



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής / University of West Attica



Διπλωματική Εργασία

Τμήμα Βιομηχανικού Σχεδιασμού και Παραγωγής

Ενδυση και η Βιομηχανία της Μόδας

Attire and Fashion Industry

Σπουδαστής: Αργύριος Μάντης Α.Μ. 70143707

Επιβλέπων Καθηγητής: Γ. Πρινωτάκης

Πειραιάς 2021



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗΣ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η ΎΝΔΥΣΗ ΚΑΙ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΟΔΑΣ

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η πτυχιακή/διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

A/α	ΟΝΟΜΑΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗΥΠΟΓΡΑΦΗ
	ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΡΙΝΙΩΤΑΚΗΣ	ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	
	ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΑ ΣΦΥΡΟΕΡΑ	ΛΕΚΤΟΡΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ	
	ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΓΚΟΤΣΟΠΟΥΛΟΣ	ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο/η κάτωθι υπογεγραμμένος/η Μάντης Αργύριος Του Ηλία, με αριθμό μητρώου 70143707 φοιτητής/τρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Μηχανικών του Τμήματος Βιομηχανικής Σχεδίασης και Παραγωγής δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

**Επιθυμώ την απαγόρευση πρόσβασης στο πλήρες κείμενο της εργασίας μου μέχρι και έπειτα από αίτηση μου στη Βιβλιοθήκη και έγκριση του επιβλέποντα καθηγητή*

Ο/Η Δηλών/ούσα



* Ονοματεπώνυμο/Ιδιότητα

(Υπογραφή)

Ψηφιακή Υπογραφή/Επιβλέποντα

** Σε εξαιρετικές περιπτώσεις και μετά από αιτιολόγηση και έγκριση του επιβλέποντα, προβλέπεται χρονικός περιορισμός πρόσβασης (embargo) 6-12 μήνες. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να υπογράψει ψηφιακά ο/η επιβλέπων/ούσα καθηγητής/τρια, για να γνωστοποιεί ότι είναι ενημερωμένος/ή και συναινεί. Οι λόγοι χρονικού αποκλεισμού πρόσβασης περιγράφονται αναλυτικά στις πολιτικές του I.A. (σελ. 6):*

https://www.uniba.gr/wp-content/uploads/2021/01/%CE%A0%CE%BF%CE%B8%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CC%81%CF%82_%CE%99%CE%B4%CF%81%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%85%CC%81_%CE%91%CF%80%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CC%81%CE%BF%CF%85_final.pdf

Copyright © Αργύρης Μάντης

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved

ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή και γενικά η ολική, μερική ή περιληπτική αναπαραγωγή του περιεχομένου της παρούσας εργασίας για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης. Ερωτήματα που αφορούν την χρήση της διπλωματικής εργασίας πρέπει να απευθύνονται στον συγγραφέα. Η απαγόρευση αυτή ισχύει σύμφωνα με τους Ευρωπαϊκούς Νόμους και Κανονισμούς.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Τμήμα Βιομηχανικής Σχεδίασης και Παραγωγής του ΠΑΔΑ δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Περίληψη

Τί εννοούμε με τους όρους Μόδα και Ενδυμασία; Πώς και πότε ξεκίνησε η βιομηχανική επανάσταση στην ενδυμασία; Τί σημαίνει κοινωνική αντίληψη για την μόδα; Πώς η ενδυματολογική μόδα εκφράζει τις οικονομικές, ταξικές, εθνικές και ανθρωπολογικές έννοιες; Για ποιούς λόγους η ενδυματολογική μόδα έχει μεγάλη σημασία για τον άνθρωπο; Όλα τα παραπάνω παρουσιάζονται μέσα από την παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο: Η Ενδυση και η Βιομηχανία της Μόδας. Στο πρώτο μέρος της εργασίας γίνεται η προσέγγιση της Μόδας και Ενδυμασίας και αναπτύσσονται έννοιες όπως «κοινωνική αντίληψη και μόδα» και « Η μόδα σαν ένα σύμβολο εθνικής ταυτότητας και κυριαρχίας». Στο δεύτερο μέρος μέσα από την ανατομία της Ενδυσης και την ιστορική αναδρομή της, κατανοούμε την σχέση της με τον άνθρωπο άνα τους αιώνες, παράλληλα βλέπουμε και την αλληλεπίδραση της με την έννοια της Μόδας αλλά και την Βιομηχανική επανάσταση. Στο τρίτο και τελευταίο μέρος της πτυχιακής έχουμε το πειραματικό σκέλος με ένα ερωτηματολόγιο δομημένο με ερωτήσεις και χαρακτηριστικά που σχετίζονται όλες οι παραπάνω έννοιες όπως: της μόδας της ενδυμασίας, της βιομηχανίας, τις οικονομικές, ταξικές, εθνικές και ανθρωπολογικές έννοιες κλπ. Μέσα από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου σε ένα αρκετά σημαντικό δείγμα ανθρώπων βλέπουμε και τις επιρροές της μόδας και της ενδυμασίας στον σύγχρονο άνθρωπο σε οικονομικό, ταξικό, εθνικό και κοινωνικό επίπεδο. Με αυτόν τον τρόπο το ερωτηματολόγιο μπορεί να λειτουργήσει και ως ένα χρήσιμο εργαλείο στο γενικότερο τμήμα των πωλήσεων τον χώρο του marketing και ευρύτερα όσον αφορά την ένδυση και την βιομηχανία της μόδας.

Abstract

What do we mean using the terms fashion and clothing? How and when did the Industrial Revolution in clothing begin? What does social perception mean as far as fashion is concerned? How does costume fashion express the economic, class, national and anthropological concepts? On what grounds does the costume fashion have great significance for an individual? All the above-mentioned is introduced in the present dissertation by the title: Attire and Fashion Industry? In the first part of the thesis, the approach of fashion and clothing is being made and concepts are developed such as “social perception and fashion” as well as “Fashion as a symbol of national identity and sovereignty?” In the second part, through the anatomy of Vesture and its historical perspective we comprehend its importance for a human being throughout the ages. At the same time, though, we observe the interaction with the meaning of Mode and the Industrial Revolution as well. In the third and last part of the dissertation we have the experimental strand with a structured questionnaire which consists of questions and characteristics which are relevant to all the aforementioned concepts such as: fashion, clothing, industry, economic, class, national and anthropological cones, etc. As saying the answers of the questionnaire in a significant sample of people we are able to see the influence of fashion and clothing over modern man on a social, economic, class and national level. In this way, the questionnaire can serve as a useful tool in the general sales segment, the field of marketing and in a broader sense when it comes to clothing and fashion industry.

Αφιέρωση
Αφιερώνω την διπλωματική μου εργασία
στην Οικογένεια μου.

Ευχαριστίες

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε από τον φοιτητή Μάντη Αργύριο του τμήματος Βιομηχανικής σχεδίασης και Παραγωγής κατά το ακαδημαϊκό έτος 2020 -2021 υπό την επίβλεψη των καθηγητών/τριών κ. Γ. Πρωινότακη και κ. Ε. Σφυρόερα για αυτό θα ήθελα να τους ευχαριστήσω ιδιαίτερα όπως και την κ. Ε. Τσατσαρού για την αμέριστη καθοδήγηση, συμπαράσταση και υποστήριξη που μου παρείχαν καθ' όλη την διάρκεια της διεκπεραίωσης της παρούσας διπλωματικής μου εργασίας. Από τις ευχαριστίες δεν θα μπορούσα να παραλείψω και όλους τους διδασκάλους μου που με τις γνώσεις τους όλα αυτά τα χρόνια με βοήθησαν στο να ολοκληρώσω τις σπουδές μου. Τελειώνοντας θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα και την οικογένεια μου για την υπομονή και την συμπαράσταση που μου παρείχε καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

Αργύρης Μάντης

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	
i. Αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας	11
ii. Μεθοδολογία	11
iii. Δομή	11
Κεφάλαιο 1 Βιομηχανία της Μόδας	
1.1 Εισαγωγή	12
1.2 Η μόδα ως κοινωνική αντίληψη στον 20 ^ο αιώνα	14
1.3. Η ενδυματολογική μόδα σαν ένα σύμβολο εθνικής ταυτότητας και κυριαρχίας	14
i Η μάχη της μαντίλας	16
ii Μαχάτια Γκάντι και Χαντάρ (αγνό Khadi)	17
1.4 Τα στάδια δημιουργίας της μόδας	18
1.5 Πώς διαμορφώνεται η μόδα	19
1.6 Μόδα και καταναλωτισμός	19
Κεφάλαιο 2 Ενδυμασία	
2.1 Εισαγωγή	20
2.2 Τα πρώτα ενδύματα	21
2.3 Η ανατομία του ενδύματος	22
2.4 Ιστορία της ενδυμασίας	23
2.5 Μεσοποταμία	24
2.6 Αίγυπτος	25
2.7 Αρχαία Ελλάδα	26
i Μικηναϊκός Πολιτισμός	26
ii Κλασική αρχαιότητα & αρχαϊκή περίοδος	27
2.8 Ρώμη	29
2.9 Βυζάντιο	30
2.10 Μεσαιωνική Ευρώπη	32
2.11 Η ενδυμασία από τα τέλη του 15 αι. έως τις αρχές του 19 αιώνα (Αναγέννηση,Μπαρόκ,Ροκοκό, Νεοκλασικισμός)	33
2.12 2 ^{ος} αιώνας	36
Κεφάλαιο 3 Ορισμοί	
3.1 Ένδυμα	38
3.2 Ενδυμασία	38
3.3 Μόδα	38
3.4 Αίτιο δημιουργίας της ενδυμασίας	38
3.5 Οι λειτουργίες της ενδυμασίας	38
3.6 Ο κλάδος της ένδυσης και η Βιομηχανική Πολιτική	39
3.7 Η Διαδικασία κατασκευής ενδυμάτων	39
3.8 Βιομηχανική Πολιτική στον χώρο της Ένδυσης	40
Κεφάλαιο 4 Δημογραφική έρευνα – Ερευνητική μεθοδολογία	
4.1 Εισαγωγή	41
4.2 Δείγμα και συλλογή δεδομένων	41
4.3 Εγκυρότητα περιεχομένου ερωτηματολογίου	42
4.4 Ερωτήσεις	42
4.5 Παρουσίαση αποτελεσμάτων	42

Κεφάλαιο 5 Ερωτηματολόγιο Μόδα και ενδυμασία	
Στατιστικά αποτελέσματα ερωτήσεων ερωτηματολογίου	43
5.1 Φύλλο	47
5.2 Ηλικία	48
5.3 Σπουδές	49
5.4 Εργασία	50
5.5 Μηνιαίο εισόδημά	51
5.6 Με ποια κριτήρια ψωνίζετε	52
5.7 Σας ενδιαφέρει η μόδα	53
5.8 Η μόδα αποτελεί έναν προσωπικό τρόπο έκφρασης του κάθε ανθρώπου	54
5.9 Η μόδα δηλώνει κάποιες πεποιθήσεις και ιδεολογικές τάσεις των ατόμων που την υιοθετούν	55
5.10 Οι μεγάλοι σχεδιαστές ,δημιουργοί μας επιβάλλουν την μόδα	56
5.11 Η μόδα μπορεί να προκαλέσει μια ευρύτερη κοινωνική αναστάτωση	57
5.12 Ασχολείστε με την ενδυμασία	58
5.13 Πιστεύετε το πώς ντύνουμε το σώμα μας δεν είναι καθόλου ασήμαντο η τυχαίο γεγονός	59
5.14 Πιστεύετε ότι η ενδυμασία του ανθρώπου φανερώνει και την προσωπικότητά του	60
5.15 Το ένδυμα του κάθε ανθρώπου μπορεί να είναι και σύμβολο εθνικής ταυτότητας	61
5.16 Η ενδυμασία αποτελεί την προβολή του εαυτού μας προς τα έξω	62
5.17 Το ένδυμα φανερώνει την οικονομική και ταξική προέλευση των ανθρώπων	63
5.18 Η ενδυμασία μπορεί να δηλώνει την κοινωνική τάξη των ανθρώπων	64
5.19 Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση	65
5.20 Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη προστασίας του ανθρώπινου σώματος	66
5.21 Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη κάλυψης του ανθρώπινου σώματος	67
5.22 : 1ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Φύλο και Ενδιαφέρον για την Μόδα	68
5.23: 2ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Ηλικία και Ενδιαφέρον για την Μόδα	69
5.24 : 3ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Φύλο και Η μόδα αποτελεί έναν προσωπικό τρόπο έκφρασης του κάθε ανθρώπου	70
5.25 : 4ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Ηλικία και Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση	71
5.26 : 5ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Κοινωνικό κριτήριο και οι μεγάλοι σχεδιαστές	72
5.27 : 6ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Μηνιαίο εισόδημα και ενδιαφέρον με τη μόδα	73
5.28 Περιγραφική ανάλυση, Συμπεράσματα	74
5.29 Επίλογος	75
Βιβλιογραφία	76
Φωτογραφίες	81

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Η Κοκό Σανέλ με το περίφημο μαύρο φόρεμα	15
Εικόνα 2: Ο δημιουργός του μπικίνι Λουί Ρεάρ	16
Εικόνα 3: Μαντίλα	16
Εικόνα 4: Ο Μαχάτιμα Γκάντι με το λευκό χειροποίητο ένδυμα «Χαντάρ»	18
Εικόνα 5: Ο Μαχάτιμα Γκάντι μαθαίνοντας να γνέθει με τη «χάρκω», ρόκα	18
Εικόνα 6: Ζεύγος γυναικείων χρυσών βραχιολιών Ελληνιστικοί χρόνοι	19
Εικόνα 7: Το προπατορικό αμάρτημα και η έξωση, Μικελάντζελο	20
Εικόνα 8: Αρχαίο ένδυμα	21
Εικόνα 9: Το ένδυμα από το Ταρκάν της Αιγύπτου	22
Εικόνα 10: Άγαλμα του Γουδέα, ηγεμόνα σουμερικής πόλης	24
Εικόνα 11: Δαρείος ο μέγας - απο τα ανάκτορα της Περσέπολης	24
Εικόνα 12: Τσιχογραφία απο το Λούξορ της Αιγύπτου 18η δυναστεία	25
Εικόνα 13: Τσιχογραφία απο το Λούξορ της Αιγύπτου 18η δυναστεία	26
Εικόνα 14: Η περίφημη τσιχογραφία με τις Γαλάζιες Κυρίες, ανάκτορο Κνωσού	27
Εικόνα 15: Ο πρίγκιπας με τα κρίνα	27
Εικόνα 16: Η Πεπλοφόρος 530 π.Χ.	28
Εικόνα 17: Υπόλευκος χιτώνας από κουκουλάρικο υφαντό πλάτους 61-64εκ	28
Εικόνα 18: Η κόρη της Lyon 640 π.Χ.	29
Εικόνα 19: Κρατήρας του Ευφρονίου: Ο θάνατος του Σαρπηδόνα 510 π.Χ.	29
Εικόνα 20: Μαρμάρινο ρωμαϊκό άγαλμα του Καίσαρα Αυγούστου	30
Εικόνα 21: Χάλκινο άγαλμα του αυτοκράτορα Οκταβιανού Αυγούστου	30
Εικόνα 22: Η Θεοδώρα και η συνοδεία της	31
Εικόνα 23: Ο Αυτοκράτορας Ιουστινιανός με την συνοδεία του	31
Εικόνα 24: Το φίλι του Ιούδα, νωπογραφία, Τζόττο 1303-1305	32
Εικόνα 25: Μαρία της Βουργουνδίας, Μιχαέλ Πάγερ 1490	32
Εικόνα 26: Piero di Cosimo, Μαγδαληνή 1500 μ.Χ.	33
Εικόνα 27: Ενδυμασία φρουρού απο την Παπική ελβετική φρουρά	34
Εικόνα 28: Ο Λουδοβίκος Ι Εικ. Ε' με την ενδυμασία της στέμης	34
Εικόνα 29: Η Μαρκήσια Μαντάμ ντε Πομπαντούρ, 1745 μ.Χ.	35
Εικόνα 30: Ο Ναπολέων Βοναπάρτης	35
Εικόνα 31: Η πρώτη κλωστική μηχανή του Χάργκρειβς (Hargreaves)	36
Εικόνα 32: άνδρες με κουστούμι της εποχής 19 ^{ος} αιώνας	37

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1: Η ιστορική εξέλιξη της ενδυμασίας	23
Πίνακας 2: Η ιστορική εξέλιξη της ενδυμασίας	23

Η Ενδυση και η Βιομηχανία της Μόδας

Διπλωματική Εργασία

Εισαγωγή

Το αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας είναι μια σημειολογική¹ προσέγγιση για την Ενδυση και την βιομηχανία της Μόδας. Ενώ αναλύονται οι κοινωνικές, ανθρωποκεντρικές, ψυχολογικές, εθνικές, ιστορικές και οικονομικές προεκτάσεις αυτών των δύο εννοιών.

i. Αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας

Η έννοια της μόδας σε σχέση με την ενδυμασία αναλύονται διεξοδικά στην παρούσα διπλωματική εργασία μέσα από διάφορες έννοιες, όπως: «μόδα ως κοινωνική αντίληψη», «μόδα ως σύμβολο εθνικής ταυτότητας», «στάδια δημιουργίας της μόδας» και «ιστορία της ενδυμασίας». Μέσα από αυτές τις αναλύσεις προσεγγίζονται βαθύτερα και οι δύο έννοιες της Ενδυμασίας και της βιομηχανίας της Μόδας σε σχέση βέβαια με τον παράγοντα άνθρωπο και το κοινωνικό του περιβάλλον.

ii. Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε έχει τα εξής χαρακτηριστικά: αρχικά έγινε η γνωριμία και η προσέγγιση σε σχέση με τις δύο έννοιες: Ενδυση και βιομηχανία της Μόδας ενώ στην παράλληλα έγινε και μία σύντομη ιστορική αναδρομή. Στην συνέχεια έγινε το πειραματικό και ερευνητικό μέρος της διπλωματικής εργασίας που σχετίζεται άμεσα με τις αυτές τις έννοιες. Στο πειραματικό μέρος επλέχθηκε η περιγραφική έρευνα (Descriptive research) που απευθύνεται σε απαντήσεις σε ερωτήσεις ενώ για την συλλογή των πληροφοριών χρησιμοποιήθηκε μία φόρμα ενός ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε με βάση την διεξοδική ανάλυση των δύο εννοιών της διπλωματικής (μόδας και ενδυμασίας) ενώ αποτελείται από δύο κύρια μέρη. Στο πρώτο μέρος έχουμε τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων ενώ το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει ερωτήσεις για την διερεύνηση των απόψεων των ερωτηθέντων. Μέσα από τις διάφορες απαντήσεις φαίνονται και οι κυρίαρχες τάσεις, απόψεις επιλογές, συνήθειες σε σχέση με τις έννοιες ενδυμασία και βιομηχανία της μόδας. Παράλληλα ερευνήθηκε και το πώς σχετίζεται η επιλογή στην ενδυμασία με το οικονομικό μέρος ενός καταναλωτή. Με αυτόν τον τρόπο το ερωτηματολόγιο μέσω των απλών ερωτοαπαντήσεων γίνεται ένα χρήσιμο εργαλείο όχι μόνο για κάθε ερευνητή, αλλά και για κάθε εταιρεία και για κάθε ανώτερο στέλεχος του Μάρκετινγκ (που σχετίζεται με την ενδυμασία και την βιομηχανία της Μόδας) με σκοπό να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα.

iii Δομή

Η δομή της διπλωματικής εργασίας αποτελείται από δύο μέρη, το θεωρητικό μέρος και το πειραματικό. Το θεωρητικό μέρος περιλαμβάνει ενδυμασία και την βιομηχανία της Μόδας ενώ στο πειραματικό εμπιρεύονται: η έρευνα τα αποτελέσματα και η στατιστική και περιγραφική ανάλυση. Επίσης παρατίθενται γραφικές παραστάσεις των αποτελεσμάτων και ραβδογράμματα.

¹ Είναι η γενική μελέτη των σημείων από τα οποία συντίθεται η κοινωνική ζωή. Μπορούμε να ιεραρχήσουμε τα συστήματα σημείων από τα πιο απλά, ως τα πιο σύνθετα π.χ. οι πολιτισμικοί κώδικες η μόδα, ενδυμασία η μουσική κλπ.

1. Η Βιομηχανία της Μόδας

1.1 Εισαγωγή

Η Μόδα στην Αγγλική γλώσσα “fashion” προέρχεται από το λατινικό “facere”. Ενώ στην Γαλλία (mode) όπως και σε πολλές Ευρωπαϊκές γλώσσες απορρέει από το λατινικό modus που σημαίνει τρόπος ή διάθεση. Η βασική αρχή της μόδας αποκαλύπτεται από την σχέση μεταξύ των παραγώγων του “modus” και του όρου “modern”, με την αρχική σημασία του “τόρα για το αύριο”. Η μόδα, σύμφωνα με τον δοκιμιογράφο και φιλόσοφο Walter Benjamin, είναι «η αιώνια επανάληψη του νέου» ενώ «Μόδα υπάρχει μόνο όταν επιδιώκεται η αλλαγή για την αλλαγή και πραγματοποιείται σχετικά συχνά». Αν θελήσουμε να δώσουμε τον ορισμό της μόδας θα λέγαμε ότι είναι μια συνήθεια των ανθρώπων σύνταξη η παροδική με κάποιες προτιμήσεις μιας εποχής στην πολιτισμική και πολιτιστική σφαίρα καθώς και στον τρόπο ζωής του κάθε ανθρώπου. Όσον αφορά την μόδα σε σχέση με το ένδυμα ή την ενδυμασία γενικότερα είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο που γίνεται ευρύτερα αισθητό σε κάθε άνθρωπο και σε κάθε φυλή². Η μόδα αποτελεί έναν τρόπο έκφρασης κι έρχεται να δηλώσει όχι μόνο κάποιες πεποιθήσεις αλλά και ιδεολογικές τάσεις των ατόμων που την υιοθετούν. Υπό μια ευρύτερη έννοια η ενδυματολογική μόδα δημιουργείται καθώς υπάρχει η ανάγκη των ανθρώπων προβολής, ανταγωνισμού, μίμησης και απόρνησης στις μεταξύ τους σχέσεις. Το άτομο μέσω της μόδας, και κυρίως μέσω των ενδυματολογικών του επιλογών επιχειρεί να παρουσιάσει κάποιες σημαντικές πτυχές της προσωπικότητάς του. Η ενδυμασία κάθε ανθρώπου δεν είναι ένας τυχαίος συνδυασμός ρούχων αλλά μια συνειδητή προσπάθεια διαμόρφωσης μιας συγκεκριμένης προβολής και εικόνας. Η ενδυματολογική μόδα είναι αυτή που τους προσφέρει και την δυνατότητα μιας ευρύτερης εκφοράς στοιχείων και συναισθημάτων που απαρτίζουν την προσωπικότητα τους. Η κάλυψη και διακόσμηση του ανθρώπινου σώματος με είδη ένδυσης, υπόδησης, και αξεσουάρ εκφράζει κατά κύριο λόγο την βασική ανάγκη κάλυψης και προστασίας του ανθρώπινου σώματος. Παράλληλα όμως εκφράζει και την ανάγκη του κάθε ανθρώπου για μια κοινωνική και πολιτισμική³ αναγνώριση και συμμετοχή. Στο κόσμο μας είναι εμφανείς η ενδυματολογικές διαφορές που η βασική δομή τους περιλαμβάνει την αποδοχή και τον σεβασμό.

Έξοχα ο Ευάγγελος Παπανούτσος⁴ στο περίφημο πόνημα με τίτλο «Ο άνθρωπος και το φόρεμα» μας αναφέρει τα εξής «.....Το φόρεμα (ανθρώπινη επινόηση και φροντίδα) ως προστασία και στολισμός αποτελείώνει και επισφραγίζει το “πρόσωπό” μας, το συμπληρώνει και το παρουσιάζει. Το πώς ντύνομε το σώμα μας (από την κεφαλή έως τα πόδια), με τι υλικά και με ποιο τρόπο, δεν είναι καθόλου ασήμαντο ή τυχαίο γεγονός για την υπόστασή μας, τη “δημόσια” και την “ιδιωτική”. Αποτελεί μέρος του εαυτού μας, την προβολή του προς τα έξω, και εκφράζει την προσωπική μας υφή: το πώς θέλουμε να μας βλέπουν οι άλλοι και τα δικά μας μάτια. Γδύνετε έναν άνθρωπο (στο ιατρείο, στο στρατόπεδο, στη φυλακή) και χάνει αμέσως την αυτοπεποίθηση, τη δύναμη, το γόητρό του. Έχει την εντύπωση ότι τον αφαιρέσατε και κρατάτε στα χέρια σας όχι απλώς το περιβλήμα, αλλά ένα μεγάλο μέρος από την ουσία του. Ότι τον ακρωτηριάσατε. Φαντάζεστε ότι μπορεί να επιβληθεί, να έχει συνείδηση του εαυτού του “πλήρη”, να ασκήσει την εξουσία ή την αποστολή του ένας αξιωματικός χωρίς στολή, ένας παπάς δίχως ράσο, ένας δικαστής ντυμένος όπως ο κατηγορούμενος; Στις αρχαίες κοινωνίες, στους λαούς τους πρωτόγονους όχι μόνο το επίσημο φόρεμα (του φύλαρχου, του ιερέα κτλ.), αλλά και το καθημερινό λογαριάζεται πολύ. Πιστεύεται ότι είναι μέρος του ανθρώπου που το φορεί, συνέχεια, απόληξη του, ότι μετέχει στην ουσία του, έχει εμποτισθεί απ’ αυτήν....Και γι’ αυτό, εάν κατορθώσει κανείς να προμηθευτεί έστω και ένα κομματάκι από το ρούχο του εχθρού ή του αγαπημένου του, μπορεί να τον κάνει υποχείριό του. Ο πρωτόγονος άνθρωπος (και με τη νοοτροπία του

² Με τον όρο φυλή στην ανθρωπολογία και την κοινωνιολογία εννοείται μια θεωρητική μορφή κοινωνικής οργάνωσης, βασισμένη σε μικρότερες ομάδες ανθρώπων.

