

***Ερευνητική εργασία Β’ Λυκείου***

***ΓΕ.Λ Νέας Καλλικράτειας***

***Υπεύθυνη καθηγήτρια:***

***Κυριαζίδου Ειρήνη***

***Η Μόδα στη Ζωή μας***

***2014***

***Η Μόδα στη Ζωή μας***

**Ερευνητική εργασία Β΄ Λυκείου στο ΓΕΛ Νέας Καλλικράτειας**

**2ο τετράμηνο 2014**

**Θέμα ερευνητικής εργασίας:** ***Η Μόδα στη Ζωή μας***

**Υπεύθυνη καθηγήτρια: *κ. Κυριαζίδου Ειρήνη***

**Ομάδες μαθητών:**

**1η Ομάδα: *Fashion Icons***

• Καλαντζή Ροδοθέα

• Καρανάσου Χριστίνα

• Μηκέ Εύη

• Αμπατζόγλου Μαριάνθη

• Σιμιτσάκη Ιωάννα

**2η Ομάδα: *Coco Chanel***

• Παπαδοπούλου Άννα

• Χατζηγρηγορίου Κατερίνα

• Σουγιουλτζή Εύα

• Τζένγκο Ιζαμπέλα

• Μουζενίδου Μαρία

**3η Ομάδα: *Φασιονίστες***

• Μανουσαρίδου Χαρά

• Λαζαρίδου Σοφία

• Μπλούμα Σοφία

• Μουρατίδου Αναστασία

• Ευθυμιάδου Βάσω

**4η Ομάδα: *Generation Idols***

• Αυταρά Χρύσα

• Ζαμπούρη Χρύσα

• Μπαλλής Κωνσταντίνος

• Ιωαννίδης Δημήτρης

• Νταλίπι Αρέντα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της ερευνητικής εργασίας με το οποίο ασχοληθήκαμε στο δεύτερο τετράμηνο, είναι η μόδα. Αναλύσαμε ανά δεκαετία τις τάσεις της μόδας αλλά και τις προσωπικότητες που ξεχώρισαν σε αυτές από τις χρονικές περιόδους 1900 έως και σήμερα. Μιλήσαμε επίσης για την επιρροή που έχει η μόδα στην ζωή μας και τι θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις που μας επιφέρει. Κάναμε δικές μας προτάσεις μόδας καθώς και συμβουλές.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Μόδα είναι ο τρόπος ενδυμασίας, σκέψης και ζωής που γενικότερα επικρατεί για ένα διάστημα σε μια ομάδα ή κοινωνία. Η μόδα όμως, όπως και ο άνθρωπος, αλλάζει και εξελίσσεται. Το θέμα της ερευνητικής μας εργασίας αφορά τον τρόπο ενδυμασίας καθώς και τις επιδράσεις αυτής σε εμάς.

Αρχικά, ασχοληθήκαμε με την εξέλιξη της στον 20ο αιώνα και στη συνέχεια, διερευνήσαμε τις προσωπικότητες και τα πρότυπα εκείνης της εποχής.

Η εργασία κάλυψε και θέματα που σχετίζονται με την προσωπικότητα του κάθε ατόμου και πώς επιδρά αυτό στον τρόπο που ντυνόμαστε.

Ανακαλύψαμε τις διαφορές μεταξύ της μόδας και του προσωπικού στυλ καθώς και διάφορα “tips” ώστε να ανακυκλώνονται και να φοριούνται τα ρούχα πάλι.

Επειδή η μόδα επηρεάζει βαθύτατα την ψυχολογία του ανθρώπου ερευνήσαμε μία διαφορετική πτυχή που πηγάζει από την αδυναμία των ανθρώπων να αντισταθούν στα προβαλλόμενα από την μόδα πρότυπα, την νευρική ανορεξία, η οποία δυστυχώς πλήττει τις νέες γενιές της κοινωνίας μας.

Συνοψίζοντας, σας παραθέτουμε τις δικές μας προσωπικές προτάσεις για τις τάσεις που θα επιθυμούσαμε να ακολουθήσουν.

Τι είναι η Μόδα;

H μόδα αρχίζει και δεν τελειώνει ποτέ. Όση έμπνευση και να αντλεί από το παρελθόν, έχει πάντοτε ως στόχο της το μέλλον. Ένα μέλλον γεμάτο εκπλήξεις, χωρίς κανέναν περιορισμό. Η μόδα συγγενεύει με την αισθητική, αντιπροσωπεύεται από αυτήν, συχνά της δίνει ένα χέρι βοηθείας.

Όποιος αγαπάει τη μόδα ανακαλύπτει κάθε φορά τις ομορφιές της. Σημασία δεν έχει αν τα ρούχα του επικεφαλής ενός οίκου αντιπροσωπεύουν το προσωπικό μας γούστο ούτε αν συμπαθούμε ή αντιπαθούμε τον εκάστοτε σχεδιαστή.

Στη μόδα κυριαρχεί πάνω από όλα η ελευθερία. Θέλουμε να έχουμε την ελευθερία της επιλογής στα ρούχα που φοράμε, αλλά έχουμε ενδόμυχα την απαίτηση από τους άλλους να συμμορφώνονται με τα γούστα μας.

Στη μόδα, η ελευθερία επιλογών είναι ένας τεράστιος παράγοντας που προέκυψε από ανθρώπους που άντεξαν τον χλευασμό της εποχής τους, που στάθηκαν με τόλμη επιμένοντας στις ιδέες τους, που πάλεψαν και δημιούργησαν για κάτι που έβγαινε από μέσα τους.



Αναδρομή της Μόδας ανά δεκαετίες

**Δεκαετίες 1900-1930**

**1900:** Τα ρούχα στην δεκαετία του 1900 διακρίνονται σε στιλ και φινετσα παρά στην άνεση τους. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ρουχισμού εκείνης της εποχής ήταν τα σφιχτά κολάρα, αρκετή δαντέλα, κορσέδες για πολύ στενή μέση, μακριές φούστες και στενά παπούτσια για τις γυναίκες και τους άντρες δαντελωτές μπότες, καπέλα με φτερά, μαλλιά με χτενίσματα προς τα πάνω.

**1910**: Λόγω του Α’ Παγκοσμίου πολέμου όπως είναι φυσικό η εξωτερική εμφάνιση ήταν ένα θέμα που δεν απασχολούσε ούτε άντρες ούτε γυναίκες, αφού σημασία είχε πρώτα η επιβίωση τους. Οι γυναίκες σταμάτησαν να φοράνε εντυπωσιακά ρούχα και κοσμήματα ενώ άρχισαν πλούσιες και φτωχές να ντύνονται σχεδόν παρομοιότυπα. Φαίνεται ότι ο πόλεμος επηρέασε την μόδα της εποχής εκείνης, αφού για πρώτη φορά εμφανίστηκαν στα γυναικεία ρούχα ζώνες με αγκράφες ενώ οι φούστες των γυναικών έγιναν για πρακτικούς λόγους πιο κοντές (ως τον αστράγαλο). Γενικότερα επικρατούσαν τα σκούρα χρώματα. Την δεκαετία εκείνη εμφανίστηκαν οι καμπαρτίνες, οι στενές φούστες, τα ανατολίτικα μοτίβα, οι ανάγλυφες στολισμένες τσάντες και οι διακοσμητικές φουρκέτες.

**1920:** Είναι η δεκαετία κατά την οποία , οι γυναίκες άρχισαν να επαναστατούν .Επιλέγουν ρούχα πιο αποκαλυπτικά για την εποχή εκείνη. Κύριο μέλημα τους , τα άνετα υφάσματα και γραμμές. Φούστες, φορέματα με σχισμές, πιέτες που επέτρεπαν την κίνηση! Το ύψος των ρούχων φτάνει πιο κάτω από το γόνατο. Πουκαμισά σε ευθεία γραμμή, παντελόνια. Οι γυναίκες της εποχής , πετάνε τα παπούτσια χωρίς τακουνιά και επιλέγουν για τις εμφανίσεις τους ψηλοτάκουνα. Άλλωστε είναι και η εποχή του Τσάρλεστον και έτσι εμφάνιση κάνουν τα καλσόν μέχρι το γόνατο. Μια από τις πρώτες γυναίκες που αποφάσισε να αψηφήσει το μέχρι τότε σύστημα της μόδας, ήταν η πολύ σημαντική Coco Chanel.

**1930:** Η μόδα συναντά τον κινηματογράφο και το Hollywood. Τα υπέροχα μακριά φορέματα, τα έντονα V, τα εξώπλατα έχουν σειρά. Τα κοσμήματα είναι ένα ακόμη χαρακτηριστικό της δεκαετίας. Επίσης το ξανθό μαλλί γίνεται must.

**Άνθρωποι πρότυπα - Είδωλα της εποχής αυτής:**

Όπως και σε όλες τις μεταγενέστερες δεκαετίες, είδωλα και σχεδιαστές επηρέασαν την εξέλιξη στο χώρο της μόδας. Ας γνωρίσουμε τους πιο σημαντικούς αυτής της εποχής.

***Coco Chanel:*** Η Κοκό Σανέλ ψευδώνυμο της Γαλλίδας Γκαμπριέλ Σανέλ ήταν μια από τις διασημότερες σχεδιάστριες μόδας του 20ού αιώνα. Ήταν η γυναίκα που λάνσαρε πρώτη τα γυναικεία παντελόνια,τις ψηλοτάκουνες γόβες και τα κοντά μαλλιά. Εκείνη που απελευθέρωσε τη γυναίκα από τους κορσέδες και τις βάτες. Μια άσημη που, εκ του μηδενός, δημιούργησε έναν από τους διασημότερους οίκους μόδας. Με τη φαντασία της, αλλά και με τη σκληρότητά της ως εργοδότρια, το 1909 άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στο Παρίσι με γυναικεία καπέλα. Ίδρυσε ομώνυμο οίκο μόδας που παραμένει στην επικαιρότητα μέχρι σήμερα. Το 1923 δημιούργησε το άρωμα "Σανέλ ? 5" και εφηύρε το μικρό μαύρο φόρεμα.Από απλή σχεδιάστρια καπέλων γίνεται ιέρεια του στυλ και απογειώνει τη γυναικεία κομψότητα. Η καμέλια και οι λατρεμένες της πέρλες αποτελούν σύμβολα της μόδας. Η Chanel δημιουργεί το γνωστό ταγιέρ αλλά και το «little black dress»: ένα απλό μικρό φόρεμα που το μήκος του φτάνει μέχρι το γόνατο με στρογγυλή λαιμόκοψη και μακριά μανίκια. Η αίσθηση ελευθερίας και η πρακτικότητα που αποπνέουν τα ρούχα της την κάνουν αγαπητή στις γυναίκες της δεκαετίας, αλλά την καθιερώνουν επίσης ως μια από τις σχεδιάστριες που σφράγισαν τον κόσμο της μόδας.Το πιο σημαντικό της επίτευγμα ήταν το μαύρισμα απο τον ήλιο.Έως την δεκαετιά το 1920, το λευκό δέρμα δήλωνε υψηλή κοινωνική θέση γι'αυτό υπήρχε ενας φανατισμός με τα λευκά καλλυντικά που επέλεγαν οι γυναίκες για να δείχνουν λευκές.Μετα το 1920, όμως, όταν τυχαία μετα απο τις διακοπές της στην γαλλική Ρεβιερα, η Κόκο Σανέλ απόκτησε ενα σκούρο μαυρισμένο χρώμα.

***Jean Patou:*** Στις αρχές της δεκαετίας του 1920 σχεδίασε ρούχα για την πρωταθλήτρια του τένις Suzanne Len Glen και έτσι υπήρξε πρωτοπόρος στο τομέα των μοντέρνων αθλητικών ρούχων. Τα άνετα φορέματα και ταγιέρ του έγιναν δεκτά από τις δραστήριες γυναίκες στη δεκαετία του 1920, οι οποίες ήταν γνωστές ως garηonnes. Συνεργάστηκε επίσης με τη γαλλική υφαντουργική εταιρεία Bianchini-Ferier και με άλλους για την παραγωγή νέων υφασμάτων για μαγιό και αθλητικά ρούχα.

***Sonia Delaunay:*** Η Sonia Delaunay ήταν εβραιογαλλίδα καλλιτέχνης που, με τον σύζυγό της Robert Delaunay χαρακτηρίζεται για τη ζωγραφική με έντονα χρώματα και γεωμετρικά σχήματα. Το έργο της εκτείνεται στο σχεδιασμό κλωστοϋφαντουργίας και στο χώρο του σχεδιασμού γενικά. Ήταν η πρώτη γυναίκα καλλιτέχνης για την οποία πραγματοποιήθηκε αναδρομική έκθεση στο Λούβρο (1964), και το 1975 ονομάστηκε αξιωματικός της Γαλλικής Λεγεώνας της Τιμής.



**Δεκαετίες 1940-1960**

***1940:*** Πρόκειται για μια δεκαετία όπου η μόδα και οι τάσεις της ήταν στο προσκήνιο. Πολλές γυναίκες άρχισαν να μιμούνται διάφορες ηθοποιούς της μεγάλης οθόνης με αποτέλεσμα να ντύνονται ανάλογα. Νέα στιλ ανακαλύπτονται και ο κόσμος δείχνει αρκετό ενδιαφέρον. Τα στιλ που κυριάρχησαν αυτή την δεκαετία ήταν τα πουλόβερ με διάφορα σχέδια, ολόσωμα μαγιό, τα μακριά ριχτά φορέματα, τα σανδάλια, οι γούνες για το λαιμό από δέρμα αλεπούς, τα καπέλα που φοριούνται σε συγκεκριμένη κλίση, οι βάτες, τα φαρδιά παλτά για τους άνδρες και τα ορθογώνια ρολόγια χειρός.

***1950:*** Μια μαύρη δεκαετία για την ανθρωπότητα καθώς ο δεύτερος παγκόσμιος πόλεμος είναι στο προσκήνιο. Η επιβίωση του ανθρώπου είναι πιο δύσκολη από ποτέ καθώς οι πρώτες ύλες και τα τρόφιμα εξαντλούνται. Η μόδα δεν είναι και η πρώτη ασχολία του κόσμου καθώς οι άνθρωποι είχαν να αντιμετωπίσουν πολλές κακουχίες. Η δεκαετία αυτή χαρακτηρίζεται από στενά αντρικά παντελόνια, τζιν, συνολάκια από φούστες και μπλούζες, φορέματα που δένουν στο πίσω μέρος του λαιμού, κομψά βραδινά φορέματα, παπούτσια με σόλες από “φελλό”, πλεχτά πουλόβερ, χαβανέζικα πουκάμισα για τους άνδρες.

