

ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΤΜΗΜΑ: ΚΛΩΣΤΟΥΨΑΝΤΟΥΡΓΙΑΣ

ΣΟΦΙΚΗΤΗ ΕΥΦΗΜΙΑ

«ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΤΗΣ
ΜΟΔΑΣ, ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ ΒΟΟΚ»



Επιβλέπουσα: κα ΤΣΑΤΣΑΡΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΑ

Αθήνα, ΜΑΪΟΣ 2012

ΤΕΙ Πειραιά

Σχολή: Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών (ΣΤΕΦ)

Τμήμα: ΚΛΩΣΤΟΨΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑΣ

Πτυχιακή Εργασία
Μάιος 2012



Εισηγήτρια εργασίας:
Σοφικίτη Ευφημία

Επιβλέπουσα:
κ. Τσατσαρού Αθανασία

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Από την εποχή που πρωτοεμφανίστηκε ο άνθρωπος πάνω στη γη, έπρεπε να καλύψει τις βιοποριστικές και τις σωματικές του ανάγκες. Αρχικά, δημιούργησε τους μανδύες από φύλα συκής και μετά από χρόνια, δημιούργησε το ένδυμα, σε διάφορες παραλλαγές. Καθώς περνούσαν τα χρόνια, η μορφή του ενδύματος διαμορφωνόταν ανάλογα με πολιτικά, κοινωνικά, οικονομικά, πολιτιστικά γεγονότα που συντελούνταν. Έτσι, με αυτό τον τρόπο, γεννήθηκε η μόδα.

Ο άνθρωπος, επηρεαζόμενος από τη νέα αυτή τάση, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, άρχισε να υιοθετεί τα διαφορετικά στυλ ντυσίματος, ανά δεκαετίες, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της κάθε εποχής που διένυε. Μάλιστα, γίνεται αντιληπτό ότι πολλά ενδύματα και είδη υπόδησης κατά καιρούς επαναλαμβάνονται. Ωσπου έφτασε στη σύγχρονη εποχή, όπου έχει υιοθετήσει τη συνήθεια να αλλάζει συνεχώς το ύφος της ένδυσης που φοριέται και αυτό ν' αποτελεί σήμερα παγκόσμιο φαινόμενο. Παρατηρούμε λοιπόν πώς η μόδα αλλάζει διαρκώς και μάλιστα με πολύ γρήγορους ρυθμούς.

Η μόδα φυσικά, σχετίζεται και με την τέχνη καθώς και την εφεύρεση. Τις περισσότερες φορές μόδα και τέχνη συμπορεύονται. Είναι δύο έννοιες, οι οποίες ταυτίζονται μεταξύ τους, δημιουργούν την κουλτούρα μιας χώρας βασισμένες και στα δεδομένα του πολιτισμού της. Η μόδα εμπνέεται από τις επιρροές που ασκεί η τέχνη. Παράδειγμα αποτελεί η κίνηση της μόδας που εκφράστηκε μέσω του ρετρο-φουτουρισμού. Δίνεται δηλαδή μία έμφαση στη ρετρό γοητεία που υπήρχε στο παλαιό στυλ της τέχνης, στα ενδύματα, στα ήθη, και στη συνέχεια υιοθετεί στοιχεία μοντέρνα ή ακόμα και φουτουριστικά παρμένα από την τεχνολογία, δημιουργώντας κάποιες στενές σχέσεις που έχει αντλήσει από το παρελθόν. Με βάση την εφεύρεση, τρεις είναι σημαντικότερες: το σουτιέν, το παντελόνι και τέλος τα καλσόν.

Επίσης, σημαντικό στοιχείο για τη μόδα, είναι ο κύκλος ζωής κάθε προϊόντος, που περνάει από πολλά στάδια. Συγκεκριμένα, εμφανίζεται στην αγορά, το αγοραστικό κοινό το αποδέχεται, αρχίζει να το υιοθετεί όλο και

περισσότερος κόσμος αγοράζοντας το μέχρι που στο τέλος φθείρεται και δεν φοριέται πλέον. Έτσι, στη συνέχεια δημιουργούνται καινούρια προϊόντα.

Αναμφίβολα, σημαντικό στοιχείο παίζει η έμπνευση των σχεδιαστών. Η πραγμάτωση της έμπνευσης αυτής ενσαρκώνεται μετέπειτα στις πασαρέλες. Ένας σχεδιαστής μόδας, πρέπει να χαρακτηρίζεται από πρωτοτυπία στις ιδέες του για την δημιουργία ενός διαφορετικού και εκκεντρικού στυλ. Τέτοιες πηγές έμπνευσης, μπορεί να αντληθούν από ένα του ταξίδι σε μια άλλη χώρα έτσι ώστε να συλλέξει πληροφορίες και εικόνες από έναν άλλο διαφορετικό πολιτισμό. Έτσι, στη συνέχεια, επιδεικνύει το στυλ των ενδυμάτων του όχι μόνο σε απλές πασαρέλες, αλλά μπορεί ακόμα να πάρει μέρος στις διάφορες εβδομάδες μόδας που πραγματοποιούνται ανά τακτά χρονικά διαστήματα σε μεγάλες πόλεις.

Τέλος, σημαντικό ρόλο για τον χώρο της μόδας παίζουν και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η δημοσιογραφία της μόδας και το διαδίκτυο, η τηλεόραση, τα περιοδικά, τα blogs, οι εφημερίδες που περιγράφουν όλες τις πτυχές της μόδας συμβάλλουν στη γνωστοποίηση σημαντικών σημείων της και στην ενημέρωση του κοινού.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	8
Εισαγωγή.....	8
1.1. Η ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ.....	10
1.2. ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ.....	13
1.3. Η ΥΠΑΡΞΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΣΕ ΠΟΙΚΙΛΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑΣ.....	14
1.4. Η ΕΝΔΥΣΗ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΗ ΜΕ ΤΗ ΜΟΔΑ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	19
2.1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ.....	19
2.2. Η ΜΟΔΑ, ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	30
3.1. ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ.....	30
3.2. ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΕΝΔΥΜΑΤΟΣ.....	34
3.3. ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ.....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	41
4.1. Η ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΕΧΝΗΣ ΚΑΙ ΜΟΔΑΣ.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	49
5.1. ΤΟ ΚΙΝΗΜΑ ΤΟΥ ΦΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	49
5.1.1 Ο ΦΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΔΡΑ ΣΤΗ ΜΟΔΑ.....	50
5.2. Η ΕΝΝΟΙΑ «RETRO-ΦΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΣ».....	53
5.3. Ο ΜΕΤΑΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟΣ ΟΠΩΣ ΠΗΓΑΖΕΙ ΑΠΟ ΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ.....	55
5.5. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΛΑΝΣΑΡΟΥΝ ΤΟ ΜΕΤΑΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟ.....	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	59
6.1 «ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΜΟΔΑΣ»: ΜΕΣΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΩΝ.....	59
6.2 ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΕΜΠΝΕΥΣΗΣ ΤΟΥΣ.....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	66
7.1 ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ: ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ.....	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8.....	73
8.1 Η ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ.....	73
ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ – ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	77
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	103
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	107
❖ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	107
❖ ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	107
❖ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	107
❖ ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	108

Ευχαριστίες

Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτριά μου κυρία Τσατσαρού Αθανασία για την καθοδήγησή της και τις συμβουλές της, αλλά και τον πολύτιμο χρόνο της που μου αφιέρωσε ώστε να μπορέσω να εκπονήσω, όσο το δυνατόν καλύτερα και ανταποκρινόμενη στις προσδοκίες της την πτυχιακή μου εργασία. Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω την οικογένεια μου, η οποία όλο αυτό το διάστημα με στήριξε ηθικά, βλέποντας τις προσπάθειες που κατέβαλα, για να υλοποιήσω αυτή τη σημαντική για μένα εργασία στο ακέραιο. Φυσικά, καθοριστικό ρόλο για την εξέλιξη μου ως προσωπικότητα έπαιξαν οι διδάσκοντες καθηγητές μου στη σχολή, οι οποίοι όλα αυτά τα χρόνια, με τις παρεχόμενες σ' εμένα νέες γνώσεις τους, με βοήθησαν να δομήσω ένα υπόβαθρο (γνώσεων), που με συμπληρώνει κυρίως πνευματικά και ψυχικά, (και γι' αυτό τους ευχαριστώ). Τέλος, θα ήθελα να πω ένα ευχαριστώ και σε δύο φίλους μου, τον Τσιγκριμάνη Βασίλη που μου έδειξε κάποια πράγματα στον υπολογιστή, ώστε να οργανώσω δομικά καλύτερα την εργασία μου, καθώς και την Κουμανάκου Πιπίτσα, φιλόλογο στο επάγγελμα, η οποία με τις συμβουλές της, βοήθησε στο να αποδοθούν κάποια νοήματα που αφορούσαν στο περιεχόμενο πιο εύγλωττα. Χωρίς λοιπόν, τη βοήθεια όλων αυτών των ανθρώπων η έρευνά μου δε θα μπορούσε να είχε υλοποιηθεί και ολοκληρωθεί επιτυχώς.

Πρόλογος

Ο άνθρωπος με την εμφάνιση του πάνω στη γη, πέρα από τις βιοτικές του μέριμνες, έπρεπε να φυλαχθεί από τις διάφορα καιρικά φαινόμενα· γι' αυτό το λόγο αναζήτησε ποικίλους τρόπους ένδυσης για να του ανάγκες.

Η πρώτη επαφή του ανθρώπου ήταν με το ζωικό βασίλειο, καθώς ζούσε μέσα σε αυτό και συνυπήρχε με τα ζώα, τα οποία αποτελούσαν και την πρώτη του ύλη για τη δημιουργία ενδυμάτων, για να προφυλαχθεί κάθε φορά που το χρειαζόταν. Η σταδιακή όμως προσπάθεια του ανθρώπου για να εξελιχθεί, τον οδήγησε στην εύρεση νέων τρόπων διαμόρφωσης και των ενδυμάτων του. Σε αυτό συνετέλεσε, η φυσιολογική ανάγκη του διαχωρισμού των όντων σε δυνατούς και αδύνατους, ανώτερους και κατώτερους ιεραρχικά. Χαρακτηριστικό είναι και το παράδειγμα που μπορεί κανείς να διακρίνει και μέσα στις φυλές των ζώων. Αρχηγός της αγέλης γίνεται αυτός που έχει μεγαλοπρεπές παράστημα και ηγετική φυσιογνωμία. Αυτό μάλιστα την εποχή του ζευγαρώματος των ζώων αποτελεί καθοριστικό στοιχείο, αφού τα φυσικά προσόντα των αρσενικών προβάλλονται με τρόπο έντονο προκειμένου να προσελκύσουν τα θηλυκά και αντίστροφα. Ανάλογη είναι η τάση του ανθρώπου για προβολή σε μεγάλο βαθμό, η οποία επιφέρει τη διαρκή προσπάθεια, μέσω της αύξησης των μέσων στολισμού και καλλωπισμού τόσο σωματικά όσο και ενδυματολογικά.

Η μόδα ως όρος γεννιέται, όταν ανακαλύπτεται το ύφασμα, σημαντικό στοιχείο στη δημιουργία ποικίλων ρούχων. Οι μορφές του ποικίλες, καθώς συναντάται σε είδη ρουχισμού φτιαγμένα από ίνα, μαλλί, και γενικά το νήμα, φυσικής ή τεχνητής προέλευσης. Η εύρεσή του συμβάλλει στη δημιουργία ρούχων ποικίλης υφής, που όχι μόνο είναι αναγκαία για λειτουργική χρήση και προφύλαξη του ίδιου του ανθρώπου, αλλά εξελίσσεται σταδιακά σε μέσο στολισμού, προβολής, επιβολής, και επιρροής.

Η μόδα αποσκοπεί όχι μόνο στην κάλυψη του ανθρωπίνου σώματος, αλλά και στη χρήση του από το άτομο, ώστε να το προφυλάσσει από τα διάφορα καιρικά φαινόμενα. Χρησιμεύει και ως μέσο προβολής της κοινωνικής τάξης των ανθρώπων από την αρχαιότητα έως και σύγχρονα. Και

παρά το γεγονός ότι ξεκίνησε να υπάρχει ως στοιχείο στην τάξη των ισχυρών, όπως βασιλιάδων, ιερέων, αρχόντων, με τον ανάλογο φυσικά στολισμό του που αποδεικνυε το κύρος και τη δύναμη της εξουσίας, διατηρήθηκε στο πέρασμα του χρόνου, καθώς αποτέλεσε μέσο αναγκαίο για οποιονδήποτε άνθρωπο. Έτσι η μόδα, ως τρόπος έκφρασης του καθενός έγινε το πιο κεκτημένο δικαίωμα και απλώθηκε σε όλες τις τάξεις.

Η μόδα, ανήκει στους κλάδους παραγωγής κάθε χώρας, επιφέρει σημαντικά κέρδη για την οικονομία της και όσοι την ακολουθούν κατά πόδας την ενισχύουν σε μέγιστο βαθμό και πολλές φορές με ποσά υπέρογκα. Αναλυτικότερα, στον τομέα αυτό απασχολείται μεγάλο εργατικό δυναμικό και καθώς ο χαρακτήρας της λογίζεται παγκόσμιος θα μπορούσε να αποτελέσει ένα βασικό οικονομικό μέρος, των ανεπτυγμένων ή μη χωρών. Εξάλλου, μπορεί ν' αποτελέσει μία από τις ουσιαστικότερες μονάδες του εμπορίου και μπορεί να συνδεθεί άμεσα με την κλωστοϋφαντουργία, συντηρώντας ταυτόχρονα και άλλα πολλά επαγγέλματα, που φαινομενικά τουλάχιστον δεν σχετίζονται μαζί της.

Ως επάγγελμα, ο κλάδος της μόδας αποτελεί επέκταση της σπουδής τέχνης της. Κατατάσσεται στον τομέα της τέχνης της λεπτής και υψηλής παράλληλα τεχνικής. Χωρίς ταλέντο αλλά και φαντασία, κανένας δεν θα μπορούσε να υπηρετήσει ευσυνειδητα και αποτελεσματικά το συγκεκριμένο τομέα, που ως βασικό στόχο του θέτει, την καλαισθησία αλλά και το στολισμό. Εξάλλου, χωρίς την τεχνική, την κατάρτιση και τη γνώση, δε θα ήταν δυνατό να υλοποιηθούν δημιουργήματα αυτής της καλλιτεχνικής έκφρασης και κατ' επέκταση να πραγματοποιηθούν σε λειτουργικά ρούχα.

Καλλιτεχνία λοιπόν και τεχνική μαζί, σε συνδυασμό με τη γνώση θεωρητικών θεμάτων, τα οποία αφορούν στη μόδα, την ιστορία, τους κανόνες της, αλλά και την τέχνη γενικότερα, πρέπει να διαθέτουν αυτοί που στοχεύουν διακαώς να ενταχθούν στον ξεχωριστό και «μαγικό» της κόσμο και να τη βιώσουν και ως επάγγελμα.

Οι γνώσεις αυτές αποτελούν τη βάση σε χώρες, οι οποίες πρωτεύουν στο χώρο της μόδας, αφού την παράγουν και την εξελίσσουν, καθώς επίσης

αποκομίζουν στοιχεία από πολλές άλλες σε επιμέρους θέματα που αφορούν στο σχεδιασμό του υφάσματος, τ' αξεσουάρ που θα συνδυαστούν, τα κοσμήματα και κάθε άλλη λεπτομέρεια που κρίνεται απαραίτητη από το δημιουργό. Στις υπόλοιπες χώρες, που κατά βάση απασχολούνται με την παραγωγή, χωρίς τη λειτουργία κάποιου νεωτερισμού, η τεχνική είναι αυτή που έχει τον πρωτεύοντα ρόλο.

Στον Ελλαδικό χώρο, στον τομέα της μόδας, η καλλιτεχνία και η έκφραση μέχρι πριν λίγα χρόνια, ήταν στοιχεία δευτερευούσης σημασίας. Ό,τι δηλαδή έβγαινε από την παραγωγή για κατανάλωση, προερχόταν από αντιγραφή σχεδίων που υπήρχαν σε ξένα περιοδικά και γραμμές που διαπιστώνονταν ότι επικρατούσαν στην Ευρωπαϊκή αγορά.

Ωστόσο, οι μικρές μονάδες παραγωγής, οι οποίες αργότερα μετατράπηκαν σε βιομηχανίες, προσπάθησαν να δημιουργήσουν τις κατάλληλες συνθήκες κυρίως για το εξαγωγικό κυρίως εμπόριο. Στόχος τους να καταφέρουν να επιτύχουν την ένταξή τους, σε μεγάλες αγορές του εξωτερικού, οι οποίες οπωσδήποτε θα επέφεραν αυξημένη κατανάλωση των ειδών παραγωγής. Βέβαια, η προσπάθεια πολλών ν' απευθύνουν απλές στυλιστικές προτάσεις σε τόσο πλούσιες σε ιδέες και φαντασία αγορές φάνταζε αδιανόητο. Ο κλάδος λοιπόν, των εμπόρων και των τεχνικών του είδους κινήθηκε ώστε να αυξήσει το καλλιτεχνικό δυναμικό. Μέλημα του βασικό ήταν να ανταποκριθεί και να συναγωνιστεί επάξια τις ξένες αγορές και τις κυκλοφορίες της. Αντίθετα, η διαρκής εξέλιξη των πληροφοριών και των αγορών σε ζητήματα μόδας από σχετικά έντυπα, η συχνή αναφορά του τύπου σε τομέα της μόδας και η ανοδικές τάσεις του κλάδου, παρακινούν όλο και περισσότερους νέους με φαντασία, προικισμένους, ταλαντούχους, ευδιάθετους για δημιουργία και ανέλιξη να αναζητήσουν τρόπους και να σπουδάσουν προκειμένου να αποκτήσουν τις απαραίτητες επαρκείς γνώσεις γύρω από τον τομέα που έχει εδραιωθεί με το όνομα «μόδα».¹

¹ Δημιουργία και μόδα Σελ 60.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

Το σχέδιο, όπως και ποικίλοι άλλοι όροι της ελληνική γλώσσας μπορούν να χρησιμοποιηθούν με πολλές σημασίες. Το σχέδιο λοιπόν, είναι μια λέξη με πολλές και διαφορετικές έννοιες. Όμως, από την πλευρά μιας φιλοσοφικής μεθόδου, αναιρεί όλες τις υπόλοιπες έννοιες, με απώτερο σκοπό να παρέχει μια συνεκτική και ολοκληρωμένη άποψη. Ωστόσο, χρήσιμο θα ήταν να μπορεί ο καθένας ν' αντιλαμβάνεται την έννοια, την οποία πραγματευόμαστε μέσα σ' αυτή την εργασία.

Η σχέση που διέπει τους όρους «σχεδιασμός» και «τέχνη» δεν είναι πάντα σαφής. Ως σχεδιασμός εννοείται η δημιουργία προϊόντων με απώτερο σκοπό το κέρδος ενώ ως τέχνη ορίζεται η υλοποίηση αγαθών που όμως δε βασίζεται ούτε στην παραγωγή αλλά ούτε και στο κέρδος. Για το συνδυασμό αυτών των όρων αλλά και τη διαφοροποίησή τους, θα πρέπει να δοθεί προσοχή στον κίνδυνο που υπονομεύεται στο να επιχειρηματολογεί κανείς με λέξεις που δεν σχετίζονται με τα αντικείμενα που δημιουργούνται. Η μόδα τοποθετείται ανάμεσα στη τέχνη και το εμπόριο. Όταν κανείς τείνει να δημιουργήσει υψηλή ραπτική ταυτόχρονα αυτό καταλήγει σε τέχνη και μέσα από την τέχνη, υπάρχει το κέρδος.

Το σχέδιο έχει άμεση συνάφεια με την εφεύρεση. Η λέξη εφεύρεση αποτελεί ένα σημαντικό όρο που έχει άμεση σχέση με την πρωτοτυπία και το σχεδιασμό, στοιχεία απαραίτητα και θεμελιώδη. Το όριο όμως είναι και πάλι δυσδιάκριτο. Παραδείγματα αποτελούν η εφεύρεση των μανικιών και των παντελονιών, η οποία καταγράφεται από τα αρχαία χρόνια. Στη σύγχρονη εποχή μπορούν να αναφερθούν, ίσως, μόνο τρεις εφευρέσεις ένδυσης, το σουτιέν, όπου στα αρχαία χρόνια αντικαθίστατο από τον κορσέ και συγκεκριμένα τη δεκαετία του 1880, και ξαναεμφανίστηκε τη δεκαετία του 1920, το παντελόνι, όπου που δεν απαιτεί ούτε ζώνη ούτε τιράντες και εφευρέθηκε στη δεκαετία του 1930 και τέλος τα καλσόν, που

δημιουργήθηκαν τη δεκαετία του 1960, όταν οι μίνι κυρίως φούστες ήταν στη μόδα.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά που διακρίνουν τους σχεδιαστές ως προσωπικότητες συνήθως είναι άτομα με έντονη αναπτυγμένη προσωπικότητα, πολύ κοινωνικοί με μεγάλη αυτοπεποίθηση, ενώ παρατηρείται η έλλειψη συμμόρφωσης.

Η ουσία της δημιουργικότητας δεν έγκειται μόνο στο να φανταστεί κανείς κάτι καινούριο αλλά πρέπει να πραγματώνεται με σκοπό να χρησιμοποιηθεί για να επιτελέσει συγκεκριμένο ρόλο. Σημαντικό στοιχείο για το σχεδιαστή αποτελεί η επιλογή. Αυτός είναι ικανός να αναγνωρίσει ένα ευρύ φάσμα στοιχείων τα οποία, κατά την κρίση του, τα θεωρεί ικανοποιητικά για να δημιουργήσει το καινούριο στυλ και νέες τάσεις, που βασίζονται σε σχήματα, χρώματα καθώς και στην υφή που θέλει να δώσει στα ενδύματα που έχει σκεφτεί να φτιάξει. Σχεδιασμός λοιπόν, είναι μια σκέψη που μπορεί να αποτυπωθεί στο χαρτί (οπτική σκέψη) και να είναι ίσως και ανώτερη από μία άλλη που απλά αρθρώνεται με λόγο (λεκτική σκέψη), καθώς τα χρώματα, τα καθαρά περιγράμματα κι ο σχεδιασμός την απεικονίζουν άψογη - τέλεια σε σχέση με την περιγραφή της με λέξεις. Εξάλλου, όπως λέει και ο θυμόσοφος λαός «Μια εικόνα ίσον χίλιες λέξεις». Η οπτική λοιπόν σκέψη, κατανοεί τις ιδέες παράλληλα, δηλαδή, σχήματα, χρώματα και υφές, αποτελούν ένα ενιαίο σύνολο χαρακτηριστικών των ενδύματος.²

Στην παρούσα εργασία, γίνεται μια προσπάθεια να μελετηθεί ο μηχανισμός που οδηγεί στη σχεδίαση των ενδυμάτων συγκρίνοντας και βλέποντας κατά καιρούς διάφορες εποχές.

² Fashion design and product development Σελ. 17

1.1. Η ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ

Με τον όρο «μόδα», περιγράφεται η έκφραση του γούστου που διέπει μία κοινωνία, αναφέρεται στον τρόπο και στο ήθος της. Ο όρος «μόδα» όταν χρησιμοποιείται με θετική έννοια, είναι ένα συνώνυμο της γοητείας, της ομορφιάς και του στυλ. Η μόδα, με αυτή την έννοια, είναι ένα είδος



κοινόχρηστης τέχνης, μέσα από την οποία μία κουλτούρα εξετάζει τις αναφορές της, στην ομορφιά και στην καλοσύνη.³

Μέχρι το τέλος του 19^{ου} αιώνα, τα ανάκτορα και οι βασιλικές αυλές, αλλά και η «υψηλή τάξη» καθόριζαν τη μόδα. Αργότερα, η υψηλή ραπτική (haute couture), κυριάρχησε στον τομέα της μόδα όπου την καθόρισε και την εδραίωσε έως και σήμερα. Μάλιστα, το έτοιμο ένδυμα οδηγεί τις εξελίξεις στη μόδα παγκοσμίως.



Υπάρχουν δύο κυρίως προσεγγίσεις στο σχεδιασμό και την παραγωγή του ενδύματος.

³ Μόδα και σύγχρονη τέχνη Σελ. 22

Από τη μία πλευρά βρίσκεται η «Υψηλή Ραπτική» ή αλλιώς haute couture. Τα ενδύματα στην περίπτωση αυτοί οι σχεδιαστές τα μετρούν ατομικά, τα σχεδιάζουν, τα κόβουν και τα υλοποιούν κατά παραγγελία. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται είναι άριστης ποιότητας από δεξιότητες για τον κάθε έναν πελάτη. Από τότε που καθιερώθηκε η υψηλή ραπτική, η σχεδίαση και η ραφή των ενδυμάτων ήταν απ' την φύση της, μία αργά εξελισσόμενη μορφή της μόδας, με επίκεντρο τον ίδιο πελάτη.⁴ Δεν πρέπει να παραληφθεί να αναφερθεί πως η ιστορία της υψηλής ραπτικής είναι άμεσα συνδεδεμένη και με την έννοια της μοντέρνας τέχνης. Το σύγχρονο αγοραστικό κοινό που επιζητούσε τον εξευγενισμό μέσα από την τέχνη, το ίδιο το κοινό ήταν αυτό που αναζητούσε και έναν καινούριο αλλά παράλληλα διαφορετικό και εναλλακτικό τρόπο ένδυσης για την καθημερινή τους ζωή.⁵



Στον αντίποδα της «Υψηλής Ραπτικής» βρίσκεται το «Έτοιμο Ένδυμα» ή αλλιώς prêt-à-porter. Τα ενδύματα αυτής της κατηγορίας διαφοροποιούνται, γιατί παράγονται μαζικά, σε προκαθορισμένα μεγέθη και απευθύνονται σε ένα συγκεκριμένο αγοραστικό κοινό. Στη σύγχρονη εποχή, πολλοί είναι οι σχεδιαστές που εργάζονται σε οίκους ραπτικής, ενώ παράλληλα κάποιοι από αυτούς διατηρούν και δικές τους επιχειρήσεις έτοιμων ενδυμάτων.

Στην κατηγορία των έτοιμων ενδυμάτων, έτσι όπως δημιουργούνται και παράγονται, κάποιος μπορεί με ευκολία να διαπιστώσει την απλότητα κάποιου ζωγραφικού σχεδίου αλλά κυρίως τη διάθεση μιας διαχρονικότητας του στυλ και των ενδυματολογικών γραμμών των ενδυμάτων.

⁴ Σημείσεις μαθήματος Ενδυματολογίας Σελ. 18

⁵ Σχεδιασμός ενδυμάτων Ι. Σελ. 16 Τεχνικά επαγγελματικά εκπαιδευτήρια.

Ως παγκόσμια κέντρα μόδας έχουν αναγνωριστεί κάποιες πόλεις, και έχουν καθιερώσει συγκεκριμένες εβδομάδες για την προβολή επιδείξεων μόδας, τις αποκαλούμενες ως «εβδομάδες μόδας». Στις εκδηλώσεις συμμετέχουν πολλοί οίκοι έτοιμου ενδύματος με στόχο που οι σχεδιαστές να παρουσιάζουν τις καινούριες τους συλλογές. Κάποιες μάλιστα απ' τις πόλεις αυτές στις οποίες υπάρχουν και οι σημαντικότεροι οίκοι μόδας παγκοσμίως είναι το Παρίσι, το Μιλάνο, η Νέα Υόρκη και το Λονδίνο.

