



Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

## Ενότητα 4

19ος αιώνας

Η εφεύρεση της ραπτομηχανής και η εκβιομηχάνιση

Αριθμός αναφοράς έργου : 2022-2-DE04-KA220-YOU-000101981





Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

**Βασική δράση:**

ΚΑ 220 – Συμπράξεις συνεργασίας στον τομέα της νεολαίας

**Επιμέρους δράση:**

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ: Περιβάλλον και καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

**Κύρια προτεραιότητα:**

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ: Κοινές αξίες, εμπλοκή και συμμετοχή των πολιτών

**Πρόσθετες προτεραιότητες:**

ΝΕΟΛΑΙΑ: Προώθηση της ενεργού πολιτειότητας, του αισθήματος πρωτοβουλίας των νέων και της νεανικής επιχειρηματικότητας, συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

**Κύρια θέματα:**

Δημιουργικότητα, τέχνες και πολιτισμός

Πράσινες δεξιότητες

Ευρωπαϊκή ταυτότητα, ιθαγένεια και αξίες



**P(1) Συντονιστής :**

JUGEND- & KULTURPROJEKT E.V. (JKPeV) – Δρέσδη  
(Γερμανία)

**P(2) Εταίρος :**

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΣΙΑ ΕΕ – Λάρισα (Ελλάδα)

**P(3) Εταίρος :**

CATWALK PROJECT – Θεσσαλονίκη (Ελλάδα)

**P(4) Εταίρος :**

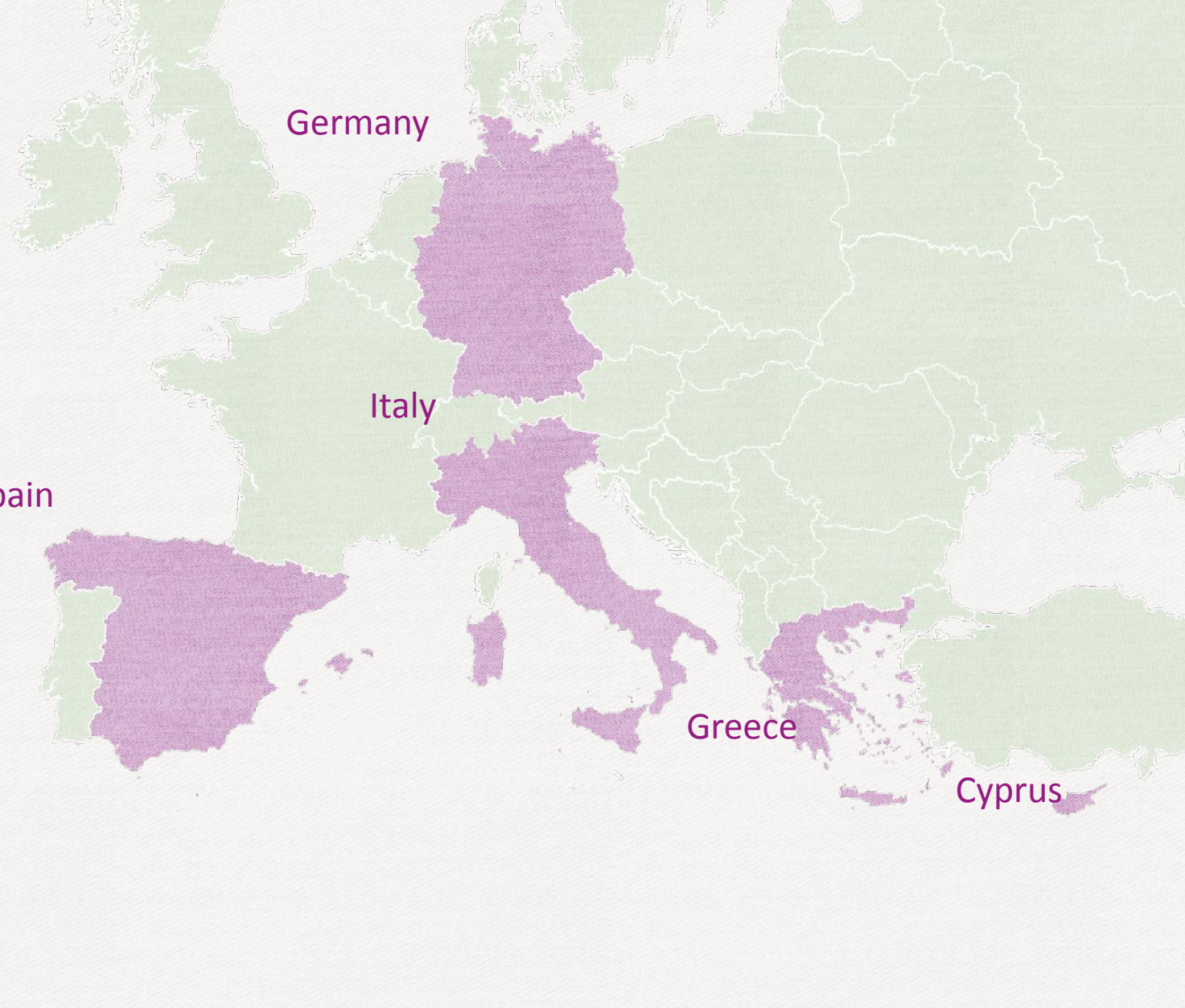
LOTTOZERO – Πράτο (Ιταλία)