***1960:*** Μια δεκαετία στην οποία κυριαρχεί η ανάπτυξη και η ανασυγκρότηση των κρατών. Η μόδα επανέρχεται ξανά στο προσκήνιο και οι σχεδιαστές αρχίζουν να δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην κομψότητα της γυναίκας όπως επίσης και στην άνεση των ρούχων. Οι τάσεις της μόδας αυτής της δεκαετίας περιλαμβάνουν τα λευκά μπλουζάκια, τα μπουφάν μοτοσικλέτας, τα μαύρα φορμάκια, τις βερμούδες, τα κάπρι παντελόνια, τα φλατ παπούτσια μπαλαρίνας, τα στράπλες βραδινά φορέματα και τις αλογοουρές.

**Άνθρωποι πρότυπα - Είδωλα της εποχής αυτής:**

To Hollywood βρίσκεται στην πλέον ακμάζουσα περίοδο και το στυλ των μεγάλων κινηματογραφικών αστέρων της εποχής όπως είναι η GretaGarbo, η VivianLeigh, η JoanCrawford, η MarleneDietrich και η MaeWest γίνεται πηγή έμπνευσης για κάθε γυναίκα που σέβεται την αξία του style. Για τους λάτρεις των οίκων το μόνο που χρειάζεται να παραθέσουμε είναι πως το fashionlabel, Hermes λανσάρει το ιστορικό μεταξωτό μαντίλι για το λαιμό.

Οι γυναίκες έκαναν τα πάντα για να μοιάσουν στις σταρ του Χόλυγουντ. Το πάντρεμα της μόδας με τον κινηματογράφο καθιερώνει μια ξανθιά ψηλόλιγνη σιλουέτα με τονισμένη μέση και έντονους ώμους. Λοξά φορέματα, καπέλα, γάντια και γυαλιά ηλίου είναι απαραίτητα για κάθε θηλυκό της εποχής. Για την παραλία τα μονοκόμματα μαγιό με βαθιά ανοιχτή πλάτη παίρνουν τη θέση από τα πιο συντηρητικά της περασμένης δεκαετίας, ενώ επιβάλλετε το μαύρισμα.

Τα πουλόβερ είναι στενά και έχουν prints εμπνευσμένα από τη γραφιστική και την ArtDeco. Τα παντελόνια είναι φαρδιά με κουμπιά στο πλάι, ενώ τα σορτς συνδυάζονται με λευκά σοσόνια.

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

***Christian Dior:*** O Christian Dior υπήρξε ένας από τους πιο σημαντικούς couturiers του εικοστού αιώνα. Παραμένει έως και σήμερα ένας από τους πρωτεργάτες της μόδας. Λάνσαρε καινούργιες τάσεις και έδωσε στα ρούχα άποψη. Ξεκίνησε το 1947 με την πρώτη του συλλογή, με την οποία εισήγαγε το λεγόμενο «New Look». Με στρογγυλεμένους ώμους, ένα cinched στη μέση, και μια πλήρη σε ανάπτυξη φούστα, το New Look προσέδιδε θηλυκότητα και πολυτέλεια στη γυναικεία ένδυση. Η αισθητική του, σε μια εποχή που οι γυναίκες είχαν αρχίσει να απελευθερώνονται από τους περιορισμούς του πολέμου, παρέπεμπε στο παρελθόν. Αναβίωσε την υψηλή ραπτική του Παρισιού, που είχε παρακμάσει στη διάρκεια του πολέμου. Το 1949 τα τρία τέταρτα των εξαγωγών της Γαλλίας έφεραν το όνομά του. Αυτός ήταν επίσης που συνέλαβε την ιδέα του «τέλους αδείας», που σήμαινε ότι έπαιρνε αμοιβή για καθένα από τα σχέδιά του. Καθιέρωσε μεταξύ άλλων τις γραμμές Tulip, Η, Α και Υ. Την άνοιξη του 1947 δημιουργήθηκε η συλλογή "Carolle" , μια συλλογή που αποσκοπούσε στη σιλουέτα, στη νέα εμφάνιση με τους ώμους να προεξέχουν , τους τονισμένους γοφούς, και τη μικρή μέση. Η συλλογή του την άνοιξη του 1953, που ονομάστηκε "Tulip" χαρακτήριστηκε με αφθονία από φαρδιές και όμορφες γραμμές. Την άνοιξη του 1955 η «A-γραμμή» συνδύαζε απροσδιόριστη μέση και απαλή σιλουέτα που ξεκινούσε πάνω από τους γοφούς και τα πόδια και έμοιαζε με ένα κεφαλαίο "A".

***GretaGarbo:*** Το ταλέντο της ήταν σπάνιο, και θεωρείται μια από της μεγαλύτερες ηθοποιούς όλων των εποχών. Το πρόσωπό της ήταν αξέχαστο και όμορφο. Το στύλ της ήταν μοναδικο, με όλα αυτά τα καπέλα και ρούχα. Ήταν μια έμπνευση για τη μόδα των γυναικών στη δεκαετία του 1930.

***Marlene Dietrich:*** Το στύλ ήταν όλο δικό της. Έχει αψηφήσει τους κανόνες της μόδας των γυναικών με την επιλογή να φορά ανδρικά ενδύματα. Όταν ρωτήθηκε για το στυλ της, αυτή φέρεται να έχει πει: “ Εγώ ντύνομαι για τον εαυτό μου, όχι για την εικόνα, όχι για το κοινό, όχι για τη μόδα, όχι για τους άνδρες”. Το στύλ της θα είναι πάντα διαχρονικό.

***BetteDavis:*** Οι ειδήμονες του Χόλιγουντ δεν βρήκαν την Μπέτι Ντέιβις όμορφη ή λαμπερή. Όμως, το κοινό ερωτεύτηκε τη μοναδική ομορφιά της, την αδιαμφισβήτητη γοητεία, το ισχυρό ταλέντο, και το κλασικό στυλ της.

***IngridBergman:*** Το στύλ της χαρακτηρίζεται ως κομψό και κλασσικό ενώ η ομορφιά της μοναδική. Ήταν η ενσάρκωση της κλάσης και της κομψότητας.

***RitaHayworth:*** Η αναμφισβήτητα πανέμορφη Ρίτα Χέιγουορθ δεν ήταν μόνο γνωστή για τους ρόλους της αλλά και για λαμπερό στυλ της.

***Hedy Lamarr:*** Θεωρείται η μία από τις πιο όμορφες γυναίκες ενώ μπορούσε να φορέσει οτιδήποτε και εξακολουθούσε να είναι εκθαμβωτική . Το ύφος της ήταν λαμπερό, μαζί και αβίαστα κομψό.

***Givenchy:*** Ο οίκος που κρύβεται πίσω από το μικρό μαύρο φόρεμα. Ο γαλλικός οίκος Givenchy ιδρύθηκε το 1952 από τον HubertdeGivenchy, μέλος μιας κολεκτίβας σχεδιαστών που στα ατελιέ τους μέχρι τότε αναπροσδιόριζαν τη γαλλική μόδα. Με πελάτες τις οικογένειες Grimaldi, Kennedyκαι Guinnesso οίκος γνώρισε αμέσως διεθνή αναγνώριση, ενώ όταν το 1961 σχεδίασε το μεταξωτό σατέν μικρό μαύρο φόρεμα που φόρεσε η AudreyHepburn στην ταινία «BreakfastatTiffany's», ένα νέο κεφάλαιο στη μόδα άνοιγε.

Ο ιδρυτής Hubert, που μάλιστα ήταν ο πρώτος μεγάλος σχεδιαστής που λάνσαρε ready-to-wear συλλογή το 1952, αποσύρθηκε στα μέσα της δεκαετίας του '90 με τον John Galliano να τον διαδέχεται για μόλις δύο χρόνια πριν πάρει μεταγραφή για τον Dior. Τον Galliano διαδέχτηκαν o Alexander McQueen και ο Julien McDonald, χωρίς όμως να καταφέρουν να ταιριάξουν απόλυτα με την αισθητική του παριζιάνικου maison.

Η ανανέωση ήρθε το 2005 όταν τα ηνία ανέλαβε ο genius κύριος RiccardoTisci ο οποίος με τις σκοτεινές gothic πινελιές του και έναν κατά κάποιον τρόπο «διαστημικό μινιμαλισμό» κατόρθωσε να τραβήξει και πάλι όλα τα φώτα πάνω στο Givenchy και να τον επαναφέρει στους κορυφαίους highfashion οίκους του πλανήτη.

***Κριστόμπαλ Μπαλενθιάγα:*** Το 1919 άνοιξε για πρώτη φορά οίκο μόδας στο Σαν Σεμπαστιάν, μεταξύ μάλιστα των πελατών του συγκαταλέγονταν και μέλη της βασιλικής οικογένειας.

Από το 1960 πειραματίστηκε με αφηρημένα σχήματα που τον οδήγησαν στις γραμμές τουνίκα, σάκο και μπαλούν που έχουν συνδεθεί με το όνομά του. Τα βραδινά φορέματά του ήταν συχνά εμπνευσμένα από το φλαμένκο. Οι μοναδικές «γλυπτές» του φόρμες και η εμμονή του στη λεπτομέρεια ανύψωσαν την υψηλή ραπτική στον χώρο της τέχνης, και οι μαύρες και οι καφέ αποχρώσεις του θυμίζουν έργα του Γκόγια ή του Βελάθκεθ.

Ο Μπαλενθιάγα έκλεισε τον οίκο του το 1968, απογοητευμένος από τον δρόμο που είχε πάρει η μόδα. Παραμένει, ωστόσο, ένας από τους πιο αντιπροσωπευτικούς εκφραστές της μόδας του 20ου αιώνα και εξακολουθεί να επηρεάζει τους σύγχρονους σχεδιαστές.

**Δεκαετίες 1970-1980**

***1970:*** Η επιστροφή στην φύση σπρώχνει τις γυναίκες αλλά και τους άνδρες να εφοδιαστούν με βελόνες για πλέξιμο: ότι μπορεί να φορεθεί (γιλέκο, μακρύ φόρεμα, σάλι) φτιάχνεται στο χέρι. Δε βλέπουμε μόνο σακάκια και πουλόβερ πλεκτά αλλά και ταγιέρ ακόμη και με παντελόνι σε πολλές και διάφορες παραλλαγές. Για κάποια χρονική περίοδο είναι της μόδας τα μακριά πλεκτά μαντώ. Για τις βραδινές εμφανίσεις, τα πλεκτά φορέματα και οι μπλούζες από lurex είναι ιδιαίτερα σικ.

Η δεκαετία αυτή αποτελεί την έκρηξη του νοσταλγικού στυλ : κορσάζ που θυμίζουν τις γιαγιάδες και μακριές φούστες, τσιγγάνικες φούστες και ινδικά φουλάρια, φορέματα και σακάκια. Βλέπουμε να γεννιέται μια χρωματιστή ανάμιξη από στιλ, από τα οποία δε ξεχωρίζει κάποιο ιδιαίτερα, αλλά το ένα δανείζεται στοιχεία από το άλλο.

Το βελούδο και το μποκάρ, ο χρυσός και ζεστά χρώματα από πολύτιμες πέτρες μεταμορφώνονται σε πλούσιες φούστες διακοσμημένες με χρυσαφιά ρέλια, σε παλτό και σε σακάκια.

Επιπλέον είναι στη μόδα οι γούνες και τα γούνινα καπέλα, τα οποία δημιουργούν αυτή την ξεχωριστή πολυτέλεια που αποπνέει επιπλέον έναν αέρα ανατολίτικου εξωτισμού με γαλλική φινέτσα.

Οι νεαρές κοπέλες φορούσαν χυτά μακριά φορέματα απο βατίστα, κορσάζ διακοσμημένα με κεντήματα ή τυπώματα ινδικής έμπνευσης, φτηνά φουλάρια με ανατολίτικα μοτίβα και κοσμήματα από ασήμι στο ίδιο πνεύμα.

***1980:*** Η δεκαετία της υπερβολής. Οι ώμοι φαρδαίνουν, οι βάτες κυριαρχούν. Η γυμναστική γίνεται μόδα και το αθλητικό look βγαίνει και εκτός γυμναστηρίου. Είναι η εποχή των super - models και του καταναλωτισμού. Οι γυναίκες εξέφραζαν μια εικόνα πλούτου και επιτυχίας μέσω των λαμπερών κοσμημάτων όπως τα μεγάλα χρυσά σκουλαρίκια και τα μαργαριταρένια κολιέ αλλά και τις πούλιες και τα στρας που κάλυπταν τα ρούχα. Τα μαλλιά ήταν γενικά μεγάλα, σγουρά και φουσκωτά. Οι γυναίκες φορούσαν ένα βαρύ και έντονο μακιγιάζ.

Οι άνδρες και οι γυναίκες άρχισαν να φορούν πιο χαλαρά πουκάμισα και εφαρμοστά παντελόνια. Οι άνδρες μάκρυναν το μουστάκι τους και αυτό οφείλεται στην επίδραση από τις τηλεοπτικές εκπομπές όπως το Magnum, PI. Ακόμα τα πολύ μακριά μαλλιά για τους άνδρες έγινε της μόδας στα τέλη της δεκαετίας του 1980, λόγω της επιρροής της Heavy Metal μουσικής.

Το κολάν, τα πουλόβερ γίνονται το νέο στιλ. Ήταν επίσης δημοφιλής να φοράει κανείς αθλητικά παπούτσια. Επίσης ήταν στη μόδα οι καρό φούστες με κολάν και τα φλατ παπούτσια. Τα σορτς ποδοσφαίρου ήταν δημοφιλής για τα παιδιά και τους εφήβους.

Τα σκουλαρίκια έγιναν μόδα για τους άνδρες εφήβους. Λαστιχένια ή λεπτά μεταλλικά βραχιόλια ήταν πολύ δημοφιλή στη δεκαετία του 1980, και θα φορεθεί σε μεγάλη ποσότητα στον καρπό του χεριού. Τα διαμάντια και τα μαργαριτάρια ήταν δημοφιλή μεταξύ πολλών γυναικών, όχι μόνο για την ομορφιά, αλλά και ως σύμβολα πλούτου και εξουσίας.