Η μόδα είναι πολυποίκιλη και πολύπλευρη. Δεν είναι απλά την εξωτερική εικόνα και το «φαίνεσθαι». Η μόδα αποτελείται και από στοιχεία που αρχικά δεν είναι ευδιάκριτα άλλα μπορεί κανείς εμβαθύνοντας να ανακαλύψει. Μπορεί να δώσει μια άλλη οπτική για το ένδυμα. Ουσιαστικά, η εικόνα της μόδας είναι διττή, στοιχείο που δίνει άλλη σημασία στο ρούχο. Λειτουργεί θα έλεγε κανείς όπως η γλώσσα · υπάρχει η πλευρά της που φαίνεται, που διαβάζεται με τους ήδη γνωστούς γλωσσικούς κώδικες, αλλά υπάρχει και η πλευρά της που δε φαίνεται εξαρχής που δε διαβάζεται με τους γνωστούς αποκρυπτογραφημένους κώδικες. Αν πάλι κανείς ταυτίσει το ένδυμα με έναν άνθρωπο θα έλεγε ότι το «έξω-μέσα» ενός ενδύματος, είναι το «έξω-μέσα» της προσωπικότητας του κάθε ανθρώπου.

Η μόδα είναι γλώσσα, υποστήριξε ο «Roland Barthes», οποίος έχει σα στόχο του να αναδείξει κάποια απ' τα χαρακτηριστικά της θηλυκότητας της γυναίκας. Αυτό το επιτυγχάνει μέσω των ελαστικών υφασμάτων, τα οποία τονίζουν το γυναικείο σώμα περισσότερο, με χρώματα σκούρα με μία αίθηση βάθους και απολύτου.⁶ Τέτοιο χρώμα είναι για παράδειγμα το κόκκινο, το οποίο είναι ένα έντονο χρώμα και χαρακτηρίζει τις γυναίκες με αυτοπεποίθηση. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε κουμπιά που λάμπουν, δαντέλες που δίνουν περισσότερη χάρη στο στυλ και το ύφος της γυναίκας, σε πολύ μικρά καπέλα, σε μακριές εσάρπες που καλύπτουν σα φίδια τους γυναικείους ώμους και φορέματα κολλητά που επιτρέπουν να φανεί η χάρη, οι κινήσεις και ο ερωτισμός του σώματος τους.⁷

⁶ Μόδα και σύγχρονη τέχνη Σελ.39-40

⁷ Το βιβλίο του στυλ Σελ. 74

Η μόδα βασισμένη στην «εξωτερική της πλευρά», αποτελεί μία ειδική μορφή στολισμού. Οι πρώτοι που παρατήρησαν και διεικόνισαν ότι το σώμα επιτάσσει το στολισμό και το στυλ ένδυσης παρατηρώντας ανθρώπους που συνάντησαν στον κόσμο, ήταν οι πρώτοι εξερευνητές και ταξιδιώτες. Κάποιοι από αυτούς επέστρεψαν από τα ταξίδια τους με ζωγραφιές και δείγματα ενδυμάτων, με επιθυμία όχι μόνο για να καλύψουν τις δικές τους προσωπικές ανάγκες, αλλά και διάθεση κατανόησής τους.⁸

Μόδα τελικά είναι μία παροδική συνήθεια που έχει διάρκεια ζωής, απευθύνεται σε ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας και σχετίζεται με την ενδυμασία, την κόμμωση, τη μουσική, το στυλ και τέλος το νεωτερισμό. Η μόδα στην πραγματικότητα είναι ένα πολυσύνθετο φαινόμενο που απεικονίζει τις κατευθύνσεις και τις εξελίξεις μιας κοινωνίας σε μια συγκεκριμένη ιστορική περίοδο.⁹

1.2 ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

Σύμφωνα με τους επιστήμονες πολλοί είναι αυτοί που θεωρούν πως οι πρώτοι άνθρωποι εξελίχθηκαν στον τομέα του ρουχισμού στην Βορειανατολική Αφρική πριν από εκατομμύρια χρόνια. Ο Δυτικός πολιτισμός πάλι ξεκίνησε απ' τη Μεσοποταμία πριν περίπου 5.000 με 6.000 χρόνια.

Στη Ρωσία ανακαλύπτεται το πρώτο ένδυμα και χρονολογείται περίπου στα 25.000 έτη. Βόρεια της Μόσχας μάλιστα ανακαλύφθηκαν τάφοι, όπου οι σκελετοί των ανθρώπων ήταν σκεπασμένοι με χιλιάδες χάντρες και ελεφαντόδοντα δημιουργώντας την αίσθηση ότι το ανθρώπινο σώμα ήταν ντυμένο με ρούχα, τα οποία αποτελούνταν από σκέλη και μανίκια. Οι χάντρες ήταν κεντημένες πάνω στα ρούχα που πιθανόν να ήταν από κατασκευασμένες από δέρματα ζώων. Τα δέρματα αποσυντέθηκαν, αλλά οι χάντρες παρέμειναν στο χώμα διαγράφοντας έτσι τα χαρακτηριστικά του ενδύματος.

⁸ Σημειώσεις μαθήματος Ενδυματολογίας. Rigas Κυριάκος Τριπωλιτσιώτης. Σελ. 14

⁹ http://users.sch.gr/symfo/sholio/ekthesi/a_likiu/a06.moda.htm

Στα σπήλαια της Γαλλίας, ανακαλύφθηκαν κοκκάλινες βελόνες της ίδιας εποχής. Τα ενδύματα πιθανόν να κατασκευάζονταν από δέρματα ζώων ή νήματα που κάτω από κανονικές συνθήκες να αποσυντίθενται.

Οι Ευρωπαίοι, κατά τη διάρκεια των παγετώνων κατοικούσαν σε σπηλιές. Σχεδιάζαν βασισμένοι στα πρότυπα της εποχής, αλλά ανακαλύφθηκαν ελάχιστες αναπαραστάσεις ανθρώπων, γιατί τα θέματά τους κυρίως απεικόνιζαν μορφές ζώων.

Σε ελάχιστες αναπαραστάσεις υπάρχουν σημεία ανθρώπινης ένδυσης. Από την ταφή κυρίως, συμπεραίνουμε ότι οι άνθρωποι εκείνη την εποχή φορούσαν ενδύματα. Με βάση την ανατομία του ανθρώπινου σώματος και τον τρόπο που απεικονίζονται οι κλειδώσεις και οι μύες, κατασκευάστηκαν σταδιακά ορισμένα βασικά είδη ένδυσης.

Σύμφωνα με τον ιστορικό ενδυματολογίας Francois Boucher, όλα τα ενδύματα μπορούμε να τα ταξινομήσουμε σε πέντε βασικές κατηγορίες. Οι δύο από αυτές δημιουργήθηκαν πάνω σε δισδιάστατα τεμάχια υφάσματος, τα οποία τοποθετούνται πάνω στο σώμα. Οι άλλες τρεις κατηγορίες ενδυμάτων ήταν σωληνοειδή ή αλλιώς τρισδιάστατα τεμάχια υφάσματος και διατηρούσαν το σχήμα τους όταν ήταν αφόρετα.¹⁰

1.3 Η ΥΠΑΡΞΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΣΕ ΠΟΙΚΙΛΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑΣ

Η μόδα πλέον, όπως συμπεραίνει κανείς, αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο. Οι ανοδικές και καθοδικές τάσεις της γίνονται εμφανείς σε ποικίλους τομείς της σύγχρονης καθημερινότητας.

Αρχικά, η μόδα εμφανίζεται και σε κάθε άνθρωπο διαφορετικά και προσωπικά ανάλογα με το σωματότυπό του και το γούστο του· τα είδη ένδυσης ευρύτερα για άντρες και γυναίκες, τα κουστούμια (τα οποία είναι κάποια απ' τα χαρακτηριστικά της μόδας), τα φορέματα ή οι φούστες, τα καλλυντικά που χρησιμοποιούνται από τον κάθε άνθρωπο για την προσωπική

¹⁰ Σημειώσεις μαθήματος Ενδυματολογίας Σελ. 6

του φροντίδα, τα χτενίσματα, και τα διάφορα είδη για τον προσωπικό καλλωπισμό δηλώνουν ότι η ύπαρξη της μόδας αποτελεί επιλογή και στοιχείο της καθημερινότητάς του κάθε ατόμου ξεχωριστά. Από κοινωνιολογική άποψη βέβαια, η έννοια της ένδυσης και κατ' επέκταση της μόδας, υλοποιήθηκε για να μπορεί να καλύπτει τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε ανθρώπου. Φυσικά, όλα αυτά απαιτούν και την ανάλογη οικονομική κατάσταση · στις δαπάνες μάλιστα των ανθρώπων μπορεί να βασιστεί κανείς για να μελετήσει και τις καταναλωτικές συμπεριφορές τους.

Αναμφίβολα, τη μόδα την παρατηρεί κανείς στην αρχιτεκτονική ενός χώρου ή κτιρίων, καθώς επίσης και διακόσμηση εσωτερικών χώρων ή και στον τρόπο σχεδιασμού ενός τοπίου. Επιπλέον, γίνεται εμφανής στις τέχνες, όπως για παράδειγμα στην ζωγραφική, στη γλυπτική και σε άλλες δεξιότητες.

Επιπλέον, η μόδα βρίσκεται στη διασκέδαση, στα παιχνίδια, στα χόμπι, στα σπορ και σε άλλους τρόπους αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου. Αυτή επίσης, απαντά και στο χορό αλλά και τη μουσική, που αποτελούν μορφές έκφρασης του ανθρώπου αλλά με ανάλογο στυλ κάθε φορά.

Η μόδα όμως εμφανίζεται και σε άλλους τομείς της κοινωνικής ζωής. Ο τομέας της πολιτικής αλλά και των μέσων μαζικής ενημέρωσης βασίζονται σ' αυτή και μάλιστα, όταν τα θέματα τα οποία πραγματεύονται επιλέγονται και αξιολογούνται με βάση αυτή.

Στη φιλοσοφία και στη θρησκεία μπορεί κανείς να βρει τη μόδα · η αλλαγή στα δόγματα των θρησκειών και των φιλοσοφιών μπορεί μην παρουσιάζει γρήγορους ρυθμούς ή μπορεί να μην εξελίσσεται και καθόλου. Αλλά ακόμα και αν υπάρχει μία γρήγορη εξέλιξη όσον αφορά στους τομείς της θρησκείας και της φιλοσοφίας μπορούν να προσελκύσει το ενδιαφέρον για να ακολουθήσει κανείς ή να μελετήσει.

Αναντίρρητα, τα δίκτυα κοινωνικοποίησης και η διάδοση αναπαραστάσεων και πρακτικών ζητημάτων δημιουργήθηκαν βασισμένα στη μόδα, ενώ και στον τομέα της τεχνολογίας υλοποιήθηκαν με την έννοια της επιλογής των τεχνικών χαρακτηριστικών προγραμματισμού των υπολογιστών, που όμως είναι πιο ελκυστικά και από αγοραστική άποψη και από πλευράς νεωτερισμών.

Τέλος, στο κομμάτι που αφορά στη βιομηχανία της φιλοξενίας, όπως για παράδειγμα είναι ο σχεδιασμός των συγκεκριμένων στολών για κάποιο ξενοδοχείο, εστιατόριο, καζίνο, θέρετρο ή club, όλα πραγματώνονται με σκοπό να αντικατοπτρίζουν κάποια ιδιοκτησία ή κάποιο εμπορικό σήμα έτσι ώστε κάποιος να καταλαβαίνει σε πιο χώρο εργάζεται¹¹, αλλά και σχεδιασμένα με τέτοιο τρόπο που να δηλώνεται και ο εκσυγχρονισμός. Μάλιστα, η υιοθέτηση κώδικα συμπεριφοράς, η διαχείριση, τα συλ διαχείρισης καθώς και η οργάνωση των επιχειρήσεων αποτελούν μόδα.

1.4 Η ΕΝΔΥΣΗ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΗ ΜΕ ΤΗ ΜΟΔΑ

Η χρήση των ενδυμάτων έχει πρακτική σημασία· δημιουργήθηκε για να προστατεύει το ανθρώπινο σώμα από τους κινδύνους που δέχεται απ' το περιβάλλον, όπως για παράδειγμα απ' τις καιρικές συνθήκες, τα έντομα, τις βλαβερές χημικές ουσίες, τα όπλα και από άλλους κινδύνους.

Οι άνθρωποι παρουσίασαν έντονη την τάση στο να επινοούν λύσεις, ώστε με την παραγωγή ρούχων να επιλύουν και πρακτικά προβλήματα που παρουσιάζονται, αλλά η διάκριση της ένδυσης σε σχέση με κάποιο άλλο προστατευτικό εξοπλισμό είναι δεν είναι πάντα ευδιάκριτη. Παραδείγματα αποτελούν το διαστημικό κοστούμι, η κλιματιζόμενη ένδυση, το κοστούμι κατάδυσης, το μαγιό, η στολή του μελισσοκόμου, τα δέρματα μοτοσικλετών και τέλος η προστατευτική ένδυση.

Τα πρότυπα του δυτικού κόσμου, όπως παρουσιάζονται από διάφορους οίκους μόδας, κατά κάποιο τρόπο, σε έναν συγκεκριμένο βαθμό έχουν υιοθετηθεί και αποτελούν τη διεθνή μόδα. Αυτό οφείλεται κυρίως στα μέσα μαζικής ενημέρωσης που προβάλλουν στον κόσμο τις διαρκείς εξελίξεις που αφορούν στη μόδα δεν περικλείονται μέσα σε στενά συννοριακά πλαίσια, αλλά διαπερνούν όλα τα μέρη του κόσμου. Λίγοι είναι εκείνοι πλέον που δεν ακολουθούν την μόδα ακόμα και στη σύγχρονη εποχή.

¹¹ http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion#Areas_of_fashion

Ο άνθρωπος έχει την τάση να είναι περιποιημένος από τη φύση του και η εναλλαγή των ρούχων είναι αυτή που βοηθάει στην καλύτερευση της διάθεσής του. Γι' αυτό και η συνήθεια των ανθρώπων να αλλάζουν συνεχώς το ύφος της ένδυσης που φοριέται, αποτελεί σήμερα παγκόσμιο φαινόμενο. Η μόδα, ως τάση, αλλάζει συνεχώς και με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Έχει μάλιστα παρατηρηθεί ότι οι αλλαγές αυτές αφορούν στους περισσότερους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, χωρίς όμως να έχουν πάντα θετικά αποτελέσματα. Για μερικούς μάλιστα, οι αλλαγές αυτές, επιδρούν και αρνητικά. Παράδειγμα αποτελούν οι εξελίξεις στον χώρο της μόδας, οι οποίες λόγω των γρήγορων εναλλαγών οδηγούν τους ανθρώπους και σε μη απαραίτητα πράγματα.

Υπάρχει όμως και η άλλη πλευρά των ανθρώπων. Σ' αυτή ανήκουν όσοι απολαμβάνουν την ποικιλομορφία της μόδας που ραγδαία μεταβάλλεται. Αυτοί επιδιώκουν τη σταθερή αλλαγή ενώ παράλληλα βιώνουν το γεγονός πως έτσι αναπτύσσεται ένας τρόπος, ώστε να ικανοποιήσουν την επιθυμία τους να δοκιμάσουν τα «νέα» και «ενδιαφέροντα» πράγματα. Τέλος, οι επιταγές της μόδας μπορούν να αλλάξουν την ομοιομορφία οποιουδήποτε ενδύματος. Παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση των κουστουμιών Mao, τα οποία έγιναν εθνική στολή στην Κίνα και ο ρόλος του επίσημου ενδύματος μπήκε σε δεύτερη φάση.

Παράλληλα, ακόμα και σύγχρονα, εξακολουθεί να υπάρχει ένα ευρύτερο φάσμα ενδυμάτων που ορίζονται ως «εκτός μόδας». (Διαπιστώνουμε ότι αυτές οι τάσεις της μόδας ενδέχεται να επανέλθουν κυκλικά, σε αόριστο χρόνο, και να παραμείνουν και πάλι για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα «στη μόδα»¹²).



¹²http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion#Areas_of_fashion

Ένα τέτοιο παράδειγμα διαπιστώνεται στο βιβλίο του Rouse καθώς προσδιόρισε τη συμπεριφορά της μόδας. Πίστευε πως ήταν κάτι το διαφορετικό ενώ τη χαρακτήρισε ως ένα είδος κατανάλωσης, στοιχείο που σημαίνει ελευθερία χρόνου για να ανακυκλώνονται συνεχώς ρούχα, να επανακυκλοφορούν καινούρια πράγματα, επιλέγοντας κάθε φορά στυλ, τα οποία θα υιοθετηθούν. Φυσικά, η μόδα δεν είναι τόσο ιεραρχική όσο ήταν στο παρελθόν, όταν πρωτοεμφανίστηκε στο Παρίσι, αλλά οι ιδέες της, επιλέγονται και προάγονται μεταξύ των κοινωνικών ομάδων σε όλες τις εκφάνσεις τους. Ως εκ τούτου αποτελεί σειρά εμφανίσεων που έχουν αναπτυχθεί και απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες ανθρώπων.¹³

¹³ Fashion design and product development Σελ. 26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

Η συνήθεια των ανθρώπων να αλλάζουν συνεχώς το στυλ τους, στοιχείο που σχετίζεται άμεσα με τα ρούχα που φοράνε, είναι πλέον μία παγκόσμια συνήθεια. Η μόδα λοιπόν είναι διαρκώς μεταβαλλόμενη και ως τάση αλλαγών, κυρίως εξωτερικών, εκφράζει την εκάστοτε εποχή στην οποία ανήκει. Βασισμένοι στην ιστορική αναδρομή και θα αντιληφθούμε την εξέλιξη της ενδυμασίας καθώς υπάρχουν πολλά κοινά σημεία επαφής ανάμεσα στην ιστορική ενδυμασία και τη σύγχρονη, και στον τρόπο με τον οποίο η μόδα τύπου ρουστίκ (αγροτικό-χωριάτικο στυλ) διατηρεί ένα στυλ και έναν τύπο κοψίματος, ο οποίος στην πραγματικότητα ανήκει σε πολύ προγενέστερες περιόδους, που όμως φτάνουν όμως μέχρι και την μοντέρνα εποχή.¹⁴

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, στη δεκαετία κυρίως 1900-1909, θα μπορούσε κανείς να πει ότι έχουμε μια δημιουργική περίοδο. Ο Charles Frederick Worth ήταν ο πρώτος σχεδιαστής κολεξιόν, τόσο των χειμερινών όσο και των καλοκαιρινών. Είναι η εποχή που άρχισαν να ανοίγουν οι πρώτοι οίκοι μόδας. Τότε γίνεται και η εμφάνιση του στενού κορσέ, όπου τονίζεται η γυναικεία σιλουέτα, τα χαρακτηριστικά της και δίνει στο γυναικείο σώμα το σχήμα S.¹⁵



Η γραμμή των γυναικείων ενδυμάτων, απαιτούσε μία σιλουέτα με πλούσιο στήθος. Σχεδιάζονται οι μακριές φούστες, οι οποίες είναι εφαρμοστές στην περιφέρεια και στον ποδόγυρο ανοίγουν σαν καμπάνα. Χρησιμοποιούνταν για τη δημιουργία τους πανάκριβα υφάσματα, όπως είναι η μουσελίνα, η δαντέλα και το σιφόν. Όλα αυτά τα ενδύματα δημιουργούνταν σε αποχρώσεις μουντών χρωμάτων, όπως θαμπό ροζ, γαλάζιο, μοβ και φυσικά

¹⁴ Μόδα και design Σελ.133

¹⁵ Το βιβλίο του στυλ Σελ. 10

μαύρο. Επίσης, την εποχή εκείνη γίνεται και η εμφάνιση των αξεσουάρ, όπως είναι οι κορδέλες, οι οποίες δίνουν την απαραίτητη θηλυκότητα στη γυναίκα, οι γούνες και τα γάντια, στοιχεία απαραίτητα μιας ολοκληρωμένης εμφάνισης για εκείνη την εποχή. Τέλος, στα τέλη της δεκαετίας αυτής εμφανίζεται ο σχεδιαστής Paul Poiret, ο οποίος πάλεψε για να πετύχει την ισορροπία μεταξύ της ραπτικής και της παραγωγής.¹⁶



Στο πέρασμα της επόμενης δεκαετίας, 1910-1919, μετά την εμφάνιση των αξεσουάρ, ιδρύονται οι πρώτες βιομηχανίες καλλυντικών. Για το χώρο της μόδας και της ομορφιάς είναι μία περίοδος σημαντική, διότι σηματοδοτείται η μετάβαση απ' τον προηγούμενο αιώνα στο σύγχρονο. Σχεδιάζονται φούστες, που όμως στενεύουν εμφανώς και αισθητά στον ποδόγυρο. Αποτέλεσμα οι γυναίκες να βηματίζουν σαν γκέισες, ενώ παράλληλα προσδίδουν στη σιλουέτα τη μορφή ανεστραμμένου τριγώνου. Ακόμη, γίνεται η

εμφάνιση στα μαζί φορέματα τα οποία εκπέμπουν ρομαντικότητα. Το 1913 κάνει και την εμφάνισή της και η μπλουζα με ντεκολτέ V, που προσδίδει ιδιαίτερη θηλυκότητα στη γυναίκα τονίζοντας κυρίως το στήθος της.¹⁷ Στη διάρκεια της ίδιας δεκαετίας ο ισπανός Mariano Fortuny δημιουργεί τον μοναδικό τύπο φορέματος Delphos αντλώντας την έμπνευσή του από την Αρχαία Ελλάδα. Ο Mariano Fortuny τοποθετεί αριστοτεχνικά τέσσερις με πέντε στρώσεις



¹⁶ Το βιβλίο του στυλ. Ιωάννα Σουλιώτη Σελ. 10

¹⁷ Η μόδα μέσα στους αιώνες Σελ. 30

πλισαρισμένου μεταξωτού βελούδου, το οποίο ράβεται σε σωληνοειδή φορέματα, ενώ στο τελείωμα είναι κεντημένο με ξύλινες χάντρες και βενετσιάνικα κρύσταλλα.

Τη δεκαετία 1920-1929, παρατηρείται θεαματική αλλαγή στη σιλουέτα. Η οριστική κατάργηση του κορσέ και η καθιέρωση του κομπινεζόν και του εσωρούχου σε σορτς τα οποία απελευθερώνουν ιδιαίτερα το σώμα, είναι γεγονός. Το στυλ της εποχής, χαρακτηρίζεται απ' τη δημιουργία των μακρόταλων φορεμάτων, στα οποία το μήκος για πρώτη φορά ανεβαίνει στη μέση της γάμπας. Διάφανα υφάσματα, αέρινες τουαλέτες, αστραφτερά κεντήματα, κρόσσια και γούνινα παλτό είναι κάποια απ' τα χαρακτηριστικά στοιχεία των υφασμάτων της εποχής. Ακόμη, οι πλατφόρμες κατασκευασμένες από στρώσεις φελλού, δεμένες με χρυσό δέρμα κάνουν την εμφάνισή τους για πρώτη φορά στο χώρο της μόδας. Επιπλέον, η *Madeleine Vionnet* επινοεί το λοξό κόψιμο του υφάσματος. Σχεδιάζονται τα πρώτα μαγιό όπου έχουν τη μορφή ολόσωμης εφαρμοστής φόρμας και δημιουργούνται σε ριγέ αποχρώσεις. Πολλοί σχεδιαστές υιοθετούν τη σπορ γραμμή, αλλά από αυτούς ξεχωρίζει ο *Rene Lacoste*.

Κατά τη δεκαετία 1930-1939, εμφανίζεται για δεύτερη φορά ο κορσές. Η εμφάνισή του είναι ιδιαίτερη καθώς έρχεται ανανεωμένος και αρκετά μικρότερο μέγεθος. Δημιουργήθηκε για να τονίζει ιδιαίτερα τη μέση των γυναικών, αφού η σιλουέτα της



εποχής εκείνης επιτάσσει στενή μέση, τονισμένους γοφούς και τεράστιους ώμους. Ακόμη, το ντεκολτέ της μπλούζας μεταφέρεται στο πίσω μέρος του σώματος και η αποκαλυπτική πλάτη συμβάλλει στην ανάδειξη της γυναικείας θηλυκότητας. Τέλος, η *Madame Gres*, σχεδιάζει ενδύματα, τα οποία έχουν ελάχιστες ραφές και ράβονται χωρίς ύφασμα. Τα φορέματά της είναι διαχρονικά ενώ δημιουργούν μία νοσταλγία για την ελληνική κλασική αρχαιότητα.

Τη δεκαετία 1940-1949, σχεδιάζονται ρούχα που αποδέκτη έχουν τις εργαζόμενες γυναίκες, τα οποία όμως είναι σε αυστηρή γραμμή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτών είναι τα καλοραμμένα ταγέρ. Αλλά και τα στράπλες βραδινά φορέματα και η σφυχτή μέση γίνονται σήμα κατατεθέν της εποχής εκείνης. Με τον τρόπο αυτό σηματοδοτείται το New Look του Christian Dior. Ο Dior, ήταν ο πρώτος που άρχισε τη διοργάνωση επιδείξεων μόδας, όπως είναι και αυτές που προβάλλονται ακόμα και στη σημερινή

εποχή, στοιχείο που του προσέδωσε τον τίτλο του πρωτοπόρου της εποχής εκείνης. Εκμεταλλεύτηκε επίσης, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις



κοινωνικές παραγωγικές δυνατότητες, που του έδιναν τα ακριβά υφάσματα. Σημαντική είναι η εμφάνιση ενός νέου αντικειμένου μόδας, αυτό του μπικίνι. Η άλλη πλευρά του Ατλαντικού όμως, υποστηρίζει την σπορ εκδοχή της μόδας.



Η θηλυκότητα και η απλότητα είναι τα χαρακτηριστικά που καθορίζουν το στυλ της δεκαετίας 1950 - 1959. Λανσάρεται το μανίκι $\frac{3}{4}$. Οι επιδείξεις μόδας για κάθε σχεδιαστή γίνονται απαραίτητες πλέον. Η επιστροφή της Chanel είναι θριαμβευτική και κυρίως για τα ταγέρ της. Επίσης, λανσάρει τα δίχρωμα ψηλοτάκουνα παπούτσια, τα οποία έχουν λουράκι προς τα πίσω και αποτέλεσαν ένα χαρακτηριστικό των «καθωσπρέπει» γυναικών έως και τη δεκαετία του 1980. Παρατηρείται μάλιστα, ότι οι μόδιστροι επανακτούν την άνεση να

σχεδιάζουν ενδύματα για τα πρωινά πάρτι, τις δεξιώσεις, τα επίσημα δείπνα και το θέατρο. Μέχρι εκείνη την εποχή, τα ρούχα που σχεδιάζονταν απευθύνονταν σε γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας. Ωστόσο, στα μέσα της δεκαετίας του '50, οι περισσότεροι νέοι είχαν υψηλούς μισθούς οικονομική ανεξαρτησία, ώστε να μπορούν να αγοράζουν τα ρούχα τους από τους διάσημους οίκους μόδας της εποχής. Το πρότυπο αυτής της δεκαετίας ήταν η Marilyn



Monroe. Έτσι, έκαναν την

εμφάνισή τους ενδύματα που φοριούνται ακόμα και σήμερα πάνω στα οποία πάνω υπήρχε σε ποικίλα μοτίβα το είδωλό της. Τέλος, δεν παρατηρείται αλλαγή μόνο στα ενδύματα της εποχής, αλλά και στο μακιγιάζ και στους τρόπους χτενίσματος των μαλλιών τόσο των γυναικών όσο και των αντρών.



Στη δεκαετία 1960-1969, η γυναικεία σιλουέτα αρχίζει να γίνεται ιδιαίτερα προκλητική. Η

Mary Quant προκαλεί επανάσταση με τη φούστα τύπου «μίνι» που σχεδίασε. Αυτή συνοδεύεται από εφαρμοστές μπότες που τελειώνουν στη μέση της γάμπας. Σχεδιάζονται επίσης, ολόσωμες φόρμες κατασκευασμένες από παράξενα υλικά ενώ πάνω στο ύφασμα αποτυπώνονται ασπρόμαυρα γεωμετρικά μοτίβα της ποπ αρτ. Τα πρότυπα εκείνης της εποχής, θέλουν την γυναίκα να είναι με λευκό - χλωμό δέρμα, ολόσιμα μακριά μαλλιά, μάτια βαμμένα έντονα και ψεύτικες βλεφαρίδες.