³ Με τον όρο πολιτισμικότητα εννοούμε την συνύπαρξη σε ένα δεδομένο γεωγραφικό χώρο μιας πολλαπλής πολιτισμικής ετερότητας, η οποία κυρίως εδράζεται σε εθνική, θρησκευτική και γλωσσική διαφορά.

⁴ Ο Ευάγγελος Παπανούτσος ήταν σημαντικός Έλληνας παιδαγωγός, φιλόσοφος και δοκιμιογράφος του 20ου αι.

σκέπτονται και ενεργούν παρά πολλοί, ακόμη και μέσα στις πιο εξελιγμένες κοινωνίες) φοβάται και "φυλάει" τα ρούχα του. Όπως και την αλακόνιση, το είδωλό του. Περιέχουν, κατά κάποιον τρόπο, την υπόστασή του, και όταν τα παραδίνει ή του τα αρπάζουν, πιστεύει ότι έχει εκχωρήσει ένα μέρος του εαυτού του στη διάκριση του άλλου και βρίσκεται πια κάτω από τον έλεγχό του....»

Το φόρεμα παρατηρεί ο J. Stoetzel⁵, αποτελεί ένα στοιχείο απαραίτητο τόσο της φυσικής όσο και της κοινωνικής «συνείδησης του εγώ» (αυτοσυνείδησης). Το σώμα καθαυτό είναι κάτι ατελείωτο, λευκό, ατελές χωρίς το φόρεμα που το ντύνει. «Η γυμνότητα γίνεται ασηθητή ως απουσία, ως αληθινή στέρησις». «Οι ιδιότητες του φορέματος υποκατασταίνονται στις σωματικές ιδιότητες κ' έτσι μπαίνουν μέσα στη συνείδηση του εγώ». Είναι ολοφάνερο το τι οφείλει στο φόρεμα η συνείδηση του κοινωνικού ρόλου, μας φτάνει να κοιτάξουμε τον εαυτό μας για να αισθανθούμε μέσα στα φορέματα μας, για να ξέρουμε τι είμαστε: αστοί μέσα στο πανωφόρι, εργάτες κάτω από τον σκούφο, αγρότες επάνω στα χοντρά παπούτσια.

Βέβαια η ενδυματολογική μόδα μπορεί και τροποποιείται ανάλογα με τις εκάστοτε κοινωνικές συνθήκες. Και αυτός είναι και ο λόγος που η μόδα μπορεί να διαχωριστεί από το «έθιμο» η την «συνήθεια» που περιλαμβάνουν κάποιες σχεδόν, αμετάβλητες μορφές πεποιθήσεων και συμπεριφορών των ανθρώπων. Στις παραδοσιακές κοινωνίες που τα έθιμα αλλάζουν με αργούς ρυθμούς η μόδα είναι μια αρκετά ξένη έννοια παρόλα αυτά όμως, η μόδα έχει εθμική βάση. Από τη μια πλευρά οι άνθρωποι που ακολουθούν τη μόδα επιδιώκουν να είναι ξεχωριστοί. Ενώ από την άλλη οι άνθρωποι που ντύνονται με ένα συγκεκριμένο στυλ μας φανερώνουν ένα είδος συγγένειας με άλλους ακολούθους της μόδας. Στην ιδέα αυτή μπορεί να προστεθεί και η έκφραση ότι «η μόδα είναι ένα έθιμο με προσωπείο την αποφυγή του εθίμου». Παρότι μερικές φορές η μόδα μπορεί και κρυσταλλώνεται σε μια μόνιμη συνήθεια συννοσημένη βέβαια και με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα ενός εθίμου. (E. Sapir.⁶)

Σημαντικοί ερευνητές ασχολήθηκαν με τη μόδα και την ενδυμασία ως κοινωνικά φαινόμενα από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα.

Ο Βικτωριανός ποιητής και συγγραφέας Όσκαρ Ονάλντ ανέφερε για την μόδα ότι 'Συνήθως είναι μια μορφή ασχήμιας τόσο ανυπόφορη που πρέπει να την αλλάζουμε κάθε έξι μήνες'

Ο οικονομολόγος Thorstein Veblen (1957) προσέγγισε τα ενδύματα σαν προσαρμοστικές στρατηγικές, που χρησιμοποιούνται από τα άτομα, όταν συμμετέχουν στις συλλογικές κοινωνικές εμπειρίες.

Ο φροϋδιστής ψυχολόγος J. C. Flügel, δημοσίευσε το 1930, το βιβλίο του «The Psychology of Clothes». Ενώ πιστεύει ότι η μόδα βασίζεται στις σεξουαλικές διαφορές των ανδρών και γυναικών.

Ο μελετητής Malcom Barnard στο βιβλίο του "Fashion as Communication", τονίζει ότι το ένδυμα είναι συστατικό της ταυτότητας του καθενός. Ενώ η μόδα και η ενδυμασία συμβάλουν στην κοινωνικοποίηση και στους ρόλους ισότητας και σεξουαλικότητας του ατόμου.

Ο Δ. Δαβέτας⁷ στο βιβλίο του «Μόδα και μοντέρνα τέχνη» μας αναφέρει ότι «...Η μόδα γεννήθηκε από τη στιγμή που η εμφάνιση και το ένδυμα παύει να φανερώνει την οποιαδήποτε οικονομική ή ταξική προέλευση, ενώ παύει να αντανακλά και την κοινωνική εικόνα αυτού που το φορά... Όταν ο ντυμένος γίνεται αντιληπτός όχι από την ηλικία και την κοινωνική ταξινόμηση του ρούχου αλλά από την εξατομίκευση του και την προσωπικότητα του. Είναι πια η στιγμή που ο τρόπος (το "modus") ντυσίματος υπηρετεί την ελευθερία της ατομικότητας, είναι αυτή η στιγμή που το ρούχο απελευθερώνεται από τις κοινωνικές ομάδες και ανήκει στην ατομική σύνθεση και δημιουργικότητα του υλοκεμένου. Ενώ τότε είναι που αρχίζει να υπάρχει και η Μόδα. Αυτό, χρονολογείται από την εποχή της εμφάνισης του μοντέρνου ανθρώπου της μοντέρνας σκέψης και της μοντέρνας τέχνης.

⁵ Jean Stoetzel (1910 -1987) Γάλλος κοινωνιολόγος

⁶ Edward Sapir. «Μόδα», Εγκυκλοπαίδεια των Κοινωνικών Επιστημών. Νέα Υόρκη: Macmillan 1931.

⁷ Δαβέτας Δημοσθένης. Μόδα και μοντέρνα τέχνη Εκδόσεις Ευρασία. Αθήνα 2008 (σ 32)

Ξεκινά δηλαδή ιστορικά λίγο μετά το ήμισυ του 19^{ου} αιώνα, δρα ουσιαστικά στο 20^ο και συνεχίζεται μέχρι σήμερα». Σήμερα η μόδα έχει διεθνοποιηθεί. Ο σχεδιασμός ένδυσης απαιτεί συστηματική έρευνα, πειραματισμό και ικανότητα σωστής ανάγνωσης των πολιτιστικών τάσεων. Ενώ οι αλλαγές της ένδυσης συμπίπτουν συνήθως με σημαντικά γεγονότα όπως κοινωνικά, οικονομικά και πολιτικά...

Καθώς ολόκληρος ο κόσμος είναι ενδυματολογημένος μια κυρίαρχη τάση της ατομικής διάκρισης υπάρχει πίσω από κάθε νέα πρόταση της μόδας. Αυτή η τάση του ενδύματος μπορεί και εκτείνεται τόσο στον ερωτικό όσο και στον κοινωνικό χώρο του κάθε ανθρώπου. Βλέποντας αυτές τις ενδυματολογικές τάσεις ανακαλύπτουμε ταυτόχρονα ότι η μόδα δημιουργεί άλλα και κινεί τους ιδεολογικούς προσανατολισμούς όχι μόνο του κάθε ανθρώπου αλλά και της αγοράς. Αυτή λουπόν η ανάγκη του ανθρώπου για κάτι το πιο ξεχωριστό, αποδεκτό και συνάμα ελκυστικό είναι που περιλαμβάνει και δημιουργεί την μόδα στην ενδυμασία.

1.2 Η μόδα ως κοινωνική αντίληψη στον 20^ο αιώνα

Με τον όρο «κοινωνική αντίληψη» εννοούμε την κατανόηση των κοινωνικών σηματοδοτήσεων, καταστάσεων και της γενικότερης κοινωνικής συμπεριφοράς. Ο όρος αυτός περιλαμβάνει και την αναγνώριση των συναισθημάτων που υπάρχουν στους ανθρώπους αλλά και την κατανόηση ακόμη πιο περίπλοκων πνευματικών λειτουργιών όπως είναι προθέσεις, σκέψεις και πεποιθήσεις. Με λίγα λόγια η κοινωνική αντίληψη δίνει κάποιο ουσιαστικό περιεχόμενο και νόημα στους ανθρώπους και γενικότερα στη κάθε κοινωνία. Η μόδα είναι μια μορφή αυτού του φαινομένου της κοινωνικής αντίληψης με καθοριστική επίδραση στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο και στον κοινωνικό χώρο. Δημιουργεί έναν κοινωνικό ανταγωνισμό καθώς το άτομο προσπαθεί να ξεχωρίσει να επιβληθεί και να γίνει αποδεκτό από τα υπόλοιπα μέλη μιας κοινότητας. Οι μεγάλοι δημιουργοί της μόδας άριστοι γνώστες της ψυχολογίας αντιλαμβάνονται αυτήν την μορφή του φαινομένου και μπορούν και επιβάλλουν την μόδα. Οπότε ο άνθρωπος για να μην υστερήσει μέσω της κοινωνικής αντίληψης κάνει ότι του επιβάλλεται συνεπώς και η ίδια η μόδα επιδρά σε όλες της πνευματικές λειτουργίες του κάθε ανθρώπου.

Η μόδα στην ενδυμασία με την σύγχρονη έννοια του όρου, εμφανίστηκε στον κόσμο μετά τη λήξη του Α παγκοσμίου πολέμου. Οι γυναίκες άρχισαν τότε να έχουν δικαιώματα. Η περίοδος εκείνη ονομάστηκε flapper girls⁸. Τα flapper girls ήταν οι πρώτες ανεξάρτητες γυναίκες της ιστορίας που τόλμησαν να φορέσουν αποκαλυπτικά ρούχα να βγουν μόνες τα βράδια που χόρευαν ήπιαν αλκοόλ και κάπνισαν δημοσίως χωρίς να ενδιαφέρονται για την κριτική που τους ασκούσε η κοινωνία. Καθώς λουπόν η δεκαετία του 1920 σηματοδότησε και την έκρηξη της σεξουαλικής ελευθερίας των γυναικών έτσι και τα ρούχα της εποχής ήταν εμπιστοσύνη με αντίστοιχα χαρακτηριστικά. Στον χώρο της ενδυμασίας η καινούργια μόδα που επικρατεί είναι ότι καταργείτε ο παραδοσιακός κορσές τα ρούχα αποκτούν πλέον τη μόδα της φαρδιάς γραμμής και για πρώτη φορά αποκαλύπτονται τα πόδια. Για πρώτη φορά λουπόν οι χρωμάδες σιλουέτες ήταν «ντεμοντέ», τα ρούχα γλιστρούσαν πάνω στο κορμί ενώ οι γυναίκες άρχισαν να έχουν μαλλιά à la garçon κουρεμένα τόσο κοντά, που έμοιαζαν με αυτά των αγοριών. Απαλλαγμένη από τη φρόκη του Α' Παγκοσμίου Πολέμου η δεκαετία του 1920 ήταν μια ιδιαίτερη ενεργή περίοδος που έφερε μαζί της μια μεγάλη κοινωνική αλλαγή. Ο χώρος της μόδας δεν ήταν εξαίρεση. Με την εμφάνιση του Chanel το 1921 η κοινωνική επανάσταση στον χώρο της μόδας μόλις ξεκίνησε, καθώς η "φेमινίστρια" σχεδιάστρια καταργεί το απόλυτο αξεσουάρ της εποχής, τον κορσέ και κοντάνει τα πατροπαράδοτα κλασικά φορέματα αποκαλύπτοντας τον γυναικείο αστράγαλο. Η γυναίκα πλέον εξεγνέζεται, αποπνέει δύναμη και θηλυκότητα. Το 1918, στην οδό Καμπόν στο νούμερο 31, στο Παρίσι, η μαμαζέλ Σανέλ άνοιξε το πρώτο κατάστημα υψηλής ραπτικής. Η μικρή επαρχιώτισσα από την Οβέρζ και οικότροφος του Ομπαζίν μετατρέπεται σε βασίλισσα της υψηλής κοινωνίας του Παρισιού. Ένωθε πλέον ελεύθερη, ενώ ο στόχος της ήταν, η απελευθέρωση της γυναίκας ως ον, ως αυτοτελούς δύναμης, μέσα στην κοινωνία και ως κόρια πηγή ομορφιάς. Η αγάπη της προς το μαύρο

⁸ Ο όρος flapper - girls σημαίνει το κορίτσι που δεν έχει γίνει ακόμα γυναίκα, και η ονομασία δόθηκε γιατί εκείνη την περίοδο τα ρούχα δεν πόνιζαν καμία από τις καμπύλες που έχει το γυναικείο σώμα.

χρώμα σε συνδυασμό με την αποστροφή της από την μόδα της εποχής κάνουν την Σανέλ να επιβάλει ένα λαϊκό και πένθιμο χρώμα όπως το μαύρο ως “κατεστημένο” και “σήμα κατατεθέν της θηλυκότητας”. Έτσι γεννιέται και το “Μικρό Μαύρο Φόρεμα”, το οποίο στολίζει με περίτεχνα “φο” κοσμήματα στα οποία τοποθετούσε πολύτιμους λίθους, υποστηρίζοντας “πως η σημασία στο κόσμημα δεν είναι τα καράτια, αλλά η ψευδαίσθηση”.



Εικ. 1: Η Κοκό Σανέλ με το περίφημο «μαύρο φόρεμα»

Η «Κοκό πλέον είναι μια γυναίκα χωρίς σύνορα» το ίδιο και η μόδα της. Το 1946 έγινε η πρώτη επίδειξη «μπικίνι» Παρίσι από τον Γάλλο σχεδιαστή Λουί Ρεάρ. Ο κόσμος της μόδας έμεινε άφωνος μπροστά στην προκλητική αποκαλυπτικότητα που πρόσφερε στο γυναικείο σώμα αυτό το νέο ελαχιστοποιημένο δυτικό κάλυμμα. Οι παγκόσμιες αντιδράσεις, που ακολούθησαν, φανερώουν τη γενική κατάπληξη που προκάλεσε η νέα μόδα. Το μπικίνι πήρε το όνομά του από την Ατόλη Μπικίνι στα νησιά Μάρσαλ, όπου έγιναν οι πρώτες δοκιμές ατομικής βόμβας, με τις εκρήξεις των οποίων παρομοιάστηκε η έκρηξη ενθουσιασμού που προκλήθηκε στον ανδρικό πληθυσμό από τη δημιουργία του νέου μαγιό. Οι παγκόσμιες αντιδράσεις, που ακολούθησαν, φανερώουν τη γενική κατάπληξη που προκάλεσε η νέα μόδα. Ένας Αμερικανός δημοσιογράφος το περιέγραψε ως «άφασμα που τα φανερώνει όλα...». Στο Χόλγουντ, καθώς και στις παραλίες της Ισπανίας, Πορτογαλίας και Ιταλίας απαγορευόταν παντελώς η εμφάνιση λουομένων γυναικών με μπικίνι, ενώ στη Βραζιλία οι αντίπαλοι ενώθηκαν εναντίον του σε πολυθόρυβο «σωματείο». Παρά τις αντιδράσεις στις αρχές της δεκαετίας του '60 το μπικίνι κατακτά θριαμβευτικά τη νεολαία στις παραλίες όλου του κόσμου και σήμερα, 60 χρόνια μετά την πρώτη εμφάνισή του, από «σκάνδαλο» έγινε απλώς ένα κλασικό αντικείμενο μόδας. Σε αυτήν την κοινωνική αντίληψη της μόδας χαρακτηριστική είναι και η δήλωση του Ανατόλ Φρανς⁹ λίγο καιρό πριν από τον θάνατό του καθώς είχε πει: «Αν ήταν δυνατόν -εκατό χρόνια μετά το θάνατο μου- να διαλέξω ένα βιβλίο, θα προτιμούσα να διάλεγα ένα περιοδικό μόδας- για να δω πώς ντύνονται οι γυναίκες. Γιατί αυτό ακριβώς το ντύσιμο των γυναικών θα μου πει περισσότερα πράγματα για την κοινωνία από όσα θα μου έλεγαν όλοι οι φιλόσοφοι και θεολόγοι».

⁹ Ο Ζάκ Ανατόλ Φρανσουά Τιμπώ (François Anatole Thibault), όπως ήταν το πραγματικό όνομα του Ανατόλ Φρανς (Παρίσι, 16 Απριλίου 1844 - 12 Οκτωβρίου 1924) ήταν Γάλλος μυθιστοριογράφος και κριτικός (Βραβείο Νόμπελ Λογοτεχνίας 1921).



Εικ. 2: Ο δημιουργός του μπικίνι, Λουί Ρεάρ

1.3 Η ενδυματολογική μόδα σαν ένα σύμβολο εθνικής ταυτότητας και κυριαρχίας

ι. Η μάχη της μαντίλας



Εικ. 3: Μαντίλα

Στις 30 Αυγούστου 1925 ο Μουσταφά Κεμάλ από την Κασταμονή εξαπέλυσε επίθεση εναντίον του φερετζέ λέγοντας: «...Σε μερικά μέρη έχω δει γυναίκες που βάζουν ένα ύφασμα ή κάτι παρόμοιο για να κρύψουν το πρόσωπό τους και γυρνούν τη πλάτη ή πέφτουν στο έδαφος όταν περνά ένας άντρας. Ποιο είναι το νόημα και η λογική αυτής της συμπεριφοράς; Κύριοι, μπορούν οι μητέρες και οι κόρες ενός πολιτισμένου έθνους να υιοθετήσουν μια τόσο παράξενη στάση, μια τόσο βάρβαρη συνήθεια; Δεν είναι ένα θέαμα που γελοιοποιεί το έθνος; Πρέπει να σταματήσει αμέσως...» Η μαντίλα σαν ένα «σύμβολο» υποταγής των γυναικών στα πατριαρχικά πρότυπα και γενικότερα της αγροτικής ζωής απετέλεσε βασικό στοιχείο του προγράμματος του Κεμάλ για τον εξευρωπαϊσμό ενός έθνους. Και αυτό επειδή είχε αντιληφθεί τον συμβολικό, και όχι μόνο, χαρακτήρα της στη μάχη κατά των παρωχημένων θεσμών. Καθώς οι πολιτισμοί και οι κουλτούρες και οι παρωχημένοι δεσμοί συνεχώς αλλάζουν και οι παροχοιμένοι δεσμοί μαζί τους αλλάζει και η μόδα που εκφοράζει μέσα της αυτές τις αρχές. Στις μέρες μας η μαντίλα αποτελεί ένα ενδυματολογικό αξεσουάρ που δημιουργεί μια έντονη διαμάχη. Στην γείτονα χώρα εκλαμβάνεται από τους κεμαλιστές ως σύμβολο του πολιτικού Ισλάμ το οποίο υπονομεί τον κοσμικό χαρακτήρα του κράτους. Ενώ από τους ισλαμιστές ως αναφαίρετο δικαίωμα ελεύθερης έκφρασης της ισλαμικής θρησκευτικής ταυτότητας.

Στο βιβλίο με τίτλο Η ΜΑΝΤΙΛΙΑ (XITZAMPI - HIJAB), «Πραγματικές ιστορίες γραμμένες από Μουσουλμάνες γυναίκες» αναφέρονται μεταξύ των άλλων και τα εξής λόγια της Νάχιντ Μούσταφα: «...Συχνά αναρωτιέμαι αν οι άνθρωποι με βλέπουν σαν μια ακραία, φονταμενταλίστρια μουσουλμάνη τρομοκράτισσα με μια καραμπίνα AK-47 στην τσέπη του τζιν μου. Η με βλέπουν παντού ως το σύμβολο της καταπιεσμένης γυναίκας. Δεν ξέρω ποιο από τα δύο συμβαίνει. Όλη την ώρα βλέπω να μου ρίχνουν κλεφτές, κρυφές ματιές. Βλέπετε, φορώ μαντίλα, ένα είδος μαντιλιού, που καλύπτει το κεφάλι, τον αυχένα και το λαμπίο. Το κάνω αυτό επειδή είμαι μια Μουσουλμάνη γυναίκα που πιστεύει ότι το σώμα της είναι προσωπική της υπόθεση. Οι νέες Μουσουλμάνες γυναίκες επαναφέρουν τη μαντίλα, επαναπροσδιορίζοντας την, αφού γνωρίζουν τον αρχικό της σκοπό, να δώσει πίσω στις γυναίκες απόλυτο έλεγχο των σωμάτων τους... Στο Δυτικό κόσμο, η μαντίλα έχει φτάσει στο σημείο να συμβολίζει είτε εξαναγκασμένη σιωπή, είτε ακραία, παράλογη μαχητικότητα. Στην πραγματικότητα, δεν είναι τίποτα από τα δυο. Είναι απλά ο ισχυρισμός μιας γυναίκας ότι η κρίση της εξωτερικής της εμφάνισης δεν παίζει κανένα ρόλο στην κοινωνική της σχέση με τους υπόλοιπους ανθρώπους...Ενώ σε κάποιο άλλο απόσπασμα του βιβλίου αναφέρονται τα εξής :..Σύμφωνα με τις λεγόμενες «απελευθερωμένες» γυναίκες, η μαντίλα δεν καλύπτει μόνο το κεφάλι, αλλά και το μωαλό, τη βούληση και το πνεύμα . Λένε πως ο κώδικας ενδυμασίας μας είναι ξεπερασμένος και καταπιεστικός και μας αποτρέπει από το να είμαστε παραγωγικοί άνθρωποι. Μιλούν από άγνοια όταν λένε ότι η μαντίλα μας δεν ανήκει σε αυτούς τους μοντέρνους καιρούς, όταν λόγω της συνεχούς πτώσης των ηθικών αξιών, οι περιστάσεις καθιστούν τη μαντίλα ακόμα πιο αναγκαία. Από την αυγή του πολιτισμού τα μακριά φορέματα και τα μαντίλα σχετίζονται πάντα με την «αριότητα» ή την «θεογνωσία». Ακόμα και η Χριστιανική εικονογραφική αναπαράσταση των πρώτων προφητών και των γυναικών τους δείχνει μια προσφιλή διάθεση στο ντύσιμο που έχει δοθεί ως οδηγία για τους Μουσουλμάνους και τις Μουσουλμάνες. Ενώ αυτή η παράδοση που υποδηλώνει ευπρέπεια αντανακλάται και στο Κοράνι...»

Τελικά έυλογα θα αναρωτηθεί κανείς, τι «είναι» η μαντίλα? Η μαντίλα κατα την προσωπική μου άποψη είναι ένα αντικείμενο της ενδυματολογικής μόδας. Που μπορεί και ενσωμαώνει όλους τους προβληματισμούς και τις τάσεις τις κοινωνίας . Η μαντίλα είναι ένα εθνικό σύμβολο και ένα «μήλο της έριδος» για αντιμαχόμενες πολιτικές και θρησκευτικές διαμάχες. Από την άλλη μεριά είναι και μια «συνήθεια» των ανθρώπων και ίσως και ένα κοινωνικό φαινόμενο. Και όπως μας αναφέρει και η Νάχιντ Μούσταφα η μαντίλα μπορεί να είναι και μια ασπίδα μια πράξη πίστης, αγνότητας και αρετής.

ii. Μαχάτιμα Γκάντι και Χαντάρ (αγνό khadi)

Το έτος 1919 ο Μαχάτιμα Γκάντι υιοθετεί ένα λευκό χειροποίητο βαμβακερό ένδυμα το ινδικό Χαντάρ (αγνό khadi) από νήμα αποκλειστικά κλωσμένο στο χέρι. Ενώ δίνει ένα παράδειγμα στον λαό της Ινδίας μαθαίνοντας, στο να γνέθει με τη «χάρκα» ρόκα. Χιλιάδες Ινδοί θα μιμηθούν τον τρόπο που ντύνεται. Ο Γκάντι εκμεταλλευόμενος τις ανησυχίες σχετικά με τις πιθανές αποξενωτικές επιδράσεις του ευρωπαϊκού τρόπου ένδυσης, κάλεσε τους ανθρώπους σε όλη τη χώρα να κάψουν τα ξένα υφάσματα και ρούχα ενώ υποστήριζε ότι αποτελούσαν «φύπουρο», «μiasma» και σύμβολα της υποτελείας της Ινδίας στη Δύση. Γι'αυτό τον λόγο κάλεσε το λαό να «εξαγνιστεί» φορώντας το khadi, το οποίο ισχυριζόταν ότι αντιπροσώπευε την καθαρότητα την εθνική ακεραιότητα την οικονομική αυτάρκεια, πνευματική αναγέννηση και την ισότιμη κοινωνία. Ενώ σύμφωνα με τον ίδιο η ένδυση με khadi θα συμβόλιζε τον αγώνα για ανεξαρτησία της Ινδίας ενώ το ίδιο το κλώσιμο θα βοηθούσε τους Ινδούς να ανακτήσουν την αυτονομία τους.



