες παρουσιάσεις από ειδικούς και άξιους επιχειρηματίες, συνεντεύξεις από διάφορους γνωστούς σχεδιαστές μόδας και φωτογραφικό υλικό, είναι επίσης ένας κύριος παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή των νέων καταναλωτών.

Μεγάλα ή μικρά καταστήματα, μπουτίκ με τις εντυπωσιακές βιτρίνες τους πείθουν τους καταναλωτές ότι έχουν ανάγκη από καινούρια είδη μόδας ρούχων. Και ποιος βέβαια μπορεί να αρνηθεί τη συγκίνηση από ένα νέο προϊόν της μόδας και την πλήξη που προσφέρει το παλιό και συνηθισμένο. Μόδα είναι διασκέδαση, ανανέωση του εαυτού μας, αρκεί να τη χρησιμοποιούμε έξυπνα και μέσα σε λογικά πλαίσια, χωρίς να παρασυρόμαστε από την εκκεντρικότητα και τις ιδιοτροπίες της. Ακόμη οι νέες τάσεις τις μόδας περνάνε στην καθημερινή μας ζωή μέσω των διασήμεων ή συνανθρώπων μας. Διάσημοι ηθοποιοί, τραγουδιστές, διάφοροι τηλεοπτικοί σταρ ακόμη και απλοί άνθρωποι του κοντινού μας περιβάλλοντος, με τον τρόπο που ντύνονται και συμπεριφέρονται επηρεάζουν τη σκέψη των αγοραστών.

Πότε άλλοτε η επιρροή της μόδας δεν είχε τέτοια παγκοσμιότητα; Έτσι ώστε όταν κάποιος δεν ακολουθεί τη μόδα αντιμετωπίζεται διαφορετικά από τους συναναστρεφόμενους του και του προσθέτουν τον προσωνύμιο του «παλιομοδίτη».

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ' : ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΝΕΟΙ

### 4.1 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΕΚΚΕΝΤΡΙΚΟΤΗΤΑ

#### **ΜΟΥΣΙΚΗ ΚΑΙ ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ**

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που έχει επηρεάσει τη μόδα μέσα στις δεκαετίες είναι η μουσική. Η μουσική έχει δημιουργήσει από στυλ εμφάνισης μέχρι στάσεις ζωής γεγονόσ που είναι εύκολο να παρατηρηθεί ρίχνοντας μια ματιά στα χρόνια που πέρασαν.

Μολοντί δεν υπάρχουν διαφορές στον τρόπο ιματισμού, εμφανίστηκαν κάποιες «ομάδες» κυρίως νέων οι οποίες τείνουν να ξεχωρίζουν φορώντας εκκεντρικά ρούχα! Ενδεικτικά «EMO» (emotional = συναισθηματικοί), «TRENDY» (οι μοδάτοι!), καθώς χωρίζονται και σε κατηγορίες σύμφωνα με το είδος της μουσικής που αρέσκονται να ακούνε, όπως για παράδειγμα Goth, Heavy Metal, Hip Hop, Pop!



robertgilbert86.deviantart.com

## GOTH

Λέγεται ότι αν το Goth δεν υπήρχε από παλιά, κάποιος θα το είχε επινοήσει. Η αλήθεια είναι ότι το Goth ανέκαθεν υφίστατο στους περισσότερους πολιτισμούς...

### ***Πως όμως ξεκίνησε, και πως κατέληξε στην εποχή μας; Τι συμβόλιζε στην αρχή και τι συμβολίζει σήμερα;***

Η ιδεολογία των Goth στην πραγματικότητα είναι κάτι περισσότερο από ένα σύνολο χαρακτηριστικών και ανάλογα ποιον ρωτάς θα βρεις ένα παραπλανητικό αριθμό αντικρουόμενων απαντήσεων, πολλές από τις οποίες ισχύουν και μάλιστα εντάσσονται σε μια μεγαλύτερη υποκοουλτούρα. Ξεπερνά ακόμα και τα όρια μιας απλής τυποποίησης ή περιγραφής. Το Gothic είναι ένας τρόπος ζωής και μια φιλοσοφία που απλώνει τις ρίζες του τόσο στο ιστορικό παρελθόν, όσο και στο μέλλον.

### ***Τι σημαίνει ο όρος «Goth»***

Αρχικά ο όρος Goth αναφερόταν σε γερμανικές φυλές, οι οποίες επικράτησαν και ήλεγχαν το μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης τα μεσαιωνικά χρόνια. Ήταν το όνομα των Οστρογότθων και των Βησιγότθων οι οποίοι έζησαν κοντά στα σύνορα της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας και στη συνέχεια τα διαπέρασαν. Οι Βησιγότθοι πέρασαν από τη Ρώμη και εγκαταστάθηκαν στην Ισπανία και Γαλλία, ενώ οι Οστρογότθοι εγκαταστάθηκαν στην ανατολική αυτοκρατορία αλλά αργότερα εισέβαλλαν στην Ιταλία. Έτσι ο όρος Goth έγινε συνώνυμος με τη λέξη «βάρβαρος». Όπως συνέβη με τις περισσότερες γερμανικές φυλές που έζησαν κοντά στα ρωμαϊκή σύνορα, έτσι και οι Γότθοι προσηλυτίστηκαν από τον παγανισμό στον Ορθόδοξο Χριστιανισμό, ενώ η Ρωμαϊκή αυτοκρατορία ασπάστηκε τον καθολικό χριστιανισμό. Οι δεύτεροι θεωρούσαν τους πρώτους αιρετικούς και ότι η λέξη Goth δεν εναρμονιζόταν πλέον με την βαρβαρότητα.