**P(5) Εταίρος :**

CELLOCK LTD – Λευκωσία (Κύπρος)

**P(6) Εταίρος :**

POLITECNICA DE VALENCIA (UPV) – Βαλένθια (Ισπανία)



Jugend- & Kulturprojekt e.V.

KAINOTOMIA  
κέντρο διά βίου μάθησης



Catwalk  
Δημιουργία Τέχνη Πολιτισμός

LOTTOZERO

CELLOCK®  
POWER OF INNOVATION AND TECHNOLOGY



UNIVERSITAT  
POLITECNICA  
DE VALÈNCIA



# 19ος αιώνας: εφεύρεση της ραπτομηχανής και εκβιομηχάνιση

Βιομηχανική Επανάσταση

Παρουσίαση  
Αντιπαράθεση  
Παιχνίδι  
Συζήτηση

Ραπτομηχανή  
και άλλες  
τεχνολογικές  
καινοτομίες

Μαζική παραγωγή  
ρουχισμού

Διαμόρφωση  
συστήματος  
μεγεθών

Πολυκαταστήματα

Διαφήμιση  
μόδας

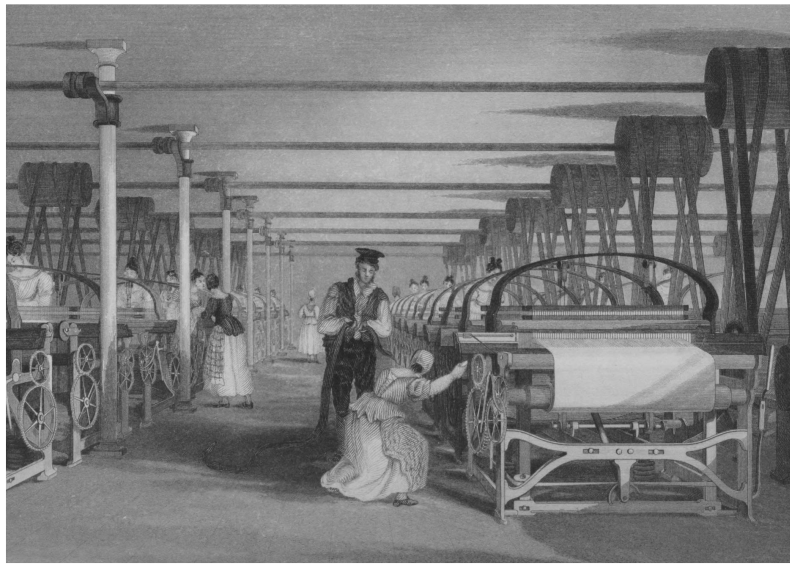


Βρείτε τον εισβολέα



Πηγή: [Canva](#)