Τα ψηφιακά ρολόγια με μεταλλικές μπάντες, τα δερμάτινα λουράκια γίνονται η νέα μόδα. Τα Rolex ρολόγια έγιναν γνωστά από το Miami Vice. Εφηβική κουλτούρα προτιμούσε τα ζωντανά και πλαστικά ρολόγια Swatch. Οι νέοι φορούσαν συχνά δύο ή τρία από αυτά τα ρολόγια στο ίδιο χέρι.

Η ανδρική ενδυμασία των επιχειρήσεων είχε την επιστροφή στις ρίγες, για πρώτη φορά από το 1970. Τα γιλέκα είχαν συνήθως μόνο τέσσερα κουμπιά και ήταν φτιαγμένα για να φοριούνται χαμηλά. Οι γραβάτες επίσης, έγιναν στενότερες στη δεκαετία του 1980, μερικές από αυτές ήταν φτιαγμένες από δέρμα.

**Άνθρωποι πρότυπα - Είδωλα της εποχής αυτής:**

Cyndi Lauper, Kim Wilde, Grace Jones, Brooke Shields, Molly Ringwald, Nina Hagen, Jennifer Beals, Siouxsie Sioux, Dynasty, Dallas, Iman, Naomi Campbell, Cindy Crawford, Linda Evangelista, Christy Turlington, Stephanie Seymour, Tatjana Patitz, Helena Christensen, Cindy Serman, Meryl Streep, Paula Abdul, Ivana Trump, Άννα Βίσση, Βάνα Μπάρμπα, Jane Fonda, Twiggy, Julie Christie, Françoise Hardy, Jean Seberg, Nancy Sinatra, Mia Farrow, Edie Sedgwick, Diana Rigg, Brigitte Bardot, Jacqueline Kennedy, Αλίκη Βουγιουκλάκη, Νόρα Βαλσάμη, Ζωή Λάσκαρη.

***Michael Jackson:*** Ο Michael Jackson είχε πολλές εικονική εμφάνιση. Το βλέμμα Θρίλερ εμπνεύστηκε από ρεκόρ άλμπουμ του Τζάκσον Thriller . Οι έφηβοι θα προσπαθήσει να επαναλάβει την εμφάνιση του Τζάκσον, η οποία περιελάμβανε ταιριάζουν κόκκινο / μαύρο δερμάτινο παντελόνι και μπουφάν, ένα γάντι, γυαλιά ηλίου, και Jheri μπούκλα . Θρίλερ μπουφάν του Michael Jackson και παρόμοια ρούχα δει σε ταινίες όπως The Lost Boys συχνά κατάσπαρτος και αριστερά αναιρεθεί για να δημιουργήσετε ένα βλέμμα Μεσιέ. Μεγάλου μεγέθους, αδέξιος ώμους ξεθωριασμένα δερμάτινο μπουφάν με πρησμένα μανίκια από την Ευρώπη πιάστηκε σε. Γάντια, μερικές φορές χωρίς δάχτυλα, θα μπορούσε επίσης να συνοδεύει το μπουφάν. Αργά τη δεκαετία απλό καφέ μπουφάν αεροπόρος κάνει ένα δυναμικό comeback, στυλ μετά από τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο πιλότος σακάκια. Ήδη δημοφιλής αεροπόρους ενώθηκαν με άλλες μορφές των γυαλιών ηλίου. Δεν ήταν ασυνήθιστο για τα γυαλιά ηλίου ή αποχρώσεις, όπως ήταν γνωστό, για να φορεθεί το βράδυ. Τζάκσον φορούσε συχνά ένα fedora κατά τη διάρκεια συναυλίες και άλλες δημόσιες εμφανίσεις.

***Madonna:*** Η Madonna ήταν μια σημαντική επιρροή της μόδας για νεαρά κορίτσια και τις γυναίκες σε όλο τον κόσμο. Στη δεκαετία του 1980, η αύξηση της ποπ σταρ Madonna αποδείχθηκε ότι είναι πολύ μεγάλη επιρροή στη γυναικεία μόδα.

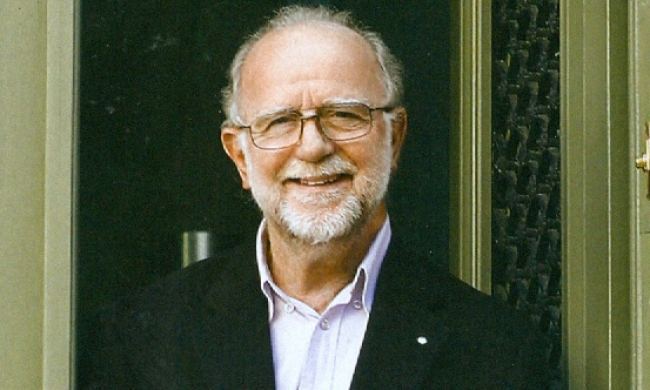
Για πρώτη φορά εμφανίστηκε στην dance μουσική σκηνή με το "δρόμο αχινός" βλέμμα που αποτελείται από κοντές φούστες φοριούνται πάνω από κολάν, περιδέραια, βραχιόλια από καουτσούκ, γάντια fishnet, hairbows, μεγάλη πολυεπίπεδη κομπολόγια, λευκασμένα, ακατάστατα μαλλιά με σκούρα ρίζες, ζώνες κεφάλι, και ταινίες από δαντέλα. Τα εκατομμύρια των νεαρών κοριτσιών σε όλο τον κόσμο παράδειγμα προς μίμηση της μόδας που περιλαμβάνονται στηθόδεσμοι, κοσμήματα με τεράστιους σταυρούς, γάντια δαντέλα, φούστες τούλι και Boytoy ζώνες. Κοντό, σφιχτό Lycra ή δερμάτινα μίνι φούστα και σωληνοειδή φορέματα ήταν, επίσης, φοριέται, όπως είχαν περικοπεί, bolero -style μπουφάν. Μαύρη ήταν η προτιμώμενη χρώμα. Μια άλλη μόδα club για τις γυναίκες ήταν εσώρουχα, όπως είδη ρουχισμού. Πριν από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 είχε ταμπού για να δείξει μια ολίσθηση ή ιμάντα σουτιέν στο κοινό. Ένα ορατό εσώρουχο ήταν ένα σημάδι της κοινωνικής απρέπεια. Σε πιο ακραίες μορφές της νέα μανία του, οι νεαρές γυναίκες θα παραιτηθεί από τα συμβατικά εξωτερικά ενδύματα-για bustiers στυλ vintage-με μπόλια δαντελωτές και αρκετές μεγάλες σταυρούς. Αυτή ήταν και μια επιβεβαίωση της γενετήσιας ελευθερίας και η συνειδητή απόρριψη των κυρίαρχων ανδρόγυνο μόδες.

**Σχεδιαστές τη εποχής αυτής:**

Vivienne Westwood, Jean Paul Gaultier, Moschino, Katherine Hamnet, Christian Lacroix, Azzedine Alaia, Romeo Gigli, Rei Kawakubo, Issey Miyake, Yohji Yamamoto, Donna Karan, Gianni Versace, Norma Kamali, Giorgio Armani, Gianfranco Ferrι, Calvin Klein, Manolo Blahnik, Christian Louboutin, Brooks Brothers, Laura Asley, Leigh Bowery, Βασίλειος Κωστέτσος, Νικόλας Μαυρόπουλος, Τίμης Παρίσης, Mary Quant, Yves Saint Laurent, Paco Rabanne, Emanuel Ungaro, Karl Lagerfeld, Marc Bohan, Guy Laroche, Sonia Rykiel, André Courrèges, Γιάννης Τσεκλένης, Χρήστος Μαϊλης, Γιάννης Γαλάτης, Γιάννης Τσοπανέλης, Γιάννης Βούρος.

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

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

***ΓΙΑΝΝΗΣ ΤΣΕΚΛΕΝΗΣ*:** Από τη λίστα των σχεδιαστών δεν θα μπορούσε να λείπει κι ένας δικός μας. Ο Γιάννης Τσεκλένης αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κεφάλαια στην ιστορία της ελληνικής μόδας. Πρωτοπόρος στη Ελλάδα για την εφαρμογή των σύγχρονων μεθόδων του franchising και licensing και ήταν ο πρώτος Έλληνας σχεδιαστής που ανέπτυξε ολοκληρωμένες συλλογές για το παιδί,τον άνδρα και το σπίτι, παράλληλα με την δημιουργία υφασμάτων και ενδυμάτων για τις γυναίκες. Την δεκαετία του 70' οι πωλήσεις του εκτοξέυονται σε ολόκληρο τον κόσμο. Ο ίδιος έχει αντλήσει θέματα απο την αρχαία ελλάδα και το βυζάντιο καθώς και από πολιτισμούς άλλων χωρών και γι' αυτό ήταν μόναδικός σε αυτό που έκανε.

**Δεκαετίες 1900-.**

***1990 έως ΤΩΡΑ:*** Εμφάνιση κάνουν τα έντονα χρώματα, τα μαύρα δερμάτινα μπουφάν, τα τζιν, οι καουμπόικες μπότες, οι μακριές εμπριμέ φούστες, το λαδί χρώμα και οι πλατφόρμες. Στα τέλη της δεκαετίας μονοπώλησαν το ενδιαφέρον τα παστέλ χρώματα, οι μίνι φούστες, τα κάπρι παντελόνια και οι μπαντάνες. Τα σγουρά μαλλιά, οι έντονες ξανθές ανταύγειες, αποτελούσαν τα πιο συνηθισμένα κουρέματα παγκοσμίως.

Όσων αφορά το αντρικό ντύσιμο είχαν την τιμητική τους τα τζιν σορτς, τα πολύχρωμα γυαλιά ηλίου και τα t-shirts με στάμπες. Στους άντρες κυριαρχούσε το κοντό μαλλί καθώς και το τελεί ως ξυρισμένο, ενώ το κούρεμα «καπελάκι» ήταν το πιο επίκαιρο.

Το 2000 συχνά περιγράφεται ως "mash-up» δεκαετία, όπου οι τάσεις είδαν τη συγχώνευση των προηγούμενων στυλ, παγκόσμιας και εθνικής ενδυμασίας. Η πρώιμη δεκαετία του 2010 μέχρι τώρα έχει οριστεί από την αναβίωση του μεσοπολέμου, εποχή λιτότητας , της δεκαετίας του 1980.

**Άνθρωποι πρότυπα - Είδωλα της εποχής αυτής:**

***Karl Lagerfeld:*** O Καρλ Λάγκερφελντ θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και Leonardo Da Vinci της μόδας. To 1983 έγινε ο καλλιτεχνικός διευθυντής του οίκου Chanel. To 1998 δημιούργησε το label Lagerfeld Gallery, το οποίο το 2005 εξαγοράστηκε από τον οίκο Tommy Hilfiger. Το 2004 έγινε ο πρώτος σπουδαίος σχεδιαστής που δημιούργησε για τα H&M. Στο Ημερολόγιο 2011 της Pirelli ο Lagerfeld εμπνεύστηκε από την ελληνική μυθολογία. Ο ίδιος απεικονίζεται ως Δίας, πλαισιωμένος από τις Elisa Sednaoui, Lara Stone και Julianne Moore.

***Mark Jacobs:*** Γεννημένος 9 Απριλίου 1963 είναι Αμερικανός . Είναι σχεδιαστής του οίκου Louis Vuitton εδώ και μερικά χρόνια. Όμως ακόμα έχει βγάλει και δικές του συλλογές με ρούχα, γυαλιά ηλίου και κοσμήματα. Είναι ο πιο ισχυρός director της εποχής και το όνομά του είναι συνώνυμο της επιτυχίας. Το καλοκαίρι του 2013, υπήρχαν 285 Marc Jacobs καταστήματα λιανικής πώλησης σε 60 χώρες. Το 2014 την άνοιξη, το κατάστημα ναυαρχίδα Marc Jacobs Global θα ανοίξει στη Σαγκάη.

***Christopher Bailey:*** Γεννημένος το 1971. Είναι Διευθύνων σύμβουλος της Βurberrys. Οι χαρακτηριστικές ρίγες που όλοι μας αναγνωρίζουμε, και είναι υπεύθυνος για τη συνολική εικόνα της εταιρείας, καθώς και κάθε διαφήμιση, την εταιρική κατεύθυνση τέχνης, του σχεδιασμού καταστήματος και γραφικά, καθώς και το σχεδιασμό όλων των συλλογών Burberry και τις γραμμές προϊόντων.

***Gisele Caroline Bόndchen:*** Γεννήθηκε τον Ιούλη του 1980. Είναι ένα βραζιλιάνο πρότυπο μόδας και περιστασιακή ηθοποιός και παραγωγός. Μέχρι το 2000, τη σύμβασης ρεκόρ της με της Victoria Secret βοήθησε να σταθεροποιήσει τη θέση της ως κορυφαίο μοντέλο του κόσμου. Έχει βρεθεί σε πολλά εξώφυλλα βιβλίων, όπως "MaRIO DE JANEIRO" από τον Mario Testino και Russell James Είναι το τέταρτο μοντέλο στην ιστορία που έχει κοσμήσει το εξώφυλλο του Rolling Stone, στο οποίο ονομάστηκε «το πιο όμορφο κορίτσι στον κόσμο», το 2000. Για την άνοιξη του 2000 εβδομάδα μόδας άνοιξε Marc Jacobs , Michael Kors, Dolce & Gabbana, Christian Dior και Valentino και παρουσιάζει στη Νέα Υόρκη, το Μιλάνο και το Παρίσι. Από το 1998-2003 ήταν σε κάθε εκστρατεία μόδας Dolce & Gabbana, συνολικού ύψους έντεκα διαδοχικές εκστρατείες με το εμπορικό σήμα. Το 2006-2009, επέστρεψε ως το πρόσωπο του αρώματος της μάρκας, σε μια εκστρατεία με τίτλο "Dolce & Gabbana The One.******

Το 2000, η Gisele φόρεσε το πιο ακριβό της Victoria Secret Fantasy σουτιέν όλων των εποχών, το "Red Hot Fantasy Bra", αξίας 15 εκατομμυρίων δολαρίων και περιλαμβάνονται στο Guinness World Records ως το πιο ακριβό εσώρουχα που δημιουργήθηκε ποτέ. Το Φεβρουάριο του 2001 Got Milk της διαφημιστική καμπάνια έκανε το ντεμπούτο του στο Sports Illustrated Swimsuit τεύχος του 2001.