## ***Το Goth ως αυθεντικότητα***

Το Goth είναι μια «υποκοουλτούρα». Εμφανίστηκε στα τέλη του 1960, συγχρόνως και στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ, έξω από το χώρο της μουσικής σκηνής. Ο πολιτισμός αυτός απαρτίστηκε από ανθρώπους με μικρές μεταξύ τους ομοιότητες, καθοδηγούμενοι όμως από την ανάγκη τους και τη δίψα τους να εκφράσουν τις καλλιτεχνικές τους ανησυχίες οι οποίες ήταν εξτρεμιστικές και μη αποδεκτές από την κοινωνία. Με λίγα λόγια, το Goth μοιάζει λίγο πολύ με το Punk της δεκαετίας του 1970, μόνο που έχει καλούς τρόπους και περισσότερο μυαλό (με άλλα λόγια μοιράζεται το συναίσθημα της απέχθειας και της διαφορετικότητας από το φυσιολογικό πολιτισμό, το οποίο οι Punk ενστερνίστηκαν αλλά το εκφράζουν με πιο έξυπνο τρόπο). Εμφανίστηκαν λοιπόν ως μέρος του Punk πολιτισμού, ο οποίος ήταν ήδη περιθωριοποιημένος και θεωρούνταν ως μη φυσιολογικός. Η κεντρική ιδέα που χαρακτηρίζει το Gothic είναι σχεδόν η διέξοδος της δημιουργικότητας και της προσωπικής έκφρασης που αναζητά να φτάσει και να παγιώσει το κοινό χρησιμοποιώντας το συγκαλυμμένο αλλά βαθιά ριζωμένο θαυμασμό που το κοινωνικό σύνολο νιώθει με όλα τα πράγματα που σχετίζονται με το σκότος και τον τρόπο.

Η εκδήλωση αυτών μπορεί να είναι περίπλοκη και αποπλανητική, ακόμα και εφιαλτικά τρομακτική. Έχει να κάνει όμως με τη δυαδικότητα της κοινωνίας, κάτι που η ίδια η κοινωνία το ξέρει αλλά δεν το αποκαλύπτει και στον εαυτό της. Το μέσο προσωπικής έκφρασης και δημιουργίας μπορεί να είναι οτιδήποτε, από έναν τρόπο ενδυμασίας, μέχρι ένα μυθιστόρημα ή ένα είδος μουσικής. Φαντασία και αυθεντικότητα ωστόσο παραμένουν τα βασικά στοιχεία αυτού του ρεύματος.



Σαν τρόπος ζωής, το Gothic έχει διαφοροποιήσεις όπως ακριβώς και οι οπαδοί του. Δεν υπάρχει πλέον ένα κοινό στερεότυπο ή τρόπος ένδυσης όπως υπήρχε. Και ούτε όλοι οι Goth είναι καταθλιπτικοί, ούτε όλοι τους ντύνονται στα μαύρα, ακούνε την ίδια μουσική ή υιοθετούν τους ίδιους τρόπους προσωπικής έκφρασης. Αυτό κάνει την ανίχνευσή του Goth κάπως δύσκολη και μας μπερδεύει, μη γνωρίζοντας από που να ξεκινήσουμε, αλλά αυτές οι διαφοροποιήσεις είναι καθοριστικός παράγοντας.

## ***Πώς λοιπόν κανείς αναγνωρίζει έναν αυθεντικό Goth αν όλοι διαφέρουν τόσο;***

Για να κατανοήσουμε καλύτερα αυτήν την κουλτούρα, είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε από που προήλθε. Υπάρχει πριν από την χρονική στιγμή που το ονομάσαμε. Ήταν μια υποκουλτούρα που είχε εμφανιστεί, άνθησε και πέθανε, για να ξαναγεννηθεί σε πολλές εποχές και κοινωνίες. Οι οπαδοί του ήταν πάντα απογοητευμένοι και ανικανοποίητοι από την κουλτούρα που είχαν κληρονομήσει.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, η συμπεριφορά, η στάση και το ντύσιμο καθόριζε το Goth αφού κατόρθωσαν να αντικαταστήσουν την καλλιτεχνία και την φιλοσοφία που συνόδευε την κουλτούρα αυτήν. Οι τελευταίοι της «παλιάς σχολής» και οι προστατευόμενοι τους έκαναν πίσω και δεν αποτέλεσαν μέρος των «ανερχόμενων». Κι αυτό, γιατί αρνήθηκαν να συσχετιστούν μαζί με αυτούς που θεωρούσαν ρηχούς, όπως μια ομάδα που είχε να κάνει με τα ναρκωτικά και που δεν είχαν κάτι καλύτερο να προσφέρουν από ένα τρόπο ενδυμασίας και μια άσχημη συμπεριφορά. Η γνώμη των νέων για τους παλιούς δεν ήταν καθόλου καλή.