Εικ.4: Ο Μαχάτιμα Γκάντι με το λευκό χειροποίητο βαμβάκερό ένδυμα «Χαντάφ»



Εικ. 5: Ο Μαχάτιμα Γκάντι μαθαίνοντας να γνέθει με τη «χάρκα», ρόκα.

1.4 Τα στάδια δημιουργίας μιας μόδας

Σε γενικές γραμμές τρία είναι τα στάδια δημιουργίας της μόδας σε σχέση με την ενδυμασία.

Ο νεωτερισμός ή μοντερνισμός: είναι η τάση γενικά να ακολουθεί κάποιος τη μόδα, να αποδέχεται τις ιδέες και κάθε τι καινούργιο. Ο νεωτερισμός κάνει τη μόδα στην ενδυμασία να αλλάζει χρόνο με τον χρόνο. Ενώ η κοινωνικές ανάγκες για πρόοδο, για κάτι το καινούριο και το αδοκίμαστο είναι αυτά τα όποια γοητεύουν ανά τους αιώνες όλους σχεδόν τους ανθρώπους.

Η υιοθέτηση της μόδας: στην ενδυματολογική μόδα επικρατεί συνήθως μια γενικότερη τάση υιοθέτησης κάποιων κοινών αισθητικών κριτηρίων ή κάποιας μίμησης κάποιων προτύπων. Παράλληλα όλα αυτά τα πρότυπα όχι μόνο υιοθετούνται αλλά θεωρούνται και σαν κοινά αποδεκτά από όλα τα μέλη της κοινωνίας.

Μετάφορα διάδοση και μετασχηματισμός: Η μόδα μεταφέρεται από κάποιο «ξεχωριστό μέλος η και μέλη σε ομάδες» ενώ στην συνέχεια μιμείται και υιοθετείται από μεγάλο μέρος της κοινωνίας. Οι δευτερεύοντες αποδέκτες την προσαρμόζουν στα δικά τους οικονομικά αισθητικά κριτήρια με ότι υλικά μέσα διαθέτουν.

1.5 Πώς διαμορφώνεται η μόδα

Η μόδα όπως προαναφέραμε συνδέεται με την ανάγκη μιας γενικότερης έκφρασης του κάθε ανθρώπου και αντίστοιχα όλων των κοινωνικών ομάδων. Βέβαια η ενδυματολογική μόδα στο πρώτα της στάδια θα λέγαμε ότι διαμορφώνονταν από την αριστοκρατία, καθώς είναι αυτή η κατηγορία των ανθρώπων που την εφάρμοσε και καθιέρωσε για να μπορεί να ξεχωρίζει από τον απλό λαό. Στο ευρύτερο ελληνικό ιστορικό πλαίσιο μπορούμε να δούμε έντονα την καθιέρωση της ενδυματολογικής μόδας κατά τους Ελληνιστικούς χρόνους με τους Βασιλείς και απογόνους του Μ. Αλεξάνδρου. Οι Έλληνες Βασιλείς (Σέλευκος, Πτολεμαίος, Αντίγονος) δημιούργησαν τις περίφημες αυτοκρατορικές αυλές και καθιέρωσαν την άρχουσα τάξη με βασιλικούς τίτλους ενώ κοσμήματα από πολύτιμα και ημιπολύτιμα υλικά εξυπηρετούν την ανάγκη για γλιδή και προσωπική προβολή των κατόχων τους. Τα περίτεχνα διαδήματα τα εξαίρετα περιδέραια τα βαρύντα ενώτια η ζώνες τα βραχιόλια (τα ελληνορωμαϊκά ψέλια) για τα χέρια και τα χρυσά δακτυλίδια διακοσμούνται με θέματα παρμένα από τη φύση και τη ελληνική μυθολογία. Εάν έρθουμε τώρα στην σύγχρονη εποχή θα δούμε ότι η βιομηχανική επανάσταση υπήρξε ο βασικός κινητήριος μοχλός για την διάδοση της ενδυματολογικής μόδας καθώς άλλες κοινωνικές ομάδες καθώς το ένδυμα έπαυε λόγω κόστους να είναι ένα προνόμιο των πλουσίων και των ευγενών και μεταφέρονταν και στα κατώτερα στρώματα των λαϊκών μαζών.



Εικ. 6: Ζεύγος γυναικείων χρυσών βραχιολιών (ψέλιων) κατά τους Ελληνιστικούς χρόνους, Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

Ο συνδυασμός των ημιπολύτιμων λίθων σήμαινε τη γοητεία του χρυσού, ο οποίος έθελε όσους επιζητούσαν πολυτέλεια και προσωπική ευδαιμονία.

Όσον αφορά την διαμόρφωση των γενικότερων τάσεων για την μόδα, θα λέγαμε ότι ένας βασικός παράγοντας είναι και ο ίδιος ο άνθρωπος, καθώς μπορεί κατά περίπτωση να δημιουργήσει ένα αποκλειστικό πρότυπο μόδας. Βασικό ρόλο όμως σε αυτήν την διαμόρφωση και καθιέρωση της μόδας παίζουν και οι εταιρίες παραγωγής των ενδυμάτων με την συνδρομή των σχεδιαστών. Οι εταιρίες επιλέγουν και προτείνουν τις αντίστοιχες ενδυματολογικές επιλογές μέσα από ένα παγκόσμιο δίκτυο που περιλαμβάνει επιδείξεις ρούχων, δημοσιευμάτων παραγωγή μοντέλων και γενικότερα την διαφήμιση.

1.6 Μόδα και καταναλωτισμός

Ο καταναλωτισμός είναι όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει την τάση της εξίσωσης της προσωπικής ευτυχίας με την απόκτηση υλικών αγαθών και την κατανάλωση. Η Μόδα έχει άμεση σύνδεση με αυτόν τον όρο καθώς δημιουργεί καταναλωτικές ανάγκες στους ανθρώπους. Οι σχεδιαστές ρούχων και τα ανώτερα στελέχη των επιχειρήσεων που παράγουν το ένδυμα αναγνωρίζουν αυτήν την ιδιαίτερη σύνδεση της μόδας με την κατανάλωση, και προσπαθούν να αντιληφθούν πώς σκέπτεται ο καταναλωτής πριν και κατά την διάρκεια της απόφασης αγοράς ενός προϊόντος. Στην πτυχιακή μας θα προσπαθήσουμε να δώσουμε ονομαστικά τα θετικά και αρνητικά σημεία αυτού του φαινομένου ώστε να κατανοήσουμε κάποια από τα κίνητρα της αγοράς ενός προϊόντος.

Στα θετικά σημεία η ανάγκη ενός προϊόντος ενδυμασίας:

- τονώνει την αυτοπεποίθηση του ατόμου και το κάνει να νιώθει ασφαλές, όμορφο και αισιόδοξο.
- είναι τρόπος διασκέδασης και ανανέωσης.
- δημιουργεί θέσεις εργασίας, και συνεισφέρει στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος.

Ενώ στα αρνητικά:

- δημιουργεί πλαστές ανάγκες
- οικονομική αφαίμαξη
- αλλοτρίωση
- έλεγχο τρόπου ζωής
- άγχος και ανασφάλεια
- λειτουργεί ισοπεδωτικά περιορίζοντας την ελευθερία των επιλογών

Η λειτουργία όλων αυτών των στοιχείων σχετίζεται με ανάγκες που μπορούν να ταξινομηθούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες τις βιογενετικές και τις ψυχογενετικές ανάγκες. Η διαφορά των δύο κατηγοριών έγκειται στο γεγονός ότι οι βιογενετικές ανάγκες δημιουργούνται από τις φυσικές ελλείψεις του ανθρώπινου οργανισμού όπως π.χ μια έλλειψη νερού, τροφής και θα λέγαμε και της ενδύμασias. Ενώ η ενδεχομένη ελλειψη τους θα οδηγήσει τον άνθρωπο ακόμα και στο θάνατο. Οι ψυχογενετικές ανάγκες προέρχονται από μια ευρύτερη κοινωνική επαφή του ανθρώπου με το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον του ενώ μια ενδεχομένη έλλειψη δεν παίζει τόσο σημαντικό ρόλο όπως πριν. Θα τολμούσαμε να πούμε όμως ότι αυτή την κατηγορία το θέμα της μόδας και ενδυμασίας παίζει έναν πρωταγωνιστικό ρόλο. Η μελέτη λοιπόν της συμπεριφοράς ενός καταναλωτή δεν απέχει πολύ από την μελέτη της γενικής του συμπεριφοράς και αν θέλουμε να ερμηνεύσουμε αυτή την συμπεριφορά σε σχέση με την κατανάλωση θα πρέπει να συνδέσουμε τα πορίσματα πολλών επιστημών, η οποίες ερμηνεύουν και την ανθρώπινη συμπεριφορά.

2. ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ

2.1 Εισαγωγή

Με τον όρο ενδυμασία εννοούμε το σύνολο των ενδυμάτων και αξεσουάρ που απαρτίζουν την εξωτερική εμφάνιση του κάθε ανθρώπου. Ο όρος ένδυμα καλύπτει όχι μόνο τα ενδύματα αλλά και κάθε αντικείμενο που καλύπτει τις ανάγκες της κάθε ενδυμασίας. Το ένδυμα και η ενδυμασία περιλαμβάνει κάθε τροποποίηση στο παρυσιαστικό ενός η μιας ομάδας ανθρώπων από τα ρούχα τα υποδήματα τα αξεσουάρ μέχρι το μακιγιάζ και τα κοσμήματα.



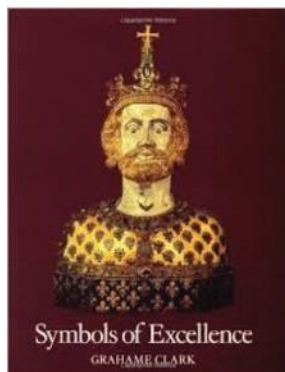
Εκ. 7: Το προπατορικό αμάρτημα και η έξωση, Μικελάντζελο, Καπέλα Σιξτίνα παρεκκλήσι του Αποστολικού Παλατιού, της επίσημης κατοικίας του Πάπα

Εκινώντας την μελέτη περί της ιστορίας της ενδυμασίας θα πρέπει να αναρωτηθούμε: Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους επωιήθηκε το ένδυμα? και πότε και γιατί οι άνθρωποι το δημιούργησαν? Για να απαντήσουμε και στις δύο ερωτήσεις θα πρέπει να ανατρέξουμε στα ιερά βιβλία και ειδικότερα στην Βίβλο. Στο Ιερό βιβλίο της Γενέσεως που περιγράφει το τραγικό περιστατικό της πτώσης των Πρωτόπλαστων (Αδάμ και Έβα) αναφέρει τα εξής.... δηνοίχθησαν οι όφθαλμοί των δύο, και έγνωσαν ότι γυμνοί ήσαν και έρρασαν φύλλα συκής και έποίησαν έαυτοίς περιζώματα..... Καί έποίησε Κύριος ό Θεός τῷ 'Αδάμ και τῇ γυνακί αὐτοῦ χιτῶνας δερματίνους και ένένδυσεν αὐτούς....Μεσα απο το

προτότυπο κείμενο του Ιερού Βιβλίου μπορούμε εύκολα να συμπεράνουμε ότι η πρώτη αιτία κάλυψης της γύμνιας ήταν η «αδώς» καθώς οι πρωτόπλαστοι καταλαβαίνουν πλέον πως είναι γυμνοί. Βέβαια η έννοια της γύμνιας σε μια ευρύτερη έννοια δε σημαίνει μόνο την έλλειψη ρούχων αλλά και μια έλλειψη προστασίας εφοδίων, αισθημάτων, χαρισμάτων και αρετών. Εκείνος που είναι ή και που ασθάνεται γυμνός, ντρέπεται, φοβάται νιώθει αδύναμος ενώ προσπαθεί με διάφορους τρόπους να καλύψει τη γύμνια του. Η πιο ανθρώπινη και «ιστορική» προσέγγιση υποστηρίζει ότι οι καιρικές συνθήκες ανάγκασαν τον πρώτο άνθρωπο να προσπαθεί να καλύψει την γύμνια του. Οι επιστήμονες πιστεύουν ότι οι άνθρωποι εξελίχθηκαν στην Βορειοανατολική Αφρική κατά την διάρκεια εκατομμυρίων ετών και οι κλιματολογικές αντιξοότητες είναι οι κύριες αιτίες της εμφάνισης του ενδύματος. Μέσα από την ιστορία και την αρχαιολογία συναντάμε τον άνθρωπο «ντυμένο» με κίνητρο την προσωπική του επιθυμία να προστατευτεί και να στολιστεί. Όπως και να έχει ένα είναι σίγουρο ότι το ένδυμα είναι ένα αναπόσπαστο τμήμα της ιστορίας και της εξέλιξης του ανθρώπου. Ενώ έχει θα λέγαμε μια ιδιαίτερη σχέση με την ψυχολογία, ανθρωπολογία, κοινωνιολογία, και την αισθητική.

2.2 Τα πρώτα ενδύματα

Μέσα από την αρχαιολογική σκαπάνη φέρεται ότι τα πρώτα ενδύματα ήταν από φύλλα δέντρων, φτερά πουλιών και δέρματα ζώων. Με την ανάπτυξη της γεωργίας και της κτηνοτροφίας δημιουργούνται υφάσματα από ζωικές και φυτικές ίνες όπως το μαλλί, λινάρι, βαμβάκι και μετάξι. Το πρώτο αρχαιολογικό ένδυμα μέχρι σήμερα το συναντάμε στην Ρωσία, ενώ υπολογίζεται ότι είναι περίπου 25.000 ετών. Βόρεια της Μόσχας ανακαλύφθηκαν ομαδικοί τάφοι όπου οι σκελετοί είναι σκεπασμένοι με χιλιάδες χάντρες και ελεφαντόδοντα σχηματίζοντας ένα μοτίβο που φανέρωνε ότι το σώμα ήταν ντυμένο με ενδύματα που είχαν σκέλη και μανίκια. Οι χάντρες ήταν κεντημένες πάνω στα ενδύματα που πιθανά ήταν από δέρματα ζώων. Τα δέρματα μέσα από τους αιώνες αποσυντέθηκαν αλλά οι χάντρες παρέμειναν στο χώμα διαγράφοντας έτσι το ένδυμα.



Εικ. 8. Παρόμοιο ένδυμα με εκείνο του ρώσικου ενδύματος, φωτογραφία εξωφύλλου από το βιβλίο

Symbols of Excellence του Grahame Clark

Στην ευρύτερη αρχαιολογική σκαπάνη μπορούμε να προσθέσουμε και ένα ένδυμα από το Ταρχάν της Αρχαίας Αιγύπτου που είναι περίπου 5.500 ετών. Είναι ένα ραμμένο λινό σε αντίθεση με άλλα υφάσματα που έχουν βρεθεί και που απλώς τυλίγονταν στο σώμα. Η ραδιοχρονολόγηση που αποκάλυψε την ηλικία του, μας δείχνει ότι αποτελεί και το αρχαιότερο υφαντό ρούχο που έχει βρεθεί μέχρι σήμερα. Σύμφωνα με το National Geographic πρόκειται για ένα σπάνιο εύρημα, καθώς ελάχιστα είναι τα ρούχα από την αρχαιότητα που κατάφεραν να επιζήσουν μέχρι τις μέρες μας λόγω των υλικών τους, καθώς είναι οργανικά και φθείρονται σε μικρό χρονικό διάστημα.



Εκ. 9: Το ένδυμα από το Ταρκάν της Αιγύπτου

2.3 Η ανατομία του Ενδύματος

Η ανατομία του ανθρώπινου σώματος και ο τρόπος ο οποίος κινούνται οι μύες και οι κλειδώσεις επέτρεψαν την ανάπτυξη ορισμένων τύπων ενδυμάτων. Σύμφωνα με τον ιστορικό ενδυματολογίας Francois Boucher μπορούμε να τα κατατάξουμε σε πέντε βασικές κατηγορίες:

- Επίπεδο τεμάχιο από δέρμα, γούνα ή ύφασμα χωρίς ανοτήματα ή σχισίματα που καλύπτει το σώμα.
- Επίπεδο τεμάχιο από δέρμα, γούνα ή ύφασμα με άνοιγμα στο επάνω μέρος ώστε να περνάει το κεφάλι.
- Σωληνοειδές ένδυμα με άνοιγμα για το κεφάλι, κλεισμένο στις πλευρές χωρίς μανίκια.
- Σωληνοειδές ένδυμα, κλειστό στις πλαϊνές πλευρές με άνοιγμα μπροστά μέχρι κάτω.
- Ένδυμα δύο σκελών (διακλαδιζόμενο) το παντελόνι που κόβεται και ράβεται.

Αυτές σύμφωνα με τον ερευνητή και ιστορικό Francois Boucher είναι και οι κύριες κατηγορίες ενδυμάτων που τροποποιούνται, επεξεργάζονται και ποικίλουν μέσα στην γενικότερη ιστορία του κάθε πολιτισμού.

2.4 Ιστορία της Ενδυμασίας

Η πορεία και η μελέτη της ιστορίας της ενδυμασίας ξεκινάει συνήθως από τους Λαούς της ανατολικής λεκάνης της Μεσογείου και ειδικότερα από την Αίγυπτο τους Ασσύριους και τους Φοίνικες. Στην συνέχεια η ενδυμασία διαμορφώθηκε πιο ολοκληρωμένα στον Ελλαδικό χώρο με την Μινωϊκή,

Μυκηναϊκή,Γεωμετρική εποχή μαζί με την κλασική αρχαιότητα και τους ελληνοιστικούς χρόνους. Στην επόμενη φάση εξέλιξης της ενδυμασίας περνάμε από την Ρωμαϊκή στην Βυζαντινή εποχή έως τον 14 αι και την εποχή του Μεσαίωνα. Η νεότερη εποχή της ενδυμασίας ξεκινά με την Αναγέννηση του 15·16^{οο} αι για να περάσουμε μετά στα ενδιάμεσα στάδια του 17, 18, 19^{οο} αι (γαλλική γερμανική ισπανική μόδα, τέχνη του μπαρόκ,κίνημα του νεοκλασικισμού και το ύφος του ροκοκό). Στο τέλος αυτής της πορείας ερχόμαστε στον 20^ο αιώνα όπου σημειώθηκε και η μεγάλη αλλαγή στην ενδυμασία λόγω της τεχνολογικής επανάστασης και των γενικότερων κοινωνικών αλλαγών.

Πίνακας 1. Η ιστορική εξέλιξη της ενδυμασίας

Εποχή του Λίθου	Πρώτοι πολιτισμοί	Αρχαία Ελλάδα	Ρώμη	Βυζάντιο
(2.000.000 εκ. 9/8000 έως 3000 π.Χ.) Παλαιολιθική & Νεολιθική εποχή. Πρώτα ενδύματα από φύλλα δέντρων, φτερά πουλιών και δέρματα ζώων. Εμφάνιση υφαντικής τέχνης μαλλι,λινόρι.	11 ^{ος} αι - 4 ^{ος} αι π.Χ. Μεσοποταμία Αίγυπτος Ρούχα από κρόσσια και ύφασμα που τυλίγεται γύρω από το σώμα. περίζωμα. Μαλλί,δέρμα,λινόρι και μετάξι.	12 ^{ος} αι. - 5 ^{ος} αι. π.Χ. Μυκηναϊκή Γεωμετρική εποχή Κλασική αρχαιότητα Ελληνοιστικοί χρόνοι πουκάμισο με το περικόρμιο, ζώμα (περίζωμα) Πέπλο,χιτόνας & λοξό μιάτιο.	4 ^{ος} αι π.Χ. 8 ^{ος} αι. μ.Χ. Tunica Τήβεννος σανδάλια	5 ^{ος} -15 ^{ος} αι. μ.Χ. Εκκλησιαστική ενδυμασία

Πίνακας 2. Η ιστορική εξέλιξη της ενδυμασίας

Μεσαιωνική Δυτική Ευρώπη	Αναγέννηση	Νεότεροι χρόνοι	1900 - 20 ^{ος} αιώνας
5 ^{ος} - 15 ^{ος} αι. μ.Χ. Πρώμος, Ξρμος & Υστερος Μεσαίωνας. Ογκώδη ρούχα	15 ^{ος} -16 ^{ος} αι. μ.Χ. Παλτό, γιλέκα αντρικές κλιότες με κάλτσες	17 ^{ος} -18 ^{ος} αι. μ.Χ. Μπαρόκ, Ροκοκό Νεοκλασικισμός Λουδοβίκος 15ος Ανάλαφρα Ενδύματα Αρχαιοελληνική εμφάνιση	Τεχνολογική επανάσταση κουστούμι,ταγέρ, τζιν, ρούχα απλά και φθηνά

2.5 Μεσοποταμία

Με τον ευρύτερο όρο Μεσοποταμία εννοούμε την εύφορη γή ανάμεσα στους ποταμούς Τίγρη και Ευφράτη στην Μ. Ανατολή όπου αναπτύχθηκε ο αρχαίος πολιτισμός των Σουμερίων, Βαβυλώνιων, Ασσύριων, Πέρσες κ.λ.π. (3500-300 π.Χ.). Η κύρια ενδυμασία των λαών της Μεσοποταμίας αποτελούνταν από ρούχα με κρόσσια που θύμιζαν προβάτες και οι χιτώνες σε σχήμα T.



Εικ. 10: Άγαλμα του Γουδέα, ηγεμόνα σουμερικής πόλης (Παρίσι, Μουσείο Λούβρου)

Στην αρχή της Σουμερικής περιόδου οι άνθρωποι περπατούσαν ξυπόλυτοι παρόλα αυτά είχαν πολλά είδη περίτεχνης κάμωσης και γενικότερης περιποίησης. Ένα χαρακτηριστικό κάλυμμα της κεφαλής που διατηρείται μέχρι και τις ημέρες μας σε αρκετούς λαούς είναι το Τουρπάνι. Όσον αφορά τους Πέρσες που μας είναι και πιο γνωστοί (λόγω των περσικών πολέμων) η ενδυμασία τους ήταν εντοπωσιακή καθώς περιλάμβανε μακριά φορέματα χιτώνες παντελόνια, παλτά κ.λ.π.



Εικ. 11: Δαρείος ο Μέγας - από τα ανάκτορα της Περσέπολης

Επίσης οι άνδρες είχαν μακριές γενειάδες, μακριά μαλλιά και στο κεφάλι τους φορούσαν καπέλα με πιο γνωστό τον περίφημο φρυγικό σκούφο.¹⁰ Οι Πέρσες όταν δεν ήταν ξυπόλυτοι φορούσαν μακριά δερμάτινα παπούτσια και δερμάτινες μπότες. Σαν πρώτη ύλη χρησιμοποιούσαν τα δέρματα ζώων, μαλλί, λινάρι και το μεταξύ που εισήγαγαν από την Κίνα ενώ πιο σπάνια χρησιμοποιούσαν και το βαμβάκι.

¹⁰ Ο Φρυγικός σκούφος πήρε την ονομασία του από τους Φρύγες, λαό της Μ. Ασίας.

2.6 Αιγύπτος

Οι γνώσεις μας για το αρχαίο αιγυπτιακό ένδυμα προέρχεται κυρίως από τις τοιχογραφίες τα γλυπτά και τις σαρκοφάγους. Στην αρχαία Αιγύπτο την βάση του ανδρικού ενδύματος αποτελούνταν δύο ποδιές. Η πρώτη ερχόταν από πίσω προς τα εμπρός και άφηνε ακάλυπτα τα γόνατα ενώ η δεύτερη κάλυπτε αντίθετα το σώμα.



Εικ 12: Τοιχογραφία από το Λούξορ της Αιγύπτου 18η δυναστεία του Νέου Βασιλείου της Αιγύπτου (1543 - 1292 π.Χ.)

Οι ποδιές ήταν λινές ενώ ήταν διακοσμημένες με διάφορα κρεμαστά αντικείμενα ενώ συγκρατούνταν από μία ζώνη (στενή λωρίδα υφάσματος) γύρω από την μέση. Το περιζώμα και οι φούστες είναι μεταγενέστερες εξελίξεις αυτού του περιβλήματος. Το επάνω μέρος του σώματος αφήνόταν γυμνό η καλύπτονταν με κάποιο επώμιο η υποκάμισο. Το υποκάμισο ήταν φτιαγμένο από ένα ορθογώνιο τεμάχιο λινού υφάσματος,δτυλωμένο και ραμμένο στα πλάγια με ανοίγματα για τα χέρια. Το ένδυμα των γυναικών για την παιδική ηλικία ήταν η ποδιά ενώ για την μεγαλύτερη ηλικία φορούσαν εφαρμοστές λινές φούστες την καλάσιρις η τα διάφανα πτυχωτά φορέματα. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα περισσότερα ενδύματα της Παλαιάς Βασιλείας της Αιγύπτου έχουν γίνει από βαρύ και μεσαίου βάρους λινό υφασμα. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε ότι στο μουσείο του Καίρου εκτίθεται ένας χιτώνας από υφασμα με 60 ίντσες νημάτων από ούγια σε ούγια.

Τα κύρια στάδια της Αιγυπτιακής ενδυμασίας σε σχέση με την χρονολογία των Βασιλείων των Φαραώ μπορεί να αποτυπωθεί ως εξής:

Αρχαίο Βασίλειο (3200-2200 π.Χ) για την ανδρική ενδυμασία το κοντό σέντι και την γυναικεία το εφαρμοστό υφασμα.

Μέσο Βασίλειο (2050-1800 π.Χ) μακρί σέντι και φούστα για τους άνδρες και εφαρμοστό φόρεμα, φούστα και εσάρπα για τις γυναίκες.