***Τζον Γκαλιάνο:*** Γεννήθηκε στο Γιβραλτάρ από πατέρα που καταγόταν από το Γιβραλτάρ και μητέρα Ισπανίδα. Όταν ήταν έξι ετών η οικογένειά του εγκαταστάθηκε στο νότιο Λονδίνο. Το 1981 πήγε για σπουδές στο Central Saint Martin’s College of Art and Design. Παράλληλα εργαζόταν ως ενδυματολόγος στο θέατρο και σαν βοηθός του Τόμι Νάτερ .Το 1984 η πτυχιακή του κολεξιόν με τον τίτλο Les Incroyables ,εμπνευσμένη από τη Γαλλική Επανάσταση, τράβηξε την προσοχή του κοινού και των ειδικών. Αγοράστηκε, όπως και πουλήθηκε, εξολοκλήρου από την αγγλική μπουτίκ Browns. Το 1990 εγκαταστάθηκε στο Παρίσι και το 1996 προσελήφθη ως σχεδιαστής στον οίκο Ζιβανσί. Το 1997 έγινε καλλιτεχνικός διευθυντής του οίκου Ντιόρ. Κατάφερε να αναζωογονήσει την επιχείρηση τόσο οικονομικά όσο και δημιουργικά. Είναι γνωστός για τη σκηνοθεσία των φροντισμένων και επαναστατικών επιδείξεών του. Τέλος, σχεδίασε και δική του κολεξιόν στο Παρίσι. Το Μάρτιο του 2011 απολύθηκε από τον Οίκο Ντιόρ, επειδή είχε προβεί σε αντισημιτικά σχόλια.

***Giorgio Armani:*** O Giorgio Armani είναι Ιταλός σχεδιαστής. Ξεκίνησε την καριέρα του ως σχεδιαστής και έφτιαξε γρήγορα μία αυτοκρατορία που συνεχίζεται και μεγαλώνει διαρκώς ακόμα και σήμερα. Η συλλογή του Emporio πήρε το όνομά της από το Ελληνικό Νησί Χάλκη που βρίσκεται κοντά στη Ρόδο. Μάλιστα Emporio ονομάζεται το λιμάνι του Νησιού. Ήταν ο πρώτος σχεδιαστής που απαγόρευσε στην πασαρέλα του πολύ αδύνατα μοντέλα όταν ένα μοντέλο του πέθανε από ανορεξία. Το 2007 ήταν ο πρώτος σχεδιαστής που έδειξε την κολεξιόν του ζωντανά μέσω ίντερνετ. Σήμερα ο Giorgio Armani εκτός από πάρα πολλές πετυχημένες σειρές ρούχων έχει ξενοδοχεία σε πάρα πολλές χώρες αλλά και καφετέριες, μπαρ και κλαμπ.

***Alexander Mc Queen:*** Ο Alexander McQueen ήταν Άγγλος σχεδιαστής που γεννήθηκε το 1969 και έβαλε τέλος στη ζωή του το 2010. Πλέον θεωρείται ένας θρύλος μιας και κατάφερε να αλλάξει τελείως τη μόδα και δημιούργησε μοναδικά σχέδια που πιο πολύ παρέπεμπαν σε έργα τέχνης. Ήταν πραγματικά σα να έβλεπε τα υφάσματα των ρούχων του σαν έναν καμβά. Άρχισε να δουλεύει σε μαγαζί που έραβε ρούχα σε άνδρες και ανάμεσα στους πελάτες του ήταν ο Πρίγκιπας Κάρολος και ο Mikhail Gobachev. Aργότερα όταν ξεκίνησε τον δικό του οίκο ήταν πάντα ο καινοτόμος ανάμεσα σε όλους τους σχεδιαστές. Τα show του ήταν πολύ μπροστά και πάντα είχε εκπλήξεις για το κοινό του. Η Lady Gaga, η Bjork, η Penelope Cruz, η Rihanna και η Sarah Jessica Parker ήταν μερικές από τις μεγαλύτερες φαν του. Όταν «έφυγε», ο οίκος Gucci, στον οποίο άνηκε το Brand Alexander McQueen, ανακοίνωσε πως θα συνεχίσει να υπάρχει το brand και σχεδιάστρια έγινε το δεξί χέρι του McQueen, η Sara Burton.

***Σοφία Κοκοσαλάκη:*** Γεννήθηκε και μεγάλωσε στην Αθήνα και ζει και εργάζεται στο Λονδίνο. Tα ρούχα της Κοκοσαλάκη χαρακτηρίζονται από το διεθνή κυρίως τύπο ως βαθιά επηρεασμένα από τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό σε συνδυασμό με σύγχρονα στοιχεία αλλά ταυτόχρονα διατηρούν ένα διαχρονικό στιλ αντίθετα με τις εφήμερες προσταγές της μόδας. Τα υλικά που χρησιμοποιεί είναι υψηλής ποιότητας υφάσματα και δέρματα, τα οποία συνήθως ράβονται χειρωνακτικά. Το 2002 έλαβε το βραβείο του περιοδικού ELLE, όπως και το New Generation Designer το 2004. Την ίδια χρονιά της ανατέθηκε να σχεδιάσει τα κοστούμια για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, όπως για παράδειγμα το φόρεμα της Ισλανδής καλλιτέχνιδος Μπιόρκ.

***Kate Moss:*** Η Kate Moss γεννήθηκε στις 16 Ιανουαρίου του 1974 στην Αγγλία και έγινε γνωστή ως «heroin chic look» που έκανε θραύση τη δεκαετία του ’90. Το 2007, ήρθε δεύτερη στην κορυφή του Forbes όπου εκτιμάται ότι κέρδισε 9 εκατομμύρια ευρώ σε ένα έτος. Η Kate Moss ανακαλύφθηκε το 1988 σε ηλικία 14 ετών από την Sarah Doukas, κυνηγός μοντέλων για το Storm Model Management, στο αεροδρόμιο JFK της Νέας Υόρκης μετά από διακοπές στις Μπαχάμες. Η καριέρα της ξεκίνησε στα 16 όταν τη φωτογράφισε η Corinne Day, για το βρετανικό περιοδικό «The Face». Η Kate Moss έγινε το «anti-supermodel» της δεκαετίας σε αντίθεση των «supermodels» της εποχής, όπως Cindy Crawford, Elle Macpherson, Claudia Schiffer, και Naomi Campbell, που ήταν γνωστές για τις καμπυλωτές ψηλές σιλουέτες τους. Έχει κερδίσει πολλά βραβεία για το στυλ της. Στις αρχές του 21ου αιώνα ήταν, μαζί με την ηθοποιό Sienna Miller, μία από τις κύριες υποστηρίκτριες του boho-chic. Η Moss έχει κάνει καμπάνιες για τους μεγαλύτερους οίκους μόδας όπως Gucci, Dolce & Gabbana, Calvin Klein, Chanel, Rimmel και Bulgari.

***Sarah Jessica Parker:*** Το κορίτσι της πόλης που μέσα από την πιο επιτυχημένη γυναικεία σειρά «Sex and the City» κατάφερε να χτίσει μια καριέρα στην ηθοποιία, αλλά και τον τίτλο του fashion icon. Να σημειωθεί ότι η στυλίστρια της σειράς ήταν η ελληνίδα Πατρίτσια Φιλντ.

***Angelina Jolie*** Η χολιγουντιανή σταρ με το φιλανθρωπικό έργο έχει επηρεάσει πολλά εκατομμύρια γυναίκες. Είναι πάντα καλοντυμένη στις δημόσιες εμφανίσεις της και προσαρμόζει το στυλ της άψογα ανάλογα με την περίσταση

***Kate Middleton:*** Η Δούκισσα του Cambridge έχει αναστατώσει όλη την κοινή γνώμη της Μεγάλης Βρετανίας, καθώς πολλοί είναι αυτοί που την χαρακτηρίζουν ως « νέα Diana». Η Kate λοιπόν με το αυστηρό και σικάτο στυλ έχει κάνει όλες της βρετανίδες να ονειρεύονται πως μια μέρα μπορούν να γίνουν πριγκίπισσες. Μάλιστα, είχε γίνει μεγάλος χαμός πριν ένα περίπου χρόνο με το μπλε φουστάνι που φόρεσε στους αρραβώνες το οποίο φυσικά μετά μοσχοπούλησε στην βρετανική αγορά.

***Alexa Chung:*** Η κυρία αυτή είναι βρετανίδα παρουσιάστρια εκπομπών μόδας σε Αμερική και Αγγλία, μοντέλο, αρθρογράφος στην βρετανική Vogue και τέλος το πρόσωπο πολλών brand όπως π.χ. Lacoste. Το νεανικό ντύσιμο της εμπνέει πολλές νέες γυναίκες που το υιοθετούν.

***Rihanna:*** Η τραγουδίστρια ξέρει πάντα πώς να προκαλεί τα σχόλια με το ντύσιμο της που ως συνήθως είναι αρκετά αποκαλυπτικό. Πολλά είναι τα κορίτσια ανά την υφήλιο που ακολουθούν πιστά το στυλ της Ri Ri.

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

Η βιομηχανία της μόδας είναι ένα προϊόν της σύγχρονης εποχής. Πριν από τα μέσα του 19ου αιώνα ήταν χειροποίητα για τα άτομα, είτε ως εγχώριας παραγωγής ή κατόπιν παραγγελίας από μοδίστρες και ράφτες. Μέχρι τις αρχές του 20ου αιώνα με την άνοδο των νέων τεχνολογιών, όπως η ραπτομηχανή, την άνοδο του παγκόσμιου καπιταλισμού και την ανάπτυξη του συστήματος παραγωγής του εργοστασίου της, καθώς και τον πολλαπλασιασμό των καταστημάτων λιανικής πώλησης, όπως τα μεγάλα καταστήματα ειδών ένδυσης είχε έρθει όλο και περισσότερο να παράγονται μαζικά σε τυποποιημένα μεγέθη και πωλούνται σε σταθερές τιμές.

Αν και η βιομηχανία της μόδας ανέπτυξε για πρώτη φορά στην Ευρώπη και την Αμερική, σήμερα είναι μια διεθνής και ιδιαίτερα παγκοσμιοποιημένο κλάδο, με τα ρούχα συχνά σχεδιάζονται σε μια χώρα, κατασκευάζεται σε μια άλλη, και πωλούνται σε όλο τον κόσμο. Για παράδειγμα, μια αμερικανική εταιρεία μόδας θα μπορούσε ύφασμα πηγή στην Κίνα και να έχουν τα ρούχα που κατασκευάζονται στο Βιετνάμ, ολοκληρώθηκε στην Ιταλία, και στέλνονται σε μια αποθήκη των Ηνωμένων Πολιτειών για τη διανομή σε καταστήματα λιανικής πώλησης διεθνώς. Η βιομηχανία της μόδας έχει εδώ και καιρό έναν από τους μεγαλύτερους εργοδότες στις Ηνωμένες Πολιτείες, και παραμένει έτσι τον 21ο αιώνα. Ωστόσο, η απασχόληση μειώθηκε σημαντικά η παραγωγή ολοένα και μετακινούνται στο εξωτερικό, κυρίως στην Κίνα. Επειδή δεδομένα για τη βιομηχανία της μόδας συνήθως αναφέρονται για τις εθνικές οικονομίες και εκφράζονται από πολλούς χωριστούς του κλάδου τομείς, συγκεντρωτικά στοιχεία για την παγκόσμια παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και ειδών ένδυσης είναι δύσκολο να αποκτηθούν. Ωστόσο, από κάθε μέτρο, ο κλάδος αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό μερίδιο της παγκόσμιας οικονομικής παραγωγής.

Η βιομηχανία της μόδας αποτελείται από τέσσερα επίπεδα: η παραγωγή των πρώτων υλών, κυρίως ίνες και τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, αλλά και από δέρμα και γούνα. Αυτά τα επίπεδα αποτελούνται από πολλά ξεχωριστά, αλλά αλληλένδετα τομείς, τα οποία είναι αφιερωμένα στο στόχο της να ικανοποιήσει τη ζήτηση των καταναλωτών για ενδύματα υπό συνθήκες που επιτρέπουν στους συμμετέχοντες στον κλάδο να λειτουργεί με κέρδος.

10 Μυστικά της βιομηχανίας μόδας

Η βιομηχανία της μόδας έχει μυστικά τα οποία δεν τα γνωρίζουμε. Μερικά είναι αστεία και άλλα προκαλούν το ενδιαφέρον. Ποιος κρύβεται πίσω από τα μανικετόκουμπα στα σακάκια και γιατί ξύριζαν τη γενειάδα τους στη Ρωσία; Παρακάτω θα δούμε μερικά.

1. Ο Ναπολέων Βοναπάρτης διέταξε τους ράφτες να δημιουργήσουν κουμπιά στα μανίκια των σακακιών για να μην μπορούν οι στρατιώτες να σκουπίζουν τις μύτες τους σ’ αυτά! Και λειτουργικό και μοδάτο.

2. Μπορεί στις ημέρες μας η γενειάδα να είναι γοητευτική αλλά στη Τσαρική Ρωσία επί Μέγα Πέτρου θα αποτελούσε φόρο και όχι τιμής! Αυτός ο φόρος γενειάδας δημιουργήθηκε για να ξυρίζονται οι άντρες και να έχουν ένα πιο ευρωπαϊκό στυλ.

3. Μέχρι το 19ο αιώνα δεν υπήρχαν μοντέλα για να παρουσιάζουν οι μόδιστροι τα ρούχα τους γι’ αυτό και χρησιμοποιούσαν κούκλες για να τα δείξουν. Έτσι δε σπαταλούσαν χρήματα ούτε για επιδείξεις αλλά ούτε και για το ύφασμα που θα χρησιμοποιούσα σε αυτές! Αυτό που δεν γνωρίζουμε είναι κατά πόσο είχαν επιτυχία αυτές οι κούκλες.

4. Ο δήμαρχος της Νέας Υόρκης FiorelloHenryLaGuardia σοκαρίστηκε όταν είδε τις χορεύτριες της εποχής να χορεύουν γυμνές και διέταξε να φοράνε μικρά εσώρουχα για να καλύπτουν τα επίμαχα σημεία.

5. Το 1850 το 70% των ανθρώπων έφτιαχναν οι ίδιοι τα ρούχα τους και το μόνο που είχε σημασία ήταν η άνεση και όχι η μόδα! Που να ήξεραν ότι τώρα έχει άλλη αξία και το χειροποίητο ρούχο αλλά και ο συνδυασμός άνεσης και μόδας.