Ο θάνατος της Coco Channel φέρνει σημαντικές αλλαγές στον χώρο της μόδας στην περίοδο 1970-1979. Σ' εκείνη τη δεκαετία, όλα είναι στην μόδα. Φοριέται όλο και περισσότερο το τζιν, το οποίο δημιουργείται ασφυκτικά στενό. Λανσάρονται παντελόνια που έχουν το σχήμα της καμπάνας από το γόνατο και κάτω και δημιουργούνται πάνω σε όλα τα πιθανά υφάσματα, όπως είναι για παράδειγμα το βελούδο, λεοπάρ και νάιλον. Μία άλλη τάση της μόδας, είναι τα φλατ παπούτσια. Ακόμη, εμφανίζεται το unisex T-shirt (το



μακό μπλουζάκι) και συναντάται σε διάφορες εκδοχές, όπως σε λαιμόκοψη V ή τύπου χαμόγελο. Παράλληλα, στις αρχές της δεκαετίας, κυριαρχεί σε μεγάλο βαθμό το λουκ disco. Προς τα τέλη της δεκαετίας εμφανίζεται όμως, μία εντελώς διαφορετική τάση την μόδας, το πανκ. Η

επιθετικότητα αυτού του στυλ εκφράζεται μέσα από τα μαύρα δερμάτινα, τις μπότες, τις αλυσίδες, τα καρφιά, τις παραμάνες και οτιδήποτε άλλο αιχμηρό μπορεί να διακοσμήσει ένα ρούχο. Στοιχεία επίσης, που εκφράζουν το στυλ των πανκ είναι τα τατουάζ και τα μαλλιά.¹⁸

Κατά τις δεκαετίες 1960-1970, οι κανόνες της μόδας παύουν να καθορίζονται και να επηρεάζονται απ' το Παρίσι, από άλλες χώρες και από τους μεγάλους μόδιστρους. Εμφανίστηκαν νέοι σχεδιαστές με ποικίλες ιδέες

¹⁸ Το βιβλίο του στυλ Σελ.42

και με περίσσιο ταλέντο διαφόρων εθνικοτήτων που δημιούργησαν μεγάλη ποικιλία πρωτότυπων στυλ. Τα ρούχα των σχεδιαστών αυτών ήταν χαρούμενα λόγω ποικιλίας χρωμάτων ή έθνικ. Σχεδίασαν καφτάνια, σαλβάρια, διαφανείς μπλούζες και πολύ κοντά -καυτά- σορτς. Στη δεκαετία του '70 όλοι μπορούσαν να φορούν ό,τι θέλουν, ανάλογα με το προσωπικό τους ύφος. Όλα θεωρούνταν μόδα, χωρίς περιορισμούς και επικρίσεις.

Η δεκαετία 1980-1989, στις αρχές της, βρίσκει το στυλ των πανκ σε έξαρση. Αυτό (το στυλ) γίνεται οδηγός στην εφηβεία, που μπορεί να χαρακτηρίζεται και ως επαναστατημένη. Φορούσαν μίνι φούστες συνοδευόμενες από σακάκια με τεράστιες βάτες, χαρακτηριστικά της δεκαετίας αυτής, όπως επίσης και η στολή των 80 's έπρεπε να φοριέται με κλασικές γόβες σε όλα τα χρώματα. Ακόμη, η Madonna γίνεται η μούσα του Jean Paul Gaultier. Ο Jean Paul Gaultier επαναφέρει στην μόδα τον κορσέ, αλλά αυτή την φορά ως εξώρουχο, ο οποίος τονίζει ακόμα περισσότερο τα χαρακτηριστικά του γυναικείου σώματος. Γνωστοί σχεδιαστές μέχρι και



σήμερα όπως είναι ο Valentino γίνεται ο κατεξοχήν σχεδιαστής της θηλυκότητας δημιουργώντας τα πιο «έξυπνα», εύχρηστα κοστούμια ή ταγέρ, τα μίνι φορέματα και τις πιο σέξι βραδινές τουαλέτες. Επίσης,

ο Moschino παίζει με το σουρεαλιστικό συλλογισμό της Schiaparelli.

Χαρακτηριστική τάση εκείνης της εποχής είναι ο σουρεαλισμός που εξαπλώνεται δυναμικά στο χώρο της μόδας. Κάποια στοιχεία της μόδας αναφέρουν πως ο σουρεαλισμός αποτυπώνεται πάνω στα ρούχα και γίνεται πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της φύσης τους. Ο Calvin Klein ήταν ο πρώτος που δημιούργησε το Y-front εσώρουχο και η Donna Karan δημιούργησε τα bodies που γίνονται γνωστά σαν must, απαραίτητο δηλαδή αξεσουάρ στο μοντέρνο γυναικείο ντύσιμο. Το ύφος των ενδυμάτων αυτής της περιόδου, απεικονίζει μία γυναίκα που δεν είναι μοιραία, δεν είναι περιθωριακή, αλλά είναι μία γυναίκα ισορροπημένη με εκλεπτυσμένη εκκεντρικότητα. Οι γούνες όμως που για τόσες δεκαετίες αποτελούσαν απαραίτητο στοιχείο του γυναικείου ντυσίματος, γνωρίζουν για πρώτη φορά την απόρριψη λόγω των κινητοποιήσεων των οικολογικών οργανώσεων.¹⁹



Το δυναμικό ντύσιμο κάθε γυναίκας εκείνης της δεκαετίας αποτελεί στοιχείο ξεχωριστό. Παράλληλα, παρατηρήθηκε μία στροφή προς έναν περισσότερο υγιεινό και αθλητικό τρόπο ζωής, με αποτέλεσμα γίνουν μόδα οι ποδηλατικές βερμούδες από λύκρα.²⁰

Τη δεκαετία του 1980, αιωρείται η άποψη πως αν κάποιος δεν γνωρίζει τι είναι στη μόδα ή δεν την ακολουθεί, είναι εκτός της εποχής του. Αυτό είχε μεγάλη σημασία για την κοινωνία τους. Γι' αυτό το λόγο ακριβώς οι άνθρωποι αρχίζουν να ξεφυλλίζουν τα περιοδικά μόδας της εποχής και χαζεύουν τις βιτρίνες.

¹⁹ Η μόδα μέσα στους αιώνες Σελ.40

²⁰ Η μόδα μέσα στους αιώνες. Σελ.42

Αρχίζει να συστήνεται μέσω των μόδιστρων στον κόσμο και η οικολογική γούνα. Το φυσικό μακιγιάζ, τα αξεσουάρ της εποχής, τα μεγάλα γυαλιά οράσεως, τα οποία είτε απαραίτητα είτε όχι προσδίδουν στη γυναίκα των 80 's ένα σοφιστικέ στυλ με ένταση και δυναμισμό. Επιπλέον, εμφανίζεται και το συστατικό «κολλαγόνο», κύριο στοιχείο των κρεμών αντιγήρανσης.²¹ Τέλος, την εποχή εκείνη κάνουν την εμφάνισή τους οι βάτες, τα χρυσά στολίσματα και τα κοσμήματα αλλά και οι κοφτές γεωμετρικές γραμμές. Όλα υποδηλώνουν το δυναμισμό της γυναίκας που εκείνη την εποχή δανείζεται πολλά στοιχεία μόδας από την δεκαετία του 1940. Η απόλυτη χλιδή έρχεται από την Αμερική ενώ ο απόλυτος μινιμαλισμός από την Ιαπωνία.

Η εποχή 1990-1999 προβάλλει τα *super models* της πασαρέλας, χωρίς όμως να λείπουν από τις επιδείξεις και κάποια μοντέλα τύπου «ανορεξία». Χαρακτηριστικό εκείνης της δεκαετίας είναι το κόκκινο κορδελάκι κατά του AIDS, το οποίο γίνεται το πιο διαδεδομένο αξεσουάρ. Από τους πρωταγωνιστικούς ρόλους εκείνης της εποχής έχει η σιλίκονη, καθώς αυτή κατά κάποιο τρόπο τη συναντάμε στα παπούτσια αλλά και στα ρούχα πλέον. Το *styling* μπαίνει δυναμικά στη ζωή κάθε γυναίκας και σημασία δεν έχει πλέον τι φοράει κάθε άνθρωπος, αλλά ο τρόπος που το φοράει και κατ' επέκταση το προβάλλει. Στη φιλοσοφία αυτή, βασίζεται και η Prada. Και παρά το γεγονός πως η μόδα του δρόμου, δηλαδή η μόδα που επιλέγει ο κάθε άνθρωπος στην καθημερινότητά του και δηλώνει την αυθεντικότητά της εποχής, πολλοί σχεδιαστές θα συνεχίσουν να επαναφέρουν τάσεις άλλων εποχών.



²¹ Η μόδα μέσα στους αιώνες Σελ 42

Κατά τη δεκαετία 2000-2009, όλο και περισσότεροι σχεδιαστές ανεβαίνουν στο προσκήνιο της μόδας. Η Ελληνίδα Σοφία Κοκοσαλάκη κατακτά την Ευρώπη ξεκινώντας από το Λονδίνο, αλλά και την Αμερική. Τα παπούτσια που σχεδιάζονται αποκτούν όγκο και θυμίζουν τις πλατφόρμες του '40, καθώς και τα μποτάκια του '80, που φοριούνται με όλους τους δυνατούς συνδυασμούς. Ακόμη, τα μαλλιά επιστρέφουν στο φυσικό τους χρώμα ενώ και το μακιγιάζ κινείται σε απόλυτες γήινες αποχρώσεις. Η αισθητική χειρουργική διαδίδεται όλο και περισσότερο. Η δεκαετία θα κλείσει με την αυτοκτονία του Alexander McQueen.²²

2.2 Η ΜΟΔΑ, ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ

Στη σύγχρονη εποχή πάλι δεν υπάρχει όμορφη και άσχημη μόδα, ή όμορφες και άσχημες γυναίκες αλλά γυναίκες με προσωπικότητα και περιποιημένες ή απλά αδιάφορες και απεριποίητες, αφού με τις κατάλληλες ενέργειες και παίρνοντας στοιχεία από τη μόδα μπορούν να αντιμετωπίζουν σωστά το είδωλό τους στον καθρέφτη ώστε να μπορέσουν σταδιακά να μάθουν να διαλέγουν τα ρούχα, το μακιγιάζ, το χτένισμα, τα αξεσουάρ που τους ταιριάζουν.

Ξεφυλλίζοντας τις σελίδες των περιοδικών, ελληνικών και ξένων, τα οποία κυκλοφορούν σε πληθώρα, είναι σε θέση να υιοθετήσουν, από τις ποικιλίες της μόδας που προτείνονται, διαφορετικές τάσεις ξεχωρίζοντας την πλέον κατάλληλη ενδυμασία για εκείνη. Με αυτό τον τρόπο θα τονίσουν τα πλεονεκτήματα και θα περιορίσουν ή ακόμα και θα εξαφανίσουν τα μειονεκτήματά τους.

Η κάθε γυναίκα επίσης, αρνείται την οποιαδήποτε προσπάθεια επιβολής από τη μόδα προκειμένου να μιμηθεί την οποιαδήποτε νέα τάση. Γνωρίζει καλά ότι αποτελεί μία μοναδική προσωπικότητα, ξεχωριστή μέσα στο

²² Το βιβλίο του στυλ Σελ.48

κοινωνικό σύνολο και για το σύνολο, που δεν προάγεται μόνο μέσω της εξωτερικής της εμφάνισης.

Η μόδα λοιπόν, αποτελεί ανάγκη, όχι μόνο για τον εσωτερικό κόσμο του ατόμου, αλλά και ευρύτερα για όλη την κοινωνία. Παλαιότερα απευθυνόταν στους λίγους, αγνοώντας τους πολλούς. Τώρα, δημιουργείται για την ολότητα. Κάποτε, επιστράτευε, όλων των ειδών τα υλικά και τα στολίδια, ενώ σήμερα, είναι εκ των πραγμάτων αναγκαστική να εκφράζεται μόνο με το τι προτιμάται περισσότερο και ανάλογα με τη λειτουργικότητα της.

Όταν πρωτοεμφανίστηκε η μόδα, κάθε ρούχο κόστιζε πολλά χρήματα αλλά ήταν μοναδικό σαν ένα έργο τέχνης. Αντίθετα, στη σύγχρονη εποχή, πρέπει να έχει το πλέον ελάχιστο κόστος, και εάν είναι δυνατό, το όποιο ρούχο σχεδιάζεται για να βγει στην παραγωγή, να παραχθεί σε αμέτρητα αντίτυπα.

Λόγω της μεγάλης ποικιλίας ρούχων που υπάρχουν, δεν καλείται πλέον να δημιουργηθεί για να στολίσει την κάθε γυναίκα ξεχωριστά, αλλά να εξυπηρετήσει και ταυτόχρονα να αποδείξει την προσωπικότητα ενός σύγχρονου ατόμου, που συνήθως δεν έχει χρόνο για χάσιμο.²³

²³ Δημιουργία και μόδα Σελ. 60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Κατά την δεκαετία 1900-1909, οι γυναίκες αρχίζουν να δημιουργούν στα μαλλιά τους ένα διαφορετικό στυλ· φοράνε ψεύτικα κυματιστά μαλλιά, τα λεγόμενα ποστίτζ, τα οποία φοριούνται μέχρι και σήμερα. Είναι πιασμένα ψηλά και στολισμένα με χτένια, με πολύτιμες πέτρες, με λουλούδια και φτερά, έτσι ώστε να επιτύχουν τις επιθυμητές περίτεχνες και ξεχωριστές κομμώσεις.

Επίσης, με τα χτενίσματα αυτά τα οι γυναίκες φοράνε καπέλα, τα οποία είναι τεράστια και γεμάτα ποικίλα στολίδια. Έχουν μία μικρή κλίση προς το πρόσωπο γιατί θέλουν να δώσουν με αυτό τον τρόπο όγκο στο επάνω μέρος του σώματος.

Κατά την δεκαετία 1920-1929, οι γυναίκες εμφανίζονται πλέον με κοντά μαλλιά, βαμμένα συνήθως με χένα (φυτική βαφή). Το μακιγιάζ είναι έντονο και σκούρο, και κρατούν μακριά τσιγάρα ανάμεσα στα δάχτυλά τους. Επίσης, τα χείλη τους είναι βαμμένα με κραγιόν έντονα και χρησιμοποιούν για τα νύχια τους γυαλιστερό βερνίκι. Η Coco Chanel καθιερώνει το λουκ του φτωχού κοριτσιού, το οποίο αναπαρίσταται με κοντοκουρεμένα αγορίστικα μαλλιά, ισόπατα δίχρωμα παπούτσια (πλατφόρμες), ενώ παράλληλα σοκάρει με το μήκος του ζέρσεϊ φορέματός της σε ουδέτερα χρώματα. Η ιέρια της μόδας αναδεικνύει το απλό μαύρο πουλόβερ που

αποτελείται από μία ή περισσότερες σειρές από πέρλες περασμένες στο λαιμό. Σήμερα, περίπου εκατό χρόνια μετά, η Coco Chanel θεωρείται η μούσα του στυλ και της κομψότητας.

Κατά τη δεκαετία 1930-1939, η επανάσταση στην ομορφιά είναι αναμφισβήτητη. Οι γυναίκες πλέον βάφουν πλατινέ χρώμα τα μαλλιά, τα νύχια τους είναι βαμμένα με



γυαλιστερό μαύρο χρώμα, τα μάτια τους με πράσινη σκιά βαμμένα, ενώ τα χείλη τους να είναι βαμμένα πορτοκαλί. Για πρώτη φορά κυριαρχούν στη μόδα στοιχεία του παρελθόντος, πολύ έντονα χρώματα ενώ ο κορσές ξανακάνει την εμφάνισή του· τώρα όμως επανέρχεται πιο ανανεωμένος από ότι παλαιότερα κάνοντας πιο σέξι τις γυναίκες τονίζοντας τους γοφούς και την στενή τους μέση.



Κατά την δεκαετία 1940-1949, οι γυναίκες αλλάζουν το ντύσιμο τους και το κάνουν πιο ελαφρύ το αιχμηρό και σκληρό σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες, στολίζοντας το πέτο του σακακιού με καρφίτσες από λουλούδια. Εμφανίζονται ξανά τα παπούτσια πλατφόρμες τα οποία αποτελούνταν από στρώσεις φελλού, προσδιορίζοντας έτσι μία ολόκληρη εποχή και μία τάση που έχει επιβιώσει μέχρι και σήμερα. Τέλος, το New Look του Christian Dior κάνει την εμφάνισή του μετά τον πόλεμο, το οποίο απαιτεί μία τσάντα χειρός, αρκετά μέτρα υφάσματος και στενή μέση, που αυτό

επιτυγχάνεται άριστα με τους κορσέδες.

Η επιστροφή της Chanel τη δεκαετία 1950-1959, είναι θριαμβευτική, λόγω της εμφάνισης των αυστηρών καλοραμμένων ταγέρ, τα οποία τη χαρακτηρίζουν και που φοριούνται με χρι και σήμερα. Επιπλέον, η μουσική του mambo και του rock n roll γίνεται ένας κοινός άξονας διασκέδασης για τους νέους της εποχής εκείνης, οι οποίοι εμφανίζονται με χαβανέζικα πουκάμισα και πάνινα παπούτσια. Για ακόμη μία φορά επίσης, αλλάζει το γυναικείο χτένισμα. Παρατηρούμε, τις γυναίκες να πιάνουν αλογοουρά τα μαλλιά τους ή και να τα κόβουν φράντζα κοντή με την μορφή αφέλειας.



Κατά την δεκαετία 1960-1969, το πρότυπο της εποχής θέλουν τις γυναίκες με ένα διαφορετικό στυλ. Τα κοντά μαλλιά, το σκελετωμένο κορμί, το χλωμό δέρμα και οι τεράστιες - ψεύτικες- βλεφαρίδες είναι κάποια από τα χαρακτηριστικά της μόδας που επικρατεί. Τέλος, η αναγέννηση της ποπ αρτ έχει οδηγή τον Άντι Γουόρχολ, ο οποίος με τα έργα του μετατρέπει την καινοτομία της καταναλωτικής μανίας σε λαμπρή γιορτή.

Στη δεκαετία 1970-1979, όλες οι τάσεις όλων των ανθρώπων γίνονται μόδα και όλα αποτελούν τον προάγγελο για όσα γνωρίζουμε και σήμερα. Οι πλατφόρμες επιστρέφουν για ακόμα μία φορά στο προσκήνιο της μόδας, σε πολλές παραλλαγές, από τα αυθεντικά του '40 έως τις πλατφόρμες των ποπ αρτ. Οι πλατφόρμες αποτελούν βασικό στοιχείο της δεκαετίας αυτής, διακοσμούνται με στρας και φοριούνται στις ντίσκο. Εκείνη την εποχή γεννιέται η μόδα των καλοκαιρινών φορεμάτων σε συνδυασμό με ένα φουλάρι στο λαιμό, και ακολουθούμενες από τσάντες με κρόσσια και τεράστια χρωματιστά γυαλιά ηλίου. Το αξεπέραστο hippie look (το οποίο υπάρχει μέχρι και σήμερα στη μόδα) έχει μ' αυτό τον τρόπο δημιουργηθεί. Αυτή την περίοδο, μέσω των ρούχων

αρχίζει να γίνεται και ο διαχωρισμός τόσο των γκλάμουρ και αμπιγιέ ρούχων όσο και το κιτς των εκκεντρικών κουστουμιών των ροκ σταρ. Στις ντίσκο, φοριούνται πολύ τα πολύ κοντά σορτς, τα ψηλοτάκουνα πέδιλα με λουράκια γεμάτα από στρας, οι μικροσκοπικές τσάντες, οι μεγάλες χρυσές αλυσίδες. Επίσης, αρχίζει να φοριέται πιο πολύ το λεοπάρ ή δερμάτινο σε συνδυασμό με ποικίλες δαντέλες. Τέλος, η μόδα απαιτεί και πάλι την αλλαγή στα χτενίσματα των γυναικών. Τα μαλλιά να κόβονται ντεγκραντέ ή σε μύτες και για πρώτη φορά οι γυναίκες κάνουν ανταύγειες.





Κατά την δεκαετία 1980-1989, ο Jean Paul Gaultier, επαναφέρει τον κορσέ στην μόδα αλλά αυτή την φορά σαν εξώρουχο. Επίσης, το μακιγιάζ γίνεται σε γήινους τόνους, καθώς τα φρύδια επανέρχονται στο φυσικό τους σχήμα.

Κατά την δεκαετία 1990-1999, παρατηρώντας την εποχή του grunge, του minimal και του less is more, διαπιστώνεται πως το μυστικό για μια επιτυχημένη εμφάνιση είναι η μοναδικότητα. Παρότι το grunge, η μόδα του δρόμου δηλώνει την αυθεντικότητα της εποχής, αρκετοί σχεδιαστές θα συνεχίσουν να επαναφέρουν τις τάσεις της μόδας άλλων εποχών. Ο ιταλικός οίκος δερμάτινων



ειδών και αξεσουάρ καταφέρνει να διαπρέψει και στο χώρο της ένδυσης και σύντομα θα συμπεριληφθεί στους ισχυρούς της μόδας.

Κατά την δεκαετία 2000-2009, εμφανίζονται για ακόμη μία φορά στοιχεία του παρελθόντος στον χώρο της μόδας. Τα παπούτσια αποκτούν περισσότερο όγκο και θυμίζουν τις πλατφόρμες που φοριούνταν τη δεκαετία του '40, αλλά και τα μποτάκια του '80, τα οποία φοριούνται συνδυασμένα με όλους τους πιθανούς τρόπους· παρατηρούνται από μίνι φορέματα ή φούστες με ταγέρ ή κουστούμια μέχρι και cocktail φορέματα. Ακόμη, τα βερνίκια νυχιών αποκτούν τη μουντάδα της δεκαετίας του '40, όπως και το μακιγιάζ αλλάζει και πλέον κινείται μεταξύ των smoky eyes και των απόλυτα γήινων αποχρώσεων.²⁴

²⁴ Το βιβλίο του στυλ Σελ. 18-53

3.2 ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ ΚΑΙ Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΕΝΔΥΜΑΤΟΣ

Στη σύγχρονη εποχή, οι σχεδιαστές μόδας πρέπει να παρακολουθούν και να αναλύουν τις εξελίξεις και τα γεγονότα που συμβαίνουν σε παγκόσμια κλίμακα, στις πόλεις της μόδας, τόσο σε τοπικό όσο και σε προσωπικό επίπεδο. Επιπλέον, κρίνεται επιτακτική ανάγκη να παρακολουθούν, να αναλύουν και να εντοπίζουν τις τάσεις του αγοραστικού κοινού, τους στόχους του και πολιτιστικές του επιδιώξεις. Δεν πρέπει να αδιαφορούν, αλλά να ενημερώνονται για τις τάσεις της μόδας της εποχής που διανύουν, με αναφορές όμως και στο παρελθόν.

Όσοι πάλι γνωρίζουν από πριν τις τάσεις και τις εξελίξεις της μόδας που θα επικρατήσουν είναι κατά βάση άνθρωποι ειδικοί όσον αφορά στην έρευνα αγοράς και είναι αναλυτές που προσφέρουν οικονομικές υπηρεσίες και εικονογραφημένες αναφορές στους κατασκευαστές μόδας αντί αμοιβής. Οι προγνώσεις στον χώρο της μόδας για να παρατηρήσουν ποια είναι τα επικρατέστερα ενδύματα, βασίζονται σε πολλές στατιστικές έρευνες με σκοπό να μπορέσουν να προβλέψουν με τις μετρήσεις τους πόσο δημοφιλές είναι ένα ύφασμα, κάποιο χρώμα, αλλά και πόσο πέραση έχουν οι λεπτομέρειες και τα χαρακτηριστικά ενός ενδύματος.

Πολλές εταιρείες απασχολούν επαγγελματίες σχεδιαστές, άτομα, τα οποία έχουν την ικανότητα να μπορούν να εντοπίσουν, να αξιολογήσουν και να αναλύσουν τάσεις στα πρώτα τους στάδια, πριν βγουν από την παραγωγή στην κατανάλωση, καθώς επίσης μπορούν να εντοπίζουν ποια προϊόντα θα μπορούσαν να υιοθετήσουν ένα συγκεκριμένο, προτεινόμενο ύφος και στυλ. Οι εταιρείες αυτές, έχουν και τις προδιαγραφές να εκδίδουν περιοδικά με τις ανερχόμενες τάσεις της μόδας, κάνοντας προτάσεις διαφόρων συνδυασμών ρούχων για την επόμενη σεζόν. Είναι μάλιστα αξιοπρόσεχτο το γεγονός, ότι οι σχεδιαστές μόδας που απασχολούνται από τις μεγάλες εταιρείες πρόγνωσης, είναι πολλοί περισσότεροι από αυτούς που εργάζονται στις εταιρείες παραγωγής ρουχισμού.

Η ανίχνευση λοιπόν των τάσεων που πιθανόν να επικρατήσουν δεν εξαρτάται μόνο από το να παρατηρούμε τα χαρακτηριστικά της ενδυμασίας της κάθε εποχής, αλλά σχετίζεται με τις δημογραφικές αλλαγές, τη συμπεριφορά και τον τρόπο που ζει ο κόσμος, δηλαδή τα ήθη, τα έθιμα της και την κουλτούρα, κάθε χώρας. Βασιζόμενος λοιπόν κάποιος σε αυτή την καταναλωτική ανάλυση, μπορεί να γίνει αρωγός (βοηθός), με στόχο να μας βοηθήσει να κατανοήσουμε το στυλ των ενδυμάτων και αξεσουάρ που οι καταναλωτές θα έχουν ανάγκη στο μέλλον.

Βασιζόμενοι στις απόψεις των σχεδιαστών μόδας, η σημαντικότερη διαφορά μεταξύ κάθε προϊόντος ενός σχεδιαστή συγκριτικά με κάποιο προϊόν κάποιου άλλου σχεδιαστή είναι η διάρκεια ζωής του στα καταστήματα, που αυτά διανέμονται προς πώληση. Κάθε επιχείρηση που σχετίζεται με τη μόδα έχει το δικό της «κύκλο ζωής» όσον αφορά στην μόδα. Έχει μάλιστα φτιαχτεί και συγκεκριμένο πρόγραμμα για τους υπολογιστές, με τη βοήθεια του οποίου σχεδιάζονται οι γκάμες ρούχων, οι πωλήσεις, η παραγωγή και η αποστολή που είναι ανάλογες με τις απαιτήσεις της εποχής και την αντοχή και τη διάρκεια στο χρόνο των πιο δημοφιλέστερων σχεδίων.

«Ο κύκλος της μόδας» είναι μία περίεργη αλυσίδα με συνδετικούς κρίκους, αυτόν της κλωστοϋφαντουργίας και αυτόν της ίδιας της μόδας. «Ο κύκλος ζωής του ενδύματος» χωρίζει τις εξής κατηγορίες:

Το πρωτεύον στάδιο περιλαμβάνει την αποδοχή του οποιουδήποτε προϊόντος μέχρι να ξεπεραστεί η μόδα του. Για να γίνει όμως αποδεκτό το νέο ύφος ενός ενδύματος που προβάλλεται από τον όποιο σχεδιαστή καλό είναι να παρουσιάζεται αρχικά στις επιδείξεις που λαμβάνουν μέρος σε πασαρέλες. Επίσης, το ύφος της μόδας παρουσιάζεται από τον τύπο και τα Μ.Μ.Ε. Αυτά, συμπεριλαμβανομένων και των περιοδικών μόδας και του διαδικτύου, ασχολούνται με τα μεγαλύτερα γεγονότα της μόδας και με τις επιδείξεις των σχεδιαστών και πληροφορούν το κοινό μέσω των ειδήσεων, παρά το γεγονός ότι αφορούν κυρίως επωνύμους. Στη σύγχρονη εποχή, οι επιδείξεις μόδας ενδιαφέρουν τα μέσα μαζικής, αλλά και οι δημιουργοί τους προσπαθούν να κινήσουν το ενδιαφέρον τους και να προκαλέσουν την προσοχή του

αγοραστικού κοινού. Φυσικά, το καινούριο ύφος ενός ενδύματος, υιοθετείται από τους πρωτοπόρους της μόδας, παρουσιάζεται σε ένθετα και σε περιοδικά στυλ, φοριέται από ανθρώπους, οι οποίοι είναι πλήρως ενημερωμένοι για το νέο ύφος της μόδας και μπορεί να θέλουν και να χαρακτηριστούν και ως fashion icon.