Πηγή: [Illustrator T. Allom, Engraver J. Tingle, Public domain, via Wikimedia Commons](#)

# Βιομηχανική Επανάσταση

Η Βιομηχανική Επανάσταση χαρακτηρίστηκε από βαθιές αλλαγές στα μοντέλα παραγωγής, τις ταξικές σχέσεις και τις συνθήκες διαβίωσης των εργαζομένων, σηματοδοτώντας μια μνημειώδη αλλαγή στην οικονομική και κοινωνική ιστορία.

Οι **τεχνολογικές καινοτομίες** έφεραν επανάσταση στις παραγωγικές διαδικασίες, οδηγώντας την οικονομία σε ένα νέο μοντέλο βασισμένο στη βιομηχανία και το κεφάλαιο.

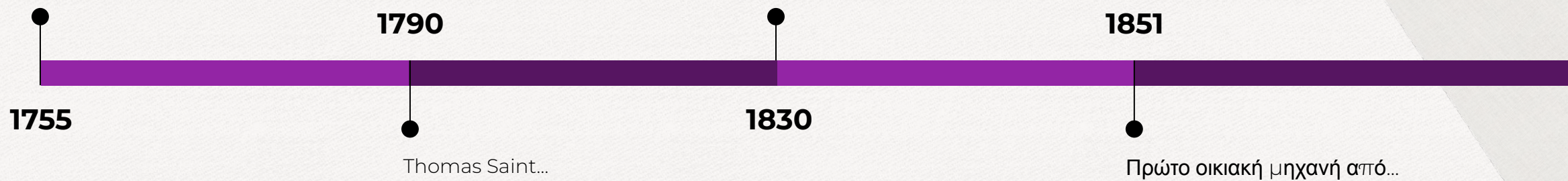
Τα **μεγάλα εργοστάσια** έγιναν το επίκεντρο της οικονομικής δραστηριότητας, όπου η μηχανοποίηση της εργασίας αντικατέστησε την εξειδίκευση και την εργασία στο σπίτι. Αυτό οδήγησε στην τυποποίηση της παραγωγής, καθιστώντας τα υφάσματα και τα ενδύματα πιο προσιτά και διευκολύνοντας την άνοδο των έτοιμων ενδυμάτων.

Αυτό το νέο σύστημα παραγωγής και οργάνωσης της εργασίας που βασιζόταν σε έναν σαφή διαχωρισμό μεταξύ ιδιοκτητών και εργαζομένων, είχε σημαντικές κοινωνικές συνέπειες, συμπεριλαμβανομένης της συγκρότησης ενός βιομηχανικού προλεταριάτου και της ανόδου της αστικής τάξης.



## Πρώτη πατέντα από...

## Πρώτο εμπορική μηχανή ...



Πρώτο οικιακή μηχανή από...