## ***Τελικά το Goth έχει γίνει μόδα;***

Η φράση Goth καθιερώθηκε στις αρχές του 1980 από τον manager του συγκροτήματος Joy Division, Anthony Wilson, ο οποίος χαρακτήρισε τη μπάντα ως «Gothic συγκρινόμενο με το Pop ρεύμα». Η ορολογία αυτή έμεινε. Η χρήση της μαύρης ενδυμασίας ήταν αρχικά ένα είδος αντίδρασης στην πολύχρωμη-disco-ενδυμασία και μουσική της περασμένης δεκαετίας. Και αυτό έμεινε. Και καθώς το Punk πέθανε, το Goth επέζησε φτιάχνοντας το δικό του «πολιτισμό». Το Punk χτένισμα και η αντίστοιχη ενδυμασία αλλοιώθηκαν, και η συνήθεια της κοινωνίας να έχει κάποια κατηγορία ανθρώπων στο περιθώριο μεταφέρθηκε πάνω στους Goths. Ταινίες όπως το «Crow» αλλά και συγκροτήματα όπως οι Bauhaus βοήθησαν να εδραιωθεί το εν λόγω image ως σκοτεινό, καταθλιπτικό και μερικές φορές ως σατανικό. Όσο έβγαιναν περισσότερες σκοτεινές ταινίες, ο αριθμός των Goths μεγάλωνε όλο και περισσότερο. Στη σημερινή εποχή υπάρχουν Gothic συγκροτήματα περισσότερα από ποτέ και το φαινόμενο του 1980 μετατράπηκε τη δεκαετία του 1990 σε τρόπο ζωής για πολλούς ανθρώπους. Ίσως και σε μόδα...

## ***Ποια είναι λοιπόν η σημερινή Goth κουλτούρα;***

Αυτό βασικά είναι εξίσου κάτι το απροσδιόριστο, καθώς ο όρος Goth σημαίνει κάτι το διαφορετικό, αναλόγως βέβαια με τον κάθε υποστηρικτή. Πολλοί υιοθετούν κάποια ασυνήθιστη μόδα, με σκοπό να ξεχωρίσουν από το κοινωνικό σύνολο. Άλλοι δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην καλλιέργεια του εσωτερικού τους κόσμου, στη μόρφωσή τους και στην ενασχόλησή τους με τη λογοτεχνία, την ποίηση και τον κινηματογράφο (με θέματα που αφορούν το γοθικό ρεύμα). Παρόλα αυτά υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά που είναι κοινά για κάθε άποψη.

## Εξωτερική εμφάνιση



- Οτιδήποτε μαύρο (επίσης το άσπρο, ή οποιοδήποτε σκούρο χρώμα όπως το μωβ ή το σκούρο κόκκινο χρησιμοποιείται επίσης αλλά όχι και τόσο συχνά)
- Ασημένια κοσμήματα
- Ανοιχτό χρώμα δέρματος (ίσως επειδή πολλοί από τους Goths θέλουν την «νεκρική όψη» ή την Βικτοριανή αισθητική που λέει ότι το χλωμό δέρμα είναι σημάδι αριστοκρατίας)
- Βαμμένα μαλλιά (μαύρο, πλατινέ, κόκκινα ή ακόμα και μωβ)
- Μαύρο και άσπρο μακιγιάζ (άσπρη πούδρα, μαύρες σκιές και μαύρο κραγιόν)
- Λεπτά φρύδια (είτε τα βγάζουν με τσιμπιδάκι, είτε τα ξυρίζουν και ζωγραφίζουν λεπτά φρύδια)
- Ρούχα από βελούδο ή από δέρμα, κορσέδες ή ρούχα από δαντέλα και τούλι
- Περιλαίμια (συνήθως με καρφιά)
- Το Αιγυπτιακό ankh
- Το «μάτι του Ρα» (το σύμβολο αυτό έγινε περισσότερο της μόδας επειδή ήταν στο εξώφυλλο του album Vision Thing, των Sisters Of Mercy)
- Πεντάλφα-Σταυρός-Αλυσίδες
- Παπούτσια με ψιλό και μονοκόμματο τακούνι, μπότες στρατιωτικές ή Doc Martens
- Tattoos - Body Pierce



## **METAL (Μεταλλάδες)**

Οι φίλοι της metal μουσικής έχουν δημιουργήσει τη δική τους υποκουλτούρα η οποία περιλαμβάνει κάτι περισσότερο από την εκτίμησή της στο ύψος της μουσικής. Μερικοί κριτικοί και οι μουσικοί έχουν δείξει ότι η υποκουλτούρα είναι σε μεγάλο βαθμό με δυσανεξία στη άλλα μουσικά είδη .