Δημιουργούνται όμως και ρούχα βασισμένα στα προβαλλόμενα πρότυπα σε φθηνότερες εκδοχές,²⁵ για να μπορούν να πουληθούν και σε ανθρώπους με λιγότερο ευκατάστατους. Κάποιες ωστόσο αντιγραφές μπορεί να χαρακτηριστούν ως φθηνές και να υπάρξουν ανεπιτυχείς συνδυασμοί και styling. Τέτοιου είδους στυλ εμφανίζονται στον εβδομαδιαίο τύπο και την τηλεόραση.

Όπως και να έχει υπάρχουν πολλά στυλ που ποικίλουν στο ύφος που έχουν τα ρούχα που φοριούνται και υιοθετούνται από ανθρώπους που απλά ακολουθούν το ρεύμα της μόδας. Το αγοραστικό κοινό, όποιο κι αν είναι το γούστο του φοράει ό,τι του αρέσει μέχρι να το θεωρήσει βαρετό. Μετά, αφού χάσει το ενδιαφέρον του για κάποιο συγκεκριμένο ύφος ρούχων, το παραγκωνίζει, γιατί το βαριέται. Έτσι, τα προϊόντα τοποθετούνται στα «αζήτητα» των καταστημάτων ενώ στο τέλος οι πρωτοπόροι της μόδας υποστηρίζουν ότι «δεν θα τα φόραγαν το συγκεκριμένο στυλ ρούχων ούτε νεκροί». Τότε πια γίνεται και η μετάβαση στο επόμενο ύφος.

Παρατηρούμε λοιπόν, ότι το στυλ, περνά από τρεις φάσεις· αυτή της αναζήτησης, αυτή της ακμής και αυτής της παρακμής. Στην πραγματικότητα η χρονική διάρκεια των στυλ σταδιακά περιορίζεται και χάνονται τα όριά τους. Αυτό οφείλεται, σε αρκετούς παράγοντες. Όπως είναι οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, η αύξηση του ρυθμού των κοινωνικών και πολιτικών ανακατατάξεων, η ευκολότερη και αμεσότερη επικοινωνία μεταξύ των λαών που δίνει την δυνατότητα της αλλαγής των απόψεων, και τέλος, οι ιδέες και οι τεχνικές κατακτήσεις.²⁶

²⁵ Σημειώσεις μαθήματος Ενδυματολογίας Σελ. 31

²⁶ Σημειώσεις μαθήματος Ενδυματολογίας. Rigas Κυριάκος Τριπολιτσιώτης Σελ.32

3.3 ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Η επιλογή ενδύματος είναι αυτή που αντικατοπτρίζει την εικόνα του κάθε ανθρώπου. Αυτή αποτελείται από εσώρουχα, αξεσουάρ κοσμήματα, τρόπους χτενίσματος και μακιγιάζ ενώ σημαντικό ρόλο παίζει και από η στάση του σώματος ή ακόμα και οι πιθανές χειρουργικές αλλαγές που κάποιος μπορεί να έχει κάνει.

Οι αλλαγές που κατά καιρούς γίνονται στα ρούχα οφείλονται στις μεταβολές κάποιων σημαντικών αιτιών, όπως για παράδειγμα είναι κοινωνικών, οικονομικών, πολιτικών κ.ά. Η προσέγγιση της παρουσίας μας, αποκαλύπτει ότι μέσω τέτοιου είδους γεγονότων ενδέχεται να γίνουν αποδεκτές οι καινοτομίες του στυλ. Βέβαια, το στυλ της ένδυσης των ανθρώπων μπορεί να αλλάξει πολλές φορές και χωρίς κάποιες εμφανείς και συγκεκριμένες αιτίες.

Η ιστορία της εξέλιξης της ενδυμασίας των ανθρώπων αποτελεί ένα τμήμα της ιστορίας τους. Το ένδυμα σχετίζεται άμεσα με πολλές έννοιες. Γι' αυτό και παρατηρούνται και πολλαπλές αλλαγές του κατά καιρούς. Η



λαογραφία, η εθνολογία, η ανθρωπολογία, η κοινωνιολογία, η φυσιολογία και η αισθητική αποτελούν μέρη της παράδοσης που συντελούν στις αλλαγές. Κάθε ειδικότητα της ιστορίας, πολιτική, στρατιωτική, οικονομική, τέχνης ή τεχνολογική

συνδέεται άμεσα με την ιστορία της ενδυματολογίας.²⁷

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό, ότι οι αλλαγές στη μόδα εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες. Με βάση τις ιστορικές εξελίξεις διαπιστώνεται ότι τη δεκαετία 1910-1919, και κυρίως στο τέλος της δεκαετίας αυτής, συντελούνται

²⁷ Σημειώσεις μαθήματος Ενδυματολογίας Σελ. 4

πολύ σημαντικές αλλαγές για τη εξέλιξη της μόδας. Με αφορμή τις τρέχουσες εξελίξεις της εποχής (Α' Παγκόσμιος Πόλεμος), η Coco Chanel υλοποιεί τις ιδέες της και κάνει την απλότητα ουσία της καθημερινής ζωής των γυναικών. Αυτές λοιπόν, παραβλέπουν τις τάσεις της μόδας που ως εκείνη τη χρονική στιγμή επικρατούσαν, αφήνουν τα ακριβά στολίδια και τα κοσμήματα και φορούν άνετα φαρδιά παντελόνια, φαρδιά πουλόβερ και μάλλινες ζεστές φούστες. Επιπλέον, αλλαγές παρατηρούνται στο χτένισμά τους, αφού κόβουν τα μαλλιά τους κοντά, χωρίζοντάς τα στη μέση ή πιάνοντάς τα σε χαμηλό κότσο, γνωστό και ως σινιών.

Με βάση τον αισθητικό παράγοντα, παρατηρείται ακόμα μία άλλη αλλαγή της μόδας την δεκαετία 1920-1929. Η αλλαγή της σιλουέτας είναι θεαματική. Η οριστική κατάργηση του κορσέ από τους μόδιστρους της εποχής και η καθιέρωση του κομπινεζόν και άλλων εσωρούχων απελευθερώνουν ιδιαίτερα το (γυναικείο) σώμα.²⁸

Ακόμη, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 1940-1949 (Β' Παγκόσμιος Πόλεμος), η μόδα και πάλι θα αλλάξει και θα επικρατήσουν τα μουντά στοιχεία, βασισμένα στο κλίμα της εποχής που διανύει η ανθρωπότητα. Η Elizabeth Arden μεταμορφώνει την ανάγκη των γυναικών για αλλαγή σε τάση της εποχής. Πρωτοπορεί μάλιστα, καθώς δημιουργεί μία αδιάβροχη βελούδινη μάσκα αερίου, προστατεύοντας έτσι τον άνθρωπο απ' τις χημικές ουσίες και συνοδεύει, μέσω των ρούχων του, τις γυναίκες στις βραδινές τους εμφανίσεις.²⁹

Με το ξέσπασμα του Β' Παγκόσμιου Πόλεμου, το εμπόριο στις χώρες του εξωτερικού σταμάτησε. Οι εξελίξεις ήταν επικίνδυνες. Οι πρώτες ύλες έγιναν δυσεύρετες καθώς και τα εργοστάσια άρχισαν να κατασκευάζουν αποκλειστικά μόνο όπλα, στολές και άλλα εφόδια, απαραίτητα για τον πόλεμο. Την εποχή λοιπόν εκείνη, θεωρείται πολυτέλεια, να ασχοληθεί με το κομμάτι που σχετιζόταν με τη μόδα καθώς και την εξέλιξή της. Εξάλλου, υπήρχε

²⁸ Η μόδα μέσα στους αιώνες Σελ. 32

²⁹ Το βιβλίο του στυλ Σελ. 28-29

μεγάλη έλλειψη σε υφάσματα και η βρετανική κυβέρνηση μοίραζε τα ρούχα σε δελτία.

Οι γυναίκες, όσο οι συνθήκες το επέτρεπαν, με όσα μέσα καλλωπισμού διέθεταν, έκαναν ό,τι μπορούσαν για να περιποιηθούν τον εαυτό τους. Φορούσαν κραγιόν σε έντονα χρώματα, έδεναν στο κεφάλι τους μαντήλια, έπλεκαν ξανά τα πουλόβερ τους και ζωγράφιζαν πάνω στα πόδια τους ψεύτικες λεπτές κάλτσες. Οι Αμερικάνικες δυνάμεις, έφεραν σα δώρο στη Ευρώπη αμερικάνικες κάλτσες, που κατασκευάζονταν από νάιλον, ένα νέο καταπληκτικό, τεχνητό υλικό. Κατά την διάρκεια του πολέμου, η αμερικανική μόδα, ενώ ως τότε ήταν σε δεύτερη μοίρα σε σχέση με την Ευρωπαϊκή, απέκτησε μεγαλύτερη αίγλη, αφού οι συνθήκες στην Αμερική καλυτέρευαν όλο και περισσότερο. Ωστόσο, μετά τον πόλεμο, η Γαλλία έκανε μία σημαντική προσπάθεια για να ξανακερδίσει το προβάδισμα στον τομέα της γυναικείας μόδας. Αποτέλεσμα αυτού ήταν το 1947. Ο Κριστιάν Ντιόρ να εμφανίσει ένα νέο στυλ εντελώς διαφορετικό απ' αυτό που είχε λανσάρει μέχρι τότε. Ήταν το λεγόμενο New Look που γνώρισε αστραπιαία τεράστια επιτυχία!!



Ακόμα και αν τα χρώματα, όπως και τα σχέδια των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, αλλάζουν χρόνο με το χρόνο, εστιάζουμε στο ότι το μήκος των παλτό για να γίνει γιλέκο, όπως και τα σχέδια τους, ή το μήκος στις φούστες και στα φορέματα άλλαζε αργά και σταδιακά.

Οι οίκοι μόδας, καθώς και οι σχεδιαστές τους, όπως και οι καταναλωτές της υψηλής ραπτικής στους οποίους απευθύνονται, καθώς αποτελούσε επιταγή της κοινωνικής τους θέσης, συμπεριλαμβανομένων και των celebrities, συντείνουν σημαντικά στον καθορισμό των τάσεων και των κατευθύνσεων που αφορούν τις αλλαγές και εναλλαγές στον τομέα της μόδας.

Η επίδραση αυτή, εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως για παράδειγμα είναι η κοινωνική τους θέση ή η οικονομική κατάσταση.³⁰

Με το πέρασμα των χρόνων και φτάνοντας στη σύγχρονη εποχή, τα οπτικά εφέ διεκδικούν όλο και πιο σημαντική θέση στην έμπνευση των σχεδιαστών. Αποτέλεσμα αυτών, είναι να δημιουργούνται νέες φόρμες ρούχων που όμως μοιάζουν σα να βρίσκονται σε διαρκή κίνηση και να υπάρχει εναλλαγή. Τα τυπώματα θυμίζουν pop art των '70 s και τα patterns δείχνουν να προσδιορίζονται για ήρωες τρισδιάστατης εικόνας.³¹

Τελικά, η μόδα είναι κώδικας που συμπεριλαμβάνει μία ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων, αλλά και συμπεριφορών ανθρώπων, καθώς τις επηρεάζει άμεσα και σε μεγάλο βαθμό σε σχέση με τα ρούχα. Παράδειγμα αποτελεί το βιβλίο του Polhemus «Μόδα και Αντι-μόδα» στο οποίο γίνεται μια σημαντική διάκριση και αφορά στα προβλήματα της κοινωνίας, όπου λόγω αυτών αλλάζει και ο τρόπος ντυσίματος ανάμεσα στις παραδοσιακές, τις κλασικές ενδυμασίες, και ειδικότερα στο στυλ των ενδυμάτων. Ακόμη, αυτά τα στοιχεία, που σχετίζονται με την παράδοση χρησιμοποιούνται ως σύμβολα της «συνέχειας» ή της «αλλαγής», ενώ εκείνοι που φορούν την τελευταία λέξη της μόδας χαρακτηρίζονται ως σύμβολα της «αλλαγής» καθώς και της «προόδου». Ο Polhemus επίσης, έρχεται σε αντίθεση με τη χρήση του ταρτάν που κυριαρχεί στις σκοτσέζικες φούστες, όπως και στις παραδοσιακές ενδυμασίες από τα τέλη του 19ου αιώνα και με την εμφάνιση των μοντέρνων χρήσεων του ταρτάν στις φούστες ή σχεδόν σε οποιοδήποτε άλλο ένδυμα.³²

³⁰ <http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion>

³¹ Vogue, Δεκέμβριος 2010, No 130

³² Fashion design and product development Σελ. 26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. Η ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΕΧΝΗΣ ΚΑΙ ΜΟΔΑΣ

Κάποιες φορές όταν γίνεται συσχέτιση των όρων «μόδας και τέχνης» δεν είναι εύκολο να ταυτίσουμε αυτές τις δύο έννοιες απόλυτα.³³ Μία απ' τις συνώνυμες έννοιες της μόδας είναι η «τέχνη». Ανά



τακτά χρονικά διαστήματα, οι δύο αυτές έννοιες έρχονται σε αντιπαραβολή γεγονός που έχει ως συνέπεια να δημιουργείται κάτι εξαιρετικά πρωτότυπο και ξεχωριστό, το οποίο αποτελεί πηγή έμπνευσης για τους περισσότερους σχεδιαστές, για τους καλλιτέχνες αλλά και για το απλό κοινό.

Παρ' όλα αυτά οι έννοιες «μόδα και τέχνη», μπορούν να παρομοιαστούν με μία βασικότερη φυσική αλληλεπίδραση, τη λεγόμενη βαρύτητα. Διαπιστώνει λοιπόν κανείς ότι, όταν η μόδα συναντά την τέχνη, ή ακόμα και το αντίστροφο, δεν μπορεί κανένας να αντιδράσει απέναντι στην αλληλεπίδραση που ασκείται ανάμεσα σ' αυτές τις δύο έννοιες.

Η τέχνη και η μόδα είναι δύο στοιχεία που αποτελούν υπόβαθρο κάθε κοινωνίας, δημιουργούν την κουλτούρα της, ενώ κάποια στοιχεία δε μένουν ίδια αλλά διαφοροποιούνται με βάση τα δεδομένα του πολιτισμού της κάθε χώρας. Υπό αυτές τις συνθήκες, το ξεκίνημά τους, αλλά και ο προσανατολισμός τους φαίνεται να είναι κοινός· -κι όμως δεν συναντώνται

³³ (<http://maga.gr/2011/06/16/φουτουρισμός-με-το-βλέμμα-στο-μέλλον/>).

συχνά-. Όσες φορές κι αν υπήρξε συνδυασμός των δύο στοιχείων από την πλευρά της τέχνης αποτυπώθηκε ως χλευασμός, όπως επίσης και απέναντι στα είδωλα που δημιουργεί η μόδα, με απώτερο σκοπό τον υπερκαταναλωτισμό για να ενισχύεται κατ' επέκταση και η βιομηχανία της μόδας. Η εμπορική εκμετάλλευση που υπάρχει λόγω της ύπαρξης της μόδας, ταυτίζεται βέβαια ως προς την τέχνη, με τη μόνη διαφορά ότι η τέχνη μπορεί να την εκφραστεί με πολλούς και διάφορους τρόπους, σε αντίθεση με τη μόδα που λόγω του μονοδιάστατου και μονόπλευρου χαρακτήρα της δεν μπορεί να εκφραστεί με πολλούς τρόπους.

Έτσι λοιπόν εξηγείται και το γεγονός ότι η μόδα και η τέχνη κατέχουν τη δική τους θέση μέσα στο κοινωνικό σύνολο, και είναι κάτι που δεν αποτρέπει τη συνάντησή τους, αρκεί να βρεθεί ο κατάλληλος τρόπος συνεύρεσης για την εφαρμογής τους.

Ο «Ντανταϊσμός», είναι ένα σπουδαίο καλλιτεχνικό κίνημα, το οποίο αναπτύχθηκε κατά τη χρονική περίοδο της δεκαετίας του 1910.

Συγκεκριμένα εξετάζει τις εικαστικές τέχνες, τη λογοτεχνία και την ποίηση. Κύρια χαρακτηριστικά του είναι η δύναμη του παράλογου και η απόρριψη των κυρίαρχων ιδανικών της τέχνης.

Κύριος εκπρόσωπος του καλλιτεχνικού αυτού ρεύματος «Dada», ήταν ο Francis Picabia. Αυτός ήταν και προσωπικός φίλος του διάσημου Γάλλου σχεδιαστή μόδας, Paul Poiret. Ο Poiret ήταν οπαδός του Ντανταϊσμού, καθώς και του Ιμπρεσιονισμού και παράλληλα φανατικός συλλέκτης έργων Μοντέρνας Τέχνης του Pablo Picasso, όπως και του Henri Matisse. Εμπνευσμένος και επηρεασμένος από αυτά τα κινήματα της εποχής, ήταν ο πρώτος σχεδιαστής που συνεργάστηκε με τον εικονογράφο Paul Iribe, με



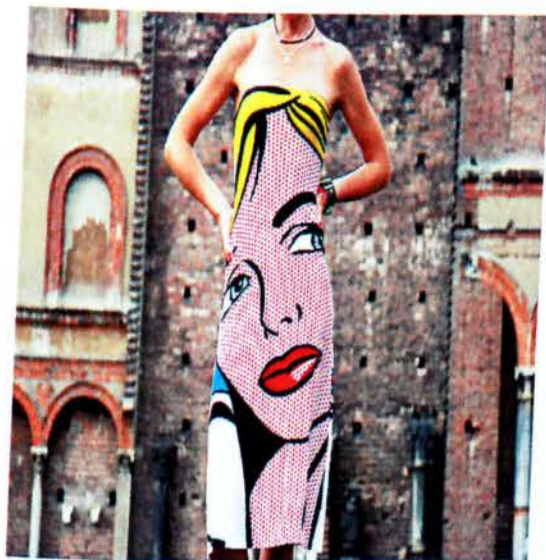
αποτέλεσμα να δημιουργήσουν μία limited edition, τη λεγόμενη «Les Robes de Paul Poiret , Racontees par Paul Iribe».

Έπειτα, κατά τη δεκαετία του 1920 εμφανίζεται ένα άλλο καινούριο κίνημα ο «Φουτουρισμός». Αυτό χαρακτηρίζεται ως ένα απόλυτα δυναμικό κίνημα, όπου αρχικά παρουσιάστηκε με τη μορφή ενός λογοτεχνικού και καλλιτεχνικού κινήματος, στη συνέχεια όμως επηρέασε όλες τις τέχνες. Οι Φουτουριστές βασίζονταν στα στοιχεία του «Ρομαντισμού», τις παλιές τεχνοτροπίες, την ηθική, καθώς και την αρχαιολογία, εξυμνώντας την ταχύτητα, τη βιομηχανία και την εξέλιξη. Με το πέρασμα των χρόνων, αρκετοί γνωστοί σχεδιαστές, όπως ο John Galliano, ο οίκος Armani, ο Cristobal Balenciaga και πολλοί άλλοι επηρεάστηκαν από αυτό το κίνημα.

Η αναζήτηση της ταυτότητας της μόδας, επηρεάστηκε έντονα από τα αντίστοιχα εικαστικά κινήματα της εποχής, τα οποία αναπτύχθηκαν στις Η.Π.Α.. Αυτά από την πλευρά τους διεκδικούσαν την αυτονομία και την πλαστική ιδιαιτερότητα της αμερικάνικης τέχνης.

Τα μονόχρωμα ρούχα του Mark Rothko, ή χρωματική εκφραστικότητα του De Kooning, όπως και η Action Painting του Jackson Polloc ήταν τα πρώτα δείγματα αυτής της καινούριας αμερικάνικης ταυτότητας στον χώρο της μόδας, δίνοντας προτεραιότητα στη δράση, στην ενέργεια, στην έκφραση αλλά και στο χώρο μέσα από τις δυνατότητες των χρωμάτων, της ύλης και της τεχνικής. Αποτέλεσμα αυτού ήταν πάντα η ισορροπία της ποιότητας αλλά και της παραγωγής. Αυτό αποτέλεσε και το ξεκίνημα για τους αφηρημένους εξπρεσιονιστές, όπου μία δεκαετία αργότερα έκανε την εμφάνισή της η Pop Art. Μάλιστα, το στοιχείο του δημοφιλούς, έγινε και ο στόχος αλλά και το εργαλείο δράσης αυτής της αναζήτησης της χρυσής τομής ανάμεσα στο δημιουργικό και το εμπορικό.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1950 λοιπόν, κάνει την εμφάνισή της η «Pop art», γνωστή ως και σήμερα και αγαπημένη τέχνη πολλών, με σημαντικότερο εκπρόσωπό της τον Andy Warhol. Σε αυτό το σημείο είναι



σημαντικό να αναφέρουμε ότι, τέτοιου είδους επιρροές και συνεργασίες της τέχνης, όπως και της μόδας, δεν μπορούσε κάποιος να συναντήσει συχνά, μέχρι που εμφανίστηκε η «Pop art». Το ξεκίνημα αυτής της δημοφιλούς τέχνης, ήταν μια αντίδραση απέναντι στη σοβαρότητα του αφηρημένου εξπρεσιονισμού. Κάποια από τα

χαρακτηριστικά που βοηθούν να τη διακρίνουμε είναι τα έντονα και φωτεινά χρώματα, καθώς και οι συνθέσεις comics, η δημιουργική υπερβολή, καθώς επίσης και η ανάλαφρη διάθεση και κυρίως η απόρριψη του παραδοσιακού. Η Pop Art αποτελεί μία από τις πιο έντονες πηγές έμπνευσης για αρκετούς σχεδιαστές, όπως του Yves Saint Laurent, ο οποίος είχε αναφερθεί ανοιχτά στον Andy Warhol, όταν είχε ερωτηθεί από ποιον άντλησε την έμπνευση για να δημιουργήσει ένα μπλε κρεπ φόρεμα το 1969. Με την εμφάνιση της Pop Art εμφανίστηκαν και φορέματα ευκίνητα, αέρινα και μακριά, καθώς και τα σπορ ενδύματα.

Η «Op art» αποτελεί την εξέλιξη της Pop, η οποία είναι μία μορφή αφηρημένης γεωμετρικής τέχνης, με την ανάπτυξή της να παρατηρείται κατά τη δεκαετία του 1960. Αυτή η μορφή της «Op Art» έχει σα σκοπό, να προκαλέσει στον θεατή, με τη βοήθεια των φαινομένων της οπτικής απάτης, συχνά σε ασπρόμαυρες αντιθέσεις. Κάποια δείγματα της τέχνης αυτής είναι οι πίνακες του Victor Vasarely, με το αντιπροσωπευτικό έργο του « Η Ζέβρα ». Τέλος, επιδράσεις της «Op Art », συναντάμε σε αρκετούς σχεδιαστές ακόμη και σήμερα, όπως είναι οι Matthew Williamson, Eley Kishimoto και πολλοί άλλοι.

Με το τέλος της δεκαετίας του '70 η μόδα είχε επεκταθεί σε αρκετές χώρες. Γίνεται πλέον λόγος για μόδες, όπως είναι για παράδειγμα τη γαλλική, την ιταλική και την αμερικάνικη.

Ακόμη, οι αλλαγές που έγιναν επηρέασαν το γυναικείο και το αντρικό look. Σημαντικό ρόλο διαδραμάτισαν στη διεύρυνση της ενδυματολογικής γλώσσας και στον «εκδημοκρατισμό» της, στοιχεία όπως για παράδειγμα είναι το sportswear, το στυλ Mao ή afro, η ελαχιστοποίηση της χρήσης της γραβάτας, το ανδρόγυνο στυλ, η μίμησης των ηρώων του κινηματογράφου, της πολιτικής, των μουσικών της ροκ, τα στρατιωτικά ενδύματα, τα πουλόβερ με ζωντανά χρώματα, τα φουλάρια, τα εμπριμέ πουκάμισα και τέλος τα διαφορετικά στυλ στα χτενίσματα. Ακόμη, δόθηκε αξία στον αντί-κομφορμισμό, στην αντί-συμβατικότητα και στην αναζήτηση της ισορροπίας μεταξύ ενός καινούριου ήθους και μιας παράδοσης. Με αυτό τον τρόπο επιτευχθεί ένας εποικοδομητικός διάλογος ανάμεσα στις ανάγκες της μαζικής παραγωγής και σε αυτές της ποιοτικής έκφρασης στη μόδα. Η γέννηση και η καθιέρωση των «καινούριων δημιουργιών» είναι η καλύτερη απόδειξη, στην πράξη όλων αυτών των προσπαθειών και εμπειριών.

Διαπιστώνεται ότι πολλά είναι τα παραδείγματα συνύπαρξης και συνεργασίας μεταξύ της μόδας και της τέχνης. Ένα ακόμα τέτοιο χαρακτηριστικό παράδειγμα κατά την δεκαετία του 1930 είναι και η δημιουργία του οίκου «Ferragamo», ο οποίος προσέλαβε τον Ιταλό ζωγράφο Luccio Venna, για να διαφημίσει την καμπάνια των παπουτσιών του. Επίσης, κάποιοι από τους πιο σύγχρονους σχεδιαστές, όπως για παράδειγμα ο Gianni Versace, παράγγελλε έργα γνωστών καλλιτεχνών, όπως ο εκπρόσωπος της «Pop Art», Roy Lichtenstein και αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να πλαισιώνει το λανσάρισμα των νέων του collection.

Η μόδα και η τέχνη είναι λοιπόν δυο ιδέες - αντιλήψεις, που ακόμα κι αν έρχονται σε αντίθεση μεταξύ τους αρκετές φορές, δε θα σταματήσουν ποτέ να αλληλοσυμπληρώνονται και να αντλούν έμπνευση η μία από την άλλη, αφού είναι δύο έννοιες αλληλένδετες μεταξύ τους με ενδιάμεσο κρίκο τους

ανθρώπους. Αυτό έχει ως σκοπό να διακρίνουμε τα μεταξύ τους όρια, που τελικά μπορεί να μην υπάρχουν.³⁴

Η πορεία αυτή, είναι και η κορύφωση του *avant-garde* στην τέχνη. Σηματοδοτήθηκε, θα έλεγε κανείς, το τέλος της ευθύγραμμης πορείας στην εικαστική γλώσσα. Μάλιστα, προς τα τέλη της δεκαετίας του '70 γίνεται πια λόγος για το τέλος της μοντέρνας τέχνης και για την εμφάνιση της μεταμοντέρνας. Αν και ο όρος αυτός γρήγορα παρεξηγήθηκε, αρκετοί προτίμησαν στη θέση του όρου «μεταμοντέρνου» λίγο αργότερα να θέσουν τον όρο «σύγχρονο». Παρόλα αυτά στις αρχές της δεκαετίας του '80 παρατηρήθηκε ότι αυτό ήταν μια λεκτική καθώς και εννοιολογική πραγματικότητα. Το «τέλος» της αντίληψης για την «πρόοδο στην τέχνη», «το τέλος της *avant-garde*», απελευθέρωσε μία νέα ενέργεια στην εικαστική ζωή.³⁵

Κατά την δεκαετία του '80, η τέχνη, το χρήμα, το θέαμα, συνυπάρχουν με μία δυναμική πολύ έντονη που εκπλήσσει πολλούς την εποχή εκείνη. Στην εικαστική ιστορία δημιουργούνται κινήματα, όπως και καλλιτέχνες που τείνουν να επιβάλλουν διεθνώς το πνεύμα της παγκοσμιοποίησης.