6. Δεν φεύγετε από το σπίτι εάν δεν έχετε βάλει ένα κόσμημα; Το ξέρατε όμως ότι τα κοσμήματα ήταν πρώτα αντρικό προνόμιο και τα φόραγαν για να δείξουν το κοινωνικό τους status;

7. Τα κοντοκουρεμένα μαλλιά τώρα είναι απλά ένα στυλ, κάποτε όμως μόνο οι άπιστες γυναίκες είχαν κοντό μαλλί και αυτό για να είναι ορατό σε όλους το στίγμα της απιστίας.

8. Φέτος στη μόδα είναι τα καλοσχηματισμένα φρύδια, όχι όμως και στην Αναγέννηση. Τότε τα ήθελαν ξυρισμένα και χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Μόνα Λίζα! Εμείς ελπίζουμε αυτή τη τάση να μην αναγεννηθεί.

9. Το 1930 στη Βερμούδα ήταν απαγορευτικό να φαίνονται δημόσια οι γυναικείοι μηροί γι’ αυτό και μάκρυναν το μήκος των σορτς μέχρι τα γόνατα.

10. Μπορεί πλέον τα αρώματα να είναι μια επιχείρηση εκατομμυρίων δολαρίων, αλλά αρχικά οι αρχαίοι Αιγύπτιοι τα χρησιμοποιούσαν για τις θρησκευτικές τελετές τους.

ΜΟΔΑ ΚΑΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

Το ντύσιμο θεωρείται σαν ένας τρόπος να εκφράσουμε τον εαυτό μας. Το ρούχο αναδεικνύει την προσωπικότητα δεν την δημιουργεί. Ακόμα και η ποιότητα και το είδος του υφάσματος σε κάνουν να νιώθεις όμορφα. Τα ρούχα μπορεί να επηρεάσουν την ψυχολογία μας αλλά και το αντίθετο, δηλαδή ντυνόμαστε σύμφωνα με τη διάθεσή μας. Το στυλ μας αλλάζει σύμφωνα με τη διάθεσή μας και ακολουθεί τις φάσεις που περνάμε στη ζωή μας. Τα ρούχα εκφράζουν περισσότερα από όσα πιστεύουμε, εκφράζουν την διάθεση που έχουμε όταν ντυνόμαστε, το πώς θέλουμε να αντιμετωπίσουμε την μέρα μας, αλλά και το πώς θέλουμε να μας αντιμετωπίζουν οι άλλοι.

Το περιποιημένο επαγγελματικό ντύσιμο, δίνει την εντύπωση κάποιου με αυτοπεποίθηση, ο οποίος είναι σωστός και στη δουλειά του. Ένα ουδέτερο ντύσιμο, συνήθως άχρωμο μπορεί να δείξει ότι το άτομο αυτό δεν θέλει να τραβάει την προσοχή και ότι είναι αρκετά ντροπαλό. Κάποιος που ντύνεται επιδεικτικά, φορώντας εμφανώς επώνυμες μάρκες δίνει την εντύπωση υλιστή και ανασφαλή. Η περίεργη εμφάνιση, η αμέλεια της εξωτερικής εικόνας μας και της ατομικής καθαριότητας είναι συμπτώματα ψυχικής διαταραχής

ΜΟΔΑ, ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ, ΣΤΥΛ

Τα ρούχα μας κουβαλούν επιθυμίες, αναμνήσεις και δηλώσεις της ψυχής μας, είναι το σύνορο μεταξύ του βαθιά προσωπικού εσωτερικού μας χώρου και του έξω, του κοινωνικού περίγυρου. Από την άλλη, οι επιταγές της μόδας, που γίνονται όλο και πιο δεσποτικές, αφορούν πια και τα δυο φύλα, ίσως ακόμα λιγότερο τους άντρες, αλλά σίγουρα δεν τους αφήνουν αδιάφορους. Τα ρούχα αντανακλούν την προσωπικότητά μας, λένε οι ειδικοί.

***Δάφνη Βαλέντε, σχεδιάστρια μόδας:*** «Το πρώτο κίνητρο για τη δημιουργία της μόδας, που είναι και η μεγαλύτερη δύναμή της, είναι η ανάδειξη της ιεραρχίας, της κοινωνικής τάξης. Ακόμα και στις μέρες μας, που μπορεί να μην είναι τόσο προφανές, μια γυναίκα μπορεί να αναγνωρίσει την άλλη από τα Πράντα που φοράει και να πει είσαι δικιά μου, έχουμε τον ίδιο κώδικα. Το δεύτερο κίνητρο είναι η σεξουαλικότητα. Το θηλυκό προκαλεί το αρσενικό με το ρούχο που φοράει και αντίθετα. Μετά είναι το θέμα της χρηστικότητας. Φοράω κάτι για να μην πάθω πνευμονία το χειμώνα! Αν ζούσαμε σε μια κοινωνία γυμνιστών, δεν θα ξεχωρίζαμε ούτε τι δουλειά κάνει ο καθένας ούτε που ανήκει ούτε τι κώδικα επικοινωνίας έχει».

***Βασίλης Μπαρμπαρήγος, σχεδιαστής μόδας:*** «Τα πάντα πηγάζουν από το πώς είμαστε εμείς με τον εαυτό μας και το σώμα μας και πόσο αφήνουμε να μας επηρεάσουν οι τάσεις κάθε φορά. Δεν ξέρω κανένα σώμα που να είναι άψογο. Ακόμα και τα μανεκέν έχουν τα προβλήματά τους.».

***Γεωργία Σιδέρη, κλινική ψυχολόγος-ψυχοθεραπεύτρια:*** «Στην εποχή μας το ρούχο έχει σημαντική δύναμη. Σήμερα αγοράζουμε όχι μόνο με το δικό μας θέλω, αλλά και με βάση τις επιταγές και την αποδοχή μας από τους άλλους ως προς την εικόνα μας. Το ρούχο είναι επίσης ο πρώτος κώδικας που σε μαρτυρά στους έξω και δεν σε αφήνει να κρυφτείς. Ο λόγος, οι κινήσεις, τα συναισθήματα είναι κώδικες που μπορείς να αλλοιώσεις για να μην προδοθείς. Το ρούχο σε προδίδει, είτε το θες είτε όχι».

**Εμμονή με τα μαύρα**

Το μαύρο σε κάνει να νιώθεις ότι δεν είναι καθαρό ότι συμβαίνει. Με τα μαύρα δεν δηλώνεις τη διάθεσή σου. Είναι μια ασφάλεια και χωρίς αυτό ξενίζεσαι. Το μαύρο, πέρα από κατάθλιψη, μπορεί να δηλώνει και ένα μόνιμο αρνητικό συναίσθημα απογοήτευσης από την καθημερινότητά μας. Δείχνει και την άρνηση του ανθρώπου να ενταχθεί μέσα στο σύστημα, αλλά τελικά αναγκάζεται να το κάνει. Έτσι, με το μαύρο δεν εκφράζει τίποτα, κανένα συναίσθημα. Από την άλλη, και τα άτομα που ομαδοποιούνται για να εναντιωθούν στο σύστημα επιλέγουν ως στολή το μαύρο.

**Μόνο μίνι φούστες**

Το «σύνδρομο» της κοντής φούστας ανιχνεύεται σε πολλές γυναίκες, σύμφωνα με τους σχεδιαστές. Σημαντικός αριθμός μάλιστα αρνείται κατηγορηματικά να φορέσει μακριά φούστα ή φόρεμα. Πολλοί άνθρωποι, γυναίκες κυρίως, δεν κοιτάζονται αρκετά στον καθρέφτη, ώστε να προβάλουν το ωραίο σημείο και να καλύψουν ένα άσχημο. Έτσι γίνονται θύματα της μόδας και βλέπουμε, για παράδειγμα, θεόστραβα παχιά πόδια με κοντή φούστα.

**Τι αποκαλύπτει για το χαρακτήρα μας**

Σε παρόμοιες περιπτώσεις υπερεκτιμούν την εικόνα του ρούχου, πιστεύοντας ακράδαντα ότι τους πάει. Θεωρούν ότι αυτό το ρούχο, που μπορεί ενδεχομένως να είναι ακριβό ή να είναι πολύ της μόδας, αυτομάτως τις εντάσσει στην κατηγορία των γυναικών που όλοι θα τις αποδεχτούν, άσχετα από το σωματότυπό τους. Νομίζουν ότι το ενδιαφέρον του απέναντι θα το τραβήξει η φούστα και όχι η ίδια η γυναίκα. Πολλές γυναίκες που φορούν πάντα μίνι φούστες μπορεί να θεωρούν ότι τα πόδια τους είναι το δυνατό σημείο του σώματός τους και θέλουν να το προβάλλουν. Είναι εμμονή κι αυτό, ότι μόνο έτσι θα αρέσω. Δεν έχουν εκτιμήσει το σώμα τους στη δυναμική του, γιατί μια ωραία κορμοστασιά μπορεί να αναδειχτεί και μέσα από ένα μακρύ φόρεμα, το οποίο είναι και πιο σεξουαλικό, γιατί κρύβει περισσότερα.

**Τα «απαγορευμένα»**

Πολλοί άντρες δε φοράνε πο΄τε κοντομάνικο έξω από το σπίτι και αυτό γίνεται επειδή δεν νιώθουν καλά όταν έχουν πολλά μέρη του σώματός τους εκτεθειμένα. Δεν νίωθουν άνετα γύρω τους, νιώθουν μία ακαθόριστη ανασφάλεια. Οι άνθρωποι που δεν θέλουν να έχουν ακάλυπτα πολλά μέρη του σώματός τους δηλώνουν ανασφάλεια τόσο προς τη σχέση με το σώμα τους όσο και σε σχέση με την αποδοχή τους από τους άλλους. Όμως δεν πρέπει να ξεχνάμε τις καταβολές από τα βιώματα, τα σχόλια που μπορεί να έκαναν οι γονείς μας και τα πρότυπα που έχουμε από αυτούς, τον τρόπο που ντύνονταν. Στην Ελλάδα πάντως οι άντρες δεν έχουν μπει ακόμα στη διαδικασία του να εκφράζονται μέσω του ρούχου. Τις εμμονές πάντως τις συναντάς πιο έντονα στις πιο νέες ηλικίες, εκεί που θεωρητικά δεν θα έπρεπε να υπάρχουν.

**ΨΥΧΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ**

Στις μέρες μας, τα ρούχα δίνουν την πρώτη εντύπωση για ένα άτομο και εκφράζουν στοιχεία της προσωπικότητάς του. Επίσης, μας δίνουν πληροφορίες για την καταγωγή, το επάγγελμα, την οικονομική και κοινωνική θέση του ατόμου. Το ντύσιμο θεωρείται ένας τρόπος έκφρασης του εαυτού μας. Τα ρούχα χρησιμοποιούνται διαφορετικά από τα δύο φύλλα και μπορούν να γίνουν μέσο ερωτικής επικοινωνίας. Το ρούχο, λοιπόν, αναδεικνύει την προσωπικότητα του ατόμου, δεν την δημιουργεί. Είναι σημαντικό να υπάρχει στυλ στο ντύσιμο, το οποίο επιβεβαιώνει τη μοναδικότητά του ατόμου. Τα ρούχα μπορούν να επηρεάσουν την ψυχολογία μας αλλά και το αντίθετο , δηλαδή να ντυνόμαστε σύμφωνα με τη διάθεσή μας.

Η εικόνα του σώματός μας είναι το πώς καταλαβαίνουμε την εξωτερική μας εμφάνιση. Θα πρέπει να δίνουμε σημασία στην εμφάνισή μας, αλλά έως ένα βαθμό. Δεν είναι απαραίτητο να ντυνόμαστε σύμφωνα με την τελευταία λέξη της μόδας ή να γίνουμε fashion victims. Η υπερβολική ενασχόληση με κάτι, χαρακτηρίζεται παθολογική. Το ίδιο ισχύει και για την εμφάνισή μας. Συγχρόνως θα πρέπει να αναπτύξουμε κριτική αντίσταση στα πρότυπα που προβάλλονται για την εικόνα του σώματος και να έχουμε τον έλεγχο στην αντίληψη για την εικόνα του εαυτού μας.

**ΧΡΩΜΑΤΑ**

Σημαντικό ρόλο στην ψυχολογία μας έχουν και τα χρώματα που φοράμε. Τα σκουρόχρωμα ρούχα δίνουν την αίσθηση κατάθλιψης, είναι της εξουσίας και δηλώνουν επαγγελματισμό. Τα φωτεινά ρούχα, μπορούν να έχουν ακριβώς την αντίθετη επίδραση και υποδηλώνουν αγνότητα, καθαρότητα και δίνουν την αίσθηση του προσεγγίσιμου και φιλικού ατόμου.

Το κόκκινο το προτιμούν άτομα που υποβάλλονται εύκολα και παρουσιάζουν στοιχεία παιδικής συμπεριφοράς. Συγκινεί αυτούς που το κοιτούν, χωρίς όμως διάρκεια και βάθος. Ακόμη, συμβολίζει τον εκρηκτικό, γρήγορο και με άμεση εκτόνωση έρωτα και δεν είναι τυχαίο που κυριαρχεί σαν χρώμα στον φωτισμό και στη διακόσμηση των οίκων ανοχής.

Το πορτοκαλί χρώμα προτιμάται από ήρεμους και συναισθηματικά εξωστρεφείς χαρακτήρες, χωρίς άμεση εκτόνωση, με θερμή συμπεριφορά και υπερβολική αυτοεκτίμηση.

Το κίτρινο δεν το προτιμούν οι πνευματικά ασθενείς, αλλά οι δυναμικοί, λιγότερο επιεικείς και φιλόδοξοι χαρακτήρες, που προτιμούν να ρυθμίζουν τις σχέσεις τους εκ των προτέρων, έχοντας ξεκαθαρισμένες συμπάθειες και αντιπάθειες.

Το πράσινο εκφράζει τους ανθρώπους που είναι κοινωνικοί και ευαίσθητοι. Οι εσωστρεφείς χαρακτήρες προτιμούν τους σκούρους τόνους του πράσινου, ενώ οι εξωστρεφείς τις πιο ανοιχτές αποχρώσεις του

Το γαλάζιο είναι το χρώμα που εκφράζει τα κανονικά άτομα και τα περισσότερα παιδιά και δείχνει τάση για συναισθηματική ισορροπία και λογική. Ο λογικός παράγοντας είναι πιο ενισχυμένος στα άτομα που προτιμούν το σκούρο γαλάζιο.