### **Είδη Μεταλλάδων**

#### **Ποζεράδες**

Κυκλοφορούν σε κοπάδια των 5 (2 αρσενικά και 3 θηλυκά), κύριο γνώρισμα είναι η προσεγγισμένη κόμμωση, τα πολλά μπλιμπλίκια στα χέρια, στον λαιμό, στα φρύδια και το υπογάστριο, το χέρι να σηκώνεται στο άκουσμα των Guns N' Roses ή των Skid Row (και των παρόμοιων ποζεροσυγκροτημάτων της εποχής), προσεχτική πόρωση και ματιές δεξιά και αριστερά να δουν αν πιάνουν τόπο οι ποζεριές τους.

#### **Νέο Μεταλλάδες**

Πρόκειται για την μεταλλαγμένη εξέλιξη της φυλής. Πρωτοεμφανίστηκε το 2000 αφού κάποιου μεταλλάδες έπεσαν θύμα του γνωστού ιού της εποχής Y2K !!! Βόσκουν σε αγέλες των 20-30, η αναλογία ανδρών-γυναικών είναι σχεδόν στα ίσα. Χαρακτηριστικό τους είναι τα ξυρισμένα κεφάλια, με κάποια τσουλούφια αφημένα, σκουλαρίκια στα φρύδια, την μύτη (ο ιός τους έκανε να νομίζουν ότι είναι Ταύροι κι όχι κατσίκες...) καθώς επίσης και οι πόντοι, στην κοιλιά, στο κεφάλι ή ακόμη και στα γενετικά όργανα, λόγω ασθένειας από τον ιό.

#### **Βλακάδες**

Οι blackmetal - άδες ή αλλιώς βλακάδες, έχουν μονίμως φαγούρα στη μούρη, και για να απαλλαγούν από αυτή, χώνουν τη μούρη τους σε λάκους με πούδρα, κιμωλία, αλεύρι κλπ. Επικοινωνούν μεταξύ τους με λέξεις που περιέχουν πολλά σύμφωνα όπως: drudgh, grishnakh, borgknagar, burzum, zvaiulugh burburum...

#### **Κουβάδες**

Όλοι εκείνοι οι μεταλλάδες που παίζουν Πάμε Στοίχημα ή έχουν ύψος ένα και είκοσι (1,20 cm) και κάτω.

#### **Προγκρεσιβάδες**

Ετούτοι ,αν και δεν μπορούν να προφέρουν το τι είδος είναι, αποτελούν την κρυφή μάζα των μεταλλάδων. Ντύνονται φλώρικά και πολλές φορές έχουνε φάει πολύ ξύλο λόγω παρεξήγησης.

## Παουεράδες

Πάνοπλοι Μεταλλάδες, φορτωμένοι με σπαθιά, ασπίδες. Αιώνιοι εχθροί των Θρασάδων και των Βλακάδων, τους πολεμούν με οργή ονομάζοντας τους στα τραγούδια τους "δαίμονες" (για τους σατανιστοβλακάδες ειδικά), δράκους, ορκ, βριλ, γκριλ...

Μετά τις μάχες συγκεντρώνονται σε ταβέρνες (taverns) όπου περνούν τη νύχτα πίνοντας ζύθο (mead) οίνο (ale) και ακούγοντας τους βάρδους να εξιστορούν τις καθημερινές τους ασχολίες (Bard Songs). Διατροφικές συνήθειες: Το είδος αγαπάει το κρέας μονόκερου, το παλιό καλό κρασί και τη συντροφιά της πριγκίπισσας-αιθέριας δεσποσύνης. Στις δύσκολες στιγμές (όταν σώζουν τον κόσμο απ' το κακό) τρώνε παξιμάδια.

## Χεβυμεταλλάδες

Αυτό το είδος μετάλλου τρέφεται με μπίρα και μπιροπαρασκευάσματα. Συνήθως συνοδεύουν το φαγητό τους (μπύρα) με μπίρα. Απολαμβάνουν τη παγωμένη μπίρα το πρωί, το μεσημέρι και το βράδυ. Σε σπάνιες περιπτώσεις μπορεί να τους συναντήσετε στο γυράδικο της γειτονιάς να τρώνε πιτόγυρο (πιτόγυρος,-η,-ο) φυσικά με τη συνοδεία μπίρας.

## Θρασάδες

Κυκλοφορούν 2 ή 3 μαζί, κυρίως αρσενικά. Χαρακτηρίζονται από τις σφαίρες και τα καρφιά που έχουν διακριτικά τοποθετήσει όπου είναι δυνατόν, και μια έκφραση αφελούς κακίας στο πρόσωπο τους. Χαρακτηριστικό τους είναι η εμμονή τους στην ιδέα ότι η θρας (τρας) είναι η απόλυτη μουσική, την οποία κληρονομήσαμε από τους Ελ (οι οποίοι είναι, ως γνωστόν, καφρομεταλλάδες). Επιμένουν ότι η θρας έχει επιστρέψει και είναι ζωντανή, ενώ στην πραγματικότητα όλοι ξέρουν ότι αυτό δεν είναι και πολύ ακριβές.