Η σχέση μεταξύ της τέχνης και της μόδας χαρακτηρίζεται ως αδιάκοπη. Μέσα στο κλίμα που επικρατούσε εκείνη την εποχή, ο διάλογος ανάμεσα στη μόδα και την τέχνη, εξακολουθούσε να είναι εποικοδομητικός. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί αυτό του *Azzedine Alaïa*. Γεννημένος στην Τυνησία, την εποχή των Φαραώ δημιούργησε το δικό του εργαστήριο στη rue de la Verrerie, κοντά στην περιοχή *Marais*, πίσω από το *Centre Georges Pompidou*. Η απλότητα στο στυλ του, το πάθος για το μονόχρωμα -με μια υπερεκτίμηση στο μαύρο-, για το ελαφρύ, το πέτσινο, αλλά και η ευρηματικότητα στα υλικά που χρησιμοποίησε έδωσαν ένα διαφορετικό τόνο στη μόδα.

³⁴ <http://www.lookabout.gr/?p=4384>

³⁵ Μόδα και σύγχρονη τέχνη Σελ. 62-66

Στοιχεία ή υλικά, τεχνητές ίνες, αναμείξεις δέρματος με δαντέλα, ζέρσεϊ μεταξιού με ακατέργαστα υφάσματα και γενικότερα ένα πνεύμα συνύπαρξης της πολυτέλειας με το απλό, το φθηνό και το φθαρτό, έρχονται να δώσουν ένα τόνο μιας γόνιμης ανάμειξης στην πρακτική της μόδας. Κάτι ανάλογο μάλιστα συμβαίνει και τους καλλιτέχνες της εποχής του· αυτοί επεδίωκαν την μείξη του κλασσικού υλικού με το σύγχρονο, του ακριβού, με το πάμφθινο, του πολυτελούς με το ευτελές.³⁶

Η δεκαετία του '80 μέσα από την τέχνη αλλά και την μόδα, θα μπορούσε κατά παράδοξο τρόπο να χαρακτηριστεί παραγωγική. Αυτό προκύπτει γιατί αφενός θέλει να επαναφέρει τις παραδόσεις της ιστορίας και αφετέρου δεν επιδιώκει την αυτούσια επαναφορά του παλαιού σαν να είναι μια συντηρητική νοσταλγία. Συγκεκριμένα, αυτό που θέλει να πετύχει είναι να υπάρξει μία ελεύθερη ανάμειξη από στοιχεία και στιγμές του παρελθόντος αναμειγμένες με τα τεχνικά και καλλιτεχνικά δεδομένα του.

Επιπλέον, η μοντέρνα αντίληψη της γραμμικής προόδου έδωσε τη θέση της σε μια διαρκή σχέση επαναφοράς ανάμεσα στο παλαιό και το καινούριο· επρόκειτο δηλαδή για τη γέννηση της αισθητικής του σύγχρονου, αλλά και τη διατήρηση της και για μία ανθρώπινη πεποίθηση που πίστευε βαθιά πως θα μπορούσε να εκσυγχρονίζει διαρκώς το παραδοσιακό. Με αφορμή αυτή την άποψη διαμόρφωνε μία «φιλοσοφία» σύμφωνα με την οποία θα μπορούσε να επιφέρει εκπλήξεις με τη διαρκή, μη επαναστατική ανατρεπτικότητά της.

Δεν επρόκειτο φυσικά για μία επανάσταση ούτε για μία εξέγερση που γκρέμιζε με βίαιο τρόπο τις συνήθειες, αλλά, ήταν ένα τύπου «παιχνίδι», το οποίο είχε σα στόχο του να διευρύνει τις παραδόσεις, εμπλουτίζοντας τις με καινούριες πληροφορίες. Ήταν ένα παιχνίδι, όπως θα μπορούσε κάποιος να το παραλληλίσει, ενός ικανού σκακιστή.

Η αλλαγή των θέσεων-άποψεων, η μετάθεση από ένα γνωστό πλαίσιο σ' ένα διαφορετικό και ανοίκειο, καθώς επίσης και ο συνδυασμός με

³⁶ Μόδα και σύγχρονη τέχνη Σελ. 76

περισσότερα ετερόκλητα και ετερογενή στοιχεία, αποτύπωναν μία ασυνήθιστη τόλμη. Στα τολμηρά αυτά ρούχα, νέας παραγωγής, ακόμα και αν τις περισσότερες φορές υπήρχε η αίσθηση του kitsch ή αλλιώς ενός υποβαθμισμένου ποιοτικά προϊόντος, παρόλα αυτά, ήταν μία κίνηση, όπου άνοιξε μια νέα δίοδο στους Warhol και Duchamp· μία δίοδο μεταξύ του μοντέρνου και του σύγχρονου, όπου φανέρωνε τα στοιχεία μιας ασυνήθιστης, δυνατής ως προς το σχεδιασμό, και διαρκούς ανατρεπτικότητας.

Στον χώρο της μόδας κάποιοι σημαντικοί σχεδιαστές, όπως είναι ο Jean Paul Gaultier, ο Armani, ο Christian Lacroix και τέλος ο Ralph Lauren ενσάρκωσαν ουσιαστικά, αλλά και εμφανώς στα ρούχα που σχεδιάζουν την παραπάνω ανατρεπτική αντίληψη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1. ΤΟ ΚΙΝΗΜΑ ΤΟΥ ΦΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Φουτουρισμός είναι ένα λογοτεχνικό και καλλιτεχνικό κίνημα που αναπτύχθηκε τον 20^ο αιώνα. Ως κίνημα ξεκίνησε σε μια ιταλική σχολή που εκτείνεται στο χώρο της λογοτεχνίας, καθώς επίσης και της τέχνης, η οποία όμως υιοθετήθηκε και από καλλιτέχνες άλλων χωρών. Ο Φουτουρισμός παρουσιάστηκε και εξελίχθηκε σχεδόν σε όλες της μορφές της τέχνης, όπως είναι η ζωγραφική, η γλυπτική, η ποίηση, η μουσική και το θέατρο. Η ανάπτυξή του παρατηρείται κυρίως από το 1909 μέχρι το 1920.³⁷ Πιο συγκεκριμένα, το ξεκίνημα του κινήματος αυτού δημιουργήθηκε στο Μιλάνο το 1908 και μέσα από κάποιες διακηρύξεις τη χρονική περίοδο 1909 και το 1910 διαδόθηκε σε ένα μεγάλο μέρος του λογοτεχνικού και καλλιτεχνικού κύκλου, κάνοντάς το γνωστό, μέσω του κύριου εκπρόσωπου του κινήματος τον Marinetti.

Βέβαια, ο φουτουρισμός αντιμετωπίστηκε ως μία ακραία, ευρηματική καθώς και παρεμβατική τέχνη που εξυμνούσε το στιγμιαίο, ενώ παράλληλα διεκδικούσε τη δυναμική του αυτοσχεδιασμού, που στόχευε στην ταύτιση της τέχνης με τη ζωή. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την έκπληξη, το σοκ από την έντονη διαφορετικότητα σε σχέση με όσα συλ κυκλοφορούσαν ως τότε και στο τέλος διαπιστώνεται και η σύμπραξη του θεατή.

Το καλλιτεχνικό Μανιφέστο, που εκδόθηκε κατά την δεκαετία του 1910 εξέφραζε την ιδέα της πολλαπλής προοπτικής, της μεταμόρφωσης των ανθρώπων και της κίνησης τους, που στοχεύει στον πολλαπλασιασμό του κινούμενου αντικειμένου, δίνοντας βάση και στη συγχώνευση του εικαστικού χώρου και του αντικειμένου. Τα έργα των πρεσβευτών αυτού του κινήματος, αποσκοπούσαν στην δημιουργία των ενιαίων χρωματικών μοτίβων του ιμπρεσιονισμού και κυρίως της τεχνικής του ντιβιζιονισμού ή πουαντιγισμού των νεότερων ιμπρεσιονιστών.

³⁷ <http://el.wikipedia.org/wiki/Φουτουρισμός>

5.1.1 Ο ΦΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΔΡΑ ΣΤΗ ΜΟΔΑ

Φουτουριστικό ένδυμα χαρακτηρίζεται εκείνο, που είναι σχεδιασμένο όππου περιλαμβάνει φανταστικά στοιχεία και το οποίο μπορεί να φορεθεί στο άμεσο μέλλον ενώ συνήθως λαμβάνονται υπόψη και κάποια στοιχεία επιστημονικής φαντασίας παρμένα από ταινίες επιστημονικής φαντασίας που αναφέρονται στη χρονική περίοδο 1940 και έπειτα, αλλά και στοιχεία παρμένα ακόμα και από τον κλάδο της δημοσιογραφίας. Τα ενδύματα που οραματίστηκαν οι σχεδιαστές, αποτελούνται συνήθως από ένα κομμάτι ύφασμα, από δέρμα, το οποίο συγκρατεί πιο γερά ένα ένδυμα, ή ακόμα μπορεί να αποτελείται και από τα δύο. Αυτά τα ρούχα συνήθως καταλήγουν να μοιάζουν με φόρμες ή φορμάκια και συχνά συνοδεύονται με πλαστικές μπότες. Σε πολλές περιπτώσεις, υπάρχει μία παραδοχή, η οποία επισημαίνει ότι τα ρούχα του μέλλοντος θα είναι εξαιρετικά ιδιαίτερα αλλά και ομοιόμορφα.

Το κλισέ του φουτουριστικού τρόπου ένδυσης έχει γίνει στη σημερινή εποχή μέρος της ιδέας του ρετρό φουτουρισμού. Έτσι, το φουτουριστικό ρούχο που σχετίζεται με τη μόδα εναλλάσσεται με κάποια συγκεκριμένα στερεότυπα, και τα ανακυκλώνει ως στοιχεία, με απώτερο σκοπό τη δημιουργία ενδυμάτων που απευθύνονται στον πραγματικό κόσμο που ασχολείται με τη μόδα.

«Έχουμε δει πραγματικά αυτή τη βλέψη στην ανοδική πορεία από την δεκαετία 1995, αν και ακόμα δεν έχει γίνει ευρέως δημοφιλή ή αποδεκτό το

street wear, ακόμη και μέχρι την χρονική περίοδο 2008», δήλωσε ο Μπρουκ Kelley, ο οποίος είναι συντάκτης μόδας καθώς και συγγραφέας που περιοδικού *Glamour*. «Για τα τελευταία 20 χρόνια, ο θεσμός της μόδας έχει αναθεωρήσει την εποχή του παρελθόντος, από δεκαετία σε δεκαετία, και αυτό που



παρατηρούμε ακόμα και σήμερα, έχει πάρει μία μορφή συνδυασμού

διαφορετικών εποχών αποτελώντας μια ολοκληρωμένη εμφάνιση. Μέλλον στο χώρο της μόδας είναι ένα καινούριο στυλ το οποίο τολμάμε να ακολουθήσουμε πέρα από οτιδήποτε και αυτό πρόκειται να είναι ο παράδεισος ενός ρυθμιστή της τάσης της εποχής του».³⁸

Η φουτουριστική Μόδα, που οι οπαδοί της είναι κυρίως γάλλοι δημιουργοί, βρίσκεται στους αντίποδες της Μόδας χίπυ. Το μόνο κοινό στοιχείο τους με το στυλ «baba-cool» είναι η αχαλίνωτη φαντασία που πραγματώνεται πάνω στο μοντέλο. Τυπικά είναι δύο αντίθετοι κόσμοι. Σε μία εποχή, όπου οι beatniks παθιάζονται με τη λογοτεχνική και κινηματογραφική επιστημονική φαντασία και όπου ο άνθρωπος φτάνει στη σελήνη, η Μόδα ψάχνει για στοιχεία ουτοπικά, στοιχεία που καταδεικνύουν έναν κόσμο ολοκληρωτικά κυριευμένο από την τεχνολογία ή την αναζήτηση νέων τρόπων για την κατάκτηση του διαστήματος.



Αν λοιπόν δεν είμαστε βέβαιοι για το αν ο Courreges ανακάλυψε τη μίνι φούστα, το σίγουρο είναι ότι άνοιξε τις πόρτες γι' αυτή τη νέα τάση και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό που να ενσαρκώνεται στο πρόσωπό του η Μόδα της

³⁸<http://translate.google.com/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Retro-futurism>

δεκαετίας του '60. Τα φορέματά του, κοντά, σκληρά, συχνά χωρίς μέση, είναι το ίδιο διάσημα με τα σακάκια του από δέρμα ίσιο ή τσαλακωμένο, τα λευκά του μποτίνια που φοριούνται χειμώνα-καλοκαίρι με παντελόνι ή φόρεμα και οι διαστημικές του κάσκες, που αφήνουν μετά βίας να φανεί το πρόσωπο. Ο Courreges κάνει το παντελόνι το βασικό στοιχείο της γυναικείας γκαρνταρόμπας. Δεν εμπνέεται όμως πια από τη γραμμή του ανδρικού παντελονιού. Σχεδιάζει παντελόνια-σωλήνες, που στερεώνονται στους γοφούς, συνδυασμένα με τοπ κοντά και τετράγωνα, που αφήνουν έξω τη μέση. Παρουσιάζει πλεκτά ταγιέρ-παντελόνια, κολλητά, και δημιουργεί ολόσωμες φόρμες σορτ. Η Caroline Rennolds Milbank θεωρεί τον Courreges τον Le Corbusier της Μόδας. Υπενθυμίζει την αίσθηση των αναλογιών που ανέπτυξε ο Courreges-μηχανικός στη βασική του εκπαίδευση-κατά τη μαθητεία του στον Οίκο Balenciaga.

Η Μόδα του Courreges χρωστάει τη φουτουριστική της πλευρά στην απόλυτη απλότητα του μοντέλου, που συνδέεται με μία προφανή λειτουργικότητα. Τα αγαπημένα του χρώματα-λευκό, ροζ, τουρκουάζ, μπλε του πάγου-και τα μοτίβα του, απλά και ξεκάθαρα (μεγάλες ρίγες, καρώ και λουλούδια αόριστα σχεδιασμένα) κάνουν το στυλ του μοναδικό. Φέρνουν ανατροπή στη Μόδα και την ωθούν στο να γίνει ο ιδανικός τρόπος έκφρασης τον αιώνα των διαστημικών κατακτήσεων.

Ο Paco Rabanne εργάστηκε επίσης στον Οίκο Balenciaga, αφού τελείωσε τις σπουδές του στην αρχιτεκτονική. Με τα φορέματα που σχεδίασε από πλαστικό και μέταλλο, που παρουσίασε για πρώτη φορά το 1965, εισάγει στη Μόδα ένα νέο υλικό, το οποίο ενσαρκώνει το πνεύμα της εποχής αλλά και του μέλλοντος ταυτόχρονα, και που τελικά ποτέ δεν κατάφερε να επιβληθεί σ' αυτή τη μορφή. Φορέματα με φύλλα μεταλλικά και δαχτυλίδια, ή φορέματα από πετρευσμένο πλαστικό αποτέλεσαν κάποια μεμονωμένα κομμάτια που έχουν γίνει μουσειακά αντικείμενα. Τελικά, παρά τη φουτουριστικής τους όψη, δεν είναι εύκολο να φορέσει κανείς αυτά τα μοντέλα, όπως ήταν οι δημιουργίες του Courreges. Χαρακτηριστικό παράδειγμα που αποδεικνύει το πόσο εξωπραγματικά ήταν τα μοντέλα που σχεδίασε ο Rabanne και που ταίριαζαν με το φανταστικό στοιχείο ταινιών με σενάρια επιστημονικά είναι η

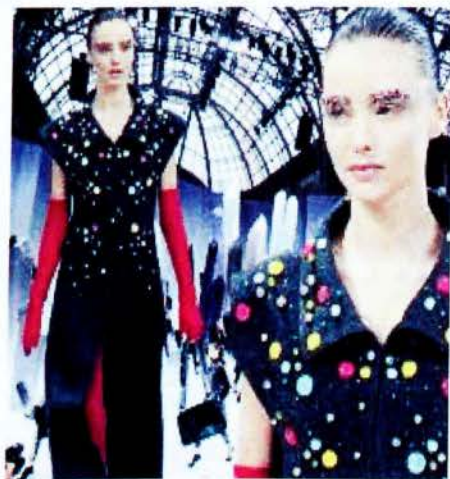
«Barbarella» (1968), ταινία επιστημονικής φαντασίας του Roger Vadim, εμπνευσμένη από το ομώνυμο εικονογραφημένο με πρωταγωνίστρια την Jane Fonda.³⁹

5.2. Η ΕΝΝΟΙΑ «RETRO-ΦΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

Η έννοια «Retro-φουτουρισμός» συμπεριλαμβάνει δύο συγκαλυμμένες τάσεις, οι οποίες μπορούν να παρουσιαστούν ως το μέλλον, όπως το παρατηρεί κάποιος από το παρελθόν, και το παρελθόν όπως το παρατηρεί κάποιος από το μέλλον.

Ένας καλλιτέχνης δηλαδή, της χρονικής περιόδου 1890, οραματιζόταν, προέβλεπε, ή ένιωθε ανησυχία για το μέλλον με έναν τρόπο που καθοριζόταν από αρκετούς παράγοντες, όπως ήταν η αισθητική, οι εμπειρίες που είχε αποκτήσει, τα βιώματά του, τα ερεθίσματα που δεχόταν από την εποχή εκείνη. Σε αντίθεση με την τότε εποχή, στη σύγχρονη εποχή, αυτός ο τρόπος φαίνεται να είναι περίεργος, διαψευσμένος ή ακόμα μπορεί να γίνει και γραφικός. Το έργο του άλλωστε έπρεπε να αφορά στο κοινό της εποχής του στο οποίο απευθυνόταν και το οποίο μπορεί να προσλάβει έννοιες και ιδέες που μπορούν να γίνουν κατανοητές από τους σύγχρονούς της εποχής του. Έτσι, με αυτό το σκεπτικό ο ρετρο-φουτουρισμός διακρίνεται σε δύο τάσεις.

Η πρώτη τάση, του ρετρό φουτουρισμού, εμπνέεται άμεσα, από πράγματα που σχετίζονται με το μέλλον που υπήρχαν ως σκέψη στο μυαλό των συγγραφέων, των καλλιτεχνών, των σκηνοθετών και κατά τη χρονική περίοδο



³⁹

http://www.google.gr/#q=πως+ο+φουτουρισμος+επηρεαζει+την+μοδα&hl=el&prmd=imvns&ei=FI-eT9C5G8mYOsDJzPsB&start=10&sa=N&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&fp=2d4c53c230089f45&biw=1008&bih=610

του 1960 προσπάθησαν να προβλέψουν πώς θα είναι το μέλλον, κάνοντας έρευνες βασιζόμενοι πάνω σε σοβαρά στοιχεία της υπάρχουσας τεχνολογίας, παίρνοντας πληροφορίες από περιοδικά, όπως είναι το Science και Εφεύρεση ή σε άλλα μυθιστορήματα επιστημονικής φαντασίας καθώς και σε ανάλογες ιστορίες. Τέτοια φουτουριστικά οράματα έρχονται στο προσκήνιο διαρκώς και πιο ανανεωμένα και ενημερώνονται για τις εξελίξεις του παρόντος, αποτυπώνοντας μια νοσταλγική εικόνα που αποτελεί ένα παράδειγμα για το τι επιφυλάσσει το μέλλον που μπορεί να είναι, αλλά και όχι.

Η δεύτερη τάση του Retro-φουτουρισμού αποτελεί το αντίστροφο της πρώτης τάσης· αρχικά, δίνεται έμφαση στη ρετρό γοητεία του παλαιού στυλ της τέχνης, στα ενδύματα, στα ήθη, και στη συνέχεια λαμβάνει στοιχεία μοντέρνα ή ακόμα και φουτουριστικά στοιχεία βασισμένα και πάνω στην τεχνολογία, δημιουργώντας κάποιες νέες σχέσεις αναμεμιγμένες με στοιχεία από το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον. Ο όρος Steampunk, είναι ένας όρος που υλοποιείται και στην retrojection της φουτουριστικής τεχνολογίας, καθώς και σε μια εναλλακτική βικτοριανή εποχή, όπως και στην εφαρμογή του νεο-Victorian στυλ στη σύγχρονη τεχνολογία. Αυτή η τάση τείνει να είναι μια πολύ πετυχημένη έκδοση της δεύτερης τάσης του Retro-φουτουρισμού.

Ουσιαστικά, οι δύο αυτές τάσεις δεν μπορούν να διακριθούν εύκολα παρατηρώντας τες κανείς επιφανειακά, καθώς στοχεύουν και συντείνουν σε παρόμοια οράματα. Ο Retro-φουτουρισμός της πρώτης τάσης μπορεί να χαρακτηριστεί ως αναπόφευκτος, αφού επηρεάζεται από την επιστημονική, τεχνολογική, και κοινωνική ευαισθητοποίηση του παρόντος. Στη δεύτερη όμως τάση που βασίζεται στο σύγχρονο ρετρό-φουτουρισμό, οι δημιουργίες δεν αποτελούν σε καμία περίπτωση απλά αντίγραφα της χρονικής περιόδου του 1960. Πιθανόν, τους δίνεται μία νέα άλλη άποψη, την οποία θα την προσεγγίσει από τη σύγχρονη πλευρά.

Κατά τον ίδιο τρόπο, το φουτουριστικό ρετρό απεικονίζει τη γρήγορα εξελισσόμενη επιστημονική φαντασία και αυτό μπορεί να το παρατηρήσει κανείς στα έργα του Ιουλίου Βερν και HG Wells. Τέλος, απεικονίζεται και μία

αναζήτηση της αυθεντικότητας, η οποία μπορεί να αντλήσει στοιχεία από τους συγγραφείς και τους καλλιτέχνες την επιθυμητή εκείνη περίοδο.⁴⁰

5.3 Ο ΜΕΤΑΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟΣ ΟΠΩΣ ΠΗΓΑΖΕΙ ΑΠΟ ΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Ο μεταμοντερνισμός στο χώρο της μόδας έχει αναπτυχθεί με ραγδαίους ρυθμούς και έχει εξελιχθεί τα τελευταία είκοσι χρόνια με γνωστούς σχεδιαστές, όπως είναι ο *Comme des Garçons*, ο *Alexander McQueen* και η *Vivienne Westwood* που αποδεικνύουν τα βασικά χαρακτηριστικά της. Το στοιχείο του μεταμοντερνισμού, αποτελεί βασικό συστατικό της μόδας που εξακολουθεί να απασχολεί το χώρο της μόδας μέχρι και σήμερα. Η έννοια του μεταμοντερνισμού χρησιμοποιείται ευρέως κυρίως τις δύο τελευταίες δεκαετίες, αλλά ακόμη γίνεται προσπάθεια να δοθεί ένα οριστικό νόημα για την ερμηνεία του. Συγκεκριμένα, ο μεταμοντερνισμός αποτελεί έναν ευέλικτο όρο και θα μπορούσε να οριστεί ως ένα νεωτεριστικό κίνημα που καλύπτει ένα ευρύ φάσμα μορφών τέχνης.

Ειδικότερα, ο μεταμοντερνισμός δημιουργήθηκε ως μια αντίδραση στο μοντερνισμό. Ο *Malcolm Barnard* έχει εξηγήσει τη νεωτερικότητα ενός αντικειμένου από την άποψη της παραγωγής. Η ερμηνεία αυτή που έχει δοθεί, υιοθετεί μία άποψη για την κατανάλωση. Αυτό σημαίνει ότι όλες οι μορφές της τέχνης γίνονται για μοναδικό σκοπό την ύπαρξη και τη συνέχιση του καταναλωτισμού και ως κύριο στόχος του μεταμοντερνισμού είναι να προσελκύσει ένα ευρύτερο κοινό.

Αναμφίβολα, ο όρος του μεταμοντερνισμού μπορεί ακόμη να χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει την κοινωνία μέσα στην οποία ζει και λειτουργεί ο σύγχρονος άνθρωπος · σύγχρονα λοιπόν, ο όρος «ostmodernity» αναφέρεται σε έναν κόσμο, μετά τη βιομηχανική κοινωνία των μέσων μαζικής ενημέρωσης, της επικοινωνίας, καθώς και των συστημάτων πληροφοριών. Είναι μια οργανωμένη και προσανατολισμένη βάση, η οποία

⁴⁰ <http://keraban.wordpress.com/2008/05/23/ρετροφουτουρισμοσ/>

αφορά την αγορά και τον κόσμο που καταναλώνει και όχι την εργασία και την παραγωγή. Είναι ένα μέρος του πολιτισμού, το οποίο ακολουθεί μια παράδοση, καθώς επίσης έχει και συναινετικές αξίες, όπως και καθολικές πεποιθήσεις.



Ο μεταμοντερνισμός θεωρείται καλλιτεχνικό στυλ, ή του δίνεται μία άλλη οπτική με στόχο την πραγματοποίηση των πραγμάτων. Ακόμα, μπορεί να θεωρηθεί και ο τρόπος ότι είναι κάτι κατασκευασμένο. Η Άντριου Χιλ επισημαίνει, «τα είδη

ένδυσης σήμερα, δεν συνδέονται πλέον με το είδος των κοινωνικών ιεραρχιών που έτσι γινόταν κάποτε». Ένα τέτοιο παράδειγμα, παρατηρείται κατά την περίοδο του 19ου αιώνα, που μέσω των ρούχων εκτίθεται τόσο έντονα η γυναικεία σάρκα, δίνοντας μία διαφορετική εικόνα της γυναίκας απέναντι στην κοινωνία. Σήμερα, αυτός ο τρόπος ένδυσης, μπορεί να αποκτήσει πολλές διαφορετικές ερμηνείες, όπως είναι η χαλάρωση του ήθους τους ή ακόμα και τρόπος έλξης του αντίθετου φύλου.

Οι μορφές τέχνης του μεταμοντερνισμού ωθούν στο να ξανασκεφτεί κάποιος την αξία της σχέση ανάμεσα στην τέχνη και το λαϊκό πολιτισμό με σκοπό να επανεξεταστούν οι διαφορές μεταξύ των έργων τέχνης και άλλων καταναλωτικών αγαθών.

Ο μεταμοντερνισμός, όπως γίνεται αντιληπτό, σχετίζεται άμεσα με τον χώρο της μόδας. Αυτός παρατηρείται ότι υπάρχει σε όλες τις μορφές της τέχνης, όπως προαναφέρθηκε, και μία από αυτές είναι και η μόδα. Σ' αυτή ενσωματώνονται πολλά από τα βασικά στοιχεία του μεταμοντερνισμού, γεγονός που αποδεικνύεται στα διεθνή catwalks των παλαιμάχων αλλά και στους τελευταίους σχεδιαστές μόδας.

Εκτός από τις καθιερωμένους γνωστούς σχεδιαστές και τους εκπροσώπους του μεταμοντερνισμού, είναι ο Maison Martin Margiela, η Vivienne Westwood, ο Comme des Garçons και ο Hussein Chalayan, πιο πρόσφατα, οι καινούριοι σχεδιαστές αποδεικνύονται πολύ ευάλωτοι στην

επιρροή που ασκεί ο μεταμοντερνισμός στις συλλογές τους. Συνεχώς προτείνουν ιδέες για το μέλλον και την εξέλιξη της μόδας, αλλά αντλώντας στοιχεία που είναι διαμορφωμένα από το παρελθόν.