Νέο Βασίλειο (1570-1090 π.Χ) άνδρες, πτυχωτό μακρύ και κοντό σέντι και καλάσιρις. Ενώ για τις γυναίκες το εφαρμοστό φόρεμα, καλάσιρις και πτυχωτό φαρδύ φόρεμα.



Εικ. 13: Τοιχογραφία από το Λούξορ της Αιγύπτου 18η δυναστεία του Νέου Βασιλείου της Αιγύπτου (1543 - 1292 π.Χ.). Οι ανασκαφές του Αμερικανικού Ερευνητικού Κέντρου στο Λούξορ, στη νότια Αίγυπτο, έφεραν στο φως τον τάφο, του οποίου οι περίτεχνες τοιχογραφίες εντυπωσιάζουν.

Στην Αίγυπτο υπήρχε η αντίληψη ότι ο πολιτισμός του λιναριού είχε σχέση με τους Θεούς καθώς πίστευαν ότι οι Θεοί όταν εμφανίστηκαν πάνω στην γη φορούσαν λινά υφάσματα. Το μαλλί οι Αιγύπτιοι το χρησιμοποιούσαν σπάνια ενώ το μεϊάξι και το βαμβάκι τους ήταν σχεδόν άγνωστα. Ενώ παρότι φορούσαν πολύχρωμα υφάσματα (κόκκινα,κίτρινα,γαλάζια,πράσινα) διακοσμημένα με πολύχρωμα σχέδια, δεν γνώριζαν την χρήση των προστυμμάτων (για την επιτυχημένη βαφή των λινών),επιμένως το λευκό ήταν το χρώμα που κυριάρχησε. Υποδήματα συνήθως δεν φορούσαν και κυριάρχησε ένας κοινός τύπος σανδαλιού από δέρμα, πάπυρο η ξύλο δεμένο σταυρωτά με δύο κορδόνια στο μέσο του ποδιού. Όσον αφορά την κόμμωση, οι άντρες Αιγύπτιοι ξύριζαν τα κεφάλια τους ενώ δεν άφηναν ούτε μουστάκια ούτε γενειάδες. Ενώ αντίθετα, οι Φαραώ (Βασιλείς), οι αξιωματούχοι και οι γυναίκες είχαν την χαρακτηριστική Αιγυπτιακή κόμμωση με διάφορες περούκες και καλύματα. Οι βασιλείς είχαν, η φορούσαν ψεύτικες μικρές γενειάδες για τις διάφορες τελετές η της κρατικές εκδηλώσεις σαν ένα σύμβολο Βασιλικής εξουσίας. Τα παιδιά των ευγενών φορούσαν μια χοντρή πλεξούδα στο δεξί μέρος του κεφαλιού σαν σύμβολο αιώνιας νεότητας. Τελειώνοντας αξίζει να αναφέρουμε και τους Ιερείς που αναγνωρίζονταν από το γυμνό ξυρισμένο κεφάλι και το δέρμα λεοπάρδαλης με το οποίο σκέπαζαν το σώμα τους. Ενώ αξίζει να αναφέρουμε και τις περίφημες μάσκες ζώων για τελετουργική χρήση (σαρκοφάγοι) που συμπλήρωναν την ενδυμασία των αρχαίων Αιγυπτίων και που αποτελούν έναν οδηγό επιστροφής του πνεύματος στο θείο.

2.7 Αρχαία Ελλάδα

ι. Μυκηναϊκός πολιτισμός 3000 έως 1000 π.Χ.

Τις πληροφορίες για την ένδυση και τον καλλωπισμό των Μινωϊτών αντλούμε τις ανασκαφικές έρευνες και συγκεκριμένα από τις τοιχογραφίες σημαντικών κτιρίων,στην Κνωσό και στο Ακρωτήρι στην Σαντορίνη. Οι παραστάσεις νεαρών κυρίως ανδρικών και γυναικείων μορφών με τα ανεξίτηλα και φωτεινά τους χρώματα στις τοιχογραφίες αναδεικνύουν της λεπτομέρειες της Μυκηναϊκής ενδυμασίας. Σε γενικές γραμμές τα ενδύματα αποκάλυπταν το σώμα ,ήταν εφαρμοστά και τόνιζαν την μέση τόσο στις γυναίκες όσο και στους άντρες. Επίσης η γυναικεία ένδυση ξεχωρίζει για την πλούσια διακόσμηση το στενό κοντιμάνικο (με στενά ή φουσκωτά μανίκια) πουκάμισο με το περικόρμιο (μπούστο), που άφηνε ακάλυπτο το στήθος.



Εικ. 14: Η περίφημη τοχογραφία με τις Γαλάζιες Κυρίες, όπως ονομάστηκαν, από το ανάκτορο της Κνωσού, έργο του 1600 π.Χ. περίπου.

Η αντρική αντίθετα ξεχωρίζει για λεγόμενο ζώμα (περίζωμα), που έμοιαζε με κοντή φούστα ή ποδιά σφιγμένη στη μέση. Την ανδρική ενδυμασία συμπληρώνουν οι σφικτές υφασμάτινες δερμάτινες, ίσως και μεταλλικές ζώνες, που πάνω σ' αυτές στήριζαν οι άνδρες το εγχειρίδιο μικρό σπαθί ή μαχαίρι, κάτι που συναντάται και στην κρητική ενδυμασία. Τα κρητικά ενδύματα κατασκευάζονταν από μαλλί, λινόρι και κατεργασμένο δέρμα. Το μαλλί ήταν το συνηθέστερο υλικό για την κατασκευή της ενδυμασίας κάτι που γίνεται ιδιαίτερα φανερό και από τις πινακίδες της Γραμμικής Β (που οι περισσότερες από τις οποίες αφορούν καταλόγους με κοπάδια προβάτων). Στην μυκηναϊκή εποχή ξεχωρίζουν και τα επιμελημένα χτενίσματα καθώς βλέπουμε στις τοχογραφίες όμορφα μακριά μαλλιά με μπουκλές. Ενώ ειδικά για τις γυναίκες τα μαλλιά είναι δεμένα με κορδέλες από χάντρες και συγκρατημένα με χρυσά στέμματα. Οι Κρήτες επίσης φημίζονταν για την χρυσοχοΐα καθώς έφτιαχναν εξαιρετα βραχιόλια, δαχτυλίδια, περιδέραια κ.α. που συμπλήρωναν την γενικότερη ενδυμασία.



Εικ. 15: Ο πρίγκιπας με τα κρίνα. Στον λαμό φοράει περιδέραιο και στο κεφάλι διάδημα από κρίνα και φτερά παχυνίου. Στο σώμα φοράει περίζωμα, σύμφωνα με τη μόδα της μυκηναϊκής εποχής. Με το αριστερό του χέρι κρατούσε κάποιο περὶ ζώο, σφέγγρα ή γρήβα.

ii. Κλασική αρχαιότητα & αρχαϊκή περίοδος

Ο όρος αρχαϊκός επινοήθηκε τον 18ο αι. από ιστορικούς της τέχνης προκειμένου να χαρακτηρίσει την μεταβατική περίοδο της ελληνικής τέχνης μεταξύ της γεωμετρικής (9ος-8ος αι. π.Χ.) και της κλασικής εποχής (5ος – 4ος αι. π.Χ.). Ο όρος αρχαϊκός αναφέρεται στην μεγάλη πολιτική, κοινωνική, οικονομική και καλλιτεχνική μεταμόρφωση του ελληνικού κόσμου κατά τον 7ο και 6ο αι. π.Χ. Οι βασικοί τύποι των ελληνικών ενδυμάτων στην Αρχαϊκή περίοδο είναι οι: Πέπλος, Χιτώνας, Ίμιτιο και Χλαμίδα. Ο μάλλινος πέπλος, γυναικείο ένδυμα, διαμορφώνονταν μέσα από ένα ορθογώνιο ύφασμα το οποίο δεν χρειαζόταν καν να ραφτεί. Το ύφασμα διπλωνόταν στο ένα τρίτο περίπου του ύψους του μία φορά προς τα έξω σχηματίζοντας έτσι έναν υφασμάτινο όγκο, το απόπτυγμα, που έπεφτε προς τα έξω στην πλάτη και το στήθος.

Η πεπλοφόρος κόρη του 530 π.Χ. ένα έργο της γλυπτικής τέχνης της αρχαίας Ελλάδας που εκτίθεται στο Μουσείο της Ακρόπολης μας δίνει ένα δείγμα της γυναικείας ένδυσης με τον λεγόμενο πέπλο.



Εκ. 16: Η Πεπλοφόρος 530 π.Χ. Μάρμαρο Παρόν, Αρχαιολογικό Μουσείο Ακρόπολης.

Η νεαρή γυναίκα φοράει κατάσαρκα έναν μακρύ λινό χιτώνα με κοντά μανίκια, που οι λεπτές κομματιστές πτυχώσεις του διακρίνονται στο κάτω μέρος και στον δεξιό αγκώνα, και από πάνω έναν πέπλο, δηλαδή ένα μεγάλο ορθογώνιο μάλλινο ύφασμα που τυλίγεται γύρω από το σώμα και ζώνεται στη μέση, ενώ ένα τμήμα του στο επάνω μέρος, το απόπτυγμα, αναδιπλώνεται και πέφτει μπροστά στο στήθος και πίσω στην πλάτη, φτάνοντας σχεδόν ως το ύψος της μέσης, επάνω από τη ζώνη. Ο χιτώνας φοριόταν τόσο από άντρες, όσο και από γυναίκες και ήταν λινός. Γενικότερα μπορούμε να διακρίνομα δύο είδη αρχαίου χιτώνα: του δωρικού και τον ιωνικού ρυθμού.



Εκ. 17: Υπόλευκος χιτώνας από κουκουλάτικο υφαντό σε φτια σχεδόν ίσα φύλλα (ύψος 61-64εκ.). Έχει σχήμα ορθογώνιου παραλληλογράμμου και είναι ανοητός μόνο στις δύο στενές του πλευρές.

Το λεγόμενο λοξό μιάτιο από το 700 π.Χ. περίπου είναι εξίσου γνωστό από τις αρχαϊκές κόρες της Ακρόπολης. Το μιάτιο ήταν ένα μακρύ ύφασμα που το περνούσαν κάτω από την αριστερή μασχάλη, το τύλιγαν γύρω από το στήθος και την πλάτη και το κούμπωναν πάνω από το δεξιό βραχίονα. Η γνωστή ως κόρη της Lyon, που χρονολογείται λίγο μετά τα μέσα του 6ου αιώνα είναι η παλαιότερη κόρη από την Αττική με τη χαρακτηριστική ιωνική ενδυμασία των κορών της ύστερης αρχαϊκής εποχής, που αποτελείται από έναν ποδήρη χιτώνα με μακριά μανίκια από λεπτό λινό ύφασμα και ένα μάλλινο μιάτιο φορεμένο λοξά, όπως μας δείχνει και η πορεία της παρυφής του επάνω στο στήθος. Η χλαμιίδα ήταν αποκλειστικά ανδρικό ρούχο συνήθως ήταν πιο κοντή από το μιάτιο. Το ύφασμα διπλωνόταν μία φορά καθέτως και στερεωνόταν στο δεξιό ώμο με πόρπη ή περόνη, ώστε να καλύπτεται ο αριστερός βραχίονας από την κλειστή πλευρά του υφάσματος, με το δεξιό τελείως ακάλυπτο. Η χλαμιίδα ήταν περισσότερο ένδυμα των εφήβων, των ταξιδιωτών και των στρατιωτών.



Εκ. 18: Η κόρη της Lyon 640 π.Χ με το χαρακτηριστικό λοξό μιάπι

Στην αρχαία Ελλάδα μπορούμε ξεχωρίζουν επίσης οι : Πέτασοι και οι Πίλοι (ανδρικά καπέλα), η σφενδόνη (γυναικεία μαντίλα) η Θολία (μυτερό γυναικείο καπέλο από ψάθα) οι γενειάδες , οι μπότες τα σανδάλια τα κοσμήματα κ.α.



Εκ. 19: Καλωκότεις κρατήρας του Ευφρονίου: Ο θάνατος του Σαρπηδόνα, γύρω στο 510 π.Χ. Ρώμη, Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia.
Στην σύνθεση ξεχωρίζει κεντρικά πάνω από τον ήρωα ο Θείος Ερμής με το καπέλο.

2.8 Ρώμη

Η ρωμαϊκή ενδυμασία επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από εκείνη των αρχαίων Ελλήνων. Παρόλα αυτά υπάρχουν και ορισμένες διαφορές. π.χ. οι Ρωμαίοι φορούσαν περισσότερα ρούχα από τους αρχαίους Έλληνες. Με τις πιο βαριές πτυχώσεις των υφασμάτων το σώμα αποκτούσε και μεγαλύτερο όγκο. Χρησιμοποιούσαν επίσης περισσότερα διακοσμητικά και αξεσουάρ ενώ προτιμούσαν περισσότερο και το μαλλί απ' το λινό, επειδή ο κλίμα τους ήταν πιο ψυχρό. Επίσης τα ενδύματα τους δήλωναν πολύ περισσότερο από την αρχαία Ελλάδα την κοινωνική τάξη των ανθρώπων. Έτσι υπήρχαν ρούχα που ξεχώριζαν τους Ρωμαίους πολίτες από τους κατακτημένους ενώ φανέρωναν και το αξίωμα ή την ηλικία εκείνου που τα φορούσε. Το πιο χαρακτηριστικά ενδύματα των Ρωμαίων είναι: η Tunica: είδος υποκαμίσου αντίστοιχο του ελληνικού χιτώνα από 2 κομμάτια λινού υφάσματος ραμμένα στο πλάι και στους ώμους, με ανοίγματα για κεφάλι και χέρια.



Εικ. 20: Μαρμάρινο ρωμαϊκό άγαλμα του Καίσαρα Αυγούστου με την αρχαία τήβεννο . Μουσείο του Λούβρου, Παρίσι

Η Τήβεννος (λατ. «toga»), υφασμάτινο ίσως 20 πόδια (6 μέτρα) σε μήκος, το οποίο ήταν τυλιγμένο γύρω από το σώμα και γενικά το φορούσαν πάνω από πουκάμισο. Η τήβεννος ήταν φτιαγμένη από μαλλί και το πουκάμισο συχνά ήταν φτιαγμένο από λινό. Μετά τον 2ο αιώνα π.Χ., η τήβεννος ήταν ένα ένδυμα αποκλειστικά από άνδρες, και μόνο Ρωμαίοι πολίτες είχαν το δικαίωμα να φορούν την τήβεννο. Γυνακείοι χιτώνες με πλατιά κεντρική ταινία (διακοσμημένη παρυφή) μπροστά από πάνω ως κάτω.



Εικ. 21: Χάλκινο άγαλμα του αυτοκράτορα Οκταβιανού Αυγούστου (27 π.Χ.-14 μ.Χ), από το βοθό του Αιγαίου πελάγους

Άγαλμα του αυτοκράτορα Οκταβιανού Αυγούστου, από χαλκό απο το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Ο αυτοκράτορας απεικονίζεται έφηβος, σε προχωρημένη ηλικία. Φορεί χιτόνα (tunica) με κατακόρυφη πορφυρή ταινία (clavus purpurea) και χλαμύδα (paludamentum) με κροσσωτή απόληξη και διακόσμηση με μαιάνδρο. Οι Ρωμαίοι φημίζονταν για τα υποδήματά τους καθώς είχαν καταπληκτικούς τσαγκάρηδες. Τα κύρια είδη υποδημάτων τους ήταν τέσσερα: η σόλα (ένα τύπου σανδάλι που κέλυπτε τελείως το πόδι),η κάλτσα, κρεπίδα και ο κόθορνος (ψηλή μπότα με σανδάλια). Απο τα πιο «λαμπρά» υποδήματα τους, ήταν οι μπότες των Αξιωματούχων και Αυτοκρατόρων η οποίες ήταν στολισμένες με επάχρυσα σχέδια.

2.9 Βυζάντιο

Η Βυζαντινή αυτοκρατορία ξεκινά το έτος 330 μ.Χ. καθώς μεταφέρεται η πρωτεύουσα του ρωμαϊκής αυτοκρατορίας από την Ρώμη στην Κωνσταντινούπολη¹¹ και φθάνει μέχρι την πτώση το έτος 1453 μ.Χ. από τους Οθωμανούς.

¹¹ Η ίδρυση του Βυζαντίου έγινε απο τον αυτοκράτορα Μ. Κωνσταντίνο, ρωμαϊκό όνομα Flavius Valerius Aurelius Constantinus ,272-337 μ.Χ.

Η βυζαντινή ενδυμασία βασίστηκε σε εκείνη της ύστερης ρωμαϊκής εποχής ενώ επηρεάστηκε βαθύτατα από τα ανατολικά κράτη (Περσία, Συρία κ.α.) και από τις αντιλήψεις της Χριστιανικής θρησκείας. Το κύρια ένδυμα για τις γυναίκες ήταν ο μονόχρωμος χιτώνας σε σχήμα T μαζί με το πανωφόρι.



Εικ. 22: Η Θεοδώρα και η συνοδεία της Ψηφιδιά στο ναό του Αγίου Βιταλίου στη Ραβέννα της Ιταλίας

Η ανδρική ενδυμασία περιελάμβανε περισσότερους τύπους ενδυμάτων με την αυτοκρατορική την εκκλησιαστική ενδυμασία και την ενδυμασία του λαού γενικότερα. Η αυτοκρατορική ενδυμασία συνήθως περιελάμβανε την ρωμαϊκή τουνίκα τον χιτώνα και την χλαμύδα. Επίσης στην μεσοβυζαντινή περίοδο οι αυτοκράτορες καθιέρωσαν τον «λώρο», ένα ορθογώνιο διακοσμημένο ύφασμα (επηρεασμένο από την ρωμαϊκή τήβεννο).



Εικ. 23: Ο Αυτοκράτορας Ιουστινιανός με την συνοδεία του Ψηφιδιά στο ναό του Αγίου Βιταλίου στη Ραβέννα της Ιταλίας. Διακρίνεται στην μέση της σύνθεσης και ο επίσκοπος Μαξιμιανός κρατώντας τον χρυσό σταυρό.

Η εκκλησιαστική ενδυμασία περιελάμβανε τα εκκλησιαστικά ενδύματα (τα ιερατικά Άμφια).¹² Οι διάκονοι φορούσαν έναν απλό χιτώνα διακοσμημένο με δύο κάθετες ταινίες ενώ οι ανώτεροι κληρικοί πιο σύνθετα ρούχα περίτεχνα διακοσμημένα. Όσον αφορά τις λαϊκές τάξεις περιοριζόταν σε λίγα και μονόχρωμα ρούχα με τυπική φορεσιά τον κοντό χιτώνα σε σχήμα T. Όσον αφορά τις ανώτερες τάξεις υπήρχε γενικότερα μεγάλη ποικιλία ενδυμάτων. Στο Βυζάντιο όσο πιο μεγάλη κοινωνική θέση και χρήματα είχε κάποιος τόσο πιο ωραίες φορεσιές διέθετε, με αποτέλεσμα η ενδυμασία να είναι και ένα διακριτικό σήμα της καταγωγής, του αξιώματος, της κοινωνικής τάξης, του επαγγέλματος και της ασχολίας του κάθε ανθρώπου.

¹² Τα ιερατικά άμφια είναι τα ενδύματα που χρησιμοποιούνται από τους κληρικούς κατά τη Θεία Λειτουργία καθώς και σε άλλες ακολουθίες και εκκλησιαστικές τελετές

2.10 Μεσαιωνική Ευρώπη

Ο όρος Μεσαιώνας περιλαμβάνει την δυτική ευρώπη της περιόδου από τον 5 μέχρι τον 15^ο αι. μ.Χ. Στην περίοδο αυτή έχουμε και την ανάπτυξη των γερμανικών κρατών¹³ στο δυτικό ευρωπαϊκό κομμάτι της Ρωμαϊκής και Βυζαντινής αυτοκρατορίας. Ο Μεσαιώνας χωρίζεται σε τρεις περιόδους: τον πρώιμο Μεσαίωνα (5^ο αι. έως 1000 μ.Χ.) και τον ώριμο Μεσαίωνα (1000 έως 1300 μ.Χ.) και Ύστερο Μεσαίωνα (1300 έως 1500 μ.Χ.). Η ενδυμασία στα χρόνια του Μεσαίωνα στην δυτική ευρώπη είναι επηρεασμένη από την Ρωμαϊκή και βυζαντινή αυτοκρατορία τα γερμανικά φύλλα και τους λαούς της ανατολής. Έτσι βλέπουμε διάφορους συνδυασμούς ρούχων όπως π.χ. ο συνδυασμός ρωμαϊκού χιτώνα με μανίκια με το γερμανικό παντελόνι.



Εικ. 24: Μεσαιωνικές ενδυμασίες, Το φίλι του Ιουδά, νεογοτθία, Τζόττο 1303-1305

Γενικότερα η ενδυμασία του Μεσαίωνα φανέρωνε την κοινωνική και οικονομική θέση των ανθρώπων και τόνιζε ιδιαίτερα την διαφορά των δύο φύλλων. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της αντρικής ενδυμασίας περιλαμβάνει την τουνίκα, δύο χιτώνες (εσωτερικό και εξωτερικό) και τὰ εσωτερικά πουκάμισα σε συνδυασμούς με παντελόνια και κάλτσες. Επίσης στην ύστερη Μεσαιωνική εποχή τα ενδύματα έγιναν πιο εφαρμοστά, ραβόταν στις διαστάσεις του σώματος και καθιερώνεται το πορπουάν¹⁴ και η ουπλάνδη (ένα φαρδύ πανωφόρι με ψηλό λαμίο). Όσον αφορά για τις γυναίκες η ενδυμασία περιελάμβανε τις εσάρπες τα πουκάμισα με τα μακριά εφαρμοστά μανίκια και τα φορέματα (με μανίκια και αμάνικα) που είχαν λαμιόκοψη και ήταν εφαρμοστά στο στήθος.



Εικ. 25: Μεσαιωνική γυναικεία ενδυμασία, Μαρία της Βουργουνδίας, Μιχαέλ Πάγερ 1490

¹³ Τα γερμανικά φύλλα όπως Γότθοι - Οστρογότθοι, Βησιγότθοι, οι Αλαμανοί, οι Βουργούνδιοι, οι Φράγκοι, οι Βάνδαλοι κ.λπ.

¹⁴ Το πορπουάν ήταν ένα εσωτερικό ρούχο με επένδυση επηρεασμένο από την στρατιωτική ενδυμασία

2.11 Η ενδυμασία από τα τέλη του 15ου έως τις αρχές του 19ου αιώνα

(Αναγέννηση,Μπαρόκ,Ροκοκό,Νεοκλασικισμός)

Το 1490 το πνεύμα της αναγέννησης¹⁵ που εξαπλώθηκε σε όλη την ευρώπη επηρέασε και τη μόδα. Στα διάφορα ευρωπαϊκά κράτη κατά την ίδια περίοδο παρατηρούμε και διαφορετικές ενδυματολογικές επιλογές, χαρακτηριστικά βλέπουμε τρεις ενδυματολογικές γραμμές την Ιταλική Γερμανική και Ισπανική. Στην Ιταλία έχουμε ενδύματα από χρυσό και ασήμι. Στους άνδρες τα βασικά ρούχα είναι ένα μακρύ παλτό με πέτες, άσπρο λινό πουκάμισο με καπέλα ή μικρούς σκούφους. Στις γυναίκες χιτά φορέματα με ζώνη που ανεβαίνει ψηλά, αέρινα πέπλα κατασπρά μαλλιά με καλύμματα σχήματος κώνου μεταλλικού διχτιού και στολισμό από χάντρες.



Εικ. 26. Αναγεννησιακή ενδυμασία : Piero di Cosimo, Μαγδαληνή 1500 μ.Χ. Palazzo Barberini στη Ρώμη.

Όσον αφορά την Γερμανική γραμμή: το βασικό ένδυμα για τους άνδρες ήταν το ντουμπλέ με τα φουσκωμένα μανίκια, γιλέκο, πανωφόρια,κιλότες με κάλτσες και η σάουμπε (Schaube) ένας είδος πανωφόρι σαν ράσο. Επίσης παρατηρούμε χρωματιστά υφάσματα το ένα πάνω στο άλλο για την πρόσθεση φάρδους στο σώμα. Η γερμανική ιδιαιτερότητα που επηρέασε και τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες όσον αφορά την ενδυμασία ήταν τα ψαλιδίσματα. Στο γυναικείο ένδυμα έχουμε την φούστα το κορσάζ με στενή μέση και τετραγωνη λαμιόκοψη. Εδώ αξίζει να αναφέρουμε ότι η γερμανική μόδα επηρέασε τόσο την αγγλική όσο και την γαλική μόδα. Στην Ισπανία έχουμε γεωμετρικές φόρμες στα ρούχα (σφαίρα, κώνος, κύκλος) με κύριο χρώμα το χρυσό τις χάντρες και τις πολύτιμες πέτρες. Το ισπανικό γυναικείο ένδυμα αντίθετα με το ιταλικό και γερμανικό ήταν πολύ εφαρμοστό και στητό ενώ πίεζε ασφυκτικά το στήθος. Επίσης χαρακτηριστικά είναι και τα πτυχωτά κολάρα η περιλάμια και το κρινολίνο.¹⁶ Στους άντρες ξεχωρίζουν ιδιαίτερα το στητό γιλέκο η κάπα και οι ψηλές δερμάτινες μπότες.

¹⁵ Ως Αναγέννηση χαρακτηρίζεται ένα πολιτιστικό κίνημα που τοποθετείται προσεγγιστικά ανάμεσα στο 14ο και το 17ο αιώνα, και ξεκίνησε στην Ιταλία κατά τον ύστερο Μεσαίωνα, από όπου και εξαπλώθηκε στην υπόλοιπη Ευρώπη. Η αναγέννηση επέφερε την άνθηση της λογοτεχνίας, της επιστήμης, της τέχνης, της θρησκείας και της πολιτικής επιστήμης, καθώς και την αναβίωση της μελέτης κλασικών συγγραφέων σε όλη σχεδόν την Ευρώπη.