## Εξωτερική Εμφάνιση



- Αλυσίδες – Ζώνες με σφαίρες – Περικάρπια με καρφιά
- Τζιν μπουφάν με ραφτά από logo συγκροτημάτων
- Μαύρα τζιν – Μαύρες μπλούζες ( και άσπρες λίγο πιο σπάνια )
- Μακρύ μαλλί





## EMO

Ο όρος emo (Ίμο) (προέρχεται από τη λέξη emotional=συναισθηματικός) αναφέρεται σε ένα ύφος παρακλάδι του πανκ που περιγράφει διάφορες παραλλαγές της μουσικής με κοινές ρίζες. Στα μέσα της δεκαετίας του '80 περιέγραφε μία υποκατηγορία του σκληροπυρηνικού πανκ που δημιουργήθηκε στη μουσική σκηνή της Ουάσιγκτον. Τα τελευταία χρόνια, ο όρος emocore, συντομογραφία του «emotional hardcore», χρησιμοποιήθηκε επίσης για να περιγράψει τις συναισθηματικές παραστάσεις συγκροτημάτων στη σκηνή της Ουάσιγκτον και μερικές από τις περιφερειακές σκηνές όπως τα γκρουπ Rites of Spring, Embrance, One Last Wish, Beefeater, Gray Matter, Fire Party και το Moss Icon. Ο όρος "emotive hardcore" περιλήφθηκε στο λεξικό για να περιγράψει την περίοδο. Συγκροτήματα όπως τα Sunny Day Real Estate και Texas Is The Reason είχαν ένα πιο ανεξάρτητο ροκ ύφος του Ίμο, πιο μελωδικό και λιγότερο χαοτικό. Η αποκαλούμενη indie emo σκηνή επέζησε μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '90, καθώς πολλά από τα γκρουπ είτε εγκατέλειψαν είτε μετατοπίστηκαν σε επικρατούσες μορφές. Καθώς τα υπόλοιπα indie Ίμο γκρουπ εισχώρησαν στο κυρίαρχο μουσικό ρεύμα, νεότερα γκρουπ άρχισαν να μιμούνται το ύφος που επικρατούσε. Κατά συνέπεια, ο όρος "Ίμο" εξελίχθηκε σε έναν αόριστο προσδιορισμό, χωρίς να περιγράφει ένα συγκεκριμένο μουσικό ύφος. Στα μέσα της δεκαετίας του 2000, το Ίμο έγινε στυλ ζωής. Συνήθως, οι Ίμο, ταυτίζονται με την έννοια της εφηβικής αυτοκαταστροφής: μελοδραματικοί στίχοι, βόλτες σε νεκροταφεία, κομμένες φλέβες, βλέμματα προσηλωμένα στο κενό και χαρακωμένα χέρια. Οι Ίμο έχουν ίσια, ξασμένα μαύρα μαλλιά με μία φράντζα στο πλάι που καλύπτει το ένα ή και τα δύο μάτια, επειδή μισούν την ζωή και, όπως λένε, την βλέπουν με μισό μάτι'. Αγόρια και κορίτσια, φοράνε κολλητά τζιν, κολλητές μπλούζες που γράφουν συνήθως ονόματα διάφορων ροκ συγκροτημάτων, διάστικτες (με καρφιά ή ανάλογα αντικείμενα) ζώνες, σκέιτ παπούτσια. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας της ραγδαίας διάδοσης του Ίμο στις πολλές εταιρίες ενδυμάτων και αξεσουάρ εκμεταλλεύθηκαν το γεγονός λανσάροντας - συνήθως μέσω του Διαδικτύου - μια καθολική γκάμα ρούχων που απευθύνονται στους Ίμο.



# PUNK

Το πανκ είναι μουσικό είδος που ξεκίνησε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής τη δεκαετία του '60, αρχικά από τη Νέα Υόρκη, και έγινε γνωστό στα μέσα της δεκαετίας του '70. Οι ρίζες του βρίσκονται στο garage rock αλλά και σε συγκροτήματα όπως οι MC5, Stooges, Ramones, Πάττι Σμιθ, New York Dolls και Dead Kennedys, μετά τα μέσα της δεκαετίας του '70 όμως εισήχθη στην Αγγλία και έγινε δημοφιλές από συγκροτήματα όπως οι Sex Pistols, οι Clash, οι Crass κ.α. σαν μουσική του λευκού απορριπτόμενου νεολαίου και μέρος ενός κινήματος πολιτικής και κοινωνικής καταγγελίας και αμφισβήτησης του κατεστημένου.