Ο μεταμοντερνισμός στο χώρο της μόδας διαπιστώνουμε ότι υπάρχει παντού. Κάποια βασικά στοιχεία του είναι ο εκλεκτικισμός, και η μίμηση. Οι σχεδιαστές μόδας χρησιμοποιούν συνεχώς στοιχεία και του παρόντος σε συνδυασμό με κάποια του παρελθόντος, με σκοπό να δημιουργήσουν μια νέα και ξεχωριστή εμφάνιση του προϊόντος στο χώρο της μόδα, επιδιώκοντας κατά κύριο λόγο την πρωτοπορία. Η μόδα κινείται με μεγαλύτερη ταχύτητα σήμερα σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια.⁴¹

5.5 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΛΑΝΣΑΡΟΥΝ ΤΟ ΜΕΤΑΜΟΝΤΕΡΝΙΣΜΟ

Ο μεταμοντερνισμός σχετίζεται και με τον πολιτισμό. Ο πολιτισμός διαμορφώνεται μέσα από την τέχνη, το σχεδιασμό, την αρχιτεκτονική, τον κινηματογράφο, τη μουσική, τη μόδα, τη διαφήμιση.

Ο μεταμοντερνισμός δηλαδή ήταν ένα πολιτιστικό κίνημα, το οποίο αναδύθηκε μέσα από την απόρριψη της απλότητας, της σαφήνειας και της

τελειότητας στον ακαδημαϊκό χώρο. Όσο αφορά το χώρο της τέχνης, δημιουργούνται έργα στα οποία απεικονίζεται μία αυθεντική μίμηση. Η δημιουργία τέτοιων έργων τέχνης, ήταν ανατρεπτική για την παραγωγική διαδικασία και συχνά το αποτέλεσμα ενοχλητικό λόγω μίμησης.

Σημαντικό ρόλο σε αυτό το κίνημα υπήρξε και μια αλλαγή που συνέβη σε επίπεδο κοινωνικό, με



τη δημιουργία ενός διαφορετικού στυλ. Στόχος αυτού ήταν η ενθάρρυνση της

⁴¹ http://www.notjustalabel.com/editorial/postmodernism_and_fashion

ατομικής ελευθερίας. Γενικότερα, ο μεταμοντερνισμός συνέβαλε στην επισημοποίηση του όρου «στυλίστα» και στην προσπάθειά του να επιδιώξει τέτοιου είδους αλλαγές, με τη βοήθεια ενός ανεξάρτητου πολιτιστικού περιοδικού. Πολλά άτομα υιοθετούν ακόμα και σήμερα στοιχεία παρμένα από το μεταμοντερνισμό όπως είναι η Μαντόνα, η οποία στην παρουσίαση κάποιου καινούριου άλμπουμ παρατηρούμε ότι αλλάζει τον τρόπο ένδυσης της και το ύφος της, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που της αποδίδονται από την επιλογή των ρούχων της κάθε φορά. Αυτό το ύφος το ακολουθούν επίσης η Lady Gaga, η Rihanna και η Nicki Minaj, οι οποίες συνεχώς αλλάζουν το εκλεκτικό ύφος του τρόπου ένδυσης.

Οι στυλίστες επηρεάζονται άμεσα από το κίνημα του μεταμοντερνισμού, οι οποίοι είναι λάτρεις της πεποίθησης του να διαφοροποιούνται με το πέρασμα των χρόνων, με τις ανάλογες πάντα επιπτώσεις.

Ανατρεπτικές αναφορές του στυλ συναντά κανείς και στη συλλογή της Hannah Taylor 's, η οποία κάνει μια αναφορά στα υπέρ-μεγέθη των πλεκτών ρούχων, αλλά και στα ζωικά μοτίβα, τα λεγόμενα animal print. Τα πλεκτά του μεγάλου μεγέθους απεικονίζονται με χαμογελαστά πρόσωπα με ιδιαίτερα διακοσμητικά, πολύχρωμα σχέδια, όπως αυτή διερευνά σε αυτό το θέμα μέσα από την προσωπική της συλλογή.

Ακόμη, ο σχεδιαστής Lucy Jay επηρεασμένος από το ύφος του μεταμοντερνισμού απεικονίζει στα κασκόλ του σε ψηφιακή μορφή με διάφορα γραφικά της εκτύπωσης. Τα σχέδια που αναπαρίστανται είναι ένας συγκερασμός (ανάμειξη) της τέχνης με ενσωματωμένα στοιχεία της παλαιάς και της σύγχρονης, που κάνουν τα ρούχα να φαίνονται να είναι άλλοτε ντεμοντέ, άλλοτε γραφικά, άλλοτε να έχουν εικόνες διαφήμισης και άλλοτε ψυχεδελικά μοτίβα.⁴²

42

<http://translate.google.com/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&rurl=translate.google.com&u=http://www.notjustalabel.com/editorial/articles>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 «ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΜΟΔΑΣ»: ΜΕΣΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΩΝ

Η «εβδομάδα μόδας» αποτελεί πλέον ένα παγκόσμιο φαινόμενο-θεσμό για τη βιομηχανία της μόδας. Διαρκεί περίπου μια εβδομάδα, επιτρέποντας σε γνωστούς σχεδιαστές μόδας ή όπως χαρακτηρίζονται «τα σπίτια μόδας» να



επιδείξουν τις πιο πρόσφατες συλλογές τους, παρουσιάζοντάς τις κάνοντας πασαρέλα τα μοντέλα πάνω σε ειδικά διαμορφωμένο διάδρομο.

Οι επικρατέστερες χώρες που κατέχουν επάξια τα ηνία της μόδας λόγω της

πορείας τους σ' αυτό τον τομέα είναι το Μιλάνο, το Παρίσι, το Λονδίνο, η Πόλη της Νέας Υόρκης. Στα μέσα της δεκαετίας του 2000, οι εβδομάδες μόδας έκαναν τον γύρο του κόσμου με ραγδαίους ρυθμούς, με απώτερο σκοπό να επιστήσουν την προσοχή και άλλων σχεδιαστών και σε άλλα μέρη του κόσμου.⁴³

Τα χαρακτηριστικά της εβδομάδας μόδας ποικίλουν, αλλά τα περισσότερο διαδεδομένα αφορούν σ' ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα που ακολουθείται. Αρχικά, οι εβδομάδες μόδας είναι ημιετήσια γεγονότα, τα οποία διαρκούν από τον Ιανουάριο μέχρι το Μάρτιο. Σ' αυτά οι σχεδιαστές παρουσιάζουν τις συλλογές τους. Επιπλέον, από το Σεπτέμβριο μέχρι το Νοέμβριο επιδεικνύονται συλλογές άνοιξης-καλοκαιριού. Οι εβδομάδες μόδας

⁴³ http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion_week#Characteristics

αποστασιοποιούνται για αρκετό χρονικό διάστημα πριν από την εποχή που είναι να παρουσιαστούν, με σκοπό να επιτραπεί τόσο στον Τύπο όσο και στους αγοραστές η πιθανότητα να μη υπάρξει κάποια πρόβλεψη για τα καινούρια σχέδια της μόδας που θα κυκλοφορήσουν την επόμενη εποχή. Αυτό μάλιστα, δίνει το χρονικό περιθώριο μεταξύ των πωλητών λιανικής να ενσωματώσει τους σχεδιαστές στο λιανικό μάρκετινγκ τους.

Το μέγεθος της επίδειξης μόδας και ο αριθμός των αντικειμένων που θα προβληθούν σ' αυτή, εξαρτάται από τη σημασία του μηνύματος που θέλει να προβάλλει η κάθε εταιρία. Στις εβδομάδες μόδας, λανσάρονται και νέα χρώματα πάνω σε υπάρχοντα υφάσματα. Σήμερα, τέτοιου είδους εκδηλώσεις πραγματοποιούνται σε μουσικές σκηνές. Το κεντρικό τους θέμα προβάλλεται με τη βοήθεια της δημιουργίας γραπτών σεναρίων, τα οποία εμπλουτίζονται με μουσική και στίχους τραγουδιών που εκτελούνται από ηθοποιούς και τραγουδιστές ή ευρύτερα άτομα της show biz. Τα ενδύματα που προβάλλονται επιδεικνύουν το νέο νήμα της εταιρίας.⁴⁴

Στις εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στις διάφορες εβδομάδες μόδας το ύφος τους ποικίλει. Έτσι, ανάλογα και με το θέμα που κάθε φορά αυτές έχουν υπάρχουν οι εβδομάδες μόδας στο Μαϊάμι (Swimwear), η εβδομάδα μόδας prêt-à-porter, η εβδομάδα μόδας ραπτικών καθώς και η νυφική εβδομάδα μόδας.



Η εβδομάδα μόδας, πρωτοεμφανίστηκε στις αρχές του 1943 στη Νέα Υόρκη, κι έγινε η αφορμή για να προσελκύσει πολλά βλέμματα και να αποσπάσει ποικίλες κριτικές ακόμα και πέρα από τη μόδα που είχε δημιουργηθεί στο Παρίσι κατά την περίοδο του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, όταν μάλιστα κάποια από τα μέλη της βιομηχανίας της μόδας δεν μπορούσαν να ταξιδέψουν, λόγω των πολεμικών συνθηκών στο Παρίσι, για

⁴⁴ Ενδύματα, Υποδήματα και είδη μόδας Σελ. 156

να παρακολουθήσουν τις γαλλικές επιδείξεις μόδας. Ο αρθρογράφος της μόδας Eleanor Lambert διοργάνωσε μία εκδήλωση κατά την οποία συγκάλεσε την «Εβδομάδα Τύπου» με σκοπό να αναδείξει τους αμερικανικούς σχεδιαστές, με τη βοήθεια των δημοσιογράφων της μόδας. Η εβδομάδα Τύπου που διοργανώθηκε στέφθηκε από τεράστια επιτυχία, καθώς και τα περιοδικά μόδας γέμισαν με τα γαλλικά σχέδια, τα οποία χαρακτήρισαν όλο και περισσότερο την αμερικανική μόδα. Μετά από τον πόλεμο, οι άνθρωποι επέστρεψαν στο Παρίσι, καθώς και σε άλλες χώρες της μόδας όπως το Λονδίνο και το Μιλάνο, για τις νέες εβδομάδες μόδας που θα πραγματοποιούνταν.

Σημαντικό στοιχείο επίσης που πρέπει να αναφέρουμε αποτελεί το γεγονός ότι οι ταλαντούχοι σχεδιαστές, οι αναδυόμενοι από τις εβδομάδες μόδας του Λος Άντζελες ή του Σάο Πάολο, δεν έχουν την ίδια αναγνωσιμότητα σε σύγκριση με τους σχεδιαστές που παρουσιάζουν τις συλλογές τους στις τέσσερις εβδομάδες μόδας, του Παρισιού, του Λονδίνου, του Μιλάνου ή της Νέας Υόρκης. Αυτό σημαίνει ότι οι καθιερωμένοι σχεδιαστές στο χώρο της μόδας που «κυβερνούν κι ελέγχουν» το χώρο της αγοράς, καθώς επίσης και οι καινούριοι σχεδιαστές, που είναι εκείνοι που προέρχονται από τις μικρότερες οικονομικά αναπτυσσόμενες χώρες, δεν είναι σε θέση να διοργανώσουν το πρόγραμμα εβδομάδας μόδας κι αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην μπορούν να δείξουν τις δυνατότητές τους, όπως επίσης και το ταλέντο τους.⁴⁵

Σήμερα, η εβδομάδα μόδας παρουσιάζει συλλογές Άνοιξη-Καλοκαίρι 2012. Η επιστροφή στις δεκαετίες του '20 και του '50 ήταν μία αναμενόμενη εξέλιξη των φετινών τάσεων της μόδας, μάλλον όχι τόσο γιατί οι σχεδιαστές δεν είχαν έμπνευση,

⁴⁵ http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion_week#Characteristics



αφού οι καιροί επιτάσσουν την επιστροφή σε εποχές κατά τις οποίες ο ρομαντισμός και η ανεμελιά βοηθούσαν τον κόσμο να ξεχνά τις δυσκολίες της καθημερινότητας. Από τις επιρροές αυτές, δεν θα μπορούσαν να λείπουν και οι καινοτόμες ιδέες, εφαρμοσμένες πάνω σε κλασικές γραμμές και μοτίβα.

Η αρχή έγινε από τον αεικίνητο, πολυτάλαντο και πολυδιάστατο Nicola Ghesquière. Αυτός θέλοντας να τιμήσει τον ιδρυτή του ομώνυμου οίκου Cristobal Balenciaga, στον οποίον είναι καλλιτεχνικός διευθυντής, λάνσαρε μία κολεξιόν αφιερωμένη στην δεκαετία του 1950 στη διάρκεια της Παρισινής Εβδομάδας Μόδας. Στην ίδια Εβδομάδα Μόδας υπήρξαν και αντίστοιχες '50s επιρροές από τις συλλογές τους Dries van Noten, ο οποίος έδωσε έμφαση στις αγαλαματένιες σιλουέτες, και Celine, με την Phoebe Philo να προσθέτει πέπλα σε κάθε σύνολο. Επίσης, της ίδιας φιλοσοφίας ήταν και το τελευταίο σόου του Raf Simons για τον οίκο Jil Sander στην Εβδομάδα Μόδας του Μιλάνο. Η τάση του απευθύνεται σε όσες νοσταλγούν τις κομψές, φαρδιές γραμμές της μεταπολεμικής εποχής που εξαίρουν τη συντηρητική θηλυκότητα και σίγουρα δεν αφορά τις νεώτερες.

Στον απόηχο του οσκαρικού πλέον *The Artist* και ενόψει ενός ακόμα remake του *The Great Gatsby* που προβλήθηκε στις κινηματογραφικές αίθουσες κατά τα τέλη του 2012, η μόδα της δεκαετίας του '20, όπως άνθισε μετά το τέλος του Α' Παγκοσμίου, αποτέλεσε το έναυσμα (κίνητρο) σε πολλούς σχεδιαστές τη φετινή χρονιά. Πολλά στρας, φτερά και κρόσσια υπήρχαν στα ρούχα γνωστών σχεδιαστών όπως των Gucci, Ralph

Lauren και Marchesa. Επίσης, αξίζει σημειωθεί ότι στα πλαίσια της εβδομάδας μόδας υπήρξαν ποικίλα σύνολα σε παλ αποχρώσεις.⁴⁶

6.2 ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΕΜΠΝΕΥΣΗΣ ΤΟΥΣ

Στη σύγχρονη κοινωνία ο ρόλος του σχεδιαστή ή του μοντελίστ, είναι πραγματικά δύσκολος διότι έχει να απευθυνθεί σε ποικίλους τύπους γυναικών προς τις οποίες όμως θα πρέπει να προτείνει και κάθε φορά και κάποια καινούρια γραμμή ντυσίματος.

Επιβάλλεται να εξετάζει με προσοχή όλες τις δραστηριότητες, τα επαγγέλματα, τις κοινωνικές τάξεις, τις ηλικίες και τις συνήθειές όλων των τύπων των γυναικών στις οποίες απευθύνεται. Επιβάλλεται να δημιουργήσει και να κυκλοφορήσει ένα τύπο μόδας, ο οποίος θα είναι κατάλληλος για ψηλές ή κοντές, για παχουλές ή λεπτές, για μελαχρινές και ξανθιές.

Ο σχεδιαστής πρέπει να σκεφτεί πως το κόψιμο των ρούχων πρέπει να είναι άνετο, λειτουργικό και κατά συνέπεια ευκολοφόρετο δίχως να δυσκολεύει τις κινήσεις. Τα υφάσματα να είναι αυθεντικό, ανθεκτικά και να υπάρξει προβληματισμός και κριτική για την τοποθέτηση του οπουδήποτε στολιδιού

πάνω στα ρούχα ανάλογα με τη χρήση τους.

Ο άνθρωπος, έχει έμφυτη την τάση να προσέχει την εμφάνισή του, τόσο για τον εαυτό του, όσο και για το σύνολο. Η επανάληψη, τον κουράζει γρήγορα και ζητά διαρκώς την ανανέωση.



⁴⁶ <http://www.in2life.gr/indulgence/fashion/articles/219048/article.aspx#bellow>

Αφού προσδιοριστούν οι κατευθυντήριες γραμμές από τον εκάστοτε σχεδιαστή και αποσαφηνιστούν οι παράμετροι για την παραγωγή, αναλαμβάνουν δράση οι δημιουργικές δυνάμεις, οι οποίες θα δημιουργήσουν μία κολεξιόν που θα καλύψει τόσο τις ανάγκες της εταιρίας όσο και αυτές του αγοραστικού κοινού.

Η έμπνευση των σχεδιαστών μπορεί να ακολουθήσει πολλούς και διάφορους δρόμους. Αυτό εξαρτάται κυρίως από τους στόχους που πρέπει να καλύψει η εταιρία. Στην περίπτωση κατά την οποία οι σχεδιαστές είναι παγκοσμίως γνωστοί, πρωταρχικό ρόλο παίζει η πρωτοτυπία, ενώ η έμπνευση για τις καινούριες κολεξιόν τους μπορεί να προέλθει από ένα πλήθος συγκεκριμένων περιστάσεων ή γεγονότων, όπως από κάποιο ταξίδι σε μία άλλη χώρα ή επίσης από τη μελέτη ενός συγκεκριμένου πολιτισμού που μπορεί να επηρεάσει απόλυτα την σκέψη τους με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μία σειρά με προέλευση τύπου έθνικ. Η γοητεία που ασκούσε, για παράδειγμα, στη Mary Quant ο τρόπος ζωής των χίπις τη δεκαετία του 1960 στην Αγγλία, επηρέασε τις κολεξιόν της και αυτό είχε στόχο να γίνει διεθνώς γνωστή.

Αναμφίβολα, οι ποικίλες κινηματογραφικές ταινίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν τη βάση της επόμενης προσπάθειας ενός σχεδιαστή. Παράδειγμα τέτοιο είναι η ταινία του «Δρ. Ζιβάγκο», η οποία ενέπνευσε τη ρωσική μόδα σε πολλές κολεξιόν ενδυμάτων αλλά και αξεσουάρ.

Ακόμη, το έργο ενός ζωγράφου μπορεί να επηρεάσει έναν σχεδιαστή στα χρώματα και τα σχέδια που θα συμπεριλάβει στην κολεξιόν του. Επίσης, τα υφάσματα της κολεξιόν Άνοιξη-Καλοκαίρι του σχεδιαστή Yves Saint



Laurent τονίστηκαν με τα γεωμετρικά σχήματα με βάση τους πίνακες του Ολλανδού ζωγράφου Μόντριαν, τα οποία είχαν μεγάλη απήχηση και επιτυχία.

Αναντίρρητα, ένα διάσημο πρόσωπο μπορεί να επηρεάσει όχι μόνο την προσέγγιση ενός σχεδιαστή, αλλά και όλη την γκάμα των σχεδίων του. Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό παράδειγμα κατά τη δεκαετία του 1980 είναι η Μαντόνα. Η αποδοχή που γνώρισε η Μαντόνα από το κοινό δεν οφειλόταν μόνο στο ταλέντο της, αλλά και στο στυλ ντυσίματος κατά την διάρκεια των εμφανίσεών της. Με τα δαντελένια και προκλητικά ρούχα της, τα οποία κάλυπταν τα επίμαχα σημεία του σώματός της, κατάφερε να προσελκύσει την προσοχή των σχεδιαστών, οι οποίοι άρχισαν να δημιουργούν μόδα, με αφορμή όλων των ειδών τα ρούχα ενώ δεν παρέλειπαν και τα αξεσουάρ που έφεραν την υπογραφή της.

Με το τέλος της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990, οι σχεδιαστές δημιουργούσαν ενδύματα με βάση άλλη μία διαφορετική πηγή έμπνευσης. Το MTV τράβηξε την προσοχή μιας αγοράς, στοιχείο που είχε γίνει και παλαιότερα και με άλλα κανάλια. Μια νεότερη γενιά ανθρώπων που δεν τους αντιπροσώπευε η παραδοσιακή ψυχαγωγία των άλλων μέσων, γοητεύτηκε από την παρουσία αγαπημένων καλλιτεχνών στο συγκεκριμένο τηλεοπτικό δέκτη. Ενώ το βασικό χαρακτηριστικό αυτών των εκπομπών ήταν κυρίως η μουσική, παρουσιάζονταν και τα διαφορετικά στυλ ντυσίματος που αμέσως γίνονταν αποδεκτά από το κοινό. Οι λάτρεις των ροκ συγκροτημάτων εντόπισαν αυτά τα μαγαζιά από τα οποία μπορούσαν και αγοράζαν απομιμήσεις ρούχων και αξεσουάρ που φόραγαν οι αγαπημένοι τους σταρ.

Οι πιο συνηθισμένες τακτικές είναι αυτές που γίνονται στα εργοστάσια υφασμάτων, στους επεξεργαστές υλικών, στις βιβλιοθήκες χρωμάτων και



υφασμάτων, οι συζητήσεις με άτομα που προβλέπουν τη μόδα, με αντιπροσώπους της αγοράς. Επίσης, υπάρχουν και συναντήσεις πάλι με αγοραστές που έχουν τακτική επικοινωνία με τους πελάτες τους και τέλος με άτομα που μελετούν το κοινωνικό-οικονομικό κλίμα της εποχής.

Οι πηγές έμπνευσης που παρακινούν τους σχεδιαστές μόδας, υπάρχουν παντού και είναι πολλές. Οι επιτυχημένοι σχεδιαστές έχουν την ικανότητα να αναγνωρίζουν ορισμένες «εμπνεύσεις» τους ως μοναδικές με σκοπό να μπορούν να μετατραπούν σε όμορφα στυλ.⁴⁷

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ: ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η Δημοσιογραφία μόδας είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις πτυχές της δημοσιευμένης μόδας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η δημοσιογραφία μόδας, κάποιες φορές αναφέρεται σε συγγραφείς μόδας, σε κριτικούς μόδας ή σε δημοσιογράφους μόδας. Η δημοσιογραφία μόδας συμπεριλαμβάνεται σε περιοδικά και εφημερίδες, σε βιβλία αναφορικά με τη μόδα, σε σχετικές εκθέσεις με αυτή, στην τηλεόραση, σε απευθείας προγράμματα και τέλος σε ιστόχωρους και σε blogs.

Η εργασία ενός δημοσιογράφου μόδας ποικίλει· είτε απασχολούνται αποκλειστικά με μια δημοσίευση ή ακόμα, απασχολούνται σε ανεξάρτητη βάση. Χαρακτηριστικές του εργασίες είναι είτε να γράφει κάποια άρθρα σχετικά με την μόδα είτε να τα εκδίδει. Τέτοιου είδους δημοσιογράφοι αφιερώνουν πολύ χρόνο για να ερευνήσουν ή ακόμα και για να πραγματοποιήσουν τις συνεντεύξεις. Σημαντικό ρόλο σ' αυτό το επάγγελμα παίζουν και οι καλές επαφές με τους ανθρώπους που ασχολούνται με τη βιομηχανία μόδας, συμπεριλαμβανομένων των φωτογράφων, των σχεδιαστών, καθώς και των ειδικών δημόσιων σχέσεων.

⁴⁷ Ενδύματα, υποδήματα και είδη μόδας Σελ.82

Τα εμπορικά περιοδικά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην



παρουσίαση των εξελίξεων στο χώρο της μόδας. Αυτά αναφέρονται στο εμπόριο και πληροφορούν τα άτομα που ασχολούνται με τη μόδα για τις τελευταίες καινοτομίες και

εκδηλώσεις της βιομηχανίας της. Στη Νέα Υόρκη έκαναν την εμφάνισή τους περιοδικά μόδας βασισμένα στο Fashionmall, όπως επίσης και στο γαλλικό ELLE. Ακόμη, έκαναν την εμφάνισή τους τα περιοδικά Women's Wear Daily και DNR, καθώς και το περιοδικό Lumiere, το οποίο ήταν το πρώτο σε απευθείας σύνδεση περιοδικό μόδας, και χαρακτηρίζει τον φωτογράφο Jean-Baptiste Mondino, που παρουσιάστηκε τον Οκτώβριο του 1995. Υπάρχουν ακόμη και πολλές περιφερειακές εφημερίδες, όπως είναι η California Apparel News, η οποία υπογραμμίζει ορισμένες αγορές. Κάποιες άλλες επίσης όπως είναι οι «M» και η «W», η Gap, η Visual Merchandising και Store Design όπως και η Fashion Showcase, διατυπώνουν κι άλλες απόψεις για την μόδα και στους καταναλωτές επισημαίνουν πολύτιμες πληροφορίες. Επιπλέον, πληροφορούν τους αγοραστές για όλα τα νέα που διαβάζουν σε περιοδικά παγκόσμιας εμβέλειας και οι καταναλωτές μπορούν να προγραμματίσουν το προϊόν που θα αγοράσουν περιλαμβάνοντας τις γραμμές, τα καινούρια σχέδια, τα χρώματα και οποιαδήποτε άλλη πληροφορία που δίνεται από τους συντάκτες της μόδας.⁴⁸

⁴⁸ Ενδύματα, Υποδήματα και είδη μόδας Σελ. 150

Επίσης, Στην αρχή του 20^{ου} αιώνα, τα περιοδικά μόδας καθώς εξελίχθηκαν, άρχισαν να περιλαμβάνουν και φωτογραφίες με σκοπό να ασκούν ακόμα μεγαλύτερη επιρροή στα άτομα που ενδιαφέρονται για τη μόδα συγκριτικά με το παρελθόν. Έτσι, τα περιοδικά μόδας που εκδίδονταν άρχισαν να έχουν μεγάλη ζήτηση και είχαν μεγάλη επιρροή στην κοινή γνώμη. Αρκετοί εικονογράφοι, ζωγράφιζαν τα λεγόμενα σκίτσα μόδας για τις δημοσιεύσεις που κάλυπταν τις πιο πρόσφατες εξελίξεις όσον αφορά το χώρο της μόδα και το χώρο της ομορφιάς. Το πιο διάσημο απ' τα περιοδικά αυτά τότε, ήταν το *La Gazette du Bon Ton* που ιδρύθηκε το 1912 από τον Lucien Vogel και δημοσιευόταν μέχρι και το 1925 (εκτός απ' τα χρόνια του πολέμου).

49

VOGUE



JANUARY 1926 THE GAZETTE OF SLING EXHIBIT HERB R. POPE

Το περιοδικό *Vogue* είναι ένα γυναικείο περιοδικό που πρωτοεμφανίστηκε στην Αμερική το 1892 και κυκλοφόρησε ως ένα εβδομαδιαίο περιοδικό. Τη δεκαετία του 1909 πουλήθηκε στον Condé Nast και έτσι άρχισε να εκδίδεται κάθε δεκαπενθήμερο από το 1910. Η Βρετανική *Vogue* άρχισε να εκδίδεται το 1916 και έπειτα ακολούθησ

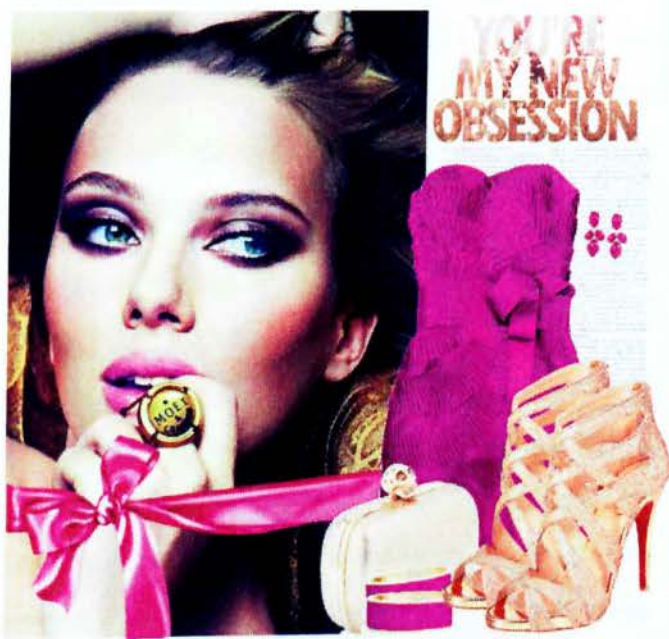
αν η γαλλική, αυστραλιανή, ισπανική και γερμανική. Η ισπανική *Vogue* εκδόθηκε μόνο για δύο (1918-1920) ενώ η γερμανική εκδόθηκε μόνο για μερικά τεύχη το 1928.