Το μωβ είναι το χρώμα των καλλιτεχνών, των συγγραφέων και των ζωγράφων, πιο πολύ στα πλαίσια της καλλιτεχνικής δημιουργικότητάς τους, παρά στο επίπεδο της προσωπικής τους ζωής.

Η έμμονη και η υπερβολική προτίμηση σε κάποιο χρώμα μπορεί να οφείλεται και στην ύπαρξη κάποιου ψυχολογικού προβλήματος. Για παράδειγμα, η υπερβολική χρήση του μαύρου χρώματος από μια κατηγορία νέων κυρίως ανθρώπων, μπορεί να οφείλεται και στην ύπαρξη εφηβικών και καταθλιπτικών διαταραχών. Ειδικότερα, η αποκλειστική χρήση του μαύρου χρώματος εκφράζει έλλειψη ανθρώπινης επαφής και άρνηση της ζωής, το συμπέρασμα όμως αυτό δεν είναι ασφαλές, καθώς η σύγχρονη κυρίως εφηβική μόδα υπαγορεύει την εκτεταμένη χρήση του. Η υπέρμετρη χρήση του άσπρου χρώματος δείχνει απότομο και εκρηκτικό χαρακτήρα με τάσεις φυγής. Η έντονη προτίμηση στο γκρι χρώμα προδίδει δύσπιστο, πεισματάρη και εχέμυθο χαρακτήρα, με στοιχεία αρνητικής συμπεριφοράς.

FASHION VICTIMS

Θύμα μόδας είναι ένας όρος που υποστηρίζεται ότι έχει επινοηθεί από τον Oscar de la Renta. Χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει ένα πρόσωπο που είναι σε θέση να προσδιορίσει κοινώς αναγνωρισμένα σύνορα του στυλ.

Θύματα της μόδας είναι τα θύματα που είναι ευάλωτα σε τάσεις της μόδας και τον υλισμό, δύο από τις ευρέως αναγνωρισμένες υπερβολές της μόδας, και κατά συνέπεια, είναι στο έλεος των προκαταλήψεων της κοινωνίας ή των εμπορικών συμφερόντων της βιομηχανίας της μόδας, ή και των δύο. Σύμφωνα με τον Versace, «Όταν μια γυναίκα αλλάζει το βλέμμα της πάρα πολύ από εποχή σε εποχή, γίνεται θύμα της μόδας.

ΜΙΜΗΤΙΣΜΟΣ

Ο μιμητισμός περιγράφει την προσπάθεια των νέων να διαμορφώσουν το προσωπικό τους ύφος υιοθετώντας απόψεις, εκφράσεις, στάσεις αλλά και χαρακτηριστικά που αφορούν τον τρόπο σκέψης ή την εξωτερική εμφάνιση των ανθρώπων που έχουν επιλέξει ως πρότυπα τα οποία έχουν ξεχωρίσει κυρίως για το κύρος και την δύναμη τους. Ο μιμητισμός είναι μια απαραίτητη διεργασία η οποία χρειάζεται να εξελιχθεί ώστε ο νέος να διαμορφώσει την προσωπικότητα του επιλέγοντας συνειδητά τα στοιχεία που κινούν το ενδιαφέρον και εκφράζουν με τον πλέον καλύτερο τρόπο την φυσιολογική αλλά και την ψυχολογική υπόσταση του.

Αν και ο μιμητισμός συμβαίνει κατά την διάρκεια των εφηβικών μας χρόνων, ωστόσο, αρκετά συχνά παρατηρούμε ενήλικες που επιλέγουν την μίμηση συμπεριφορών, και όχι μόνο, ως μέσο έκφρασης της ατομικότητας τους. Έτσι συναντούμε εκείνους που προβάλουν την προσπάθεια τους στοχεύοντας αποκλειστικά στην διάκριση τους μιμούμενοι τις απόψεις άλλων ανθρώπων. Υπό αυτές τις συνθήκες, συμβαίνει να αφιερώνουν αρκετό χρόνο ώστε να αναζητήσουν και κατά συνέπεια να αναπαράγουν όσα βλέπουν να διαφέρουν και ίσως να τυγχάνουν θαυμασμού χωρίς όμως να φιλτράρουν τις πεποιθήσεις επιλέγοντας αυτές που εκφράζουν την δική τους προσωπικότητα. Φαινομενικά, η διαδικασία του μιμητισμού μπορεί να ικανοποιεί εκείνους που την επιλέγουν αλλά πρακτικά αποδεικνύεται καταστροφική διότι όχι μόνο εξελίσσει την προσωπικότητα αλλά, καταλήγει με σαφήνεια στην διατάραξη της ψυχικής ισορροπίας και στην γελοιοποίηση της ταυτότητας αυτών αφού, η προσπάθεια τους να μιμηθούν άλλα πρόσωπα δεν είναι επιτυχημένη.

Κάποιες από τις πιθανές αιτίες που γεννούν την ανάγκη του μιμητισμού αφορούν τις βαθύτερες πεποιθήσεις του ατόμου. Έχει παρατηρηθεί ότι η αρνητική εικόνα που έχει ένας άνθρωπος για τον εαυτό του μπορεί να ενισχύσει αισθήματα μειονεξίας τα οποία ευκόλως θα οδηγήσουν σε μιμητικές συμπεριφορές. Η αδυναμία διαχείρισης των αρνητικών προθέσεων όπως η κακοβουλία και ο ανταγωνισμός και των αρνητικών συναισθημάτων όπως η ζήλεια και ο φθόνος καθώς και η ανωριμότητα, η ανασφάλεια, η έλλειψη αυτοπεποίθησης, η επιθυμία για άμεση διάκριση, η άγνοια του αντικειμένου, η επίδειξη, η διαφήμιση είναι παράγοντες που ενισχύουν την υιοθέτηση αξιοπρόσεχτων συμπεριφορών.

Όλα αυτά έχουν ως συνέπεια την απώλεια των ατομικών χαρακτηριστικών της προσωπικότητας και της δυνατότητας έκφρασης των προσωπικών απόψεων του ανθρώπου.

Απαραίτητη λοιπόν προϋπόθεση για την αποτελεσματική χρήση του μιμητισμού είναι η ενίσχυση κάθε ανθρώπου από το οικογενειακό περιβάλλον ιδιαίτερα στα πρώτα χρόνια της ζωής του ώστε να υποστηρίζει σταθερά τις απόψεις διαμορφώνοντας ταυτόχρονα το δικό του στυλ. Αλλά πάνω από όλα, η πίστη στον εαυτό είναι εκείνη που θα μας βοηθήσει να λάμψουμε ως προσωπικότητες σχηματίζοντας την δική μας μοναδική πορεία μέσα στον χρόνο.

Μόδα και ρατσισμός

Δύο έννοιες θεωρητικά ασύμβατες, οι οποίες όμως στην πραγματικότητα συναντούν συχνά η μία την άλλη προκαλώντας έντονες συζητήσεις. Τα πρόσφατα παραδείγματα το αποδεικνύουν περίτρανα: η κοινωνία της μόδας είναι και αυτή μια μικρογραφία της παγκόσμιας κοινωνίας σε όλα τα επίπεδα.

ΝΕΥΡΙΚΗ ΑΝΟΡΕΞΙΑ

Η ανορεξία είναι μια ασθένεια που δεν προκαλείται από κανένα ιό ή μικρόβιο αλλά από το ίδιο το ανθρώπινο μυαλό. Η ολοκληρωμένη ονομασία της είναι νευρική ανορεξία. Συμβαίνει συνήθως σε γυναίκες και κορίτσια νεαρής ηλικίας, τα οποία θεωρούν τον εαυτό τους χοντρό, είτε είναι στην πραγματικότητα είτε όχι. Αναπτύσσουν μια αποτροπή προς το φαγητό και γυμνάζονται ασταμάτητα με την προσδοκία να φτάσουν το ''ιδανικό βάρος''. Αντί όμως να φτάσουν στο βάρος που είναι ιδανικό για τις ίδιες, ανάλογα με το σώμα τους, συνεχίζουν τις δίαιτες μέχρι που φτάνουν στο σημείο να τρώνε π.χ. μόνο ένα μήλο την ημέρα ή και καθόλου έτσι ώστε να θέτουν σε κίνδυνο την ίδια τους τη ζωή.

Επηρεάζει περισσότερο τα κορίτσια, επειδή δεν μπορούν να διαχωρίσουν τη διαφορά του ‘’λεπτού ‘’ με το ωραίο’’. Αυτό συμβαίνει, λόγω του ότι, τα μοντέλα που υποτίθεται αποτελούν το πρότυπο ομορφιάς , γίνονται όλο και πιο λεπτά έτσι ώστε, να χαρακτηρίζεται κανείς όμορφος μόνο όταν είναι λεπτός. Ακόμη, το φαινόμενο αυτό ανταμώνεται και σε άτομα που ασχολούνται με τον αθλητισμό, έχουν την τάση να χάνουν βάρος αφού ξέρουν πως όλοι παρακολουθούν το σώμα τους και πιστεύουν πως χάνοντας βάρος μπορούν να γίνουν ακόμη πιο τέλειοι.

**Τι γίνεται όταν κάποιος έχει ανορεξία ;**

Τα άτομα που πάσχουν από αυτή την ψυχική ασθένεια αρχίζουν να μισούν το φαγητό, αρνούνται την πείνα , αποφεύγουν τα γεύματα βρίσκοντας διάφορες δικαιολογίες και εξασκούνται συνεχώς με πολύ έντονους ρυθμούς προσπαθώντας να καταναλώσουν ακόμη και εκείνα τα λίγα που έφαγαν. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα το σώμα να μην παίρνει την ενέργεια που χρειάζεται για να λειτουργεί κανονικά. Γι’ αυτό και τα άτομα που πάσχουν από ανορεξία έχουν συχνά πονοκεφάλους, κρυώνουν ενώ η θερμοκρασία είναι κανονική, η πίεση του αίματος χαμηλώνει , τα νύχια αδυνατούν και ραγίζουν εύκολα , τα μαλλιά αρχίζουν να πέφτουν και σε κάποιο στάδιο αρχίζουν να παθαίνουν βλάβες οι νεφροί , το συκώτι και η καρδιά. Εκτός όμως από αυτό , επειδή τα άτομα αυτά ξέρουν πως ο τρόπος σκέψεις και η συμπεριφορά τους δεν είναι κανονική, νιώθουν τύψεις με αποτέλεσμα όχι μόνο να μην επανέρχονται πίσω σε φυσιολογική κατάσταση , αλλά να παθαίνουν κατάθλιψη και απομακρύνονται από την οικογένεια και τους φίλους τους. Το πιο σημαντικό είναι ότι το 20% των ατόμων που πάσχουν από ανορεξία οδηγούνται στο θάνατο επειδή φτάνουν στο σημείο να έχουν αδυνατίσει τόσο πολύ, ώστε να μην μπορεί το σώμα τους πια να λειτουργήσει.

Μόδα και πώς επηρεάζεται από τις μάρκες.

Η Μόδα μέρος της κοινωνικής ζωής, επιτρέπει στους καταναλωτές της να είναι σε απόλυτη συμφωνία με το περιβάλλον στο οποίο ζουν και με το οποίο αλληλεπιδρούν. Κάθε ένας ξεχωριστά την αντιλαμβάνεται και την κατανοεί με διαφορετικό τρόπο, αντιδρά διαφορετικά στις τάσεις. επιλέγει από μία μεγάλη γκάμα προϊόντων και ειδών ανάλογα με το προσωπικό του ύφος, το χαρακτήρα, τον περίγυρο, τον τρόπο ζωής και εν γένει, της ιδεολογίας που τον διακρίνει. Με την πάροδο χρόνου, οι εμπειρίες και όλοι οι συνειρμοί της μάρκας καταχωρούνται στο μυαλό του καταναλωτή και επηρεάζουν την ικανοποίησή και πιστότητά του.

**Εμπειρία Μάρκας**

Σημαντική συναισθηματική επιρροή. Οι καταναλωτές δεν σκέπτονται, εμπλέκονται σε διάφορες κινήσεις όταν τη χρησιμοποιούν, δεν τους προκαλεί την περιέργεια για την επίλυση προβλημάτων. Η στάση απέναντι στα πολύ ακριβά προϊόντα είναι θετική. Οι καταναλωτές έχουν το αίσθημα της ευχαρίστησης με την αγορά ποιοτικών προϊόντων, κάνουν τη ζωή τους πιο όμορφη με καλόγουστα και φανταχτερά πράγματα, νιώθουν ότι ξεχωρίζουν από τους άλλους, άπτονται ιδιαίτερης εκπαίδευσης και μιμούνται τους πλουσίους με την αγορά πολύ ακριβών και υπερτιμημένων προϊόντων.

ΡΟΥΧΑ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΠΕΡΙΣΤΑΣΗ

**Σε συνέντευξη για δουλειά**

• Πρέπει να δείχνεις σίγουρη, ικανή, σοβαρή και με αυτοπεποίθηση. Η καλύτερη επιλογή είναι ένα απλό κοστούμι. Απόφυγε τα βαριά και έντονα αξεσουάρ, όπως επίσης και τα έντονα μοτίβα στα ρούχα

**Στα ψώνια**

• Φόρεσε ωραία εσώρουχα. Επειδή θα δοκιμάζεις ρούχα καλό είναι να φοράς ωραία εσώρουχα για να δείχνουν και τα ρούχα καλύτερα πάνω σου. Βάλε ένα απλό παντελόνι και ένα μπλουζάκι. Έτσι, ότι και να δοκιμάζεις θα έχεις πάντα και τα ρούχα σου για να τα χρησιμοποιήσεις, ώστε να τα βλέπεις σύνολο.

**Στο πρώτο ραντεβού**

• Παρόλο τον ενθουσιασμό που θα έχεις για το πρώτο ραντεβού, καλό θα είναι να φορέσεις κάτι απλό και κλασικό. Προτίμησε ένα απλό φόρεμα ή ένα μπλουζάκι με ένα τζιν. Σίγουρα ο καβαλιέρος σου θα το εκτιμήσει και θα το βρει σικάτο.

**Πως να φορέσουμε τα τζιν σε διαφορετικές περιστάσεις**

• Για casual εμφανίσεις , συνδυάστε το τζιν με φαρδιές μπλούζες ή t-shirts.