Παίζεται συνήθως με κιθάρα, μπάσο & ντραμς, σπάνια και πιάνο ή άλλα όργανα, και οργισμένα φωνητικά. Είναι υποκατηγορία του ροκ, προερχόμενο από το garage rock και είναι μουσική απλή, με έμφαση στις απλές ρυθμικές δομές (τυπικά 4/4 και δομή chorus-verse), την ταχύτητα και την ενέργεια, με στίχους που συνήθως θίγουν κοινωνικά, πολιτικά ή προσωπικά θέματα, συχνά οργισμένοι ή χλευαστικοί. Οι συνθέσεις ήταν συνήθως σύντομες (αρκετές φορές κάτω από δυο λεπτά) σαν αντίθεση στις επικές συνθέσεις του progressive και του κλασικού ροκ, ενώ ο ρυθμός κοφτός και νευρικός, σε αντίθεση με την μελωδική και χορευτική disco που κυριαρχούσε εκείνη την εποχή. Πολλοί από τους πανκ μουσικούς ήταν επαγγελματίες, αρχικά αρνούσαν όμως να παίξουν κάτι παραπάνω από μερικές κοφτές συγχορδίες, επίσης θέλοντας να αντιτεθούν στο τεχνικό παίξιμο που αποθεώθηκε από τους μουσικούς του κλασικού ροκ, ενώ άλλοτε οι μουσικοί ήταν ερασιτέχνες, με ελάχιστη ή λίγη τεχνική, που όμως ταίριαζαν με τη φιλοσοφία και την απλότητα της πανκ μουσικής.

## **Ρουχισμός**

Το πανκ στυλ από όταν ξεκίνησε (δεκαετία του 70 από τους RAMONES ) στόχο είχε να προκαλεί την κοινή γνώμη. Από τότε μέχρι σήμερα κάποια από τα τυποποιημένα αξεσουάρ έχουν αλλάξει ή έχουν αντικατασταθεί με νέα. T-shirt με προσβλητικές στάμπες, αντιφασιστικά σύμβολα κτλ. ήταν πολύ διάσημα στα αρχικά κύματα του πάνκ.

Τα μαλλιά ήταν φτιαγμένα για να φαίνονται ατημέλητα, σε αντίθεση με τις προηγούμενες εποχές όπου ήταν κυρίως μακριά. Ήταν βαμμένα σε αφύσικα χρώματα (πράσινο, έντονο κόκκινο, μωβ).

Επίσης, αρκετά γνωστά ήταν τα δικτυωτά καλσόν (πολλές φορές σχισμένα) και τα περικάρπια με καρφιά και άλλα αντικείμενα με καρφιά, οι παραμάνες (πάνω στα ρούχα ή σαν σκουλαρίκια). Στα πρώτα χρόνια του πανκ, οι άντρες και οι γυναίκες φορούσαν βαρύ και πολύ eyeliner.



**Εκτός από την μουσική υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την ενδυμασία των ανθρώπων.**

Από τα ρούχα κάποιου, συνήθως φαίνεται το επάγγελμα που ασκεί αλλά και η ιεραρχία στην οποία είναι τοποθετημένος στα πλαίσια της εργασίας του. Αρκετοί άνθρωποι, προσπαθούν με το ντύσιμό τους, να μας κάνουν φανερό και την ιδεολογική ή την θρησκευτική τους τοποθέτηση. Ο αντικομφορμισμός για παράδειγμα, του φιλελεύθερου νέου, εκφράζεται μέσα από τα μακριά μαλλιά ή τα γένια του, μέσα από το τζιν -συχνά σχισμένο- παντελόνι και τη φαρδιά μπλούζα του. Αντίθετα, ο συντηρητισμός ενός προσκολλημένου σε θρησκευτικές πεποιθήσεις ανθρώπου, γίνεται μέσω του, αυστηρού ύφους ντύσιμου..



### **Η ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΡΟΥΧΩΝ**

Τα ρούχα είναι «το κυριότερο συστατικό» των ανθρώπων. Είναι λοιπόν λογικό εξαιτίας των ρούχων να αυξάνεται ή να μειώνεται η σεξουαλικότητα των ανθρώπων. Παράδειγμα, μια γυναίκα με πολύ στενά και κοντά ρούχα θα προκαλέσει περισσότερο το ενδιαφέρον ενός άντρα, σε σχέση με μια γυναίκα πιο σεμνή. Αυτό το παράδειγμα μας δίνει την δυνατότητα να αναφερθούμε και στο σεξαπίλ, το οποίο προσδίδουν τα ρούχα σε κάθε άνθρωπο.





## 4.2 ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΡΑΤΣΙΣΜΟΣ

Ο **ρατσισμός** είναι το δόγμα που αναπτύσσεται με σύνδεσμο συγκεκριμένα γνωρίσματα "traits", όπως π.χ. εθνικά, θρησκευτικά, πολιτιστικά κ.λπ., προκειμένου να αναγάγει μια ομάδα αντίστοιχα (κοινωνική, φυλετική, θρησκευτική), ως υπέρτερη άλλων. Το πιο συνηθισμένο είδος ρατσισμού, και αυτό που έχει δώσει την αρχική ονομασία στην λέξη (εκ της ιταλικής ("ράτσα") razza = φυλή), είναι ο φυλετικός ρατσισμός.



Τα ρούχα μπορούν να επηρεάσουν το πώς αντιλαμβανόμαστε το χρώμα του δέρματος – και συνεπώς την φυλή στην οποία ανήκει αυτός που τα φορά– σύμφωνα με νέα έρευνα. Ερευνητές πανεπιστημίων, έντυσαν ανθρώπους με κοστούμια και φόρμες εργασίας, εν συνεχεία ζήτησαν από είκοσι εθελοντές να πουν αν ο/η εικονιζόμενος-η είναι λευκός ή μαύρος.