Ο Nast μετέτρεψε το περιοδικό *Vogue* από ένα μικρό εβδομαδιαίο όπου ήταν, σε ένα μοντέρνο περιοδικό μόδας



⁴⁹ http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion#Areas_of_fashion

που όμως ανταποκρινόταν στις ανάγκες του εικοστού αιώνα. Ακόμη, το περιοδικό αυτό διαπιστώνεται ότι έχει τη μεγαλύτερη πορεία και τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής στον χώρο αυτό σε σύγκριση με τα εκατοντάδες περιοδικά μόδας που κατά καιρούς έρχονται και παύουν μέσα σε λίγο χρονικό διάστημα να κυκλοφορούν. Εκείνη την εποχή, κυρίως μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, παρατηρείται αύξηση της ευημερίας. Η έκδοση κυρίως φθηνών έγχρωμων εκτυπώσεων κατά τη δεκαετία του 1960 συνετέλεσε σε μια ραγδαία αύξηση των πωλήσεων, ενώ μεγάλη υπήρξε και κάλυψη της μόδας από γυναικεία περιοδικά, όπως επίσης και από τα ανδρικά περιοδικά κατά την δεκαετία του 1990. Οι δημιουργοί της υψηλής ραπτικής ακολούθησαν την τάση αυτή, δημιουργώντας γραμμές ρούχων ετοίμου ενδύματος και αρωμάτων, τα οποία διαφημίστηκαν σε μεγάλο βαθμό στα περιοδικά.⁵⁰



Οι συντάκτες της μόδας, παρουσιάζουν τα νέα στυλ και συμβουλεύουν για το πώς αυτά θα φορεθούν, είτε είναι αξεσουάρ είτε είναι ο τρόπος που θα χτενίσουν τα μαλλιά είτε πώς θα χρησιμοποιηθεί το make-up ώστε να δοθεί μία ολοκληρωμένη εικόνα για το ύφος της μόδας. Επίσης, οι υπεύθυνοι δημοσίων σχέσεων των επιχειρήσεων μόδας προσπαθούν να προωθήσουν τα προϊόντα της εταιρείας τους, παρουσιάζοντας τις τάσεις της νέας σεζόν, με σκοπό να βοηθήσουν τις πωλήσεις στην εταιρία τους. Τέλος, παρατηρούν και τους

⁵⁰ <http://el.wikipedia.org/wiki/Vogue>

ανταγωνιστές τους για να προβούν στις ανάλογες διορθωτικές κινήσεις στο άμεσο μέλλον.⁵¹

Ο πρώτος ιστότοπος στο διαδίκτυο που ασχολήθηκε αποκλειστικά με τη μόδα, ήταν το Δίκτυο μόδας, το οποίο πρώτο εμφανίστηκε τον Ιανουάριο του 1995 και περίπου ένα εξάμηνο αργότερα, μέσα του ίδιου χρόνου, άρχισε να διαμορφώνεται το διαδίκτυο. Τότε, στην πρώτη ζωντανή μόδα με βάση το χώρο του Διαδικτύου, που στις μέρες μας είναι γνωστό ως *webcast*, ο σχεδιαστής μόδας Yves Sant Laurent παρουσίασε τις συλλογές του το 1996. Στα μέσα της δεκαετίας του 1990, το Διαδίκτυο κατά ένα μεγάλο μέρος του ήταν κατά βάση ένα ερευνητικό δίκτυο, το οποίο αναπτύχθηκε από τους ακαδημαϊκούς και αναδείχτηκε λόγω των δημοσιεύσεων τους. Ισχυρή απήχηση είχαν οι εμφανείς πρωτοποριακές προσπάθειες των πρώτων εισερχόμενων στο χώρο της μόδας και σύντομα έκαναν την εμφάνισή τους και ανεξάρτητοι και καθιερωμένοι εκδότες μόδας, καθώς επίσης οι σχεδιαστές και εικαστικοί καλλιτέχνες ήταν σε ανοικτή γραμμή.

Το Fashion Windows σχετίζεται με τους πρωτοπόρους στο χώρο αυτό και γιόρτασε τη 10η επέτειό του το 2007. Επίσης, το CNN, το οποίο είναι ένα κανάλι διαφορετικού ύφους και υπαινιγμού έκανε την εμφάνισή του το 1998. Την επόμενη χρονιά έκανε την άνοδό του και στη συνέχεια κινήθηκε πτωτικά η ιστοσελίδα Boo.com. Οι ιστοσελίδες, SHOWstudio.com και Style.com, οι οποίες έδειχναν με απευθείας σύνδεση τις εξελίξεις για τη Μόδα ξεκίνησαν τη δεκαετία του 2000, και ακολουθεί ο Jason Campbell, ο οποίος δημιούργησε την έκθεση JC το 2002 καθώς και την ιστοσελίδα Refinery29.com το 2005. Μετά από το TIFF το 2007, αφήνει το W για την ιστοσελίδα Style.com, στο οποίο αναπαρίστανται όλες οι εξελίξεις της μόδας. Ακόμη, το νεώτερο επαγγελματικό blog στις μέρες μας, που γίνεται από συγγραφείς της μόδας και είναι πλέον το πιο διαδεδομένο για το «στιλπνό» σχεδιάγραμμα του είναι το FashionReporters. Το 2007 μάλιστα, η ροή/συνέχιση της επίδειξης της ομορφιάς κάνει την εμφάνισή της με ένα περιοδικό που σχεδιάζεται

⁵¹ Σημειώσεις μαθήματος ενδυματολογίας Σελ. 29

αποκλειστικά για να δώσει έμφαση στη λάμψη με ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο.⁵²

Σήμερα, τα blogs της μόδας χαρακτηρίζονται από μια αυξανόμενη δύναμη της βιομηχανίας της μόδας. Από την άλλη πλευρά, τον Αύγουστο του 2006 η Ομάδα Westfield, όπου ο εκπρόσωπος αυτής της ομάδας ήταν ο ιδιοκτήτης παγκόσμιων μεγαλύτερων λεωφόρων και εμπορικών κέντρων παρουσίασε το Webzine. Σ' αυτό αναδεικνύει τις δημοφιλείς τάσεις μόδας και αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να προαγάγει έμμεσα τα προϊόντα και να είναι διαθέσιμα. Η οικονομική χρηματοδότηση για μια τέτοια επιχείρηση είναι μοναδική και αυτό οφείλεται στο ότι δεν στηρίζεται συνδρομές ή σε άλλες διαφημίσεις αλλά στηρίζεται αποκλειστικά σε advertorials.⁵³

Ακόμη, Η τηλεοπτική κάλυψη ξεκίνησε τη δεκαετία του 1950 παρουσιάζοντας κάποια απ' τα χαρακτηριστικά της μόδας. Κατά την δεκαετία του 1960 καθώς και του 1970, τα θέματα μόδας στα διάφορα ψυχαγωγικά θεάματα, όπως είναι οι επιδείξεις στις πασαρέλες, έγινε πλέον ένα συνηθισμένο φαινόμενο για τον χώρο της μόδας για την εποχή εκείνη. Τη δεκαετία του 1980, άρχισαν να προβάλλονται ψυχαγωγικά προγράμματα κάνοντας αφιερώματα αποκλειστικά στην μόδα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το Fashion Television ενώ, η αύξηση της τηλεοπτικής και διαδικτυακής κάλυψης ήταν πρωτοφανής, συμπεριλαμβανομένων των blog μόδας, με τον τύπο όμως να εξακολουθεί να κατέχει την πιο σημαντική μορφή δημοσιότητας για τη συγκεκριμένη βιομηχανία.



Η εκδότης της μόδας Brooke Kelley είχε αναφέρει χαρακτηριστικά: «υπάρχει μία λανθασμένη άποψη για τη βιομηχανία, ότι κάποια απ' τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, όπως για παράδειγμα είναι η τηλεόραση, τα περιοδικά, τα blogs υπαγορεύουν στον καταναλωτή, τι να φορέσει. Οι περισσότερες

⁵² http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion_journalism

⁵³ http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion_journalism

όμως απ' τις τάσεις αυτές, δεν φανερώνονται στο ευρύ κοινό μονομιάς αλλά σταδιακά και αφού τα άτομα συμβουλευτούν τα πρώτα δημογραφικά στοιχεία που μπορεί «τυχαία» να διαρρεύσουν και αφορούν τα αντικείμενα του στόχου τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, όλα αυτά που βλέπουμε απ' τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να έχουν σα σκοπό την έρευνα στις δημοφιλείς ιδέες μεταξύ των ανθρώπων. Με άλλα λόγια, η μόδα είναι μια ομάδα ανθρώπων που ο ένας πετάει ιδέες στον άλλο, όπως άλλωστε συμβαίνει με κάθε μορφή άλλης «τέχνης».

Εκτός από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, που πληροφορούν και επηρεάζουν σημαντικά τους ανθρώπους, υπάρχουν και κάποια άτομα, τα οποία κυριαρχούν σε αυτά και ασκούν μεγάλη επιρροή και στο χώρο της μόδας. Σύγχρονο πρότυπο είναι η Michelle Obama. Η Michelle Obama επιλέγει το απλό ύφος καθώς και τα δομημένα σχέδια, που επηρεάζουν όχι μόνο το κοινό, όπως και κάποιους λιγότερο γνωστούς σχεδιαστές μόδας, προσδιορίζοντας έτσι την ταυτότητά τους και επιδεικνύοντας την τέχνη τους, σε ένα άλλο νέο επίπεδο.⁵⁴

⁵⁴ <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/1391/PETALA.pdf?sequence=1>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 Η ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ

Η μεσότητα είναι αρετή -όπως τουλάχιστον πίστευε και δίδασκε ο Αριστοτέλης- και κάθε παθολογική εξάρτηση από αυτή αποτελεί υπερβολή. Είναι αναπόφευκτο και εμπράκτως αποδεδειγμένο, ότι οι συνέπειες της κυριαρχίας της μόδας στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου είναι καταστροφικές, τόσο σε ατομικό, όσο και σε κοινωνικό επίπεδο.

Βέβαια, υπάρχουν και μερικοί που υποστηρίζουν ότι από τη μόδα ωφελείται το κοινωνικό σύνολο, αφού αποτελεί μια σταθερή πηγή εσόδων και πλουτισμού. Αναμφισβήτητο γεγονός αποτελεί ότι, εξαιτίας της λειτουργούν και ακμάζουν πολλές βιομηχανίες, και κατ' επέκταση απασχολείται αρκετό εργατικό δυναμικό και ευνοείται το εμπόριο και γι' αυτό εξασφαλίζεται η βελτίωση της οικονομίας και η ευημερία. Βέβαια, υπάρχει κι ο αντίποδας αυτής της άποψης που λέει ότι δεν μπορεί να γίνει δεχτή ως καθολική και απόλυτη η αλήθεια αυτής της γνώμης, αφού μακροπρόθεσμα βλάπτεται ο πολίτης από την καταδυνάστευση της μόδας και των μηχανισμών της.

Αρχικά, το πρώτο πλήγμα που δέχεται ο άνθρωπος, όταν υποδουλώνεται στη μόδα και εξαρτάται από αυτή, είναι η οικονομική ανεπάρκεια. Αυτό συμβαίνει επειδή με την αστάθεια και τη μεταβλητότητα που χαρακτηρίζει τη μόδα υποχρεώνεται ο άνθρωπος να αγοράζει συνεχώς καινούργια και μη απαραίτητα πράγματα, έστω και αν τα ήδη αποκτημένα του υπεραρκούν. Καταλήγει λοιπόν να παραγκωνίζει τις βασικές του ανάγκες και να παραμελεί τον οικονομικό του προγραμματισμό, με αποτέλεσμα να μένει απροστάτευτος σε τυχόν δυσκολίες που θα του προκύψουν στη διάρκεια της ζωής του. Η μόδα λοιπόν, ικανοποιεί βέβαια, την



ανθρώπινη ματαιοδοξία, αλλά είναι και ο μεγαλύτερος εχθρός για το εισόδημα ενός μέσου καταναλωτή.

Εξάλλου, οι επιταγές της μόδας, όταν, μολονότι συγκρούονται με το ιδιαίτερο στυλ και την ιδιοσυγκρασία του ατόμου, ακολουθούνται πιστά, δημιουργούν σοβαρά προβλήματα. Όταν οι μοντέρνες τάσεις στο ντύσιμο δεν εναρμονίζονται με την εμφάνιση του ανθρώπου, η υιοθέτησή τους καταλήγει σε κακογουστιά και τελικά αυτός καταλήγει να γελοιοποιείται και γίνεται στόχος κακόγουστων



σχολίων. Κι απ' την άλλη μεριά, όσοι αδυνατούν από οικονομική συνήθως αδυναμία να ακολουθήσουν τον παλμό της εποχής, νιώθουν σε μεγάλο βαθμό μειονεκτικά· μάλιστα πολλές φορές αρχίζουν και νιώθουν κομπλεξικά και απομονώνονται από τους άλλους, για να αποφύγουν τη «λαϊκή κατακραυγή». Έτσι, το άτομο συγκρούεται αδυσώπητα πολλές φορές με τον εσωτερικό του κόσμο, με αποτέλεσμα τη δημιουργία πολλών κι έντονων ακόμα ψυχολογικών προβλημάτων.

Το σοβαρότερο όμως πλήγμα πολλές φορές το δέχεται ο ίδιος άνθρωπος ως προσωπικότητα, ιδιαίτερα όταν αυτός κανονίζει τη ζωή του και τις ιδέες του σύμφωνα με τη μόδα. Από τη στιγμή που η μόδα ως όρος σημαίνει ομαδικότητα, ομοιότητα και ομοιομορφία, οι οπαδοί της κατ' επέκταση τυποποιούνται, χάνουν το προσωπικό τους ύφος και στυλ και το γούστο τους ατονεί. Ακόμη, ο πνευματικός τους κόσμος σταδιακά αλλοιώνεται, συρρικνώνεται και φτωχαίνει, αφού παύουν να ενδιαφέρονται για την πνευματική και ψυχική τους καλλιέργεια και την αυτοβελτίωσή τους· μοναδικό τους ενδιαφέρον αποτελεί η διαρκής προσπάθεια τους να τελειοποιήσουν την εξωτερική τους εμφάνιση. Και όσοι γλιτώνουν από την

ολοκληρωτική αλλοτρίωση νιώθουν ψυχικά κενοί, αφού για χάρη της μόδας και εξαιτίας της μοντερνοπληξίας τους, δε συμπεριφέρονται όπως οι ίδιοι νιώθουν, αλλά πιθηκίζουν μιμούμενοι τα καθιερωμένα μοντέρνα πρότυπα, που κατά καιρούς λανσάρονται κι επικρατούν. Γίνεται λοιπόν σαφές πως η προσκόλληση στη μόδα πλήττει πολύπλευρα την προσωπικότητα του ατόμου. Αλλά και στα πλαίσια της κοινωνίας, το ακμάζον φαινόμενο της μόδας εγκυμονεί σοβαρούς κινδύνους.

Πρωτίστως, η εισαγωγή ξένων και φυσικά μοντέρνων προϊόντων συνεπάγεται και την εξαγωγή συναλλάγματος, γεγονός με ιδιαίτερα αρνητικά αποτελέσματα για την οικονομία των φτωχών χωρών. Συχνά μάλιστα, ο κρατικός προϋπολογισμός τους κατανέμεται με στόχο την ανάπτυξη των επιχειρήσεων μόδας σε βάρος φυσικά των ουσιαστικών κοινωνικών αναγκών για τη βελτίωση της εκπαίδευσης, της νοσοκομειακής περίθαλψης και της βιομηχανίας τους. Αποτέλεσμα να αναστέλλεται μακροπρόθεσμα η πρόοδος και η ευημερία τους.

Επιπλέον, η κυριαρχία της μόδας σε παγκόσμιο κλίμακα «εγγυάται» την αλλοίωση των τοπικών ιδιαιτεροτήτων μιας χώρας. Στη σημερινή εποχή τα ρεύματα της μόδας κινούνται σε παγκόσμιο επίπεδο, με αποτέλεσμα, στους τόπους όπου καθιερώνονται, να παραγκωνίζουν το παραδοσιακό στιλ και τα εθνικά χαρακτηριστικά του λαού και να προσπαθούν -και το καταφέρνουν- να επιβάλλουν ένα τυποποιημένο και «ψυχρό» ρυθμό, που τις περισσότερες φορές δεν εξυπηρετεί και τις ουσιαστικές ανάγκες των ανθρώπων. Έτσι, ατονεί σταδιακά το εθνικό στοιχείο και ο λαός αποκόβεται από το παρελθόν του.

Τέλος, η μόδα αλλάζει τακτικά τις αξίες μιας ανθρώπινης κοινότητας και μαζί και τα κριτήρια αξιολόγησης που κάθε άτομο θέτει καθώς και τα δεδομένα σύναψης διαπροσωπικών σχέσεων. Στην εποχή μας η «σικ» εμφάνιση και ο μοντέρνος τρόπος διασκέδασης και συμπεριφοράς, θεωρούνται το «άλφα και το ωμέγα», η αρχή και το τέλος για κάθε προσωπικότητα, που θέλει να θεωρείται «ολοκληρωμένη», ενώ οι αρχές, τα ιδανικά και τα προτερήματα του χαρακτήρα ενός ατόμου μπαίνουν σε δεύτερη μοίρα. Τελικά, στη σύγχρονη

εποχή η εξωτερική εμφάνιση δε χαρακτηρίζει την προσωπικότητα των ανθρώπων και, όποιος δε συμμορφώνεται καταδικάζεται σε κοινωνική απομόνωση. Από την καταδυνάστευση της μόδας λοιπόν, υποβαθμίζεται και η ποιότητα των ανθρώπινων σχέσεων.

Γενικά, η μόδα δεν είναι ασφαλώς ιδέα που προέκυψε στις μέρες μας, αφού η παρουσία της εντοπίζεται σ' όλη την ιστορική πορεία του ανθρώπου, από τη στιγμή βέβαια, που κάλυψε τις πρωτογενείς του ανάγκες. Σύγχρονα όμως, έχει εξαπλωθεί ευρύτατα και ταυτόχρονα έχει αυξηθεί επιρροή που άμεσα ή έμμεσα ασκεί στις προτιμήσεις των ανθρώπων· μια επιρροή που κάποιες φορές μπορεί να έχει ανησυχητικά δυσμενείς επιπτώσεις στη ζωή τους, είτε ως άτομα μεμονωμένα είτε ως μέλη μιας κοινωνίας.

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι η κινητοποίηση των διαθέσιμων μηχανισμών άμυνας του ανθρώπου αποτελεί επιτακτική ανάγκη. Η παιδεία, όπως προκύπτει μέσα στα πλαίσια της οικογένειας και του σχολείου, αλλά και η πνευματική καλλιέργεια του ατόμου με τη διαρκή επιμόρφωση, μπορούν να το σπλίσουν με τα ηθικά εφόδια, ώστε να αντιστέκεται σθεναρά στο δέλεαρ της κατανάλωσης αντικειμένων της μόδας, και έτσι να μπορέσει να περιχαρακώσει έως και να διασώσει τις ιδιαιτερότητες και την αυτοτέλεια της προσωπικότητάς του.⁵⁵

⁵⁵http://www.pdestereas.gr/allowindex/TRAPEZA_THEMATON/Themata_2006/A_Lykeiou_Filologika/NG/29.pdf

ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ – ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ – ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Σκοπός του παραρτήματος που ακολουθεί είναι για να παρατηρήσουμε και να μελετήσουμε κι εμπράκτως, βασιζόμενοι στα σχέδια που παρατίθενται, τις αλλαγές τις οποίες δέχτηκαν τα ρούχα στη διάρκεια των εποχών, με το πέρασμα του χρόνου και την εναλλαγή των στυλ, ανάλογα με τη μόδα που επικρατούσε σε κάθε εποχή, καθώς και τις τάσεις των ανθρώπων να διαλλάζονται. Οι πηγές έμπνευσης των σχεδίων προέρχονται από ενδυμασίες παλαιότερων χρόνων, προσπαθώντας να δημιουργήσουν μία γυναίκα, η οποία θα ανταποκρινόταν στο σήμερα, αλλά ταυτόχρονα θα εμπνέεται και θα είναι επηρεασμένη από άλλες εποχές. Έτσι λοιπόν, τα σχέδια που ακολουθούν, είναι από διάφορα μέρη της Ελλάδας, εμπνευσμένα από διάφορες τοπικές κατά καιρούς ενδυμασίες, ή (εμπνευσμένα) από πολιτιστικά στοιχεία λαών που λόγω των πληθυσμιακών μετακινήσεων αντάλλαζαν απόψεις, ακόμα και για τα είδη του ρουχισμού και πάνω στα ήδη υπάρχοντα υιοθετούσαν νέα, όπως είναι οι παραδοσιακές στολές. Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα ότι, τέτοιου είδους ενδύματα φοριούνται μέχρι και σήμερα και μάλιστα οι χρωματικές παραλλαγές χαρακτηρίζονται ως διαχρονικά στοιχεία, τα οποία μπορούν να υπάρχουν και σε ρούχα σύγχρονου στυλ, όπως είναι γνωστά τα λεγόμενα έθνικ ρούχα.

Το σχέδιο 1, είναι εμπνευσμένο από μία γιορτινή φορεσιά η οποία πραγματοποιείται σε ένα χωριό στην ηπειρωτική Ελλάδα, το ονομαζόμενο Μπούφι. Η ενδυμασία αυτή φημίζεται για την απλότητα των χρωμάτων της, παρά το αρχικό κέντρισμα για την δημιουργία αυτού του χειμερινού φορέματος. Αυτό, αναπαρίσταται με το λευκό πουκάμισο καθώς και με το κέντημα που υπάρχει στο άνοιγμα του μαύρου σιγκουνιού.

Το σχέδιο 2, είναι επηρεασμένο από τις Κυκλάδες. Κάποιες από τις εικονογραφήσεις είναι φιγούρες, βάζα, όπλα και τοιχογραφίες όπου και φανερώνουν τη δυναμική ύπαρξή του μέσα στον αρχαίο χώρο. Κάποια από τα χαρακτηριστικά των νησιών είναι τα ψηφιδωτά της Δήλου, της Σαντορίνης στα Ιερά του Απόλλωνος και του Ποσειδώνα οι Προβυζαντινές και οι Βυζαντινές εκκλησίες της Πάρου και της Σύρου, της Νάξου και τέλος οι κατακόμβες της Μήλου μαζί με τα Ενετικά τους κάστρα, υποδηλώνουν ένα

πολύ ένδοξο παρελθόν. Όλα αυτά τα παρελθοντικά στοιχεία συντελούν για την έμπνευση μιας δημιουργίας βραδινού φορέματος το οποίο αποτελείται από μαύρο μεταξωτό ύφασμα και δαντέλα με έντονο το συναίσθημα αναπόλησης, της Αρχαίας Ελλάδας, καθώς και παρατηρείται έντονος ο επηρεασμός από τη θάλασσοκρατία στη Βενετία, το λαϊκό κοστούμι που φοριέται μετά την χρονική περίοδο 1800 όπως οι ναυτικοί των νησιών έρχονται σε άμεση επαφή μαζί της. Τέλος, η γραμμή αυτή, εξυμνεί από το ιστορικό παρελθόν, τις λαϊκές ρίζες, την αρχαία ιστορία αλλά και την σημερινή αίγλη των ιδανικών θέρετρων με την εικόνα τους, έτσι όπως εξαπλώνεται μέσα στην θάλασσα, λαμπιρίζοντας την ασπράδα τους, κάτω από τον ολόλαμπρο ήλιο.

Το σχέδιο 3 όπως και το σχέδιο 4, είναι εμπνευσμένα από την κλασική περίοδο, και όχι από τους Ελληνιστικούς χρόνους. Οι Ιωνικοί χιτώνες καθώς και το Δωρικό πέπλο, θεωρούνται να είναι η εικόνα της τέλειας συμμετρίας αλλά και της αρχοντικής λιτότητας. Με βάση αυτών των χαρακτηριστικών, έγινε μία προσπάθεια να δημιουργηθεί η ελεύθερη γραμμή του χιτώνα όπου και αποτέλεσε το ντύσιμο της καθημερινότητας, χωρίς να παραληφθεί το γεγονός ότι αυτή η γραμμή που δημιουργήθηκε είναι μία από τις βασικές προϋποθέσεις για να υλοποιηθεί ένα βραδινό φόρεμα. Επίσης, τα σχέδια αυτά είναι εμπνευσμένα από τον πλισαρισμένο λινό Ιωνικό χιτώνα, που αποτελείται από τα ψευτομανίκια τα οποία μπορούν να συνοδευτούν από μία κοντή ζακέτα και τέλος μπορεί να στολιστεί από μία κοντή χρυσή τρέσα. Το φύλλο που πέφτει πάνω στη μέση στηρίζεται στη ζώνη και αποτελεί ακόμη ένα πρόσθετο κομμάτι πάνω στο ύφασμα.

Το σχέδιο 5, αποτελεί έμπνευση από την περιοχή της Δρύπολης. Τα χαρακτηριστικά της ενδυμασίας αυτής είναι το βελούδινο γιλέκο όπως και η φούστα μέχρι την μέση. Ακόμη, η φούστα έχει ένα επιπλέον φύλλο το οποίο αγκαλιάζει την λεκάνη και στηρίζεται στην τρέσα της πένσας όπως και στο πλάγιο άκρο. Αυτή ήταν η καθιερωμένη φορεσιά του κάμπου έξω από το Αργυρόκαστρο (εμπνέεται και από εκεί η δημιουργία) και παρατηρείται ότι παρουσιάζει πολλές ομοιότητες με την ενδυμασία του Παγωνίου.

Το σχέδιο 6, έχει υιοθετήσει στοιχεία από τα σχέδια καθώς και τα χρώματα που ύφαιναν οι γυναίκες στο Σούλι με απώτερο σκοπό της δημιουργίας ενός ανώτερου σε ποιότητα πλεκτού φορέματος, το λεγόμενο καβάδι. Παρατηρείται λοιπόν, ότι στην αυθεντική ενδυμασία, τα λαγκόλια που προεξέχουν μετατρέπονται σε κοφτές τσέπες αποτελούμενα από τρέσα στον ποδόγυρο καθώς και στο άνοιγμά του.

Το σχέδιο 7, αποτελεί κατά κάποιο τρόπο μία αντιγραφή στις λεπτομέρειες του κοστουμιού από την αυλή του Μίνωα. Κάποια από τα χαρακτηριστικά αυτά είναι το λεπτό μάλλινο, το βαθύ και έντονο κόκκινο στη σιέννα, το έντονο ντεκολτέ στο στήθος καθώς και από τη μισόφουσα που πέφτει από πάνω και καλύπτει την κανονική φούστα, και επιπλέον η μπάσκα για την ζακέτα. Είναι εμπνευσμένο από τις τοιχογραφίες της Κνωσού και της Φαιστού, οι οποίες μας δίνουν την εικόνα ενός τύπου καλλίγραμμων, ευθυτενών και ωραίων. Μέχρι και σήμερα, οι Κρήτες διατηρούν πολλά από τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της φυλής. Έτσι, αυτές οι δημιουργίες ενδυμάτων των Κρητών αποτελούν μία πηγή έμπνευσης όπου εκδηλώνουν την αγάπη τους για τα χρώματα και ταυτίζεται με τον πλούτο των υλικών όπως και την ανυπότακτη και επιθετική φύση τους.