• Για τις επίσημες βραδινές σας εξόδους, συνδυάστε το τζιν σας, με top σε ίσια γραμμή και ψηλοτάκουνα

Σχολική μόδα

Στις μέρες μας, τα παιδιά της εφηβικής ηλικίας και κυρίως τα κορίτσια αντιμετωπίζουμε το πρόβλημα της ενδυμασίας, γνωστό και ως:«Τι να βάλω σήμερα».Αυτό πάντα υπάρχει στην καθημερινότητα, αλλά αρκετά παιδιά το εφαρμόζουν και στο σχολείο. Κάποιοι ντύνονται απλά, κάποιοι κανονικά και άλλοι υπερβολικά. Στο σχολείο πάντα υπάρχει κάποιος που θέλει να ξεχωρίζει με την εμφάνισή του και να τον προσέχει ο κόσμος μόνο για αυτό. Όχι πως είναι κακό, αλλά πάντα θα πρέπει να υπάρχει και κάποιο όριο όσον αφορά την εμφάνισή μας στο σχολείο. Ειλικρινά δεν είναι απαραίτητο να κάνουμε τα πάντα μόνο και μόνο για να δείχνουμε όμορφοι. Δε χρειάζεται να αποδείξουμε τίποτα, γιατί η εμφάνιση δεν είναι το παν.

Tips και tricks μόδας

Υπάρχουν κάποια τιπς μόδας που αν τα ακολουθήσεις πιστά μπορείς εύκολα και γρήγορα να μεταμορφωθείς σε μία stylish και γεμάτη αυτοπεποίθηση γυναίκα!

***Tips για το στυλ:*** Αποφάσισε τι πρέπει να αποκαλύπτεις από το σώμα σου.Βρες πάνω σου ποια σημεία δείχνουν υπέροχα γυμνά, και επέλεξε κάθε φορά ένα μόνο σημείο για να το αποκαλύπτεις σε κοινή θέα. Άλλες γυναίκες έχουν υπέροχο στήθος, άλλες ωραίους ώμους και άλλες προτιμούν να δείχνουν την πλάτη τους. Μελέτησε καλά το σώμα σου και ανακάλυψε και εσύ το καλύτερο σημείο πάνω σου!

***Αγόρασε μερικά κλασικά φορέματα:*** Όταν μιλάμε για κλασικά εννοούμε φορέματα σε μίνιμαλ γραμμές που έχουν δοκιμαστεί με επιτυχία από πολλές γυναίκες ανά τον κόσμο. Αν βρεις μάλιστα κάποιο που σου ταιριάζει γάντι, μην το σκεφτείς καν και αγόρασέ το και σε άλλες αποχρώσεις. Με τα κατάλληλα αξεσουάρ δεν πρόκειται κανείς να καταλάβει πως πρόκειται για το ίδιο φόρεμα.

***Βάλε τη λύκρα στη ζωή σου:*** Σίγουρα ένα παντελόνι από 100% βαμβάκι είναι πιο υγιεινό αλλά αν θες το παντελόνι σου να στρώνει τέλεια πάνω σου τότε κοίταξε να έχει τουλάχιστον 2% λύκρα στη σύνθεσή του.

***Βρες το σωστό μήκος για τα παντελόνια σου:*** Το μεγαλύτερο λάθος που κάνουν οι γυναίκες όταν φοράνε παντελόνια, είναι πως δεν τα κονταίνουν σωστά και έτσι δείχνουν άχαρα όταν τα φοράνε με ψηλά παπούτσια. Δοκίμασε το παντελόνι σου με ψηλοτάκουνα οπωσδήποτε, πριν αποφασίσεις να το κοντύνεις.

***Βάλε τα φουλάρια στη ζωή σου:*** Μπορεί να σου κακοφαίνεται να φοράς φουλάρια στην καθημερινότητά σου αλλά είναι ένα από εκείνα τα αξεσουάρ που ξεχωρίζουν μία κλασάτη γυναίκα. Δοκίμασέ το και θα εκπλαγείς.

**Tips για να φαίνεσαι πιο αδύνατη**

***Τακούνια:*** Μακραίνουν τη σιλουέτα και σε κάνουν να κρατάς καλύτερα τη στάση του σωματός σου. Προσοχη: αν θέλεις να φορέσεις φούστα, προτίμησε γόβα ή πέδιλο,ακόμα καλύτερα αν είναι σε nude αποχρώσεις και απέφυγε τα μποτάκια διότι οπτικά σπάνε το πόδι στα τρία.

***Total looks:*** Αυτό σημαίνει πως αν φορέσεις ένα χρώμα από πάνω ως κάτω το αποτέλεσμα σίγουρα θα σε δείχνει πιο λεπτή. Λειτουργεί κι αν επιλέξεις ένα μάυρο παντελόνι π.χ. και το συνδυάσεις με ένα σκούρο γκρι τοπ. Πάντα το πιο σκούρο στην πιο προβληματική περιοχή. Μπορείς να προσθέσεις χρώμα στο σύνολο με τα αξεσουάρ.

***Φαρδύ vs στενό:*** Μην κρύβεσαι κάτω από φαρδιά ρούχα γιατί έτσι έχεις ακριβώς τα αντίθετα αποτελέματα. Προτίμησε ένα στενό τζήν με ένα τοπ σε φαρδιά, χυτή γραμμή ή μια παντελόνα

***Σωστό νούμερο:*** Είναι πολύ σημαντικό να επιλέγετε το κατάλληλο για εσάς νούμερο στα ρούχα που φοράτε, διότι αν φορέσετε ένα πολύ στενό jean, το μόνο που θα καταφέρετε είναι να κάνετε τα παχάκια στην περιοχή της μέσης να προεξέχουν. Αν πάλι φορέσετε ένα πολύ φαρδύ, θα διευρύνετε αντίστοιχα σε όγκο και την σιλουέτα σας.

Προτάσεις Μόδας

**Άνοιξη**

***Floral Φορέματα:*** Πάντα infashion και σε όλα τα μήκη, τα floral φορέματα θα κυριαρχήσουν πάλι Άνοιξη και Καλοκαίρι, ικανοποιώντας όσες αγαπούν τα χρώματα, τα λουλούδια και την πιο ρομαντική, αλλά θηλυκή πλευρά της μόδας. Κατάλληλα για όλες τις ώρες της ημέρας και ιδανικά για κάθε υποχρέωση.

***Βερμούδες:*** Μια καινούργια νότα στο κλασσικό μοτίβο των κοντών σορτς έδωσαν οι σχεδιαστές, αφού επανέφεραν δυναμικά και στη γυναικεία μόδα τις βερμούδες. Αυτό το ρούχο (ιδιαιτέρως οι τζιν βερμούδες) ταιριάζει σε μια casual εμφάνιση με ένα t-shirt ή ένα all-star, αλλά και σε μια βραδινή έξοδο μία λευκή βερμούδα με ένα τοπάκι ή ένα πουκάμισο, συνδυασμένα με ένα ψηλό πέδιλο ή ένα kittenheel (χαμηλό τακούνι) αποτελούν ιδανική επιλογή.

***Κουστούμια με σορτς:*** Δώστε μια πιο chic εκδοχή στο ντύσιμό σας, αν αγαπάτε τα σορτς και συνδυάστε τα άψογα και φινετσάτα με σακάκια. Έτσι θα αναδείξετε το κορμί σας, χωρίς να ξεφύγετε και από τα όρια της κομψότητας.

***BlackandWhite:*** Στη δύναμη του ασπρόμαυρου έδωσαν έμφαση για τη σεζόν που ακολουθεί οι κορυφαίοι σχεδιαστές. Είναι μια τάση επίκαιρη όλον τον χρόνο, ανεξαρτήτως εποχής. Κομψή εκδοχή για το γραφείο, για μια βραδινή έξοδο ή για ένα event.

***BoldStripes:*** Οι ρίγες πρωταγωνιστούν παντού στη μόδα για την ερχόμενη σεζόν. Έντονες, κάθετες, οριζόντιες, διαγώνιες, χρωματιστές, ασπρόμαυρες, navyblue, λεπτές, φαρδιές θα τις συναντήσετε σε όλα τα ρούχα.

***Επιστροφή στα 60s:*** Σχέδια, μοτίβα, υφάσματα και χρώματα της εποχής εκείνης επιστρέφουν, ικανοποιώντας τους λάτρεις της συγκεκριμένης δεκατετίας, κερδίζοντας όλο και περισσότερους οπαδούς.

***Σκισίματα-διαφάνειες:*** Για όσες αγαπάτε το σέξι και αποκαλυπτικό ντύσιμο, οι σχεδιαστές σας προτείνουν ρούχα με διαφάνειες και τολμηρά σκισίματα σε όλα τα ρούχα (φορέματα, φούστες, μπλούζες).

***Lemon-Κίτρινο:*** Ένα χρώμα που προέρχεται από τη χειμερινή κολεξιόν, το κίτρινο κάνει αισθητή την παρουσία του και στη θερινή περίοδο μιας και έχει αγαπηθεί από όλες μας.

***Κιμονό – Βολάν:*** Τα κιμονό προσαρμοσμένα στις σύγχρονες απαιτήσεις της μόδας, αλλά και τα εντυπωσιακά βολάν συγκαταλέγονται επίσης στις προτάσεις των πιο γνωστών οίκων για τη μόδα, Άνοιξη-Καλοκαίρι 2013.

***Τα animal prints:*** Και πιο συγκεκριμένα μιλάμε για τα αγαπημένα leopard prints. Είναι μία τάση που την έχουμε δει να λαμβάνει βασική θέση ανάμεσα στις πιο δυνατές με μεγάλους οίκους να την τιμούν κι αυτή τη σεζόν όπως οι Saint Laurent και Valentino. Είναι χαρακτηριστικά, έντονα και μπορούν να εντυπωσιάζουν σε όποιο κομμάτι κι αν βρεθούν. Πέρα από την καθιερωμένη εκδοχή σε natural τόνους, θα τη δούμε και σε ενδιαφέρουσες εναλλακτικές όπως την ασπρόμαυρη ή τη χρωματιστή. Επιλέξτε τα leopard prints στο ανοιξιάτικο πουκάμισο ή φόρεμα για πιο έντονο αποτέλεσμα ή παντελόνι για τις λάτρεις των pants looks. Οι πιο τολμηρές δοκιμάστε ένα total printed outfit γεμάτο μοδάτα leopard σχέδια και κερδίστε τις εντυπώσεις.

**Καλοκαίρι (Γυναικεία μόδα)**

***Παστέλ:*** Τα γνωστά χρώματα όπως σωμών, ροζ, λιλά και σιέλ, κάνουν και φέτος αισθητή τη παρουσία τους, αφού τα συναντάμε σε τσάντες, παπούτσια και γενικότερα σε αξεσουάρ.

Δαντέλες: Είτε σε μικρές είτε σε μεγάλες δόσεις, εξακολουθούν να είναι στη μόδα. Επιλέξτε δαντέλες και σε έντονα χρώματα, όπως κίτρινο και φούξια. Θα δώσουν ένα ρομαντικό, αλλά και συνάμα μοντέρνο ύφος στην εμφάνισή σας.

***Το δίχτυ:*** Σε όλες του τις μορφές, για τολμηρές εμφανίσεις. Αν το θεωρείτε προκλητικό, μπορείτε να προσθέσετε από μέσα κάποιο top, t-shirt ή κορμάκι.

***Πουά:*** Το λατρεμένο, σε όλες του τις μορφές μικρό και μεγάλο, σε πουκάμισα, φορέματα, top και φούστες, θυμίζει άλλες δεκαετίες και θεωρείτε must για τη γκαρνταρόμπα σας.

***Ανδρόγυνο look:*** Το οποίο κατακτάει το χώρο της μόδας και το βλέπουμε σε σακάκια, πουκάμισα, φαρδιά παντελόνια με τσάκιση, oxford shoes αλλά και γιλέκα. Αφηρημένη τέχνη στη μόδα, όπου πολλοί σχεδιαστές εμπνεύστηκαν και δημιούργησαν τυπώματα που θυμίζουν πίνακες ζωγραφικής, όπως του Πικάσο, του Μιρό και πολλών άλλων. Αν επιλέξουμε αυτό το look, για παράδειγμα μία μπλούζα, καλό θα ήταν να κρατήσουμε χαμηλούς τόνους για το υπόλοιπο σύνολο, και να επιλέξουμε κάτι μονόχρωμο για το κάτω μέρος.

***Κρόσσια:*** Μία μποέμ διάθεση για το στυλ μας, ανάλογα με το μήκος που τα θέλουμε, το πάχος και το ύφασμα, ήρθαν για να δώσουν ένα νέο χαρακτήρα στο σύγχρονο αστικό στυλ μας.

***ΕΠΙΠΛΕΟΝ:*** παντελόνια, λιτές απλές γραμμές, ανδρόγυνο look, midi φούστα, της οποίας το μήκος κατεβαίνει κάτω από το γόνατο. Οι φούστες, επίσης, μπορεί να είναι φαρδιές, πλισέ ή με πιέτες, αλλά και με βολάν. Καλό θα ήταν για λίγο να ξεχάσουμε το mini.

***Διαφάνειες:*** Σε πουκάμισα, φούστες, μπλούζες και φορέματα, είναι η αόρατη εκδοχή που λανσάρουν πολλοί οίκοι μόδας.

**Καλοκαίρι (Ανδρική μόδα)**

***Τhe Big Blue:*** Το απόλυτο χρώμα της σαιζόν είναι το μπλε, σε όλες του τις αποχρώσεις. Γαλάζιο, μπλε, μπλε ραφ και ναυτικό, το χρώμα της θάλασσας και του ουρανού χρωματίζει τα ρούχα μας και αλλάζει τη διάθεση μας. Τα παντελόνια, οι βερμούδες, τα πουκάμισα και όλη η γκαρνταρόμπα μας βάφεται μπλε και κερδίζουμε πόντους σε στυλ και εμφάνιση. Η μόδα, γενικά, επικεντρώνεται στις παλ αποχρώσεις (γαλάζιο, μοβ, γκρι, μπεζ, λευκό) και στο συνδυασμό τους με πιο έντονες αποχρώσεις, όπως το κόκκινο, το πράσινο και το κίτρινο.

***Συνθετικά υφάσματα:*** Τα συνθετικά, και σε ορισμένες περιπτώσεις τα γυαλιστερά υφάσματα, έχουν την τιμητική τους φέτος και σας επιτρέπουν να τα φορέσετε άφοβα. Λεπτά μπουφάν, παντελόνια και πουκάμισα με βάση το νάιλον προκαλούν τα βλέμματα και συνιστώνται από τους περισσότερους σχεδιαστές για τη φετινή άνοιξη και το καλοκαίρι.