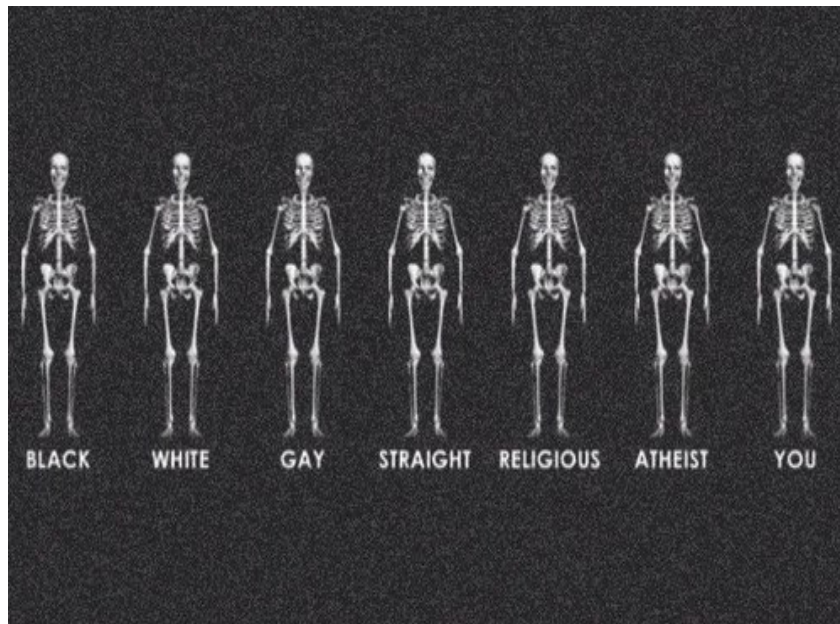
Ρατσιστικές ετικέτες ρούχων στη Βρετανία από το κατάστημα Madhouse στην Oxford Street του Λονδίνου

Τα πρόσωπα είχαν περισσότερες πιθανότητες να εκληφθούν ως λευκά όταν ήταν επίσημα ντυμένα, και μαύρα όταν φορούσαν φόρμες εργασίας, κατέληξαν οι επιστήμονες, που δημοσίευσαν τα ευρήματά του στο περιοδικό Plos One. Οι ερευνητές πιστεύουν ότι αν ο κόσμος συνειδητοποιήσει τις τεχνικές που χρησιμοποιεί για να αξιολογήσει άλλους ανθρώπους, οι συνέπειες αυτών των υποσυνείδητων προκαταλήψεων θα μπορούσαν να ελαχιστοποιηθούν.

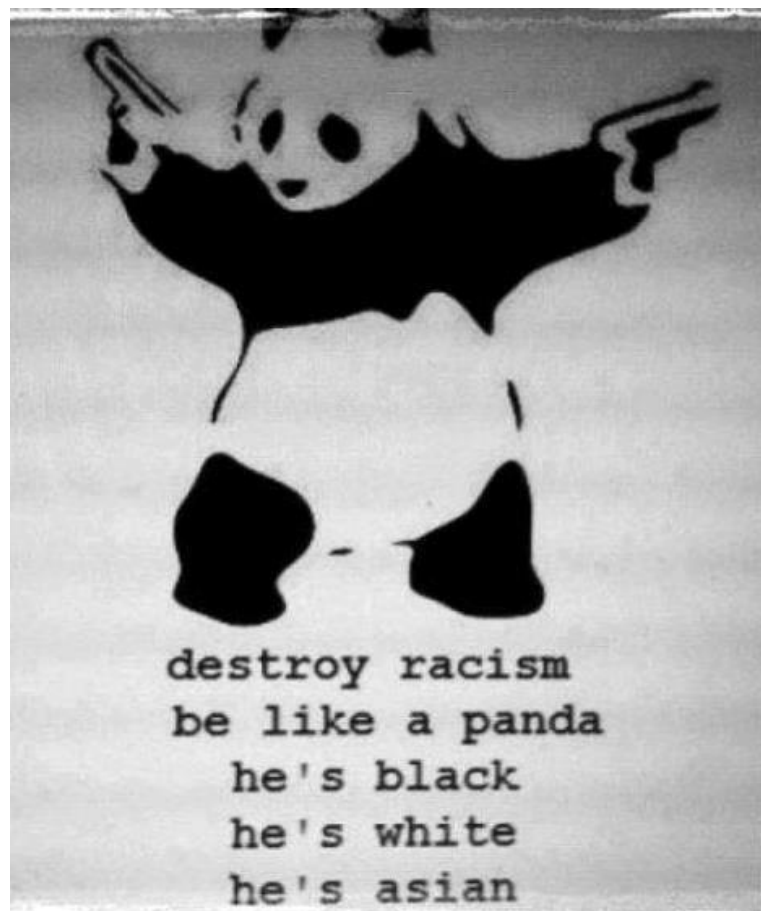
«Τα αποτελέσματα δείχνουν πως αυτό που περιμένουμε να δούμε, επηρεασμένοι από στερεότυπα και κοινωνικές αναφορές, μπορεί στ' αλήθεια να αλλάξει αυτό που όντως βλέπουμε στους άλλους ανθρώπους» δήλωσε στο BBC ο Jon Freeman, μεταπτυχιακός φοιτητής στο Tufts University και επικεφαλής της έρευνας.