Το σχέδιο 8, είναι εμπνευσμένο από τους Μακεδόνες και συγκεκριμένα από την Θεωρία τους. Η θεωρία τους αποτελούσε μία πρωταρχική ιδέα στο σχέδιο που δανείστηκε πολλά στοιχεία από την λαϊκή και Βυζαντινή ενδυμασία. Η άνθησή τους, χρονολογείται μεταξύ 6^{ου} και 5^{ου} αιώνα π.Χ.

Το σχέδιο 9, είναι εμπνευσμένο από μία Μεγαριώτικη ενδυμασία, η οποία δημιουργεί ένα μοντέρνο ντε-πιες με ζυπ κυλότ και πιέτες ολόγυρα.

Το σχέδιο 10, είναι βασισμένο από την ναυτική παράδοση. Το μοντέλο, συνδυάζει κάποια από τα στοιχεία της λαϊκής ενδυμασίας σε συνδυασμό με την απλότητα γραμμής όπως και τον πλούτο των υλικών. Επίσης, πηγή έμπνευσης για την δημιουργία αυτής της ενδυμασίας, αποτέλεσαν τα κατοικημένα νησιά από την Νεολιθική εποχή που ακολούθησαν την ιστορία της Ελλάδας. Ο ναός της Αφαίας, της Αθηνάς, η Αίγινα όπως και η θαλασσοκρατία της Ύδρας και των Σπετσών που υπήρξαν κυριαρχικές

μορφές στον αγώνα για την απελευθέρωση. Αποτελούν κάποιες από τις μαρτυρίες της ιστορίας.

Το σχέδιο 11, είναι εμπνευσμένο από την Σπάρτη. Οι Σπαρτιάτισσες από την κλασική περίοδο, φορούσαν το πέπλο. Σήμερα, αυτή η πολυτέλεια φανερώνεται σε αυτό το απλό φόρεμα. Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται χαρακτηρίζονται ως διαχρονικά.

Το σχέδιο 12 όπως και το σχέδιο 17, έχουν αντλήσει στοιχεία από τα Δωδεκάνησα. Συγκεκριμένα, από το σπουδαίο εμπορικό και ναυτιλιακό κέντρο την «Κάλυμνο» η οποία και γνώρισε μεγάλες μέρες πλούτου και δόξας. Από την Μυκηναϊκή εποχή, είναι παρμένα κάποια στοιχεία η ιστορία αφήνει νωπά σημάδια με το πέρασμά της στο χρόνο με τους αρχαίους ναούς, τα κάστρα, τις Βυζαντινές εκκλησίες και τέλος τα μοναστήρια. Η ενδυμασία των γυναικών αποτελούνταν από τα καβάδια, που δεν φοριούνται πλέον. Ήταν κατασκευασμένα από μεταξωτό ή χρυσοϋφαντο ύφασμα και έδενε με την Υδραιϊκή ζώνη από ρίγες στη μέση. Στις μέρες μας, η Καλυμνιώτικη ενδυμασία εκδηλώνεται σε αυτά τα σκίτσα. Είναι χαρούμενα νεανικά σύνολα και συνδυάζονται με μονόχρωμο ριγέ εμπριμέ κοντομάνικο φόρεμα το οποίο είναι ανοιχτό από την πλευρά με το ζακετάκι που συγκρατείται στη μέση με την ντραπέ ζώνη.

Το σχέδιο 13, είναι μία ελεύθερη απόδοση του Ιωνικού ρυθμού. Η εικονιζόμενη μπλούζα αποτελείται από ασύμμετρες κάθετες πιέτες και συνοδεύεται από ένα φαρδύ παντελόνι με ρεβέρ.

Το σχέδιο 14, είναι εμπνευσμένο από την Κρήτη αλλά και την Αίγυπτο. Συγκεκριμένα, το Κρητικό κοστουμί δίνει πολλές δυνατότητες για παραλλαγές με απώτερο σκοπό την μετάβαση στη σύγχρονη μόδα. Η φούστα μετατρέπεται σε ζυπ κυλότ. Τέλος, χαρακτηριστικό είναι το κόψιμο μπροστά το οποίο έχει την γραμμή που έφεραν οι Κρήτες αλλά και οι Αιγύπτιοι.

Το σχέδιο 15, είναι εμπνευσμένο από τους Ελληνιστικούς χρόνους. Οι χρωματικές του παραλλαγές καθώς και το ανθέμιο, βρίσκουν την πλήρη ταύτισή τους σε αυτή με τη τουνίκα. Αποτελείται από ένα μονόχρωμο φύλλο

το οποίο στηρίζεται μπρος και πίσω με την βοήθεια των κουμπιών και πτυχώνεται ελαφρά πάνω στον ώμο όπου και αποτελεί μεταφορά του κομματιού του ιματίου. Συνοδεύεται από μίνι φούστα και ανφόρμ ζώνη στο ίδιο χρώμα με το ελεύθερο φύλο.

Το σχέδιο 16, είναι εμπνευσμένο από την παραδοσιακή ενδυμασία όσο στα χρώματα όσο και στα χαρακτηριστικά της. Συγκεκριμένα, είναι ένα καλοκαιρινό φόρεμα, όπου αλλάζουν μόνο τα υλικά που και στην περίπτωση του κεντήματος του, αντικαθίστανται από καρό ύφασμα κορσάζ.

Το σχέδιο 18, παρατηρείται μία σύγχρονη διασκευή· αυτό φανερώνεται από τον γιορτινό μάλλινο γιακά με τα κεντήματά του. Πρόκειται για ένα μπουφάν με ασύμμετρο κούμπωμα και ένα ελεύθερο φύλλο σαν κάπα. Τέλος, η φούστα συνεχίζει το λοξό κούμπωμα στο επάνω μέρος και αποτελείται από μεγάλα κουμπιά.

Το σχέδιο 19, είναι εμπνευσμένο από την Αττική. Η Μεσογειακή ενδυμασία είναι πλέον από τις πιο αντιπροσωπευτικές. Είναι παρμένο από τη χρυσή στολή που φόραγαν οι νύφες στα χωριά της Αττικής. Τέλος, το ταγέρ αυτό διατηρεί τις λεπτομέρειες του σιγκουνιού σε μα μοντέρνα και σύγχρονη κομψή ζακέτα φορεμένη πάνω από μία λοξή φούστα.

Το σχέδιο 20, έχει αντλήσει τα στοιχεία του από το Καστελόριζο. Χαρακτηριστικό της ενδυμασίας αυτής είναι το χαμηλό παλτό το οποίο είναι στολισμένο με γούνα και τρέσα, μας μεταφέρει στη σημερινή εποχή, τα στοιχεία της γούνας, που φόραγαν πάνω από τα ρούχα τους. Τέλος, μπορεί να συνδυαστεί με μονόχρωμο και καρό ύφασμα σε πιο βαθιά-έντονη απόχρωση, που παίρνει τη θέση των κεντημάτων από ατόφιο χρυσάφι με το οποίο στόλιζαν τις ραφές καθώς και τα στριφώματα.



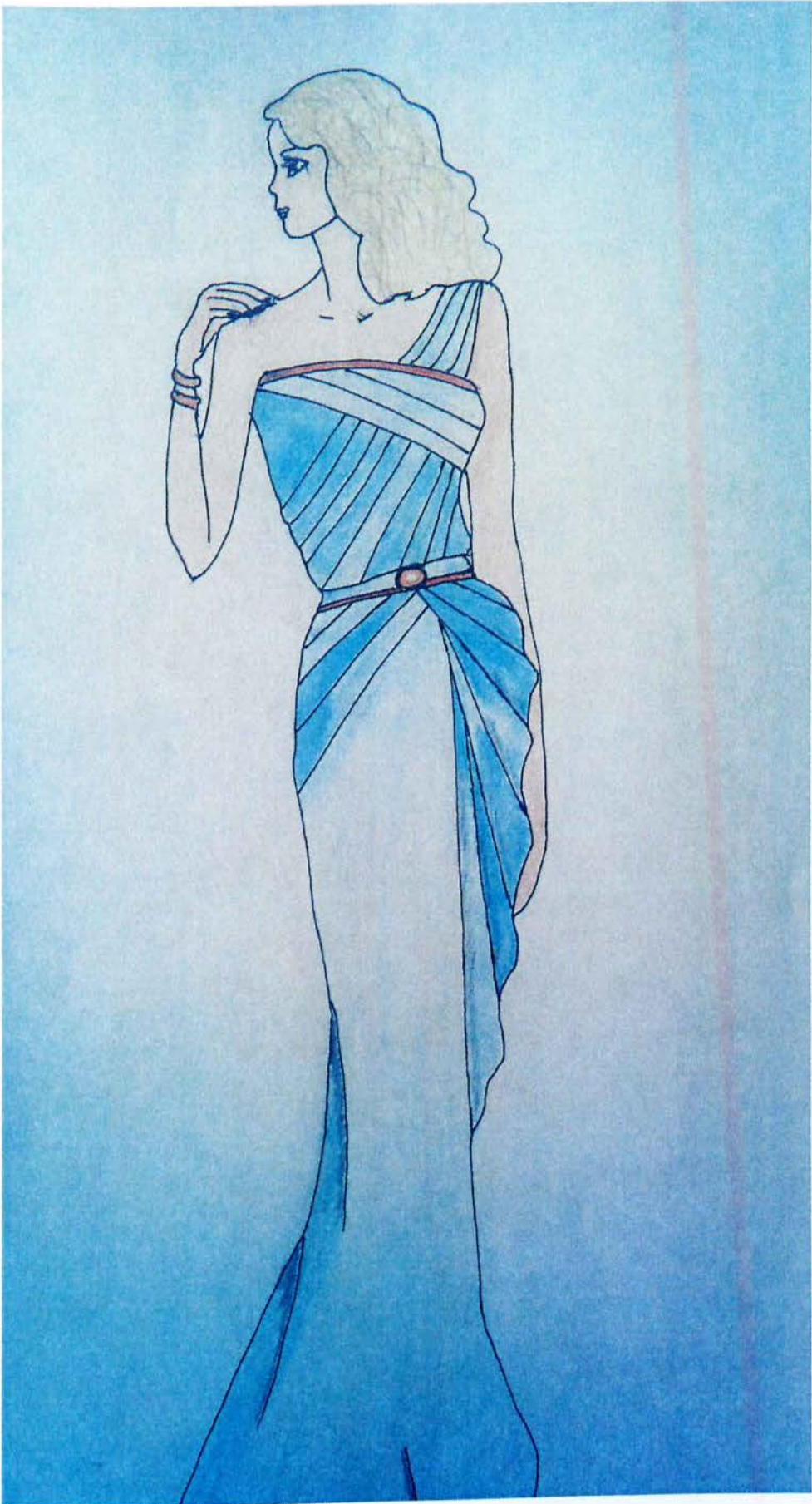
-Σχέδιο 1-



-Σχέδιο 2-



-Σχέδιο 3-



-Σχέδιο 4-



-Σχέδιο 5-



-Σχέδιο 6-



-Σχέδιο 7-



-Σχέδιο 8-



-Σχέδιο 9-



-Σχέδιο 10-



-Σχέδιο 11-



-Σχέδιο 12-



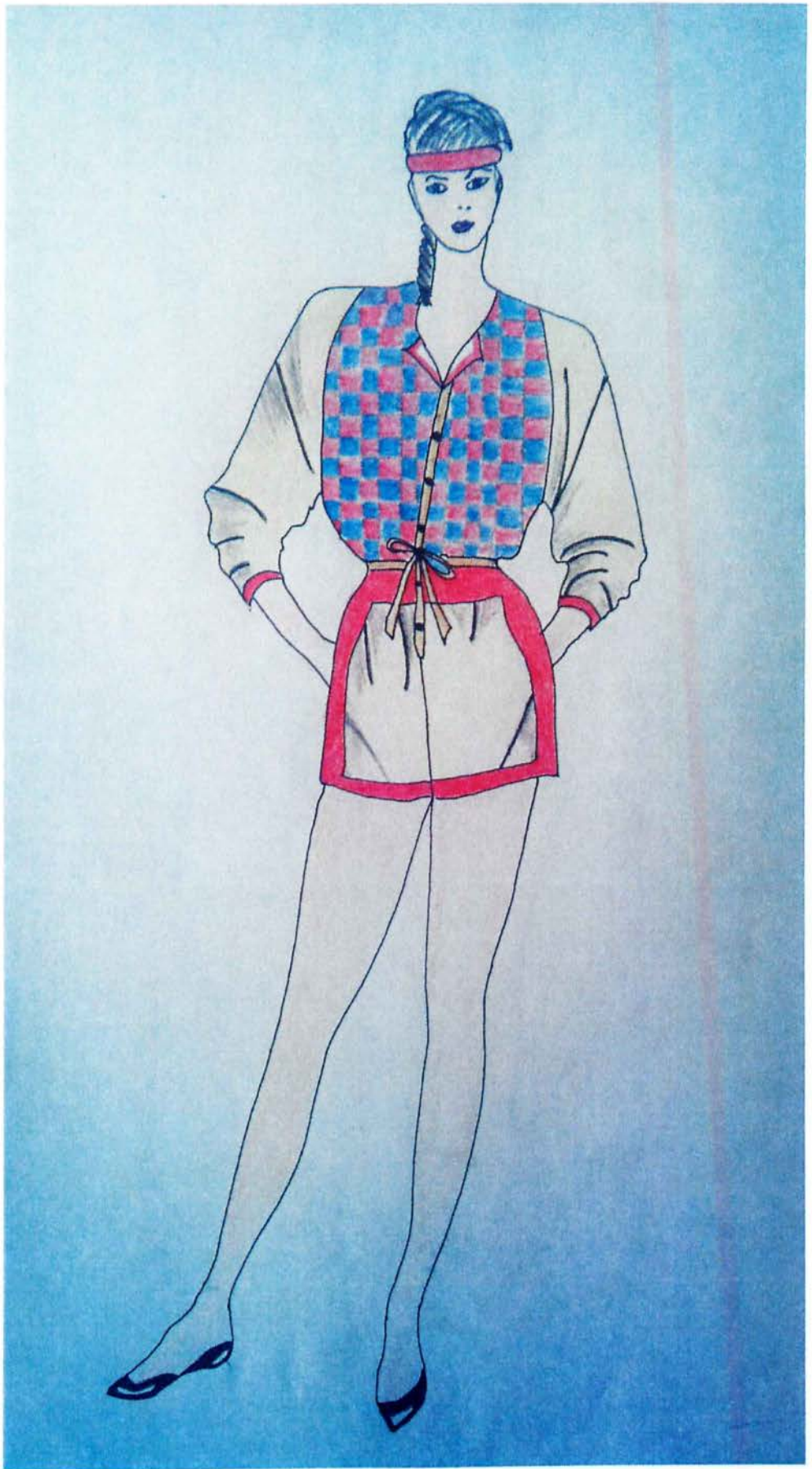
-Σχέδιο 13-



-Σχέδιο 14-



-Σχέδιο 15-



-Σχέδιο 16-



-Σχέδιο 17-



-Σχέδιο 18-



-Σχέδιο 19-



-Σχέδιο 20-

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία, μελετήθηκε ο σχεδιασμός ενδυμάτων και τα χαρακτηριστικά που αφομοιώνονται στα στυλ και που διαμορφώνονται και παγιώνονται στο πέρασμα του χρόνου.

Αρχικά, στην εργασία μου θέλησα να αναφερθώ στη μόδα και στα χαρακτηριστικά. Βέβαια, διαπιστώθηκε ότι οι βιοποριστικές ανάγκες των ανθρώπων τους ώθησαν στο να δημιουργήσουν ενδύματα ανάλογα πάντα και με τις εποχές. Με το πέρασμα όμως του χρόνου, είδαμε, ότι οι άνθρωποι θεωρούσαν τα ενδύματα όλο και πιο αναγκαία, στοιχείο που οδήγησε στο να δημιουργούν ρούχα όχι μόνο ανάλογα με τις εποχές αλλά και ανάλογα με την καθημερινότητά τους αλλά και με τις δράσεις τους που αφορούσαν ποικίλους τομείς της καθημερινότητας. Αυτό έγινε μάλιστα και σε κάποιους ανάγκη, με αποτέλεσμα σταδιακά να δημιουργηθεί η μόδα.

Στη συνέχεια διαπιστώνεται μέσα από την πορεία της εργασίας πως η μόδα για να φτάσει στη σύγχρονη της μορφή πέρασε από ποικίλα και διαφορετικά στάδια. Στην αρχή δηλαδή ήταν πιο συντηρητική κυρίως για τις γυναίκες που ο ρόλος της ήταν διαφορετικός μέσα στην κοινωνία απ' ό,τι σήμερα. Έπειτα, άρχισαν να δημιουργούνται ρούχα που τόνιζαν τη γυναικεία θηλυκότητα και τα πιο καμπυλωτά σημεία της γυναίκας. Μετά κάνουν την εμφάνισή τους τα παντελόνια, που ως την προπολεμική εποχή δεν υπήρχαν, καθώς το στυλ αρχίζει να αποκτά μια κάποια πιο παγκόσμια διάθεση και τέλος, όπως παρατηρήσαμε η μόδα έφτασε να προτείνει ό,τι θέλει κι ο καθένας μας να φορά ό,τι θέλει και όπως το θέλει.

Με βάση την ιστορικής αναδρομής στο χώρο της μόδας απ' τη δεκαετία 1900 μέχρι και την δεκαετία 2009, διαπιστώνει κανείς ότι η μόδα έρχεται, αλλάζει και επανέρχεται. Σχετικά παραδείγματα αποτελούν οι πλατφόρμες και ο κορσές. Η πλατφόρμα, εμφανίζεται για πρώτη φορά την δεκαετία του 1920-1929, φοριέται για δεύτερη φορά την δεκαετία 1940-1949, φοριέται για τρίτη φορά την δεκαετία 1970-1979 και τέλος φοριέται και την δεκαετία 2000-2009 και συγκεκριμένα φοριέται μέχρι και σήμερα.

Ο κορσές, εμφανίζεται για πρώτη φορά την δεκαετία του 1900-1909 που δίνει στο γυναικείο σώμα το σχήμα s, σχεδιάστηκε απ' την madame Paquin, η οποία θεωρείται η πρώτη γυναίκα σχεδιάστρια μόδας. Την δεκαετία 1930-1939, φοριέται για δεύτερη φορά ο κορσές που επανέρχεται ανανεωμένος και τονίζει το γυναικείο σώμα. Τέλος, φοριέται για τρίτη φορά, και μάλιστα σαν εξώρουχο.

Γενικά, γίνεται αντιληπτό ότι τα ρούχα που σχεδιάζονταν, λανσάρονταν και φοριούνταν στη διάρκεια όλων αυτών των δεκαετιών αυτές, εξακολουθούν να φοριούνται ακόμα και στη σημερινή εποχή. Η διαφορά τους έγκειται στο ότι επανέρχονται στην μόδα πιο ανανεωμένα τονίζοντας περισσότερο το γυναικείο σώμα και τονώνοντας τη γυναικεία θηλυκότητα. Επιπλέον, όλες αυτές τις δεκαετίες παρατηρούνται πολλαπλές αλλαγές τόσο στα μαλλιά και όσο στο μακιγιάζ των γυναικών, μόδα που όμως επαναφέρεται από τις γυναίκες διαρκώς. Οδηγούμαστε ουσιαστικά στην ανακύκλωση της μόδας και αυτό συμβαίνει επειδή το παρελθόν μας επηρεάζει και ταυτόχρονα μας εμπνέει.

Παρά το γεγονός όμως ότι η μόδα περνάει από διάφορα στάδια δεν παύει, όπως φάνηκε από την πορεία της εργασίας σε πολλά πράγματα να ανακυκλώνεται. Πολλές από τις τάσεις της μόδας επαναλαμβάνονται και μπορεί να κλείνει ο κύκλος ζωής του ενδύματος, αλλά κάποια στιγμή θα επανέλθει αφού πολλά στοιχεία της μόδας επανέρχονται είτε συνδυασμένες με άλλες προτάσεις είτε με άλλα αξεσουάρ είτε με άλλους συνδυασμούς. Σ' αυτή την ανακύκλωση καθοριστικό ρόλο πέρα από το σχεδιαστή, ο οποίος λανσάρει νέες προτάσεις, παίζει και η τέχνη από την οποία πολλές φορές εμπνέεται. Πέρα όμως από την τέχνη υπάρχει και πολλές άλλες πηγές έμπνευσης, όπως σκηνές από την καθημερινότητα, από τη φύση, από το διάστημα με το κίνημα του φουτουρισμού, που συνδυάζει το νέο το υπερφυσικό και έχει μάλιστα υιοθετηθεί από πολλούς μοντέρνους καλλιτέχνες.

Η εξέλιξη της μόδας βέβαια, δε θα ήταν τόσο μεγάλη, πολυποίκιλη και σημαντική, αν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δεν είχαν παίξει τόσο σημαντικό

μέσω των αναμεταδόσεων, αφού οι εκπομπές είναι ποικίλες, τα περιοδικά που αναφέρονται στη μόδα πλείστα και συνεχώς γίνεται λόγος για τάσεις που θα γίνουν μόδα ή που ήδη έχουν γίνει. Και το σημαντικότερο γεγονός μόδας που καλύπτεται παγκοσμίως από χιλιάδες μέσα ενημέρωσης είναι η εβδομάδα μόδας που έχει καθιερωθεί και πλέον την παρακολουθούν όχι μόνο οι φανατικοί οπαδοί της μόδας αλλά και απλοί πολίτες, που στην καθημερινότητά τους, αν δεν μπορούν ν' ακολουθήσουν κατά πόδας τη μόδα θέλουν τουλάχιστον να είναι περιποιημένοι με κάποια από τα στοιχεία που προβάλλονται και τους ταιριάζουν.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό με βάση τα προαναφερθέντα, ότι «η αμφίεση αποτελείώνει και επισφραγίζει το πρόσωπό μας, το συμπληρώνει και το παρουσιάζει», όπως αναφέρει ο Παπανούτσος. Η ενδυμασία αποκαλύπτει την ανθρώπινη προσωπικότητα, καθοδηγούμενη και από την κοινωνική θέση των ανθρώπων. Ο τρόπος με τον οποίο ντύνει κανείς το σώμα του αποτελεί μέρος του εαυτού του, την προβολή του προς τα έξω. Μέσω αυτής πολύ συχνά αποκαλύπτεται η ψυχική διάθεση του ανθρώπου που όταν είναι ευχάριστη αντανακλάται στο προσεγμένο ντύσιμο. Η ενδυμασία αποδεικνύει πόσο είναι προσαρμοσμένος στο περιβάλλον του ο καθένας. Το ντύσιμο που ακολουθεί τις επιταγές της μόδας δείχνει απόλυτη προσαρμογή στο περιβάλλον, ενώ η εκκεντρική ενδυμασία τη διάθεση αντίδρασης προς καθετί το παραδοσιακό.

Όσοι λοιπόν υποτάσσονται άνευ όρων στις επιταγές της μόδας το κάνουν είτε από λόγους επαγγελματικούς (καλλιτεχνικά ή μεγάλης δημοσιότητας επαγγέλματα) είτε ως ένδειξη προοδευτικότητας και νεωτεριστικού πνεύματος είτε για να εκδηλώσουν την επιθυμία για κοινωνική διαφοροποίηση και αναβάθμιση του κοινωνικού τους κύρους, αφού διακατέχονται από συμπλέγματα κατωτερότητας και επιχειρούν να τονώσουν την αυτοπεποίθησή τους, είτε ως επίδειξη νεοπλουτισμού.

Από την άλλη πάλι, όσοι αδιαφορούν εντελώς για τη μόδα ενεργούν μ' αυτό τον τρόπο είτε γιατί είναι ιδεολογικά αντίθετοι προς κάθε «κομφορμιστικό», νεωτερισμό (διανοούμενοι, κοινωνικοί επαναστάτες, σπουδαστές, άτομα με φιλοσοφικές ανησυχίες) είτε γιατί είναι άτομα του κοινωνικού ή πολιτικού περιθωρίου είτε επειδή πολλοί ισχυρίζονται πως τη

μόδα την επιβάλλουν, εκτός των άλλων, ψυχολογικοί και αισθητικοί λόγοι είτε γιατί υπάρχουν φανατικοί οπαδοί της παραδοσιακής ενδυμασίας (ηλικιωμένοι, άτομα απομονωμένων περιοχών).

Επειδή λοιπόν καμία από τις δύο ακραίες τάσεις δεν πρέπει να ακολουθείται, και καθώς η μόδα δεν αποτελεί αυτοσκοπό στη ζωή των ανθρώπων, αφού η παιδεία συντείνει στη σωστή ιεράρχηση των προτεραιοτήτων τους, πρέπει να εφαρμόζεται η μέση οδός, αφού οι διαρκείς εξελίξεις που την επηρεάζουν είναι συνεχόμενες. Αποτέλεσμα είναι η κυκλική ζωή κάθε προϊόντος, συνδυαζόμενο τόσο με παλαιά όσο και με νεότερα δεδομένα που μπορεί να προκύψουν και επηρεαζόμενη και από τα στοιχεία της τέχνης να πραγματώσουν σπουδαία αποτελέσματα τα οποία απευθύνονται σε όλες τις τάξεις των ανθρώπων και που διαφημίζονται ευρέως πλέον μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

❖ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ιωάννα Σουλιώτη. Το βιβλίο του στυλ. Εκδόσεις Μίνωας
- Δημοσθένης Δαββέτας. Μόδα και σύγχρονη τέχνη. Εκδόσεις Ευρασία
- Jacqueline Morley. Η μόδα μέσα στους αιώνες. Εκδόσεις Μοντέρνοι Καιροί.
- Jay and Ellen Diamond. Ενδύματα, Υποδήματα και είδη μόδας. Εκδόσεις Ίων
- Κυριάκος Τριπολιτσιώτης, Παναγιώτης Θάνος. Σχεδιασμός ενδυμάτων Ι.Τεχνικά επαγγελματικά εκπαιδευτήρια. Β' Τάξη- 1^{ου} Κύκλου. Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα
- Σημειώσεις μαθήματος Ενδυματολογίας. Rigas Κυριάκος Τριπολιτσιώτης
- Δημιουργία και μόδα. Pan-sik scuola di moda. Creazione e moda
- Δημητρέλης Λεωνίδας, Δάκης Α. Μόδα και design, 1992

❖ ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Carr Harold Pomeroy, John-c. Fashion design and product development, 1992

❖ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- http://users.sch.gr/symfo/sholio/ekthesi/a_likiu/a06.moda.htm
- http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion#Areas_of_fashion
- http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/1391/PETAL_A.pdf?sequence=1
- <http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion>
- (<http://maga.gr/2011/06/16/φουτουρισμός-με-το-βλέμμα-στο-μέλλον/>).
- <http://www.lookabout.gr/?p=4384>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/Φουτουρισμός>

- <http://keraban.wordpress.com/2008/05/23/ρετροφουτουρισμοσ/>
- ¹<http://translate.google.com/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Retro-futurism>
- http://www.google.gr/#q=πως+ο+φουτουρισμος+επηρεαζει+την+μοδα&hl=el&prmd=imvns&ei=FI-eT9C5G8mYOsDJzPsB&start=10&sa=N&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&fp=2d4c53c230089f45&biw=1008&bih=610
- http://www.notjustalabel.com/editorial/postmodernism_and_fashion
- <http://translate.google.com/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&rurl=translate.google.com&u=http://www.notjustalabel.com/editorial/articles>
- http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion_week#Characteristics
- <http://www.in2life.gr/indulgence/fashion/articles/219048/article.aspx#bellw>
- http://www.multilingualarchive.com/ma/enwiki/el/Fashion_journalism
- <http://el.wikipedia.org/wiki/Vogue>
- <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/1391/PETALA.pdf?sequence=1>
- http://www.pdestereas.gr/allowindex/TRAPEZA_THEMATON/Themata_2006/A_Lykeiou_Filologika/NG/29.pdf

❖ ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Vogue, Δεκέμβριος 2010, No 13