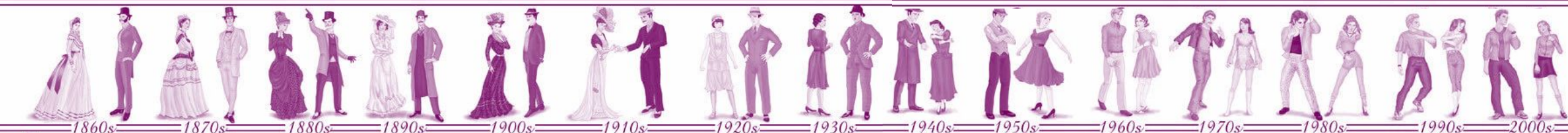
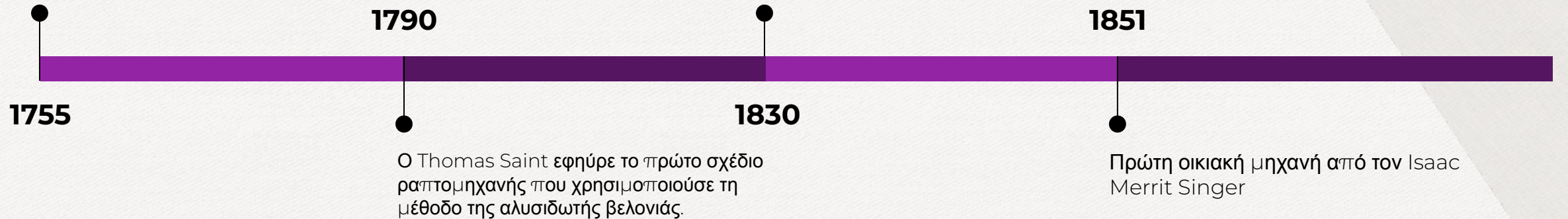




# Το χρονοδιάγραμμα της ραπτομηχανής

Πρώτη πατέντα μηχανικής  
ραπτομηχανής από τον Charles  
Fredrick Wiesental

Η πρώτη εμπορική μηχανή που αναπτύχθηκε από  
τον Barthelemy Thimonnier





# Ανάπτυξη του συστήματος διαστασιολόγησης

Το πρώτο πρότυπο μεγεθών:

Αναγκαιότητα εν καιρώ πολέμου

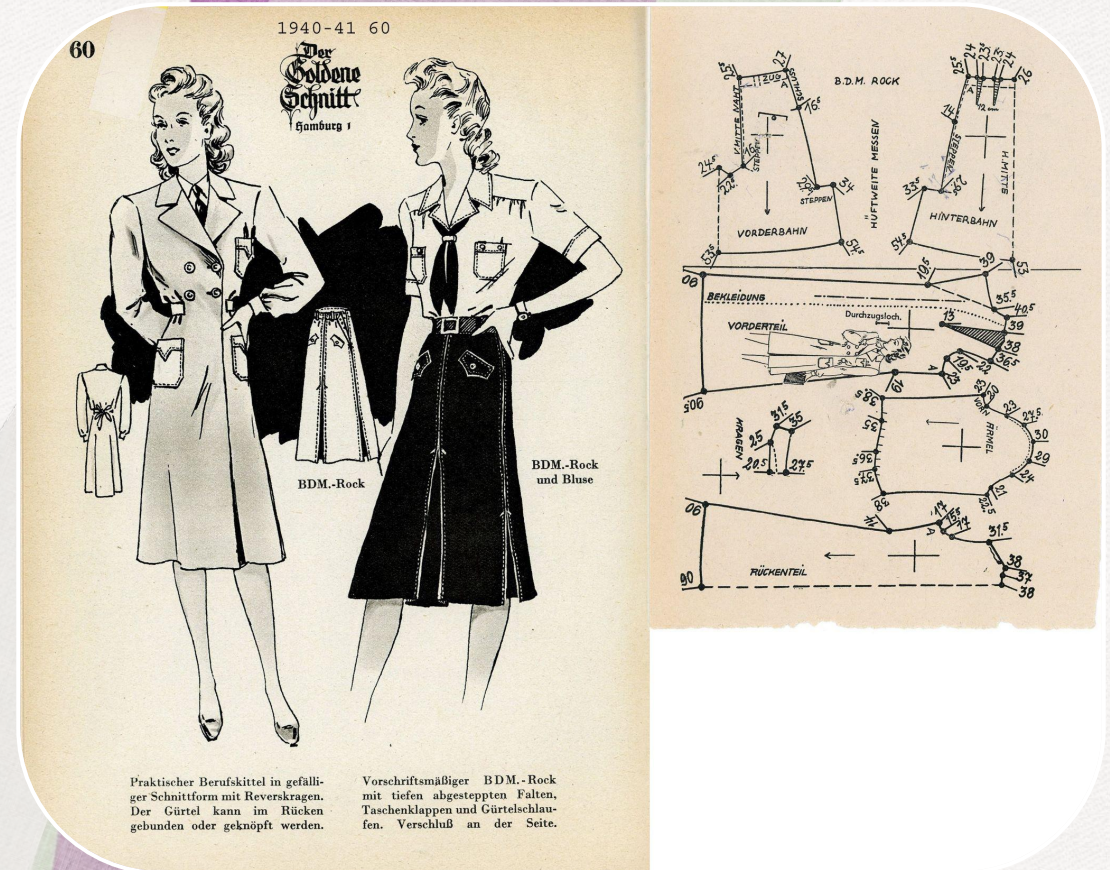
Μέχρι τον 19ο αιώνα, τα ρούχα γίνονταν κατά παραγγελία από ράφτες.