Κύριο αίτιο της ύπαρξης ρατσισμού είναι οι οικονομικοί λόγοι, η έλλειψη παιδείας, ο βαθμός επιρροής των θρησκευτικών δοξασιών και προκαταλήψεις που δημιουργούνται από την οικογένεια, την παράδοση. Όμως όλα αυτά αντικατοπτρίζονται και στην καθημερινή μας ενδυμασία. Εκεί που υπάρχει ρατσισμός, υπάρχει και φθηνή «γκαρνταρόμπα».



Οι συνέπειές του στην ψυχολογία του θύματος, αποτελούν ένα κομμάτι του παγκόσμιου προβλήματος του ρατσισμού. Το θύμα αποδέχεται σκοταδιστικές αντιλήψεις με αποτέλεσμα την πνευματική του ανελευθερία και την παρακώλυση της κριτικής του σκέψης. Επίσης υπονομεύεται η δημοκρατική λειτουργία των θεσμών από την κυριαρχία της αδικίας, αναξιοκρατίας, την περιφρόνηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιθωριοποιούνται άτομα και ομάδες. Παρεμποδίζεται η δημιουργική τους συμμετοχή στην κοινωνία και η εξέλιξή τόσο των ίδιων όσο και της κοινωνίας. Σε κοινωνικό επίπεδο, στερεί από τους λαούς την ευκαιρία να αναπτύξουν πολιτισμό, αφού κυριαρχεί ο φόβος ανάμεσα στους ανθρώπους, και δημιουργείται κοινωνική δυσλειτουργία. Τα άτομα δε συνεργάζονται αρμονικά, αντιθέτως είναι συχνά τα φαινόμενα βίας και εγκληματικότητας όπως επίσης έχει παρατηρηθεί αύξηση στα φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας.



## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

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

**Μην ξεχνάμε άλλωστε πως πολλές φορές αυθόρμητα ακολουθούμε την μόδα και τις νέες ιδέες της, άλλοι περισσότερο και άλλοι λιγότερο.**

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Λαγάκου Ν. Η ενδυμασία δια μέσου των αιώνων. εκδ. Δωδώνη, Αθήνα 1998

## **ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

1. [http://users.sch.gr/symfo/sholio/ekthesi/a\\_likiu/a06.moda.htm](http://users.sch.gr/symfo/sholio/ekthesi/a_likiu/a06.moda.htm)
2. <http://blogs.sch.gr/lykaliar/files/2012/02/NEOLAIA1.pdf>
3. [http://www.flowmagazine.gr/article/view/pws\\_epirazei\\_h\\_moda\\_thn\\_koinwnia/category/quality\\_of\\_life](http://www.flowmagazine.gr/article/view/pws_epirazei_h_moda_thn_koinwnia/category/quality_of_life)
4. <http://el.wikipedia.org/wiki/>
5. <http://www.fashionfreaks.gr/fashion-news/>
6. <http://www.kazam.gr/online/node/114644>
7. [http://projectaristoteleiocollege.weebly.com/uploads/1/1/9/0/11905755/mo\\_da\\_katanalwtismos.pdf](http://projectaristoteleiocollege.weebly.com/uploads/1/1/9/0/11905755/mo_da_katanalwtismos.pdf)
8. [http://2lyk-laris.lar.sch.gr/autosch/joomla15/images/pdf\\_files/moda.pdf](http://2lyk-laris.lar.sch.gr/autosch/joomla15/images/pdf_files/moda.pdf)
9. [http://project4gelpanorama.blogspot.gr/2012/05/blog-post\\_11.html](http://project4gelpanorama.blogspot.gr/2012/05/blog-post_11.html)
10. <http://www.in-stylefashion.gr/young-fashion.html>

## ΟΜΑΔΕΣ



### Ομάδα Α΄

Σοφία Απέργη  
Μαριλένα Βιδάλη  
Ναταλία Βιδάλη  
Κατερίνα Δελλατόλα  
Μαρία Κομού

### Ομάδα Β΄

Λιάνα Παγίδα  
Κατερίνα Παλαμάρη  
Αλεξάνδρα Σουράνη  
Αντελάιντο Τσουλχάι





### Ομάδα Γ'

Γιώργος Βιδάλης  
Γιάννης Καστορίνης  
Μάρκος Κουμαριανός  
Σπύρος Μελισσουργός  
Αργύρης Σανταμούρης

### Ομάδα Δ'

Κωνσταντίνος  
Γεωργακόπουλος  
Ολυμπία Ορφανού  
Άρτα Μαλλκάσι  
Γιάννης Μέγκουλας  
Στέργιος Βασιλάκης





## Project 2013-2014