¹⁶ Το κρινολίνο είναι γυναικείο εσώρουχο. Η ονομασία "κρινολίνο" δόθηκε από έναν από τους κατασκευαστές του υφάσματος από το οποίο ραβόταν το εσώρουχο και προέρχεται από τις λατινικές λέξεις crinis ("τρίχες") και lin ("λινόρι").



Εικ. 27: Ενδύματα φρουρού από την Παλαιά ελβετική φρουρά, χαρακτηριστικό δείγμα της Αναγεννησιακής ενδυμασίας.

Ο όρος μπαρόκ δήλωνε γενικότερα το πομπώδες ύφος που συνδέεται με την υπερβολή και την θεατρικότητα. Όσον αφορά στην ενδυμασία, το μπαρόκ χαρακτηρίζεται σαν το προσωπικό ύφος του Λουδοβίκου 15^{ου} (1770-1795 μ.Χ.). Γενικότερα σε αυτή την εποχή έχουμε μεγάλη χρήση της δαντέλας, πολυτελή υφάσματα (μεταξωτά, σατέν και βελούδα), καπέλα με πολύχρωμα φτερά και περούκες για τους άνδρες.



Εικ. 28: Ο Λουδοβίκος ΙΕ με την ενδυμασία της στέπης, από τον Λουί-Μισέλ βαν Λου.

Στα υφάσματα προτιμήθηκαν τα μονόχρωμα χρώματα βαθυκόκκινου, μπλε του ζαφειριού κ.λ.π. από τα κατεξοχήν πολύχρωμα αναγεννησιακά. Ενώ στα απαραίτητα αξεσουάρ έχουμε τα γάντια και τις βεντάλιες. Επίσης χαρακτηριστικό ένδυμα αυτής της εποχής είναι και η ποδιά (αστοί από δαντέλα και οι χωρικοί από λινό). Όσον αφορά την κόμμωση έχουμε μακριά μαλλιά και περούκες στους άντρες και μπούκλες στολισμένες με κορδέλες για τις γυναίκες.

Το ροκοκό (18ος αι.) φέρνει μια καινούργια τάση πιο ελαφριά, κομψή και πιο απλή σε σχέση με την εποχή του μπαρόκ. Στους άντρες έχουμε το κομψό ζιγιό ο κορπ με διακοσμημένες ούγιες που έφθανε ως τα γόνατα, το μακρύ γιλέκο και το πλούσια διακοσμημένο πουκάμισο από δαντέλα. Για τις γυναίκες έχουμε την φούστα με τις μανέλες που θύμιζε τρούλο επίσης έχουμε υπερβολικό στένεμα της μέσης που το πετόχαναν με το κορμάκι-εσώρουχο που έσφιγγε με ένα κορδόνι.



Εικ. 29: Η Μαρκίση Μαντίμι ντε Πομπιαντόρ με την ενδυμασία της εποχής ροκοκό 1745 μ.Χ.

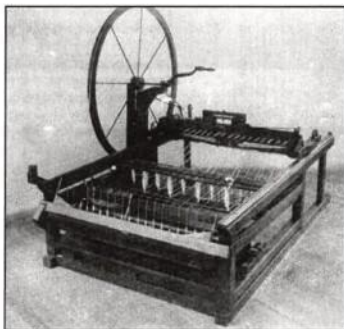
Ο νεοκλασικισμός που είχε εμφανιστεί ήδη από τον 17^ο αι. μ.Χ. κορυφώθηκε στις αρχές του 19 αι. και ήταν ένα κίνημα που αντίδρασε έμπνευση από την αρχαία Ελλάδα και την ρώμη. Γενικότερα ο νεοκλασικισμός επανέφερε διάφορα μοτίβα από την αρχαιότητα όπως π.χ. φύλλα ελιάς, αμφορείς, μάσκες, στεφάνια, κορδέλες που κ.λ.π. Στον χώρο της ενδυμασίας μετά την Γαλλική επανάσταση 1789 μ.Χ. εμφανίζεται σαν βασικό ένδυμα των ανδρών το παντελόνι που καταργεί την κιλότα. Με το τέλος του 18^{ου} αι. οι εργάτες και οι αγρότες έχουν ίσα δικαιώματα με τους αριστοκράτες ενώ αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός ότι στο όνομα της ισότητας έγινε και μια προσπάθεια για ένα κοινό ρούχο συνδυασμένο με μια αρχαιοελληνική χλαμύδα. Χαρακτηριστικό είναι και το γεγονός ότι στην διάρκεια της επανάστασης η ενδυμασία τονίζει έντονα και την εθνικότητα π.χ. οι πατριώτες φορούσαν μπλέ κουστούμι με άσπρες και κόκκινες γαρνιτούρες. Με τον νεοκλασικισμό εμφανίζονται δύο ενδυματολογικά στυλ το Ντιρεκτουάρ και το Αμπέρ. Στο Ντιρεκτουάρ (μια αρχαιοπρεπή εμφάνιση της γυναίκας) κάνουν την εμφάνιση τους διάφανα προκλητικά φορέματα (τουνίκες) μακριά σαν εκείνα των *αγαλμάτων* με πτυχώσεις κοντά μανίκια και μεγάλο ντεκολτέ. Όσον αφορά το ανδρικό ντύσιμο ήταν κοινό με γιλέκα, γραβάτες, παντελόνια, κάλτσες και μακρυνά καπέλα. Με το στυλ Αμπέρ¹⁷ 1804 οι μόδες της αυτοκρατορικής αυλής του Ναπολέοντα Α 1804 «επιβάλλουν» και την αντίστοιχη ενδυμασία. Οι διαφορές είναι στις μεν γυναίκες ότι τα φορέματα δεν μιμούνται τόσο τα κλασικά σχέδια άλλα έχουν πιο έλευθρα στοιχεία και μοτίβα. Στους άντρες το επίσημο ένδυμα είναι η εφαρμοστή κιλότα πλάι σε ένα εφαρμοστό παντελόνι.



Εικ. 30: Ο Ναπολέων Βοναπάρτης με την σχετική ενδυμασία 1769-1821 μ.Χ.

¹⁷ Στυλ Αμπέρ (Style Empire). Όρος Γαλλικής προελεύσεως, που δηλώνει ένα συγκεκριμένο ύφος (στυλ), που αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια της πρώτης γαλλικής επανάστασης από το 1804 έως το 1815, με τον Ναπολέοντα Βοναπάρτη ως «Αυτοκράτορα των Γάλλων».

Στην Αγγλία ¹⁸ τον 18 αιώνα στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας παρουσιάστηκε, μεγάλη αύξηση της ζήτησης βαμβακερών υφασμάτων ενώ τα τεχνολογικά επιτεύγματα στον τομέα αυτό έδωσαν τη δυνατότητα μεγάλης αύξησης της παραγωγής κλωστών και υφασμάτων. Ενώ παράλληλα η πρώτη κλωστική μηχανή του Χάργκρεϊβς (Hargreaves), η «κλώστρια Τζένη» έφερε και την πρώτη εκβιομηχάνιση της παραγωγής.



Εικ. 31: Η πρώτη κλωστική μηχανή του Χάργκρεϊβς (Hargreaves), η «κλώστρια Τζένη».

2.12 Ο 2^{ος} αιώνας

Ο 2^{ος} αιώνας από το ξεκίνημά του φέρνει δραματικές αλλαγές σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς σε 46 χρόνια η ανθρωπότητα βιώνει δύο παγκόσμιους πολέμους την ρήξη της πρώτης ατομικής βόμβας κ.λ.π. Παρόλα αυτά μέσα στον 20^ο αιώνα έγιναν οι μεγάλες τεχνολογικές και επιστημονικές ανακαλύψεις. Τα ισχυρά ευρωπαϊκά κράτη ανταγωνίζονται μεταξύ τους για τον έλεγχο σε περισσότερες περιοχές έξω από την Ευρώπη. Ο αποικιακός ανταγωνισμός συνδέεται και με την εκβιομηχάνιση που εξαπλώνεται, τις πόλεις που μεγαλώνουν, τον πληθυσμό που συνεχώς αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς. Όσον αφορά την ενδυμασία σηματολογικά έχουμε την καθιέρωση της υψηλής ραπτικής στο Παρίσι και την βιομηχανική παραγωγή ειδών μπιτσιμού, που είχε αρχίσει περίπου από τα μέσα του 19ου αιώνα από την Αγγλία και διαδόθηκε ευρύτερα στη Βόρεια Αμερική, στην Ευρώπη και στην Άπω Ανατολή. Ενδεικτικά να αναφέρουμε ότι στον τομέα της μόδας και της ενδυμασίας, μέσα στον 20^ο αιώνα έγινε η καθιέρωση των παντελονιών τζιν ως κάλζουαλ ρούχον (χρησιμοποιούνταν αποκλειστικά πιο πριν ως ένα ρούχο εργασίας). Επίσης καθιερώθηκε το κοστούμι –παντελόνι σακάκι και γιλέκο ως αντρικό σύνολο και το ταγέρ για τις γυναίκες. Όσον αφορά κάποιες πιο ειδικές κατηγορίες ενδυμάτων αξίζει να αναφέρουμε την αθλητική ενδυμασία που καθιέρωσε αργότερα και το πιο σπόρ ντύσιμο.

Συνοψίζοντας αξίζει να αναφέρουμε το γεγονός ότι μέσα στον 20^ο αιώνα γίνεται μια ευρύτερη βιομηχανική και κοινωνική επανάσταση στον χώρο της ενδυμασίας και της μόδας. Ενώ στους προηγούμενους αιώνες η μόδα καθιερωνόταν από τις ανώτερες κοινωνικές τάξεις μέσα στον 20^ο αιώνα η ενδυμασία και ταυτόχρονα η μόδα επηρεάζεται κυρίως από τις ευρύτερες ομάδες και τα μεσαία κοινωνικά στρώματα. Για πολλές κατηγορίες ανθρώπων δημιουργήθηκαν ενδυματολογικές τάσεις μόδας επηρεασμένες από τα είδωλα του κινηματογράφου της μουσικής και της τηλεόρασης. Η ενδυμασία και κατ' επέκταση η μόδα μέσα στον 20^ο αιώνα εκφράζει πλέον και τα πιο προσωπικά γούστα και τις απόψεις των ανθρώπων παράλληλα και με τις επαγγελματικές, αθλητικές τους και άλλες δραστηριότητες. Επίσης όλες οι καινοτομίες στον χώρο της ενδυμασίας μέσα στον 20^ο αιώνα σχετίζονται άμεσα και με την προσωπική αισθητική την οικονομική ταυτότητα και την κοινωνική ζωή

¹⁸ Η Βιομηχανική Επανάσταση εκδηλώθηκε πρώτα στην Αγγλία. Στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας συντελέστηκε η πρώτη εκβιομηχάνιση της μαζικής παραγωγής.

του κάθε ανθρώπου. Τέλος η μεγαλύτερη επανάσταση του αιώνα μας κατά την προσωπική μου άποψη είναι και η διευρυμένη πλέον δυνατότητα του κάθε ανθρώπου να ντύνεται σύμφωνα με τις προσωπικές του προτιμήσεις.



Εικ. 32: άνδρες με κοστούμι της εποχής 19^{ος} αιώνας

3. Ορισμοί

3.1 Ενδυμα

Είναι κάθε τι με το οποίο καλύπτεται το ανθρώπινο σώμα, κάθε αντικείμενο κατασκευασμένο από οποιοδήποτε υλικό, κατεργασμένο ή όχι, αν ικανοποιεί τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιείται.

3.2 Ενδυμασία

Το σύνολο των «ενδυμάτων» που απαρτίζουν την εξωτερική εμφάνιση του ανθρώπου. Ο όρος ενδυμασία περιλαμβάνει όχι μόνο τα ρούχα, αλλά και τα συμπληρωματικά τους (αξεσουάρ), δηλαδή τα παπούτσια, τις τσάντες, τα καπέλα, τα γάντια και άλλα. Περιλαμβάνει επίσης και τα κοσμήματα, το μακιγιάζ, ακόμη και το χτένισμα. Παλαιότερες μορφές ενδυμασίας ήταν, πιθανόν, το βάνιμο του προσώπου και του σώματος, καθώς και το τατουάζ, δηλαδή η χάραξη διαφόρων σχεδίων στο ανθρώπινο δέρμα. Η επιθυμία του ανθρώπου για προστασία από τα κακά πνεύματα. Η ανάγκη να καλύψει το σώμα του, για να το προστατεύσει από τις καιρικές συνθήκες. Η ανάγκη για να δείξει τη θέση του στην κοινωνία. Η ανάγκη για να ικανοποιήσει το αίσθημα της ντροπής.

Η ενδυμασία αποτελεί, ένα είδος κώδικα επικοινωνίας. Είναι μια σιωπηλή «γλώσσα» που φανερώνει πολλά όχι μόνο για το άτομο που τη φοράει αλλά και για το κοινωνικό σύνολο και το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο το άτομο αυτό ζει. Είναι, συγχρόνως, ένας σημαντικός τομέας της οικονομίας και μια μορφή καλλιτεχνικής δημιουργίας. Δικαιολογημένα, λοιπόν, Ο Ουίλλιαμ Σαίξπηρ (SHAKESPEAR) γράφει στον Κοριολάνο τον: «*Αν σιωπάνομε και δε μιλούσαμε, τα ρούχα μας και η κατάσταση του σώματός μας, θα πρόδιδαν τη ζωή που ζούμε*».

3.3 Μόδα

Τέχνη, δουλειά, θρησκεία, παιχνίδι, ψυχοθεραπεία, αντικατοπτρισμός της προσωπικότητας μας. Μόδα είναι η παροδική συνήθεια που για ορισμένο χρονικό διάστημα γενικεύεται σε μεγάλο φάσμα της κοινωνίας, σε ότι αφορά την ενδυμασία, την κόμμωση, τη μουσική, ο συρμός, ο νεωτερισμός. Η μόδα είναι ένα πολυσύνθετο φαινόμενο που καθρεφτίζει τις κατευθύνσεις και τις εξελίξεις μιας κοινωνίας σε μια ορισμένη ιστορική περίοδο. Ο ρόλος της είναι να εισάγει στην κοινωνία, με τη γρήγορη μετάδοση και αφομοίωση, νέες συμπεριφορές και πεποιθήσεις. Δεν ορίζεται από τα ρούχα που φοράει κάποιος, αλλά από την συμπεριφορά, την προσωπικότητά μας αλλά και από τον τρόπο που βλέπουμε τον κόσμο. Coco Chanel «Μόδα δεν είναι απλά και μόνο τα φορέματα που βλέπουμε στην κολεξιόν. Η μόδα υπάρχει στον αέρα, στο δρόμο, έχει να κάνει με τις ιδέες του καθενός, με τον τρόπο ζωής και με τον τρόπο συμπεριφοράς. Αυτό που συμβαίνει κάθε στιγμή είναι μόδα».

3.4 Αίτιο δημιουργίας της ενδυμασίας

- Βιολογική : Είναι απαραίτητη για την υγεία, γιατί προστατεύει το σώμα από τις άσχημες καιρικές συνθήκες.
- Ψυχολογική: Συνδέεται άμεσα με το χαρακτήρα του ανθρώπου. Καθένας διαλέγει τον τρόπο που ντύνεται ανάλογα με την προσωπικότητά του. Υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ ενδυμασίας και ανθρώπινης συμπεριφοράς. Όταν, π.χ., κάποιος θέλει να κάνει μια ριζική αλλαγή στη ζωή του, φροντίζει αμέσως να αλλάξει το ντύσιμό του προς το καλύτερο. Έτσι εκφράζει τη διάθεσή του για αλλαγή και βελτίωση του εαυτού του. Όταν κάποιος είναι ωραία ντυμένος, νιώθει ένα αίσθημα αυτοπεποίθησης που αντανακλάται στη συμπεριφορά του. Τα χρώματα που διαλέγει ο άνθρωπος για το ντύσιμό του όχι μόνο αποκαλύπτουν την προσωπικότητά του, αλλά και επδρούν στη διάθεσή του.

3.5 Οι λειτουργίες της ενδυμασίας

- Κοινωνική : Μπορεί να δηλώνει την κοινωνική τάξη ενός ανθρώπου— και το ρόλο του μέσα σ' αυτήν.
- Ειδική ενδυμασία (π.χ. οι ειδικές βασιλικές ενδυμασίες), κάτι που συνέβαινε ιδιαίτερα στο παρελθόν. Σε πολλές κοινωνίες υπήρχαν, μάλιστα, νόμοι που απαγόρευαν στις κατώτερες τάξεις να χρησιμοποιούν ορισμένα χρώματα και πολυτελή υφάσματα. Φανερώνει συχνά το φύλο του ανθρώπου. Για παράδειγμα, στο δυτικό πολιτισμό το φόρεμα αποτελούσε το χαρακτηριστικό

γυναικείο ρούχο και το παντελόνι το αντίστοιχο αντρικό. Μπορεί να δείχνει την ηλικία, όπως, π.χ., παλαιότερα, τα κοντά παντελόνια τα οποία φορούσαν μόνο τα μικρά αγόρια. Μπορεί να δείχνει την οικογενειακή κατάσταση. Έτσι, στο παρελθόν, σε διάφορες κοινωνίες οι παντρεμένες γυναίκες κάλυπταν τα μαλλιά τους με μαντίλι, ενώ οι ανύπαντρες κυκλοφορούσαν με το κεφάλι ακάλυπτο. Μπορεί να φανερώνει το επάγγελμα ενός ατόμου, όπως συμβαίνει, π.χ., με τις άσπρες μπλούζες των γιατρών και τις στολές των νοσηλευτριών με το χαρακτηριστικό καπέλο. Μπορεί να δηλώνει την εθνικότητα (π.χ. οι χαρακτηριστικές εθνικές ενδυμασίες). Μπορεί να δηλώνει τη θρησκεία (π.χ. το μαντίλι που συχνά καλύπτει το πρόσωπο των μουσουλμάνων γυναικών). Μπορεί να δηλώνει την ιδεολογία του ανθρώπου (π.χ. το ντύσιμο των χίτις). Η ενδυμασία χρησιμεύει, επίσης, ως μέσον για την προσέλκυση του άλλου φύλου.

- Οικονομική: Αποτελεί ζωτικό τομέα της οικονομίας. Στο παρελθόν, η κατασκευή της αποτελούσε σημαντική οικοτεχνία και βιοτεχνία και τα ρούχα χρησιμοποιούνταν ως αντικείμενα για εμπορικές συναλλαγές. Στην εποχή μας ο κλάδος του ενδυματός αποτελεί έναν πολύ ζωτικό τομέα της οικονομίας με τον οποίο ασχολούνται διάφορα επαγγέλματα, βιομηχανίες και βιοτεχνίες, οικολογία, σχολές και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.
- Αισθητική: Αποτελεί, ένα είδος τέχνης. Συγκεκριμένα, ανήκει στις λεγόμενες εφαρμοσμένες τέχνες, όπως είναι η κεραμική, η επιπλαποιία κ.ά., που παράγουν αντικείμενα που έχουν πρακτική εφαρμογή στην καθημερινή ζωή. Κάθε άνθρωπος με το ντύσιμό του δεν εκφράζει μόνο την προσωπική του αισθητική, αλλά, συγχρόνως, την αισθητική της εποχής του. Έτσι, η ενδυμασία κάθε ιστορικής περιόδου παρουσιάζει κοινά χαρακτηριστικά με τις άλλες τέχνες που άνθησαν την ίδια εποχή. Από τον 20ο αιώνα η σχέση ενδυμασίας και τέχνης έγινε πιο στενή, μια και διάφοροι σχεδιαστές ενδυμάτων εμπνεύστηκαν συχνά από τεχνολογίες και έργα τέχνης είτε της εποχής τους είτε περασμένων εποχών.

3.6 Ο κλάδος της ένδυσης και η Βιομηχανική Πολιτική

Ο κλάδος της ένδυσης και υπόδησης αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους επιχειρηματικούς κλάδους παγκοσμίως, με τεράστια συνεισφορά στον πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Όσον αφορά την απασχόληση για τον κλάδο υφαντουργίας, ένδυσης και υπόδησης, σε παγκόσμιο επίπεδο, σύμφωνα με στοιχεία του International Labour Organisation, ανέρχεται σε 60 με 75εκ. εργαζόμενους, ενώ στην Ευρώπη σύμφωνα με την Eurostat ξεπερνά τους 1,8 εκατ. Εργαζόμενους. Η κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον κλάδο της ένδυσης και υπόδησης είναι οργανωμένη στα εξής τμήματα.

- Διοίκηση
- Μάρκετινγκ
- Ποιοτικός Έλεγχος
- Δημοιοργικό Τμήμα
- Παραγωγή
- Εμπορικό Τμήμα

Στην γενικότερη οργάνωση της επιχείρησης εντάσσονται και κάποιες έννοιες όπως ο στρατηγικός προσανατολισμός (η εταιρία ψάχνει τρόπους για να είναι ανταγωνιστική στις μεταβαλλόμενες αγορές). Η επιδίωξη στρατηγικού πλεονεκτήματος μέσω των συνεχών βελτιώσεων σε προϊόντα και μεθόδους και η οργανωτική ευελιξία και η συνεχιζόμενη εκπαίδευση των εργαζομένων.

3.7 Η Διαδικασία κατασκευής ενδυμάτων ακολουθεί μια κάθετη διαβάθμιση και περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

- Έρευνα αγοράς πάνω στις τάσεις της μόδας
- Επιλογή υφασμάτων και αξεσουάρ
- Σχεδιασμός συλλογής
- Κατασκευή πρώτου δείγματος, κατασκευής πατρών, στρώσης / κοπής, ραφής κλπ.
- Μαζική παραγωγή.

- Προώθηση του προϊόντος στην αγορά.

3.8 Βιομηχανική Πολιτική στον χώρο της Ένδυσης

Μια βιομηχανική πολιτική των επιχειρήσεων στον χώρο της Ένδυσης πρέπει να στοχεύει στην αύξηση της παραγωγής των εξαγωγικών μεριδίων στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά. Με βάση τα δεδομένα του ανταγωνισμού θα πρέπει σε γενικές γραμμές να στηρίζεται

- στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων σε όλη την παραγωγική διαδικασία.
- μετατόπιση παραγωγής από το χαμηλό τιμήμα της αγοράς στο υψηλότερο με την σταδιακή μεταστροφή από το μαζικής παραγωγής ανώνυμο ένδυμα στο επώνυμο και από το ποσοτικό στο ποιοτικό.
- βελτίωση της δυνατότητας των επιχειρήσεων να ανταποκρίνονται με μεγάλη ταχύτητα στις παραγγελίες που αναλαμβάνουν.
- στη μεταφορά, όπου αυτό είναι δυνατόν, ενός μέρους των φάσεων παραγωγής που είναι έντασης εργασίας και δεν απαιτούν υψηλή εξειδίκευση.
- βελτίωση και επέκταση του δικτύου διανομής των προϊόντων
- συνεχή εκπαίδευση των εργαζομένων όλων των βαθμίδων του προσωπικού στις νέες τεχνολογίες
- άμεση, γρήγορη και συνεχή πληροφόρηση από τις αγορές του εξωτερικού και κυρίως της Ευρώπης και Αμερικής για τις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών όσον αφορά την ποιότητα, υφή και γενικότερα το στυλ των ρούχων.

4. Δημογραφική Έρευνα - Ερευνητική Μεθοδολογία

4.1 Εισαγωγή

Έρευνα είναι η εργασία που διεξάγεται για τα πρωτογενή στατιστικά δεδομένα με την χρήση κατάλληλων μεθόδων, προκειμένου να διερευνηθούν οι πολύπλοκες επιδράσεις των διαφόρων φυσικών, κοινωνικών, οικονομικών κλπ. παραγόντων καθώς και τις σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ τους. Προς την διεξαγωγή κάθε στατιστικής έρευνας απαιτείται αρχικά η συγκέντρωση των αριθμητικών δεδομένων που αντιστοιχούν στις επιμέρους μονάδες του πληθυσμού ή ενός κατάλληλου δείγματος. Στην συνέχεια είναι αναγκαία η παρουσίαση και ανάλυση των δεδομένων με βάση την στατιστική μεθοδολογία προς εξαγωγή των πληροφοριών που αφορούν την προς μελέτη πληθυσμού. Συνεπώς τα τελικά αποτελέσματα στα οποία θα στηριχθούν τα συμπεράσματα της όλης έρευνας εξαρτώνται από την ποιοτική στάση των αριθμητικών δεδομένων. Η συλλογή των αριθμητικών δεδομένων της έρευνας μπορεί να πάρει κυρίως δύο μορφές : την απογραφική μελέτη και στην δειγματοληπτική ενώ και οι δύο κατηγορίες ανήκουν στον ευρύτερο χώρο της δημογραφικής μελέτης¹⁹. Σημειώνεται επίσης ότι και οι δύο μορφές μπορούν να συνδυαστούν για την καλύτερη εξαγωγή των αποτελεσμάτων. Οι ερευνητές της αγοράς χρησιμοποιούν δημογραφικές μελέτες στην προσπάθειά τους να αναλύσουν τους καταναλωτές και τις ανάγκες τους.” Η Δημογραφία όμως δεν ασχολείται μόνο με την περιγραφή του πληθυσμού αλλά κάνει και χρήση γενικών και ειδικών τεχνικών με την ανάλυση του πληθυσμού και των μεταβολών του. Οι τεχνικές αυτές αποτελούν και μέρος ενός ευρύτερου όρου αυτού της στατιστικής επιστήμης. Ο δημογραφικός έλεγχος (demographics) αποτελεί μια μελέτη των πληθυσμιακών χαρακτηριστικών και τον διαχωρισμό του πληθυσμού σε ειδικούς τομείς. Αυτοί οι τομείς αφορούν το μέγεθος της αγοράς, εθνικότητας, ηλικιακές ομάδες, οικονομικά κριτήρια κ.λπ. τους παράγοντες δηλαδή που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο κατά την θεώρηση των αναγκών, απαιτήσεων και προτιμήσεων των καταναλωτών. Οι έμποροι μόδα λαμβάνουν υπόψη τις προτιμήσεις μιας τέτοιας έρευνας καθώς και την δημογραφική ανάλυση για να μελετήσουν το αγοραστικό κοινό τους. Τα βήματα που ακολουθούνται για την εξαγωγή των δεδομένων είναι τα εξής: Το πρώτο βήμα για την μελέτη της δομής και της εξέλιξης ενός πληθυσμιακού συνόλου είναι η συλλογή στατιστικών δεδομένων που αφορούν τον πληθυσμό αυτό. Στη συνέχεια τα δεδομένα αυτά ταξινομούνται και παρουσιάζονται με την εφαρμογή τεχνικών της Περιγραφικής Στατιστικής (κατασκευή πινάκων και διαγραμμάτων, υπολογισμός δεικτών), ώστε ο ερευνητής να αποκτήσει μια εικόνα της μορφής αυτών των δεδομένων. Τέλος τα δεδομένα αυτά αναλύονται σε βάθος για να δοθούν απαντήσεις στα ερωτήματα και στις υποθέσεις που θέτει ο ερευνητής. Με βάση τα τελικά αποτελέσματα της ανάλυσης ο ερευνητής ελέγχει τις θεωρητικές του υποθέσεις και προχωρεί σε ανάπτυξη θεωριών που αφορούν τη μορφή την εξέλιξη και τις κυρίαρχες τάσεις του πληθυσμού. Ο δικός μας της έρευνας έχει δύο σκέλη: α) Τον προσδιορισμό των ταξικών οικονομικών, εθνικών, ψυχολογικών και ανθρωπολογικών έννοιων σε σχέση με τις έννοιες μόδα και ενδυμασία β) Την αναζήτηση των άμεσων και έμμεσων παραγόντων που επηρεάζουν τις προθέσεις της γενικότερης καταναλωτικής συμπεριφοράς όσον αφορά την μόδα και την ενδυμασία.