Η ανάπτυξη του παγκόσμιου μεγεθολογίου οφείλεται στον πόλεμο.

Η ανάγκη για στολές κατά τη διάρκεια των Ναπολεόντειων Πολέμων, του Κριμαϊκού Πολέμου και του Αμερικανικού Εμφυλίου Πολέμου απαιτούσε την ανάπτυξη συστημάτων για όλο το σώμα.

Τα συστήματα αυτά κατέστησαν δυνατό τον υπολογισμό άλλων παραμέτρων με βάση μία μόνο μέτρηση στο στήθος.

Ως αποτέλεσμα, μέχρι το τέλος του 19ου αιώνα, η μαζική παραγωγή στολών μετατράπηκε σταδιακά σε παραγωγή έτοιμων ενδυμάτων για όλους.



Πηγή: [Fashion illustration and cutting patterns by unidentified designer/illustrator, CC BY-SA 4.0 via Wikimedia Commons](#)



# Ανάπτυξη του μεγεθολογίου

## Τι γίνεται με τις γυναίκες;



Πηγή: [Victoria and Albert Museum, Public domain, via Wikimedia Commons](#)

- κατά τη διάρκεια της μεταπολεμικής εποχής, οι γυναίκες εξακολουθούσαν να βασίζονται σε τοπικούς ράφτες για τις ανάγκες ένδυσης,
- οι γυναίκες ήθελαν επίσης πρόσβαση σε οικονομικά προσιτά, έτοιμα ρούχα, αλλά το καθιερωμένο πρότυπο διαστασιολόγησης είχε σχεδιαστεί αποκλειστικά για τα σώματα των ανδρών, γεγονός που καθιστούσε δύσκολη τη μεταφορά του στα γυναικεία σώματα
- Αυτό είχε ως αποτέλεσμα σημαντικό αριθμό επιστροφών που σχετίζονται με το μέγεθος για τα εμπορικά καταστήματα,
- Το ζήτημα του μεγέθους τέθηκε τελικά στο εθνικό προσκήνιο
- σε αυτό το σημείο, το κύριο πρόβλημα ήταν ότι, λόγω της χρόνιας χρήσης κορσέδων και στενών ενδυμάτων, τα πρότυπα μεγεθών που χρησιμοποιούνταν για την κατασκευή ενδυμάτων για γυναίκες δεν ήταν αντιπροσωπευτικά του γυναικείου πληθυσμού στο σύνολό του.
- Ήταν το 1881 όταν ο Charles Hecklinger, ένας Αμερικανός ράφτης, ανέπτυξε τελικά την πρώτη συστηματική προσέγγιση για τη δημιουργία πατρών που θα μπορούσαν να προσαρμοστούν στα σώματα των γυναικών.
- Αυτό περιελάμβανε τη δημιουργία γενικών μοτίβων για διαφορετικούς σωματότυπους



# Ανάπτυξη του μεγεθολογίου: πώς αναπτύχθηκε αργότερα

## Η πρώτη στατιστική προσπάθεια

Το 1939, το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ ξεκίνησε μια μελέτη με τίτλο "Γυναικείες μετρήσεις για την κατασκευή ενδυμάτων και πατρών".