***Hippie Look:*** Μια τάση που κυριάρχησε στις φετινές επιδείξεις των σχεδιαστών είναι τα ψυχεδελικά σχέδια, τα μοτίβα, τα λουλούδια και γενικότερα το boho στυλ των 60’s. Επιστροφή στα παιδιά των λουλουδιών, η μόδα φέτος μας θέλει σύγχρονους hippies και οι τολμηροί οφείλουν να επενδύσουν σε κομμάτια με σχέδια και να ολοκληρώσουν το στυλ τους σε λογική «επιμελώς ατημέλητο».

***Πουκάμισο:*** Για το καλοκαίρι, το χρώμα στο πουκάμισο γίνεται πιο έντονο με ρίγες ή καρό και οι χρωματικοί συνδυασμοί ποικίλουν. Το λευκό και το μονόχρωμο, όπως πάντα, δεν φεύγουν από τη μόδα, ενώ όσον αφορά το γιακά, την επανεμφάνισή του κάνει ο ”ιταλικός” γιακάς (που είναι πιο ανοιχτός από τον κλασικό) αλλά και οι μικρότεροι γιακάδες.Οι σχεδιαστές προτείνουν φωτεινές και έντονες αποχρώσεις και στη γραβάτα με την οποία θα ολοκληρώσετε το σύνολο, βάζοντας την τελική πινελιά.

***Σακάκι:*** Η κυρίαρχη τάση στο κοστούμι είναι το mix’n’ match, δηλαδή άλλο σακάκι για το παντελόνι και άλλο παντελόνι για το σακάκι του ίδιου κουστουμιού. Με αυτή τη λογική το σακάκι γίνεται ο πρωταγωνιστής της σαιζόν, με έμφαση στο μονόπετο σακάκι και, φυσικά, το μπλέιζερ με τα χρυσά κουμπιά. Το κόψιμο τους, φέτος, είναι ελαφρώς πιο μεσάτο και πιο στενό από πέρσι. Τα προτεινόμενα χρώματα για το σακάκι ή το μπλέιζερ είναι το must μπλε ή το λευκό.

***Polo μπλουζάκια:*** Όπως και σε κάθε ανοιξιάτικη και καλοκαίρι σαιζόν, το Polo παραμένει στο προσκήνιο. Η μόνη διαφορά φέτος είναι πως η χρωματική παλέτα που «ντύνει» το μπλουζάκι έχει εμπλουτιστεί και μπορείτε να διαλέξετε ανάμεσα σε περισσότερα σχέδια και χρώματα.

***Πουλόβερ:*** Φέτος η μόδα επιβάλλει το πουλόβερ ακόμα κι όταν το θερμόμετρο ανεβαίνει. Το κλασικό λεπτό πουλόβερ με V, αλλά και με απλή λαιμόκοψη, είναι must και έμφαση δίνεται στα πουλόβερ με τις λεπτές ρίγες. Σε αυτήν τη λογική κινείται και το αμάνικο γιλέκο, το οποίο παραμένει μέσα στις τάσεις της μόδας ακόμα και το καλοκαίρι.

**Φθινόπωρο**

Οι φθινοπωρινές προτάσεις πάντα παρουσιάζονται με πιο σοφιστικέ ύφος, λιτές γραμμές και αποπνέουν μια μυστήρια διάθεση, πολλές φορές απόκοσμη. Τα χρώματα για τον ερχόμενο χειμώνα παραμένουν μουντά, σκούρα, βαθιά με το άσπρο και το μαύρο να είναι ο βασιλιάς της διχρωμίας και τα γεωμετρικά prints να δίνουν για ακόμη μία σεζόν όγκο στα ρούχα μας.

**Χειμώνας**

Οι χειμωνιάτικες τάσεις προβλέπεται να είναι τα χρωματιστά παντελόνια, τα πολύχρωμα φουλάρια, πλαστικές μπότες και τα πλεκτά. Για τις βραδινές εξόδους σας δεν θα έπρεπε να λείψει το λεοπάρ καθώς και τα πολύχρωμα μακριά φορέματα

ΓΝΩΜΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΟΔΑ

* Τίποτε δεν είναι πιο επικίνδυνο από το να είσαι υπερβολικά μοντέρνος. Διατρέχεις το κίνδυνο να γίνεις ξαφνικά υπερβολικά ξεπερασμένος. OscarWilde
* Η μόδα είναι μια μορφή ασχήμιας τόσο ανυπόφορης, που πρέπει να την αλλάζουμε κάθε έξι μήνες. OscarWilde
* Η στρατιωτική στολή είναι πρακτική, απλή, φτηνή και ποτέ δεν παύει να είναι της μόδας. Φιντέλ Κάστρο
* Μόδα είναι αυτό που υιοθετείς όταν δεν ξέρεις ποιος είσαι. QuentinCrisp
* Ποτέ δεν διαλέγει μια άποψη. Απλώς φοράει οποιαδήποτε τυχαίνει να είναι στη μόδα. Λέων Τολστόι
* Δεν μπορώ και δεν θέλω να κόψω και να ράψω τη συνείδησή μου για να ταιριάζει στη φετινή μόδα. LilianHellman
* Κάθε γενιά κοροϊδεύει τις παλιές μόδες, αλλά ακολουθεί με θρησκευτική ευλάβεια τις νέες. HenryDavidThoreau
* Μόδα είναι το γούστο των άλλων. LouisScutenaire
* Το να είσαι αυθεντικά μοντέρνος είναι, σε κάθε εποχή, σημάδι μετριότητας. NicolαsGσmezDαvila
* Στη χώρα μας τα πάντα είναι μόδα και καπρίτσιο. Κόμης Μιραμπώ
* Συχνά πιστεύω ότι ένας διακριτικά εκτεθειμένος ώμος, που ξεπροβάλει από ένα σατέν φόρεμα, περιέχει πιο πολύ σεξ από ότι δυο γυμνά κορμιά σε ένα κρεβάτι. Bette Davis
* Δεν μπορώ να συγκεντρωθώ φορώντας flat παπούτσια. Victoria Beckham
* Να περπατάς σαν να έχεις τρεις άνδρες να περπατούν από πίσω σου. Oscar De La Renta
* Οποιοσδήποτε μπορεί να ντυθεί και να γίνει glamorous, αλλά είναι εκείνες οι καθημερινές του στιγμές που στιλιστικά είναι οι πιο ενδιαφέρουσες. Alexander Wang
* Τα τζιν αντιπροσωπεύουν τη δημοκρατία στη μόδα. Giorgio Armani
* Η Μόδα πρέπει να είναι μία μορφή απόδρασης, όχι φυλάκισης. Alexander McQueen
* Η πολυτέλεια πρέπει να είναι άνετη, αλλιώς, δεν είναι πολυτέλεια. Coco Chanel
* Μόδα είναι αυτό που σου προσφέρουν τέσσερις φορές το χρόνο οι σχεδιαστές. Στιλ είναι αυτό που επιλέγεις εσύ. Lauren Hutton
* Το να είσαι κομψή δεν σημαίνει να χτυπάς στα μάτια, αλλά να αποτυπώνεσαι στη μνήμη. Giorgio Armani
* Η διαφορά ανάμεσα στο στυλ και στην μόδα είναι η ποιότητα. Giorgio Armani
* Προκειμένου να είναι αναντικατάστατος πρέπει να είσαι πάντα διαφορετικός. Coco Chanel
* Η μόδα δεν είναι απλώς θέμα ρούχων. Η μόδα είναι αέρας. Τον διαισθάνεται κάποιος Coco Chanel
* Η φύση σου δίνει το πρόσωπο που έχεις στα 20. Η ζωή διαμορφώνει το πρόσωπο που έχεις στα 30. Αλλά στα 50 έχεις το πρόσωπο που σου αξίζει Coco Chanel
* Ντύσου άθλια και θα θυμούνται το φόρεμα. Ντύσου άψογα και θα θυμούνται τη γυναίκα Coco Chanel
* Δεν μπορώ να καταλάβω πώς μια γυναίκα μπορεί να φύγει από το σπίτι της χωρίς να φτιαχτεί λιγάκι- μόνο και μόνο από ευγένεια. Και έπειτα, ποτέ δεν ξέρεις, μπορεί αυτή να είναι η μέρα που θα έχει μια συνάντηση με το πεπρωμένο της. Και είναι καλύτερο να είσαι όσο πιο όμορφη μπορείς όταν θα συναντήσεις το πεπρωμένο σου. Coco Chanel
* Η κομψότητα δεν είναι προνόμιο εκείνων που μόλις έχουν βγει από την εφηβεία, αλλά εκείνων που κρατάνε ήδη στα χέρια τους το μέλλον τους" Coco Chanel
* Κάποιοι άνθρωπο πιστεύουν ότι η πολυτέλεια είναι το αντίθετο της φτώχειας. Δεν είναι. Είναι το αντίθετο της χυδαιότητας Coco Chanel
* Η μόδα έχει γίνει ένα αστείο. Οι σχεδιαστές ξέχασαν ότι υπάρχουν γυναίκες μέσα στα φορέματα. Οι περισσότερες γυναίκες ντύνονται για τους άντρες και θέλουν να τις θαυμάζουν. Αλλά πρέπει επίσης να μπορούν να κινηθούν, να μπουν στο αυτοκίνητο χωρίς να ανοίξουν οι ραφές των ρούχων τους. Coco Chanel
* Μπορεί να συνηθίσει κάποιος να είναι ο άλλος άσχημος, όχι όμως ατημέλητος. Coco Chanel
* Τα καλύτερα πράγματα στη ζωή είναι δωρεάν. Τα δεύτερα καλύτερα είναι πολύ ακριβά. Coco Chanel
* Μια γυναίκα οφείλει να είναι δυο πράγματα: αριστοκρατική και υπέροχη.- Coco Chanel
* Ψάξε για τη γυναίκα μέσα στο φόρεμα. Αν δεν υπάρχει γυναίκα, δεν υπάρχει φόρεμα. .- Coco Chanel
* Για να είναι κανείς αναντικατάστατος, πρέπει να είναι πάντα διαφορετικός. .- Coco Chanel
* Κανένας δεν είναι νέος μετά τα σαράντα, αλλά μπορεί να είναι κανείς ακατανίκητος σε όλες τις ηλικίες. .- Coco Chanel
* Έχει ενδιαφέρον πόσες πολλές έγνοιες εξαφανίζονται μόλις αποφασίσεις αντί να είσαι κάτι, να είσαι κάποιος. .- Coco Chanel
* Κάθε γυναίκα έχει την ηλικία που της αξίζει. .- Coco Chanel

* Στα τριάντα της μια γυναίκα πρέπει να διαλέξει ανάμεσα στον πισινό της και στο πρόσωπό της. .- Coco Chanel
* Υπάρχουν άνθρωποι που έχουν λεφτά και υπάρχουν άνθρωποι που είναι πλούσιοι. .- Coco Chanel
* Μια γυναίκα που δεν φοράει άρωμα δεν έχει μέλλον. .- Coco Chanel
* Η κομψότητα δεν έχει να κάνει με το να βάλεις ένα καινούργιο φόρεμα. .- Coco Chanel
* Η πολυτέλεια δεν είναι το αντίθετο της φτώχειας αλλά της χυδαιότητας. .- Coco Chanel
* Υπάρχει καιρός για δουλειά και υπάρχει καιρός για αγάπη. Έτσι δεν υπάρχει καιρός για τίποτε άλλο. .- Coco Chanel
* Η μόδα είναι αρχιτεκτονική. Είναι ζήτημα αναλογιών. .- Coco Chanel
* Η πολυτέλεια πρέπει να είναι άνετη, αλλιώς δεν είναι πολυτέλεια. .- Coco Chanel
* Η μόδα περνάει, μόνο το στυλ μένει πάντα το ίδιο. Coco Chanel
* Δεν κάνω μόδα, ΕΙΜΑΙ μόδα. Coco Chanel
* Το να είσαι κομψή δεν σημαίνει να χτυπάς στα μάτια, αλλά να αποτυπώνεσαι στη μνήμη. Giorgio Armani
* Η Διαφορά ανάμεσα στο στύλ και στην μόδα είναι η ποιότητα. Giorgio Armani
* Ένα κορίτσι θα πρέπει να είναι δυο πράγματα: Αριστοκρατικό και θαυμάσιο. Coco Chanel
* Ντύσου άθλια και θα θυμούνται το φόρεμα. Ντύσου άψογα και θα θυμούνται τη γυναίκα. Coco Chanel
* Δεν μπορώ να καταλάβω πώς μαι γυναίκα μπορεί να φύγει από το σπίτι της χωρίς να φτιαχτεί λιγάκι- μόνο και μόνο από ευγένεια. Και έπειτα, ποτέ δεν ξέρεις, μπορεί αυτή να είναι η μέρα που θα έχει μια συνάντηση με το πεπρωμένο της. Και είναι καλύτερο να είσαι όσο πιο όμορφη μπορείς όταν θα συναντήσεις το πεπρωμένο σου. Coco Chanel
* Τα καλύτερα πράγματα στη ζωή είναι δωρεάν. Τα δεύτερα καλύτερα είναι πολύ ακριβά. Coco Chanel
* Με τα χρόνια έμαθα ότι το σημαντικό σε ένα φόρεμα, είναι η γυναίκα που το φοράει. Yves Saint Laurent
* Το άρωμα μιας γυναίκας αποκαλύπτει περισσότερα γι’ αυτήν από το γραφικό της χαρακτήρα. Christian Dior
* Η ζωντάνια είναι το μυστικό της ομορφιάς. Δεν υπάρχει ελκυστική ομορφιά χωρίς ζωντάνια.
* Είναι ασυγχώρητο να έχεις κάνει κάτι που δεν σου άρεσε, ιδιαίτερα αν έχεις πετύχει.
* Το όνειρό μου είναι να σώσω τις γυναίκες από τη φύση.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Συνοψίζοντας, είναι σημαντικό να προσθέσουμε πως είναι καλό να ακολουθούμε την μόδα και να παρακολουθούμε την εξέλιξή της, όμως πάντα να την προσαρμόζουμε ανάλογα με τις δικές μας προτιμήσεις και τα δικά μας δεδομένα. Γιατί στην πραγματικότητα εμείς είμαστε αυτοί που κάνουμε ξεχωριστή την μόδα και όχι αυτή εμάς.