4.2 Δείγμα και συλλογή δεδομένων

Η κατανομή των μελών του πληθυσμού έγινε βάσει κάποιων χαρακτηριστικών όπως: η ηλικία, το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, το επίπεδο εκπαίδευσης, το επάγγελμα κ.ά. που προσδιορίζουν τη σύνθεση (ή τη δομή) του πληθυσμού. Ενώ οι υπόλοιπες μεταβολές σαν μέρος της δημοσιολογικής έρευνας είναι πληροφορίες που συμβαίνουν λόγω της επίδρασης της μόδας και της ενδυμασίας στην πιο πάνω κατανομή του πληθυσμού. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρία μέρη: στο πρώτο μέρος περιλαμβάνονται πληροφορίες όπως το φύλο η ηλικία οι σπουδές και τα οικονομικά κριτήρια και τα κριτήρια καθώς ψωνίζουν. Το δεύτερο μέρος επικεντρώνεται στον ρόλο επαρκούς της μόδας ενώ το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου επικεντρώνεται στην ενδυμασία. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε σε ηλεκτρονική φόρμα της google και η έρευνα διεξάχθηκε ηλεκτρονικά όπως και η συλλογή των δεδομένων από ένα δείγμα 500 ατόμων.

¹⁹ Ο όρος Δημογραφία προέρχεται από τις ελληνικές λέξεις Δήμος- Γράφειν. Τον όρο αυτό εισήγαγε ο Achille Guillard σε τίτλο βιβλίου του το: "Element de Statistique humaine, au demographie compare

4.3 Εγκυρότητα περιεχομένου ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο καλύπτει όλες τις πτυχές της ερευνητικής μεταβλητής όπως :

- Πληρότητα : σύμφωνα με τους στόχους που έχουν τεθεί.
- Σαφήνεια: τόσο στις ερωτήσεις, όσο και το πλαίσιο μέσα στο οποίο διεξάγεται η έρευνα.
- Συνοχή: οι ερωτήσεις που το απαρτίζουν να είναι ομαδοποιημένες
- Συγκεκριμένη δομή
- Συντομία
- Εγκυρότητα: μεγάλη συμμετοχή του δείγματος (500 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια) και των στοιχείων των συμμετέχοντων και λόγω της εταιρίας google που μας δίνει με απόλυτη ακρίβεια σαφήνεια και αναλυτικά όλα τα αποτελέσματα .

4.4 Ερωτήσεις

- Κλειστές Ερωτήσεις: Η απαντήσεις είναι προκαθορισμένες.
- Διχοτομικές: Αυτές που επιδέχονται δύο πιθανές απαντήσεις και ο ερωτώμενος πρέπει να επιλέξει τη μία.
Ναι – Όχι, μερικές φορές - όχι πάντα
- Κατάταξης:
Ο ερωτώμενος δίνει στις απαντήσεις του σειρά προτεραιότητας / σημαντικότητας.
- Διαβαθμισμένης Κλίμακας
Οι απαντήσεις δίνονται υπό μορφή κλίμακας από ένα άκρο σε άλλο.

4.5 Παρουσίαση των αποτελεσμάτων

- Πίνακες Συχνότητας
Ομαδοποίηση Δεδομένων
- Ραβδόγραμμα – Κυκλικά Διαγράμματα

Και τα δύο απεικονίζουν συχνότητες (ή σχετικές συχνότητες) που αντιστοιχούν στις κατηγορίες της μεταβλητής. Στην πρώτη περίπτωση οι συχνότητες παριστάνονται με κυκλικούς τομείς. Στη δεύτερη με κατακόρυφες γραμμές (ή ορθογώνια



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής | University of West Attica

5 Ερωτηματολόγιο για την Μόδα και την Ενδυμασία
Τμήμα Βιομηχανικής Σχεδίασης και Παραγωγής

Διπλωματική εργασία

«Η Ένδυση και η Βιομηχανία της Μόδας»

Σπουδαστής: Αργύριος Μάντης

A.M. 70143707

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΟΔΑ & ΕΝΔΥΜΑΣΙΑ

- **Κοινωνικά κριτήρια**
Γυναίκα Άντρας ΔΓ/ΔΑ
- **Ηλικία**
18-25 25-35 35-45 >45 ΔΓ/ΔΑ
- **Σπουδές**
Πρ/θμια Δ/θμια Τρ/θμια Μετ/κο/ Διαδακτορικό ΔΓ/ΔΑ
- **Οικονομικό budget**
Εργαζόμενος/η Ναι Όχι ΔΓ/ΔΑ
- **Αν Ναι ποιο είναι το μηναίο εισόδημα σε €**
100 - 300 300 - 700 700-1000 >1000 ΔΓ/ΔΑ
- **Με ποια κριτήρια ψωνίζεις (μεχρι τρεις επιλογές)**
ποιότητα οικονομικά/ προσφορές σωματότυπο
προσωπικό style επωνυμία επιρροές από φίλους
επιρροές από σχεδιαστές If style περιοδικά διαδίκτυο ΔΓ/ΔΑ
- **Ασχολείστε με την μόδα**
Ναι Όχι ΔΓ/ΔΑ
- **Με τον όρο ενδυμασία εννοούμε το σύνολο των ενδυμάτων και αξεσουάρ που απαρτίζουν την εξωτερική εμφάνιση του κάθε ανθρώπου**
Ναι Όχι ΔΓ/ΔΑ
- **Η ενδυματολογική μόδα δηλώνει κάποιες πεποιθήσεις και ιδεολογικές τάσεις των ατόμων που την υιοθετούν**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ

- **Η μόδα αποτελεί προσωπικό τρόπο έκφρασης του ανθρώπου**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Οι μεγάλοι σχεδιαστές/δημιουργοί μας επιβάλλουν την μόδα**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Η μόδα μπορεί να προκαλέσει μια ευρύτερη κοινωνική αναστάτωση**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Πιστεύεται ότι το πώς ντύνουμε το σώμα μας δεν είναι καθόλου ασήμαντο ή τυχαίο γεγονός**
Ναι Όχι ΔΓ/ΔΑ
- **Πιστεύετε ότι η ενδυμασία του κάθε ανθρώπου επηρεάζεται από εξωτερικούς παράγοντες**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Πιστεύετε ότι η ενδυμασία φανερώνει την προσωπικότητα και την ιδεολογία του κάθε ανθρώπου**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Το ένδυμα ενός ανθρώπου μπορεί να είναι και σύμβολο της εθνικής του ταυτότητας**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Η κάλυψη και διακόσμηση του ανθρώπινου σώματος με είδη ένδυσης υπόδησης και αξεσουάρ εκφράζει κατά κύριο λόγο την βασική ανάγκη κάλυψης και προστασίας του ανθρώπινου σώματος**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ
- **Η κάλυψη και διακόσμηση του ανθρώπινου σώματος με είδη ένδυσης υπόδησης εκφράζει και την ανάγκη του κάθε ανθρώπου για μια κοινωνική και πολιτισμική αναγνώριση και συμμετοχή**
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ

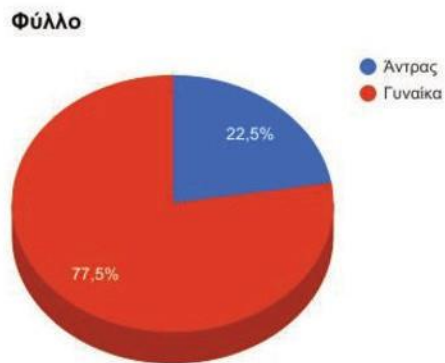
- Η ενδυμασία αποτελεί την προβολή του του εαυτού μας προς τα έξω
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ

- Το ένδυμα μας φανερώνει την οποιαδήποτε οικονομική ή ταξική προέλευση των ανθρώπων.
Όχι Λίγες φορές Πολλές φορές Ναι ΔΓ/ΔΑ

Στατιστικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου

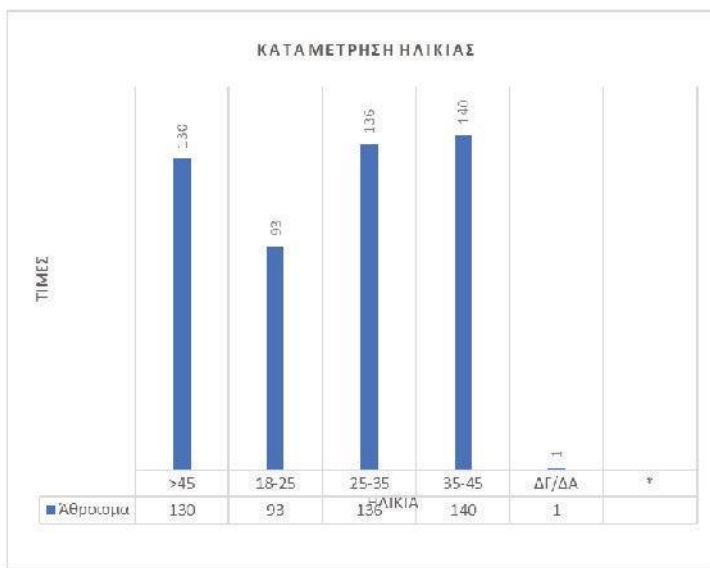
5.1 Φύλλο.

- 111 Άνδρες με ποσοστό 22,7%
- 389 Γυναίκες με ποσοστό 77,3%
- 500 απαντήσεις στο γενικό σύνολο 100%



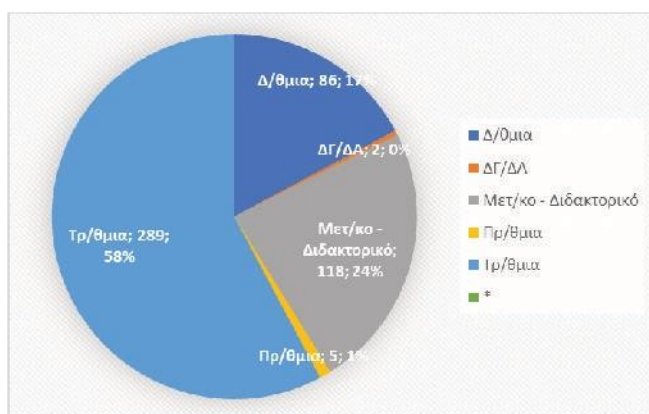
5.2 Ηλικία.

Απαντήσεις	Τιμές	Ποσοστό
18-25	93	18,6%
25-35	136	27,2%
35-45	140	28,0%
>45	130	0,2%
ΔΓ/ΔΑ	1	26,0%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100,0%



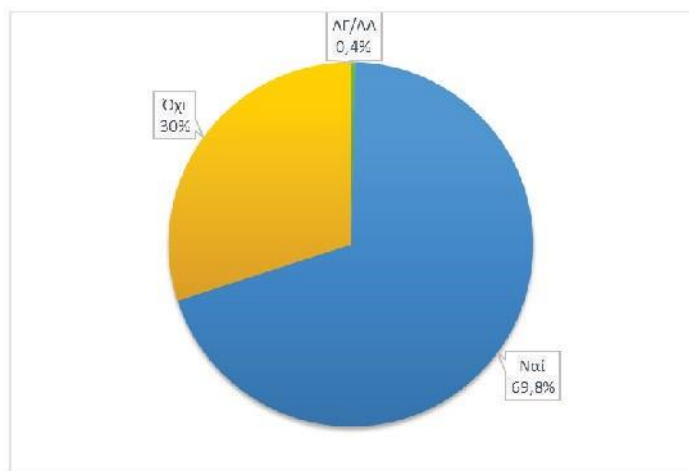
5.3 Σπουδές.

Απαντήσεις	Τιμές	Ποσοστό
Πρ/θμια	5	1,0%
Δ/θμια	86	17,0%
Τρ/θμια	289	58,4%
Μετ/κο - Διδακτορικό	118	24,0%
ΔΓ/ΔΑ	2	0,4%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



5.4 Εργασία.

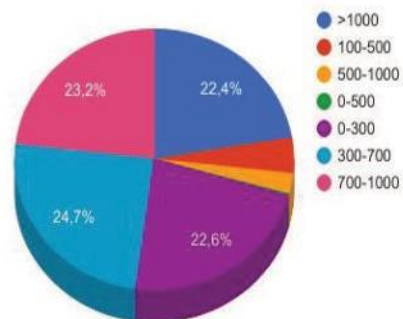
Απαντήσεις	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	2	0,4%
Ναί	348	69,8%
Όχι	150	30%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



5.5 Μηνιαίο εισόδημα.

- 0-300 ευρώ **113 απαντήσεις** με ποσοστό **22,6%**
- 300-700 ευρώ **136 απαντήσεις** με ποσοστό **27,1%**
- 700-1000 ευρώ **117 απαντήσεις** με ποσοστό **23,4%**
- >1000 ευρώ **112 απαντήσεις** με ποσοστό **22,4%**
- ΔΓ/ΔΑ (δεν γνωρίζω δεν απαντώ) **2 απαντήσεις** με ποσοστό **0,5%**
- **Σύνολο 500 απαντήσεις με ποσοστό 100%**

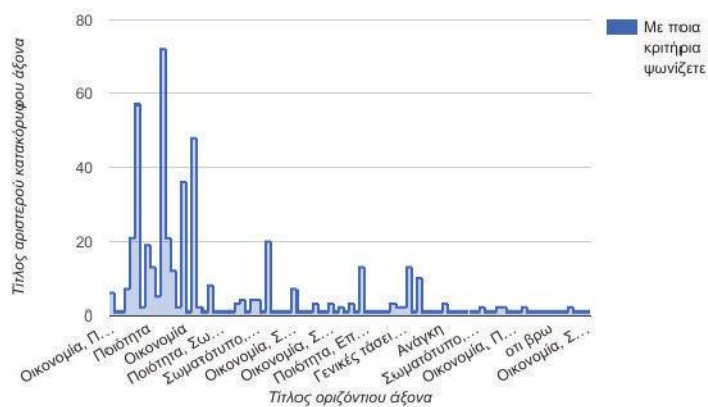
Μηνιαίο εισόδημα



5.6 Με ποια κριτήρια ψωνίζετε:

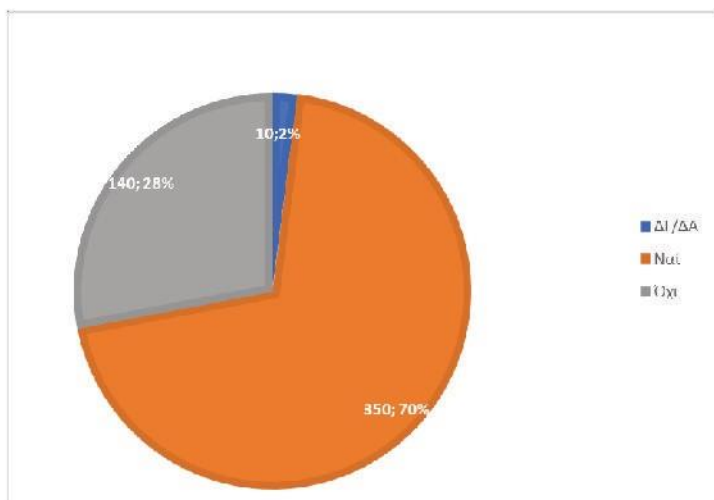
- Οικονομία 319 απαντήσεις με ποσοστό 65,1%
- Ποιότητα 287 απαντήσεις με ποσοστό 58,6%
- Σωματότυπο 225 απαντήσεις με ποσοστό 45,9%
- Επωνυμία 40 απαντήσεις με ποσοστό 8,2%
- Επηρεές από φίλους 21 απαντήσεις με ποσοστό 4,3%
- Επηρεές μέσω διαδικτύου 34 απαντήσεις με ποσοστό 6,9%
- Επηρεές απο σχεδιαστές LF style 18 3,7%
- Προσωπικό style 355 απαντήσεις με ποσοστό 72,4%
- Γενικές τάσεις μόδας 85 απαντήσεις με ποσοστό 17,3%
- Άλλο 8 απαντήσεις με ποσοστό 1,6%

+



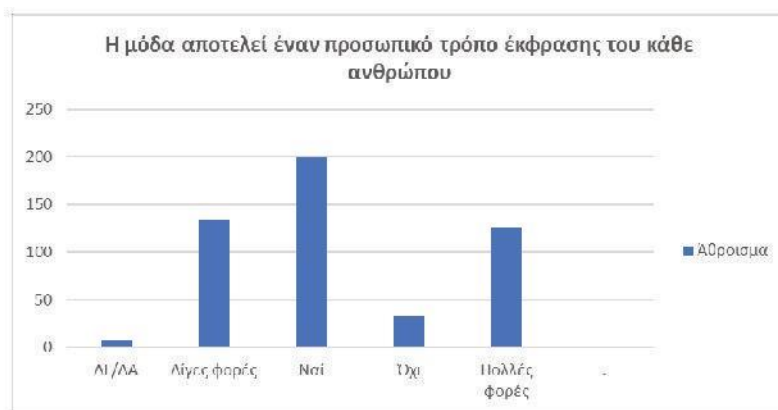
5.7 Σας ενδιαφέρει η μόδα;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΤΙΜΕΣ	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	10	2%
Ναι	350	70%
Όχι	140	28%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



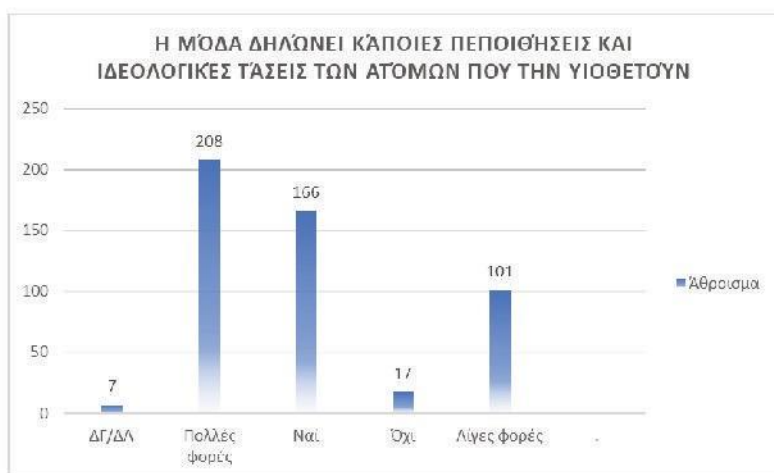
5.8 Η μόδα αποτελεί έναν προσωπικό τρόπο έκφρασης του κάθε ανθρώπου;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΤΙΜΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΔΓ/ΔΑ	7	1,4%
Λίγες φορές	134	26,8%
Ναί	200	40,0%
Όχι	33	5,5%
Πολλές φορές	126	25,2%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



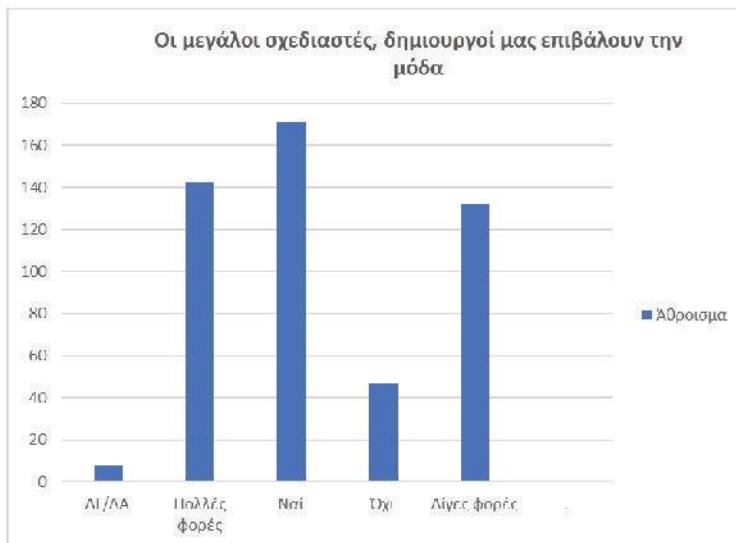
5.9 Η μόδα δηλώνει κάποιες πεποιθήσεις και ιδεολογικές τάσεις των ατόμων που την υιοθετούν;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΤΙΜΕΣ	Ποσοστό
Ναί	166	33,2%
Πολλές φορές	208	41,6%
Όχι	17	3,4%
Λίγες φορές	101	20,2%
ΔΓ/ΔΑ	8	1,4%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



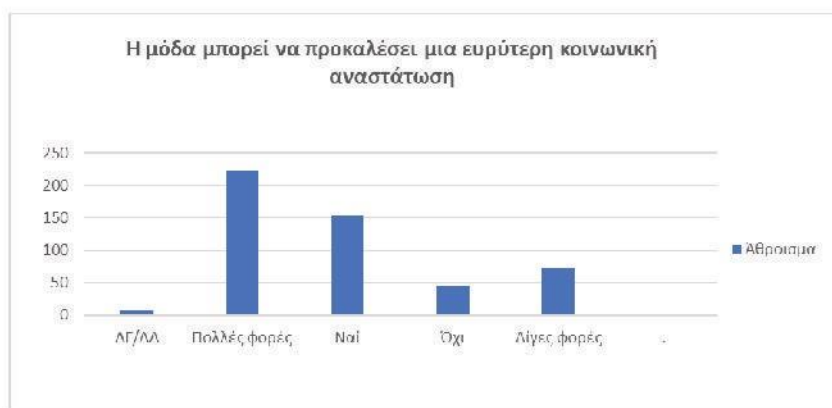
5.10 Οι μεγάλοι σχεδιαστές, δημιουργοί μας επιβάλουν την μόδα;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΤΙΜΕΣ	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	8	1,6%
Πολλές φορές	142	28,4%
Ναί	171	34,2%
Όχι	47	9,4%
Λίγες φορές	132	26,4%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



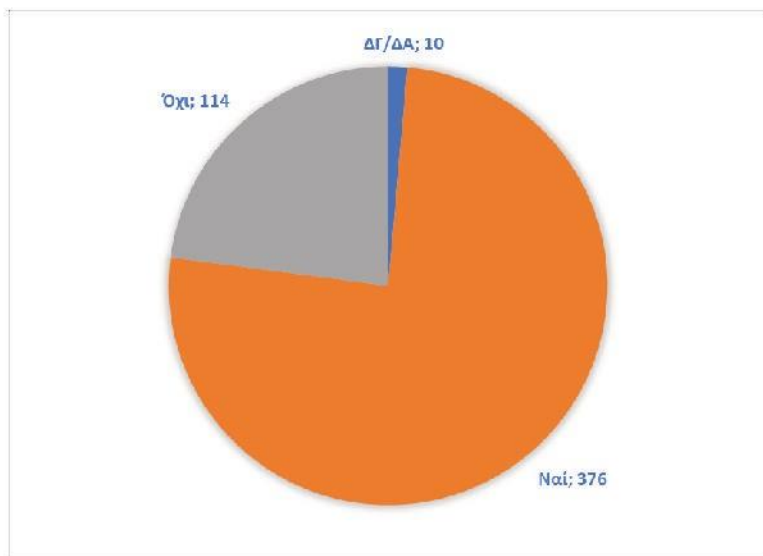
5.11 Η μόδα μπορεί να προκαλέσει μια ευρύτερη κοινωνική αναστάτωση;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	8	1,6%
Πολλές φορές	221	44,2%
Ναί	154	30,8%
Όχι	45	9%
Λίγες φορές	72	14,4%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