Η μελέτη αυτή ήταν η πρώτη συντονισμένη προσπάθεια να αντιμετωπιστεί η διαφορά μεγέθους μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Η κυβέρνηση των ΗΠΑ χρηματοδότησε στατιστικούς για τη συλλογή μετρήσεων βάρους και **58** μεγεθών για **15.000** γυναίκες.

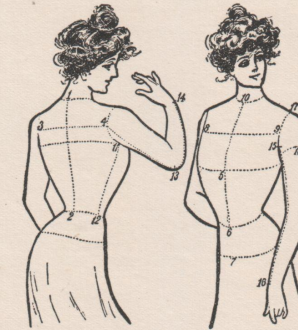
Δυστυχώς, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν δεν διέθεταν ποικιλομορφία:

1. μόνο λευκές γυναίκες συμπεριλήφθηκαν στη μελέτη, παρά το γεγονός ότι είχαν ληφθεί οι μετρήσεις από έγχρωμες γυναίκες
2. οι συμμετέχουσες στη μελέτη έλαβαν χρηματική αποζημίωση, γεγονός που αύξησε την πιθανότητα συμμετοχής των φτωχότερων γυναικών, συμπεριλαμβανομένων ενδεχομένως ορισμένων που υπέφεραν από υποσιτισμό.

LANPHER, SKINNER & CO.

ST. PAUL, MINN.

Directions for Self Measurements.



1-2 length of waist in back.....	11-12 length under arm.....
3-4 width of back.....	13-14 length of arm to elbow & wrist.....
5-5 around bust.....	15-16 length of arm in front.....
6-6 around waist.....	17-17 armhole.....
7-7 over hips, 6 inches below waist.....	18-18 thickness of arm.....
8-9 across bust.....	19-19 around neck.....
10-6 length of waist in front.....	length of garment.....

Remarks of how Customer is built.....

When taking measurements, follow STRICTLY above chart and do not add anything to measures.

Name.....City.....

EXTRA SIZES

Electric, Near Seal, Otter and Persian Lamb, we make size to 42.

Fur Seal, Size to 40.

All others, size to 44.

For all larger sizes an extra charge will be made, according to the additional skins required for the garment.



# Ανάπτυξη του μεγεθολογίου: πώς αναπτύχθηκε αργότερα

## Το παγκόσμιο πρότυπο

**1946:** 65 αντιπρόσωποι από 25 χώρες συναντήθηκαν στο Λονδίνο και ίδρυσαν τον Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (ISO).



Στους ιδρυτές περιλαμβάνονταν: η Σοβιετική Ένωση, η Αυστραλία, η Κίνα, η Ινδία και αρκετές ευρωπαϊκές χώρες.

**1969:** αναπτύχθηκαν τα διεθνή μεγεθολόγια



Οι χώρες διεξήγαγαν έρευνα για τη μέτρηση των πληθυσμών τους

### ορισμένα παραδείγματα:

- η ΕΣΣΔ μέτρησε διάφορες ομάδες διαφορετικών ανθρώπων από διάφορα μέρη της χώρας μεταξύ 1957-65;
- Η Ιαπωνία δημιούργησε τα δικά της πρότυπα (JIS), το 1966/67, με βάση τις μετρήσεις 35.000 ανθρώπων.