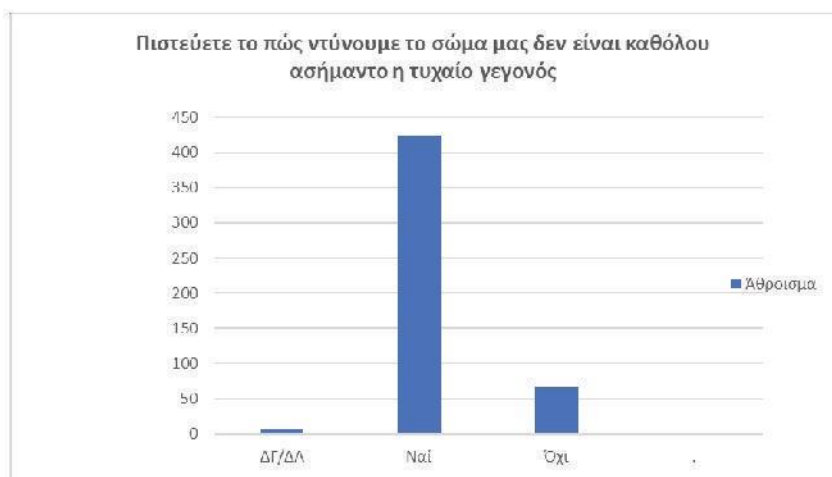
5.12 Ασχολείστε με την ενδομοσσία

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	10	2%
Ναί	376	75,2%
Όχι	114	22,8%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



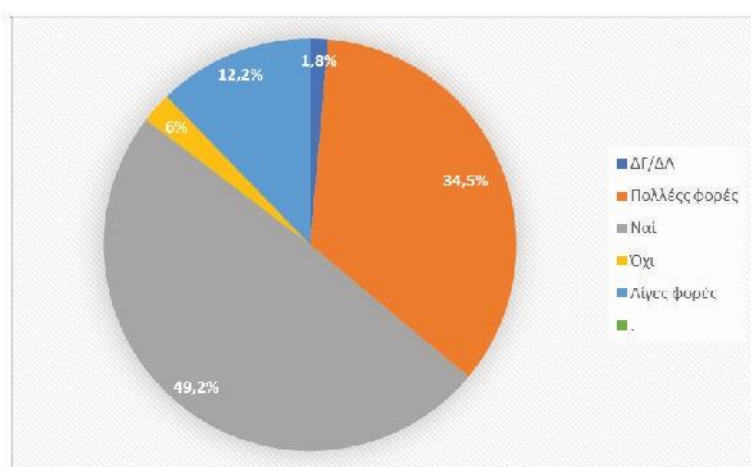
5.13 Πιστεύετε το πώς ντύνουμε το σώμα μας δεν είναι καθόλου ασήμαντο ή τυχαίο γεγονός;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΛ	10	2%
Ναί	424	84,5%
Όχι	66	13,2%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



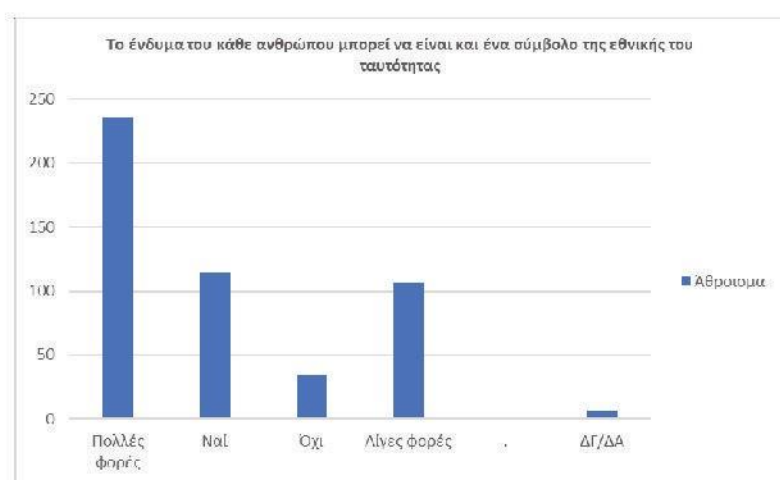
5.14 Πιστεύετε πως η ενδομασία του κάθε ανθρώπου φανερώνει και την προσωπικότητα του;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΛ	9	1,8%
Πολλές φορές	173	34,5%
Ναί	246	49,2%
Όχι	12	6%
Λίγες φορές	61	12,2%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



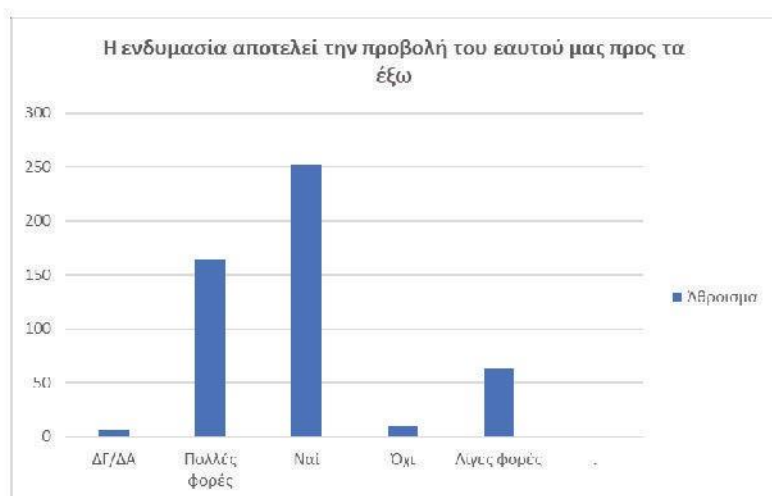
5.15 Το ένδυμα του κάθε ανθρώπου μπορεί να είναι και ένα σύμβολο της εθνικής του ταυτότητας;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
Πολλές φορές	236	47,2%
Ναί	114	22,8%
Όχι	35	7%
Λίγες φορές	106	21,2%
ΔΓ/ΔΑ	9	1,8%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100 %



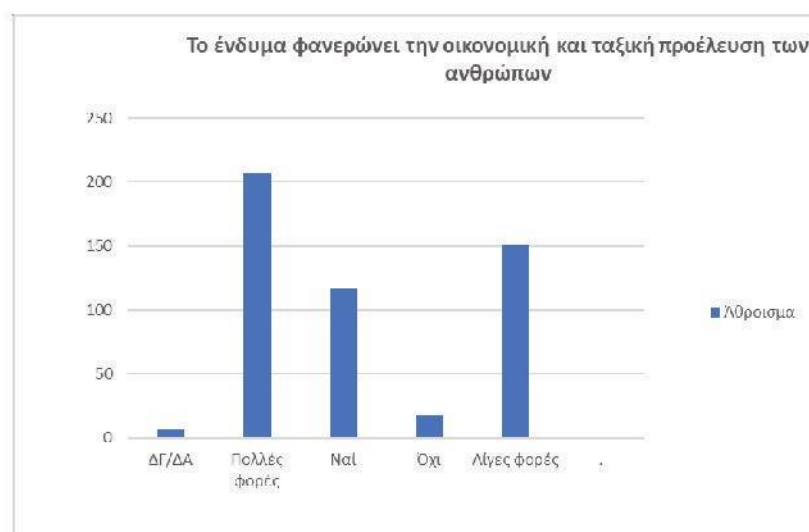
5.16 Η ενδυμασία αποτελεί την προβολή του εαυτού μας προς τα έξω;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	10	2%
Πολλές φορές	165	33%
Ναί	252	50,4%
Όχι	10	2%
Λίγες φορές	63	12,6%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



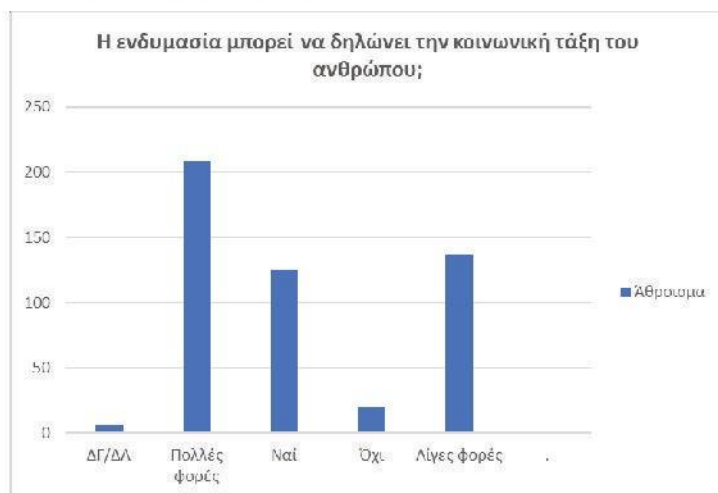
5.17 Το ένδυμα φανερώνει την οικονομική και ταξική προέλευση των ανθρώπων;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	7	1,4%
Πολλές φορές	207	41,4%
Ναί	117	23,4%
Όχι	18	3,6%
Λίγες φορές	151	30,1%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



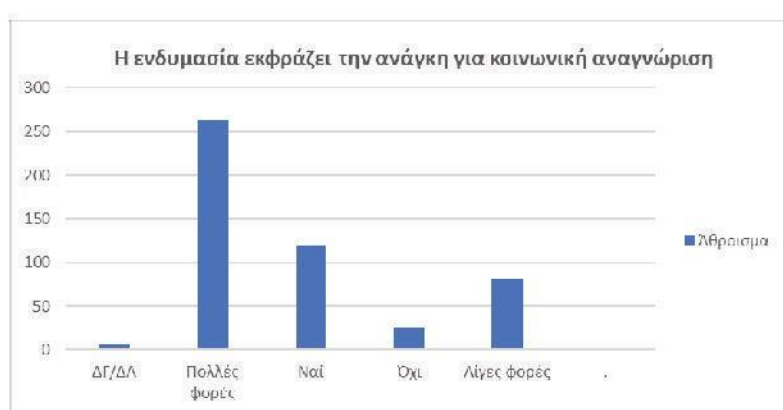
5.18 Η ενδυμασία μπορεί να δηλώνει την κοινωνική τάξη του ανθρώπου;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΛ	10	2%
Πολλές φορές	208	41,6%
Ναί	125	25%
Όχι	20	4%
Λίγες φορές	137	27,4%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



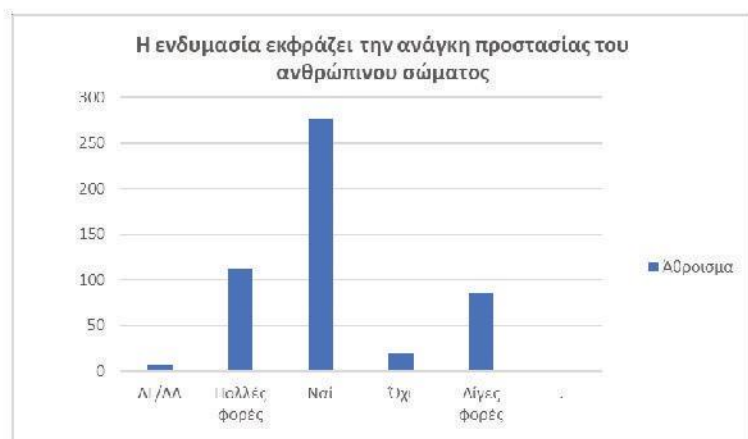
5.19 Η ενδομασία εκφράζει την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΛ	10	2%
Πολλές φορές	263	52,6%
Ναί	120	24%
Όχι	25	5%
Λίγες φορές	82	16,4%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



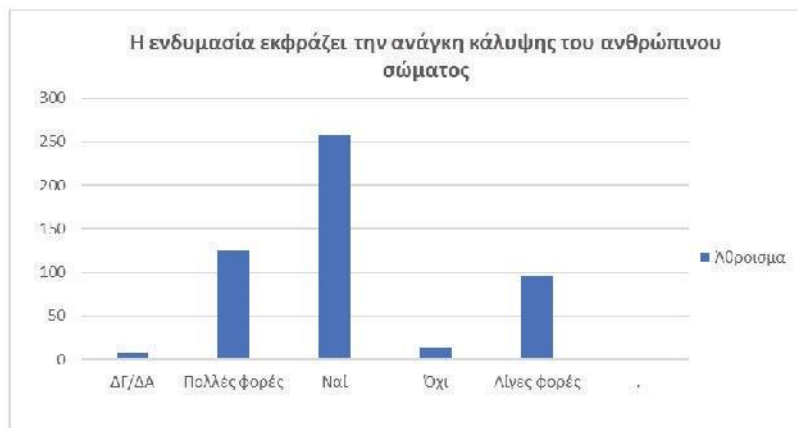
5.20 Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη προστασίας του ανθρώπινου σώματος;

Απαντήσεις	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	7	1,4%
Πολλές φορές	112	22,4%
Ναι	276	55,2%
Όχι	20	4%
Λίγες φορές	85	17%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



5.21 Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη κάλυψης του ανθρώπινου σώματος

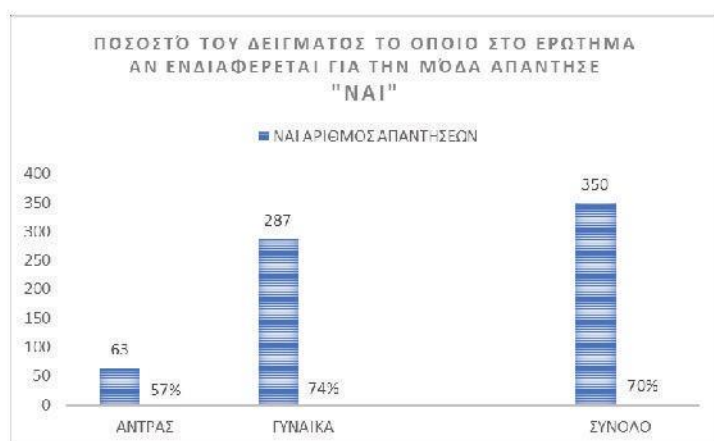
Απαντήσεις	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	8	1,6%
Πολλές φορές	125	25%
Ναί	258	51,6%
Όχι	14	2,8%
Λίγες φορές	95	19%
ΣΥΝΟΛΟ	500	100%



Συνδυαστικές ερωτήσεις

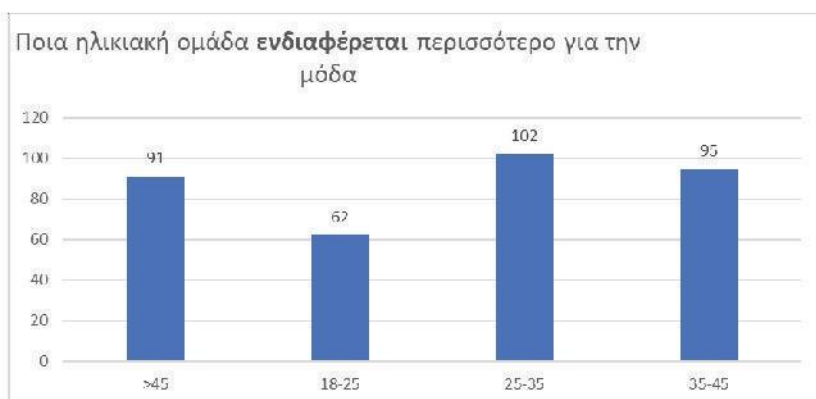
5.22 : 1ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Φύλο και Ενδιαφέρον για την Μόδα

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ -ΦΥΛΟ-	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑ: ΣΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ Η ΜΟΔΑ;						ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
	ΝΑΙ		ΟΧΙ		ΔΓ/ΔΑ			
	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ		
ΑΝΤΡΑΣ	63	57%	46	41%	2	2%	111	100%
ΓΥΝΑΙΚΑ	287	74%	94	24%	8	2%	389	100%
ΣΥΝΟΛΟ	350	70%	140	28%	10	2%	500	100%



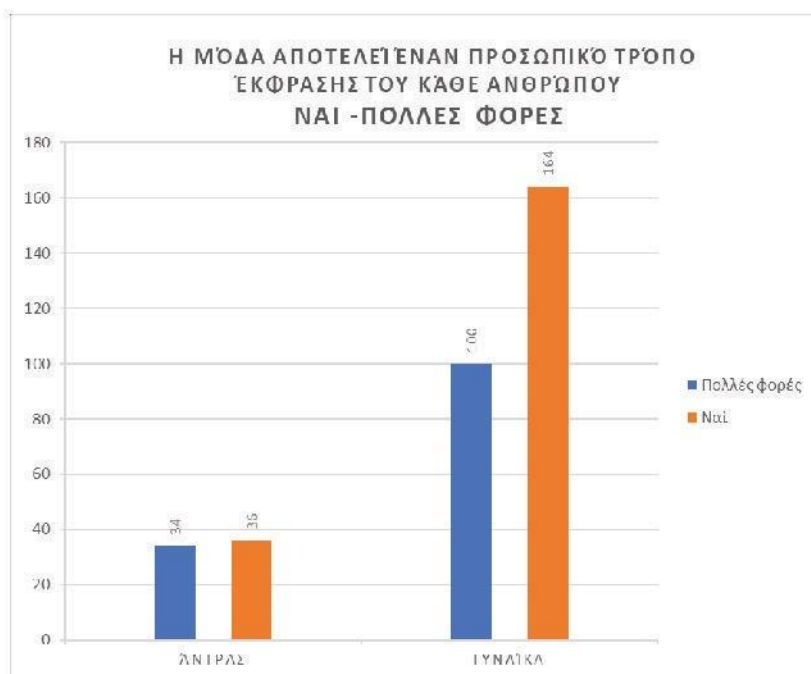
5.23: 2ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Ηλικία και Ενδιαφέρον για την Μόδα

Ηλικία και Ενδιαφέρον για την Μόδα												
Ηλικία	>45		18-25		25-35		35-45		ΔΓ/ΔΑ		ΣΥΝΟΛΟ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑ	Ποσοστό	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤ	Ποσοστό	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣ ΕΩΝ	Ποσοστό	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤ	Ποσοστό	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤ	Ποσοστό	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝ	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	4	0,8%	2	0,4%	2	0,4%	1	0,2%	1	0,2%	10	2%
Ναί	91	18,2%	62	12,4%	102	20,4%	95	19%			350	70%
Όχι	35	7,0%	29	5,8%	32	6,4%	44	8,8%			140	28%
ΣΥΝΟΛ	130	26%	93	18,6%	136	27,2%	140	28%	1	0,2%	500	100%



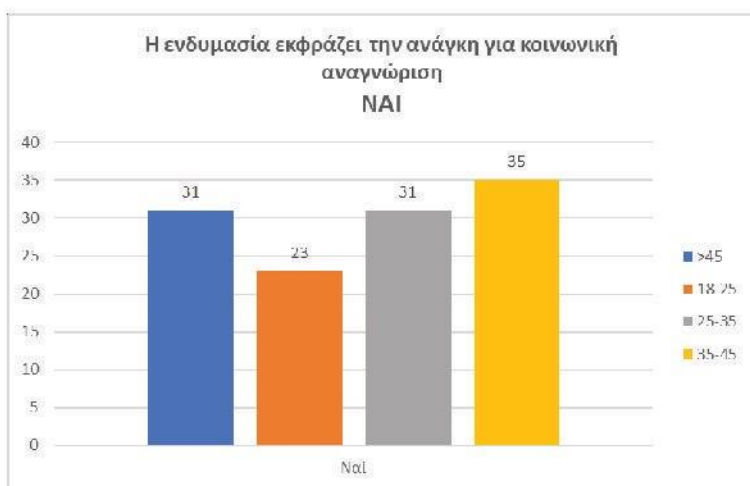
5.24 : 3ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Φύλο και Η μόδα αποτελεί έναν προσωπικό τρόπο έκφρασης του κάθε ανθρώπου

Αποτελεί η μόδα έναν προσωπικό τρόπο έκφρασης του κάθε ανθρώπου												
	ΔΓ/ΔΑ		Πολλές φορές		Ναί		Όχι		Λίγες φορές		ΣΥΝΟΛΟ	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟΣ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Άντρας	1	1,4%	34	25,4%	36	18%	10	30,3%	30	23,8%	111	22,2%
Γυναίκα	6	1,4%	100	74,6%	164	82%	23	69,7%	96	76,2%	389	78,8%
ΣΥΝΟΛΟ	7	1,4%	134	26,8%	200	40%	33	6,6%	126	25,2%	500	100%



5.25 : 4ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Ηλικία και Η ενδυμασία εκφράζει την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση

Εκφράζει η ενδυμασία την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση												
	>45		18-25		25-35		35-45		ΔΓ/ΔΑ		ΣΥΝΟΛΟ	
	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό
ΔΓ/ΔΑ	3	2,3%	1	1%	3	2,2%	2	1,4%	1	0,2%	10	2%
Πολλές φορές	70	53,8%	51	54,8%	73	53,7%	69	49,3%			263	52,6%
Ναί	25%	23,4%	23	24,7%	31	22,8%	35	25%			120	24%
Όχι	8	6,1%	4	4,3%	6	4,4%	7	5%			25	5%
Λίγες φορές	18	13,8%	14	15,1%	23	16,9%	27	19,3%			82	16,4%
ΣΥΝΟΛΟ	130	26%	93	18,6%	136	27,2%	140	28%	1	0,2%	500	100%



5.26 : 5ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Κοινωνικό κριτήριο και οι μεγάλοι σχεδιαστές

-φύλο-	Οι μεγάλοι σχεδιαστές - δημιουργοί μας επιβάλλουν την μόδα											
	ΔΓ/ΔΑ		Πολλές φορές		Ναί		Όχι		Λίγες φορές		ΣΥΝΟΛΟ	
	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό	Τιμές	Ποσοστό
Αντρες	1	0,2%	29	20,4%	42	24,6%	9	19,1%	30	22,7%	111	22,2%
Γυναίκα	7	1,4%	113	79,6%	129	75,4%	38	80,85	102	77,3%	389	77,8%
ΣΥΝΟΛΟ	8	1,6%	142	28,4%	171	34,2%	47	9,4%	132	26,4%	500	100%



5.27 : 6ο Συνδυαστικό Ερώτημα : Μηνιαίο εισόδημα και ενδιαφέρον με τη μόδα

ΜΗΝΙΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΚΑΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΜΕ ΤΗ ΜΟΔΑ								
Μηνιαίο εισόδημα	ΔΓ/ΔΑ		Ναί		Όχι		ΣΥΝΟΛΟ	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
>1000	1		83	23,7%	23	16,4%	107	21,4%
0-300	1		72	20,6%	35	25%	108	21,6%
0-500			1	0,3%			1	0,2%
100-500			14	4%	7	5%	21	4,2%
300-700	2		80	23,8%	36	25,7%	118	23,6%
500-1000			9	2,6%	3	2,1%	12	2,4%
700-1000			85	24,3%	27	19,3%	112	22,4%
ΔΓ/ΔΑ	6		6	1,7%	9	6,4%	21	4,2%
ΣΥΝΟΛΟ	10	2%	350	70%	140	28%	500	100%



5.28 Περιγραφική ανάλυση - Συμπεράσματα

Σκοπός της έρευνας ήταν η διερεύνηση κάποιων εννοιών και παραγόντων που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά των ατόμων και τις διάφορες «στάσεις τους» απέναντι στην μόδα και το ένδυμα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα:

Στα ποσοστά απαντήσεων του ερωτηματολογίου ανάμεσα στα φύλλα παρατηρούμε μια μεγάλη διαφορά ενδιαφέροντος των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες. Βλέπουμε πχ. οι γυναίκες να αποτελούν την πλειοψηφία στα ερωτηματολόγια με το ποσοστό 73,3% του γενικού συνόλου, ενώ οι άνδρες μειοψηφία με 23,7%. Χαριτολογώντας θα μπορούσαμε να πούμε «ότι η μόδα και το ένδυμα είναι μια καθαρά γυναικεία υπόθεση».

Στις διάφορες ηλικίες βλέπουμε μια ομοιόμορφη κατανομή σχεδόν σε όλες τις κατηγορίες από: 18-25, 25-35, 35-45, έως >45 ετών με τα αντίστοιχα ποσοστά (18,6%, 27,3%, 28,2% και 25,9%). Όσον αφορά την μόρφωση των ερωτηθέντων ξεχωρίζουν: το πολύ μεγάλο ποσοστό του 58,4% της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και τα ποσοστά 24,2% με Μετ/κο η διδακτ/κο τίτλο και το 16,4 % της Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Σε σχέση με την εργασία το 69,8% μας δήλωσε ότι είναι εργαζόμενοι, ενώ το μηνιαίο τους εισόδημα είναι της τάξεως μεγέθους: 22,6% 0-300 ευρώ, 27,1% 300-700 ευρώ, 23,4% 700-100 ευρώ και 22,4% >100 ευρώ.

Στις δύο ερωτήσεις «εάν τους ενδιαφέρει η μόδα και η ενδυμασία» Η πλειοψηφία (στο σύνολο των ερωτηθέντων) μας απαντά «να» τους ενδιαφέρει και η μόδα και η ενδυμασία με το ποσοστό 71,2% και 76,9% αντίστοιχα.

Σχετικά με τα «κριτήρια της αγοράς ενός ενδύματος», υπερτερεί το προσωπικό style των ανθρώπων με 72,4 % ενώ ακολουθεί η οικονομία με 65,1% η ποιότητα με 58,6 % και ο σωματότυπος με ποσοστό 45,9%. Το αξιοσημείωτο της έρευνας είναι το πολύ μικρό ποσοστό της επωνυμίας με ποσοστό 8,2%. Ενώ πολύ μικρή είναι «και η επιρροή της αγοράς ενός ενδύματος μέσω διαδικτύου» με το ποσοστό του 6,9%. Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι οι ερωτηθέντες ψάχνουν την ποιότητα του ενδύματος μέσω του προσωπικού τους style και σωματότυπο σε οικονομικές πάντα συνθήκες. Ενώ η επωνυμία ενός ενδύματος δεν τους ενδιαφέρει πάρα πολύ.

Η μόδα στο σύνολο των ερωτηθέντων αποτελεί έναν «προσωπικό τρόπο έκφρασης του κάθε ανθρώπου» με ποσοστό που αγγίζει το 40,7%. Ενώ λίγες φορές μπορεί και δηλώνει και «ορισμένες ιδεολογικές τάσεις και πεποιθήσεις των ανθρώπων που την υιοθετούν» με ποσοστό 42,4%.

Στην ερώτησή μας εάν οι σχεδιαστές «μιας επιβάλουν την μόδα» έχουμε ένα μικρό προβάδισμα του «να» με ποσοστό του 34,8% ενώ ακολουθούν με σχετικά μικρή διαφορά και οι δύο απαντήσεις: «λίγες φορές» και «πολλές φορές» με τα ποσοστά του 28,7% και 26,9%. Όποτε βλέπουμε ότι ερωτηθέντες αντιλαμβάνονται το γεγονός ότι οι σχεδιαστές μπορούν να μας επιβάλουν την μόδα.

Στο ερώτημα που τέθηκε στο «εάν η μόδα μπορεί να προκαλέσει μια κοινωνική αναστάτωση» το 44,8% των ερωτηθέντων μας απαντά «πολλές φορές», ενώ το 31,4% μας λέει «να». Δηλαδή βλέπουμε ότι στο σύνολο συμφωνούν ότι η μόδα μπορεί να δημιουργήσει μια ευρύτερη κοινωνική αναστάτωση.

Όσον αφορά για την ενδυμασία η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων με ποσοστό του 86,5%, πιστεύει ότι «δεν είναι καθόλου ασήμαντο η τυχαίο γεγονός το πώς ντύνουμε το σώμα μας». Ενώ αντίθετα οι ερωτηθέντες με ποσοστό της τάξεως του 49,9% μας απαντούν ότι η ενδυμασία: «εκφράζει την προσωπικότητα του κάθε ανθρώπου». Όπως επίσης και ότι αποτελεί και «μια προβολή του εαυτού μας προς τα έξω» με το ποσοστό του 51,5%.

Στο σημείο αυτό θα μπορούσαμε να πούμε ότι παρά την οικονομική κρίση τα άτομα εξακολουθούν να επηρεάζονται να ξεοδεύουν και να παρακολουθούν τις γενικότερες τάσεις της «μόδας και τις ενδυμασίας» Ενώ μέσω αυτών των δύο εννοιών (της μόδας και της ενδυμασίας) οι άνθρωποι εκφράζουν όχι μόνο κάποιες από τις ιδεολογικές τάσεις τους, άλλα και κάποια από τα στοιχεία της προσωπικότητάς τους.

Επίσης το 41,9% και το 42,3% των ερωτηθέντων μας δηλώνει ότι «το ένδυμα φανερώνει την οικονομική, ταξική προέλευση και την κοινωνική τάξη των ανθρώπων» αντίστοιχα. Ενώ μερικές φορές (53,8%) μπορεί και εκφράζει και μια ανάγκη για ευρύτερη « κοινωνική αναγνώριση» των ανθρώπων.

Στην ερώτηση «εάν το ένδυμα του ανθρώπου είναι και σύμβολο της εθνικής του ταυτότητας» το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων 48% μας απαντά ότι πράγματι «μερικές φορές» μπορεί να είναι και ένα σύμβολο της εθνικής του ταυτότητας.

Όσον αφορά την ενδύμασία και κάποιες από τις «ανάγκες κάλυψης και προστασίας του ανθρωπίνου σώματος» οι ερωτηθέντες μας απαντούν ως εξής: η ενδύμασία εκφράζει τις ανάγκες κάλυψης και προστασίας του ανθρωπίνου σώματος με ποσοστό της τάξεως του 52,3% και 55,9% αντιστοίχα.

5.29 Επίλογος

Στα γενικότερα συμπεράσματα της έρευνας αξίζουν να αναφερθούν και οι εξής διαπιστώσεις: Η επωνυμία δεν παίζει καθοριστικό ρόλο στις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών. Η οικονομία παράλληλα και με την ποιότητα είναι καθοριστικοί παράγοντες για την αγορά ενός προϊόντος. Στην σημερινή οικονομική κρίση γενιούνται νέες καταναλωτικές ανάγκες για αυτό οι επιχειρήσεις πρέπει να αντιδρούν στην οικονομική κρίση με διαφορετικές στρατηγικές. Η προσαρμογή π.χ. σε μια αλλαγμένη συμπεριφορά των πελατών και κυρίως σε μία αύξηση της ευαισθησίας στην τιμή και την ποιότητα του προϊόντος αποτελεί σημαντική παράμετρο στις στρατηγικές των εταιριών. Ένας άλλος αδιαμφισβήτητος παράγοντας που επηρεάζει τη συμπεριφορά των καταναλωτών είναι οι τάσεις της μόδας. Η κάθε εταιρία πρέπει να βασίζεται τα προϊόντα της, πάνω στις ανάγκες των καταναλωτών που θα συνάδουν με τις προσαγές της μόδας. Είναι πολύ σημαντικό οι εταιρείες να παρέχουν στους καταναλωτές ανεξάρτητου ηλικίας και φύλου την δυνατότητα να επιλέξουν ρούχα και αξεσουάρ για διαφορετικά στυλ και διαφορετικές περιστάσεις. Οι εταιρίες μέσα από διάφορες απαντήσεις που πραγματοποιούνται με τους λεγόμενους “υποψήφους” πελάτες, μπορούν να κατανοήσουν τα θέλω καθώς και τις ανάγκες των καταναλωτών. Επιπλέον, η κατηγοριοποίηση της αγοράς, βασίζεται κυρίως σε κάποιες μορφές τμηματοποίησης όπως η Γεωγραφική, Δημογραφική, και η Ψυχογραφική που αποτελούν ένα αναπόσπαστο κομμάτι του λεγόμενου Market Segmentation²⁰. Εξίσου σημαντική και προσεκτική πρέπει να είναι και η δράση των εταιρειών απέναντι σε ζητήματα που κρύβουν κάποιες ιδιαίτερες ευαισθησίες όπως π.χ. η ενδύμασία σε σχέση με την εθνική ταυτότητα των καταναλωτών (π.χ. μαντίλα). Τελος και ένας σημαντικός παράγοντας που κάνει τους καταναλωτές να επιλέγουν ένα προϊόν είναι η «καθοδήγηση» που αυτοί δέχονται από τους σχεδιαστές μόδας. Όποτε χρειάζεται και αντίστοιχη προβολή εκ μέρους των εταιριών για την αντιπροσώπευση και τη διαφήμιση των προϊόντων τους.

Οι άνθρωποι ακολουθούν τις τάσεις της μόδας γιατί εκφράζονται μέσω από αυτή. Συνεπώς τίθενται και θέματα που άπτονται όχι μόνον της εμφάνισης αλλά και της ψυχολογίας του ανθρώπου, αυτό αποδεικνύεται και από το ερωτηματολόγιο μας. Πόσο η εξωτερική μας εμφάνιση είναι συνάρτηση της εσωτερικής μας δομής, φαίνεται από το γεγονός ότι και μόνον από την κάθε ενδύμασία του ανθρώπου μπορεί κάποιος να μαντέψει το επάγγελμα, τα οικονομικά του, την κοινωνική του θέση, την παιδεία του, την εθνική του ταυτότητα, την ψυχολογία του και γενικότερα και την προσωπικότητα του. Για αυτό δεν είναι καθόλου τυχαία και η δήλωση του μυθιστοριογράφου Α. Φράνς²¹: «Αν ήταν δυνατόν εκατό χρόνια μετά το θάνατο μου να διαλέξω ένα βιβλίο, θα προτιμούσα να διάλεγα ένα περιοδικό μόδας... Γιατί το ντύσιμο θα μου πει περισσότερα πράγματα για την κοινωνία από όσα θα μου έλεγαν όλοι οι φιλόσοφοι και θεολόγοι.

²⁰ Η τμηματοποίηση μίας αγοράς είναι μια από τις πιο σημαντικές διαδικασίες στο σύγχρονο μάρκετινγκ. Με τη διαδικασία αυτή παίρνει κανείς μια μεγάλη ετερογενή αγορά και τη διαφεί σε μικρότερα τμήματα (ή υποαγορές) που παρουσιάζουν πιο ομοιογενή χαρακτηριστικά όσον αφορά το προϊόν ή την υπηρεσία μιας επιχείρησης

²¹ Ανατόλ Φρανς (Anatole France, πραγματικό όνομα François Anatole Thibault, Παρίσι, 1844 – 1924) Γάλλος μυθιστοριογράφος και κριτικός.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία για την μόδα.

- Εγκυκλοπαίδεια Παπαρούς Λαρούς Μπριτανικά, 1987, 1996, τόμος 23, 42, Αττική, Εκδοτικός οργανισμός Πάπυρος.
- Ε. Π. Παπανούτσου, 1984, *Πρακτική Φιλοσοφία*, Δέυτερη έκδοση, Αθήνα, Εκδόσεις Δοδώνη.
- Αρβαντιδίου Ζωή, 2011, *Φύλο και Νέα Εκπαιδευτικά και Εργασιακά Περιβάλλοντα στην Κοινωνία της Πληροφορίας «Διαμόρφωση ταυτότητας κοινωνικού φύλλου μέσα απο την μόδα και την ένδυση»*, Μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα επιστημών και προσχολικής αγωγής και εκπαιδευτικού σχεδιασμού, Ρόδος.
- Καμάρια Κυριακή, Αναγνωστόπουλος Ιωάννης, 2013, *Οι ενλλαγές του γυναικείου εσωροχού στη πορεία των χρόνων*, Πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Πειραιά Τ.Τ. Τμήμα Κλωστοϋφαντουργίας, Πειραιάς, Η πτυχιακή εργασία είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα http://oceanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1036/kl_00599_.pdf?sequence=1,
- Λαουτάτζης Εμμανουήλ, Το φαινόμενο, που έχει ταράξει τον χώρο της μόδας «Fastfashion», Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, Διπλωματική Εργασία, Πειραιάς 2016, Η διπλωματική εργασία είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/9618/Laoutatzis_Emmanouil.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Γιάννης Πετρώφ, Κώστας Τζωρτζάκης, Αλεξία Τζωρτζάκη, 2002, *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Η ελληνική προσέγγιση*, Δέυτερη έκδοση, Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.
- Κυριάκος Τριπολιτσιώτης, *Παράγοντες που επηρεάζουν την διαμόρφωση της ένδυσης*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://journal.teipir.gr/index.php/science/article/view/36/pdf_8 και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε στις 17 Αυγούστου 2017.
- Ελευθεροτυπία, 2009, *Ο ρόλος της μόδας στην ψυχολογική διαμόρφωση του ατόμου (individual)*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=64498>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε στις 17 Αυγούστου 2017.
- Χ.Ι. Καραμαννίδης, *Νευρολογία και Ψυχιατρική*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://doctorbabis.gr/2016/07/%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%B4%CF%85%CF%83%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε στις 17 Αυγούστου 2017.
- Σαράντος Καργάκος, 1985, *Ο άνθρωπος προσπαθεί με τη μόδα να διακριθεί να ξεχωρίσει από τους άλλους εξομοιούμενος μαζί τους*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://www.sarantoskargakos.gr>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε στις 17 Αυγούστου 2017.
- Π. Καρακάση, Throwback Thursday, 2014, *Η επανάσταση των Flapper girls*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://www.instyle.gr/article/throwback-thursday-epanastasi-ton-flapper-girls/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε στις 17 Αυγούστου 2017.
- tvxs, *Η «άγρια» μόδα της δεκαετίας του 1920 και τα υπέροχα flapper girls*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://tvxs.gr/news/taksidia-sto-xrono/i-agria-moda-tis->

[dek-aetias-toy-1920-kai-ta-yperoxa-flapper-girls](#), και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε στις 17 Αυγούστου 2017.

Βιβλιογραφία για την ενδυμασία.

- Εγκυκλοπαίδεια Παπαρούς Λαρούς Μπριτανικά, 1987, 1996, τόμος 23, Αττική, Εκδοτικός οργανισμός Πάπαρος
- Payne Winakor Farrell Beck, *Ενδυματολογία, Ιστορία της Ενδυμασίας*, Δέυτερη Έκδοση, Μετάφραση Ρούντο Παρίδα, Εκδόσεις Ιων.
- Δ. Μ. Διαμαντοπούλου, 1964, *Ιστορία της Ενδυμασίας, εκ των παραδόσεων της*, Χαροκόπειο Ανωτάτη Σχολή Οικιακής Οικονομίας, Αθήνα.
- Ιστολόγιο on the way to Ithaca, *Η πτώση του ανθρώπου*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://onthewaytoithaca.wordpress.com/2010/01/11/gen3-fall/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Κ. Τριπολιτσιώτης, *Παράγοντες που επηρεάζουν την διαμόρφωση της ένδυσης*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, http://journal.teipir.gr/index.php/science/article/view/36/pdf_8, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Έθνος, Σπάνιο υφαντό 5000 χρόνων, 2016, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, http://www.ethnos.gr/politismos/arthro/spanio_yfanto_5_500_xronon-64335703/, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- ΠΟΛΙΟΧΝΗ, *Μινωϊκή ενδυμασία και Καλλωπισμός*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://polioxni.wordpress.com/2011/06/15/%CE%BC%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%B9%CE%BA%CE%B7-%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CF%89%CF%80%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Μ. Βουτυρά & Α. Γουλιάκη – Βουτυρά, Ψηφίδες για την ελληνική γλώσσα, *Η Αρχαία Ελληνική Τέχνη και η Ακτινοβολία της Ρώμης και ενδυμασία*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://www.greek-language.gr/digitalResources/ancient_greek/history/art/page_061.html <http://antikleidi.com/filoi/romi-endimasia/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, *Χάλκινο άγαλμα του αυτοκράτορα Οκταβιανού* Αυγούστου, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://www.namuseum.gr/collections/sculpture/roman/roman02-gr.html>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Διαδραστικά Σχολικά Βιβλία, *Ιστορία του νεότερου και σύγχρονου κόσμου, Βιομηχανική επανάσταση*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL106/282/2015_6863/, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.

- Η άλλη άποψη ,*αναδρομή στην Ιστορία της μόδας*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.ialliapopsi.com>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- ALEHANDRA, 2014, *Coco Chanel*, , <https://evaanda.wordpress.com/2014/08/27/coco-chanel/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Σαν σήμερα, *Η ιστορία του μπκίνι*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.sansimera.gr/articles/109/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Κ. Μάντης, *Η μόδα ως κοινωνική αντίληψη*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://latistor.blogspot.gr/2016/04/blog-post_1.html, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Άννα Καραμιάνου, *ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΤΗΤΑ, Ανθρώπινα Δικαιώματα & Ισότητα των φύλων*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://ekyklos.gr/sb/202-polypolitismikotita-i-plouralismos.html>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Νωατεμπορική, 2013, *Τουρκία, Η μάχη της μαντίλας, Συμβολική διαπάλη ισλαμιστών κεμαλικών*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.naftemporiki.gr/story/726581/tourkia-i-maxi-tis-mantilas>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Ν. Μουστάφα, Σ. Τζοάν, 2012, *Η ΜΑΝΤΙΛΑ (ΧΙΤΖΑΜΠΗ ΗΛΙΑΒ), Πραγματικές ιστορίες γραμμένες από Μουσουλμάνες γυναίκες*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, https://d1.islamhouse.com/data/el/ih_articles/single/el_Hijab_in_Islam.pdf/, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Διαδραστικά σχολικά βιβλία, Εκθεση έκφραση, *θέματα σχετικά με την ενδυμασία και την μόδα*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-A110/246/1824,5882/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- eirinika.gr, ΠΟΡΤΡΑΙΤΑ, *Μαχάτμα (γεμάτος ψυχή) Γκάντα*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://www.eirinika.gr/article/17811/mahatma-gematos-psyhi-gkanti-o-indos-ypodeigma-igetis-symvolo-eirinis-avtosykratisis>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Edward Sapir, *Εγκυκλοπαίδεια των Κοινωνικών Επιστημών*, 1931, *Μόδα*, Νέα Υόρκη: Macmillan, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, https://translate.google.gr/translate?hl=el&sl=en&u=https://brocku.ca/MeadProject/Sapir/Sapir_1931_b.html&prev=search, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, *Η τέχνη κατά την ελληνιστική εποχή (321-31π.Χ)*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://www.namuseum.gr/collections/vases/hellen-period-gr.html>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Γ. Αφροδίτη, Γενικό Λύκειο Τήνου, Ερευνητική εργασία, *Ο ρόλος της μόδας στην ενδυμασία*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://blogs.sch.gr/lyktinou/files/2014/11/%CE%9F-%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%BC%CF%8C%CE%B4%CE%B1%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1.pdf>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.

- Χ. Καραντώνης, *Μόδα Ένδυση*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://ekthesi.tumblr.com/moda>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Διαδραστικά σχολικά βιβλία, *Το σώμα μου*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C130/601/3949.17595/>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Σ. Καραγιάννη, *Η νέα βιομηχανική στρατηγική, η περίπτωση του κλάδου ένδυσης*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <https://spoudai.unipi.gr/index.php/spoudai/article/viewFile/1130/1209> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Exportnews.gr, *Μελέτη Ελληνικής Αγοράς Ένδυσης και Υπόδησης*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <https://exportnews.gr/meleti-ellinikis-agogas-endysis-kai-yrodisis/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.

Βιβλιογραφία για την έρευνα.

- Elen Diamond, 1999, *Πωλήσεις μόδας*, μετάφραση Στέφανος Μήτσος, εκδόσεις ΙΩΝ
- Α. Κωστάκη, *Τεχνικές δημογραφικές ανάλυσης*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://stat-athens.aueb.gr/~akostaki/gr/courses/kefalaio1.pdf>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Α. Κασταμονίτη, *Παράγοντες που επηρεάζουν τις καταναλωτικές συνήθειες της νέων και την πρόθεση της αγοράς*, Πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Καβάλας, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας. Η πτυχιακή ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://digilib.teicm.gr/jspui/bitstream/123456789/609/1/022013218.pdf>, και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- ΤΕΙ Αθήνας, *Κατασκευή ερωτηματολογίου, Μεθοδολογία Έρευνας*, Το άρθρο ήταν διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, <https://eclass.teiath.gr/modules/document/index.php?course=DE148&openDir=/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Β. Κουτσού Καθηγήτρια, Γραφείο Διασύνδεσης Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, *Μελέτη Αγοράς Εργασίας Κλάδου Ένδυσης*, Η μελέτη είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://moda.teicm.gr/dat/98C621B0/file.pdf?637067997914934488> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ

- Φωτό 1: *Η Κοκό Σανέλ με το περίφημο «μάντρο φόρεμα»*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.ecofashiontalk.com/2016/11/business-of-fashion-history-gabrielle-coco-chanel/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 2: *Ο δημιουργός του μπικίνι Λορέ Ρεάρ*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <http://www.unblock.gr/unblock-proposals/i-istoria-tou-magio-bomba/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 3: *Μαντίλα*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα <https://enthemata.wordpress.com/2011/06/19/vourekas/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 4: *Ο Μαχάτμα Γκάντι με το λευκό χειροποίητο βαμβακερό ένδυμα «Χαντάρ»*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, http://boracina.blogspot.gr/2009/10/blog-post_9248.html και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 5: *Ο Μαχάτμα Γκάντι μαθαίνοντας να γνέθει με τη «χάρκα», ρόκα*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <https://aienaristevain.com/2016/01/30/%CE%BC%CE%B1%CF%87%CE%AC%CF%84%CE%BC%CE%B1-%CE%B3%CE%BA%CE%AC%CE%BD%CF%84%CE%B9/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 6: *Ζεύγος γυνακείων χρυσών βραχιολιών (ψελίων) κατά τους Ελληνιστικούς χρόνους*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.namuseum.gr/object-month/2009/dec/dec09-gr.html#> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 7: *Το προποαιρικό αμάρτημα και η έξωση*, Μικελάντζελο, Καπέλα Σιζτίνα. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://texni-zoi.blogspot.gr/2013/04/blog-post.html> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 8: *Symbols of Excellence του Grahame Clark*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <https://www.amazon.com/Symbols-Excellence-Precious-Materials-Expressions/dp/0521302641> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 9: *Υφασμα απο το Ταρκάν της Αιγύπτου*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, http://www.ethnos.gr/politismos/arthro/spanio_yfanto_5_500_xronon-64335703/ και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 10: *Σοιμεριακό άγαλμα του ηγεμόνα Γουδέα*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-A102/45/305,1280/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 11: *Λαρείος ο μέγας*. Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.mixanitouxronou.gr/istoriki-anatropi-o-prototokos-gios-tou-miltiadi-mitiochos-polemise-enantion-tou-sti-machi-tou-marathona-iche-echmalotisti-apo-tous-perses-ke-ezise-stin->

[avli-tou-dariou-os-to-telos-tis-zois-tou/](#) και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .

- Φωτό 12,13: *Τοιχογραφίες απο το Λούξορ της Αιγύπτου*, Η φωτογραφίες ήταν διαθέσιμες στην ιστοσελίδα, <http://mesaralive.gr/post/entupwsiakes-toichografies-se-archaio-tafo-sto-loujior-ths-aiqyprou/world/638> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 14: *Μνημνάκες τοιχογραφίες, Οι γαλάζιες κυρίες*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://katsba.ueuo.com/dim/c/toixografies/toixografies-minwi.htm> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 15: *Μνημνάκες τοιχογραφίες, Ο πρίγκιπας με τα κρίνα*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://katsba.ueuo.com/dim/c/toixografies/toixografies-minwi.htm> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 16: *Μουσείο Ακρόπολης, Η Πεπλοφόρος*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.theacropolismuseum.gr/el/content/oi-kores-tis-akropolis> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε το έτος 2020 .
- Φωτό 17: *Υπόλευκος χιτόνας*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.openarchives.gr/view/446778> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 18: *Η κόρη της Λυον*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://users.sch.gr/ipap/Ellinikos%20Politismos/AR/Kore%20Lyon.htm> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 19: *Ο θάνατος του Σαρπηδόνα*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, http://www.greek-language.gr/digitalResources/ancient_greek/history/art/page_058.html και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό20: *Μαρμάρινο ρωμαϊκό άγαλμα του Καίσαρα Αυγούστου με την αρχαία τήβεννο*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9F%CE%BA%CF%84%CE%B1%CE%B2%CE%B9%CE%B1%CE%BD%CF%8C%CF%82_%CE%91%CF%8D%CE%B3%CE%BF%CF%85%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%82 και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 21: *Χάλκινο άγαλμα του αυτοκράτορα Οκταβιανού Αυγούστου*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.namuseum.gr/collections/sculpture/roman/roman02-gr.html> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 22: *Η Θεοδόρα και η συνοδεία της, Ψηφιδωτά στο ναό του Αγίου Βιταλίου στη Ραβέννα της Ιταλίας*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://esxoleio.weebly.com/zeta-theta941mualphataualpha-alpha972-taueta-betaupsilonzetaalphanutauiotanu942-iotasigmatauomicronrho943alpha.html> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .
- Φωτό 23: *Ο Αυτοκράτορας Ιουστινιανός με την συνοδεία του, ψηφιδωτά στο ναό του Αγίου Βιταλίου στη Ραβέννα της Ιταλίας*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, http://vizantinaistorika.blogspot.gr/2014/07/blog-post_18.html και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021 .

- Φωτό 24: *Μεσαιωνικές ενδυμασίες, το φιλί του Ιούδα 1303-1305, Τζόττο*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%B6%CF%8C%CF%84%CF%84%CE%BF> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 25: *Μεσαιωνική ενδυμασία, Μαρία της Βουργουνδίας, Μιχαέλ Πάχερ 1490*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AF%CF%87%CE%B1%CE%B5%CE%BB_%CE%A0%CE%AC%CF%87%CE%B5%CF%81 και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 26: *Αναγεννησιακή ενδυμασία : Piero di Cosimo, Μαγδαληνή 1500 μ.Χ.Palazzo Barberini στη Ρώμη*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://annagelopoulou.blogspot.gr/2012/10/piero-di-cosimo.html> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε το έτος 2020.
- Φωτό 27: *Ενδυμασία φρουρού από την Παπική ελβετική φρουρά, χαρακτηριστικό δείγμα της Αναγεννησιακής ενδυμασίας*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.polenosnet.com/index.php/2016/05/06/elvetiki-froura/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 28: *Ο Λουδοβίκος ΙΕ' με την ενδυμασία της στέψης, από τον Λουί-Μισέλ βαν Λου*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CF%85%CE%B4%CE%BF%CE%B2%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CF%82_%CE%99%CE%95%CE%84_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%93%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%AF%CE%B1%CF%82 και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 29: *Η Μαντάμ ντε Πομπαντούρ με την ενδυμασία της εποχής ροκοκό 1745 μ.Χ.*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://www.mixanitouxronou.gr/mantam-nte-pompantour-i-charismatiki-eromeni-tou-vasilia-loudovikou-pou-kirixe-polemo-enantion-tis-prosias-epidi-o-aftokratoras-edose-to-onoma-tis-stin-skila-tou/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 30: *Ο Ναπολέων Βοναπάρτης με την σχετική ενδυμασία 1769-1821 μ.Χ.*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%B1%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%AD%CF%89%CE%BD_%CE%91%CE%84_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%93%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%AF%CE%B1%CF%82 και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 31: *Η πρώτη κλωστική μηχανή του Χάργκρεϊβς (Hargreaves), η «κλόστρια Τζένη»*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL106/282/2015.6863/> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.
- Φωτό 32: *Άνδρες με κοστούμι της εποχής 19^{ος} 20^{ος} αιώνας*, Η φωτογραφία ήταν διαθέσιμη στην ιστοσελίδα, <http://xromata.com/?p=5954> και η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2021.