# Η μαζική μόδα στην εποχή της βιομηχανικής επανάστασης

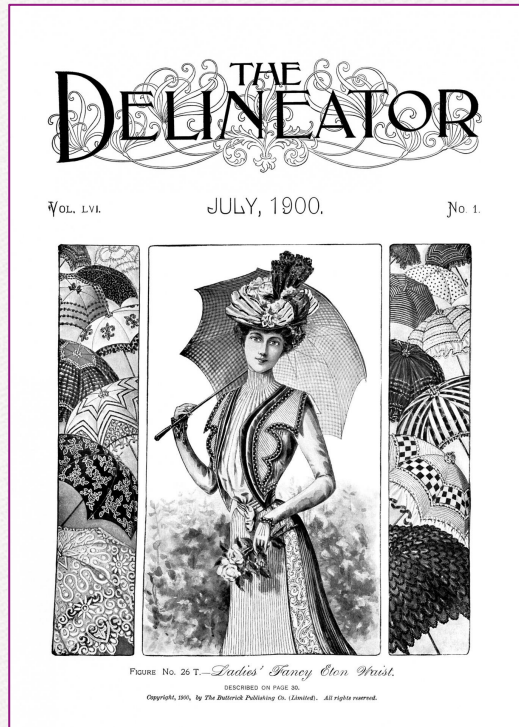


Πηγή: Lottozero on [Canva](#)



# Η άνοδος της διαφήμισης της μόδας

## Περιοδικά



Τα περιοδικά μόδας επεκτάθηκαν από δύο ή τρεις τίτλους μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1820 σε περισσότερους από είκοσι μέχρι τη δεκαετία του 1840.

Τα περιοδικά περιλάμβαναν επίσης διηγήματα, νουβέλες και παρωδίες, προσφέροντας ψυχαγωγία και ευχάριστο διάβασμα.

Απευθυνόταν σε γυναίκες και επαγγελματίες, παρέχοντας τεχνικές πληροφορίες για τις δεύτερες και καλύπτοντας καθημερινά προβλήματα, τρόπους, εκπαίδευση και μόδα για τις πρώτες.

Πηγή: [Andrea Stöckel. Cover Fashion Woman Vintage. publicdomainpictures.net](https://www.publicdomainpictures.net)



# Η άνοδος της διαφήμισης της μόδας Κατάλογοι

Ο νόμος **Homestead Act του 1862** τροφοδότησε την ανάπτυξη της ταχυδρομικής πώλησης, η οποία οδήγησε στην εισαγωγή των καταλόγων.

Αυτοί οι κατάλογοι πωλούσαν μια ποικιλία ειδών, μεταξύ των σποίων και έτοιμα ρούχα, τα οποία έγιναν μια μεγάλη επιχείρηση.

Η επιτυχία των καταλόγων αλληλογραφίας και των πολυκαταστημάτων οδήγησε σε καινοτομίες μάρκετινγκ, όπως η σταθερή τιμολόγηση, η εξυπηρέτηση πελατών και η καθιέρωση εμπορικών σημάτων.



Πηγή: [Martina Stokow, Vintage Hat Fashion Women, Publicdomainpictures.net](https://www.vintagehatfashion.com/)



# Η άνοδος της διαφήμισης της μόδας

## Έντυπες διαφημίσεις



Πηγή: [Claudette Gallant, Vintage Fashion - Jan Van Brock, Publicdomainpictures.net](#)

Οι πολύχρωμες εμπορικές κάρτες και αφίσες έγιναν δημοφιλείς τη δεκαετία του 1860, με απεικονίσεις γλυκών παιδιών, ζώων και γυναικών που διαφήμιζαν διάφορα προϊόντα.

Οι αφίσες αποτέλεσαν επανάσταση στη διαφήμιση, με έντονα χρώματα και αξιομνημόνευτα σλόγκαν, και ο Jules Chéret διέδωσε τη λιθογραφία με πέτρα, καθιστώντας την εκτύπωση οικονομικά αποδοτική και αναδεικνύοντας τις διαφημίσεις σε μορφή τέχνης.



Πηγή: [Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum, Public domain, via Wikimedia Commons](#)



# Συμπέρασμα

## Βιομηχανική Επανάσταση

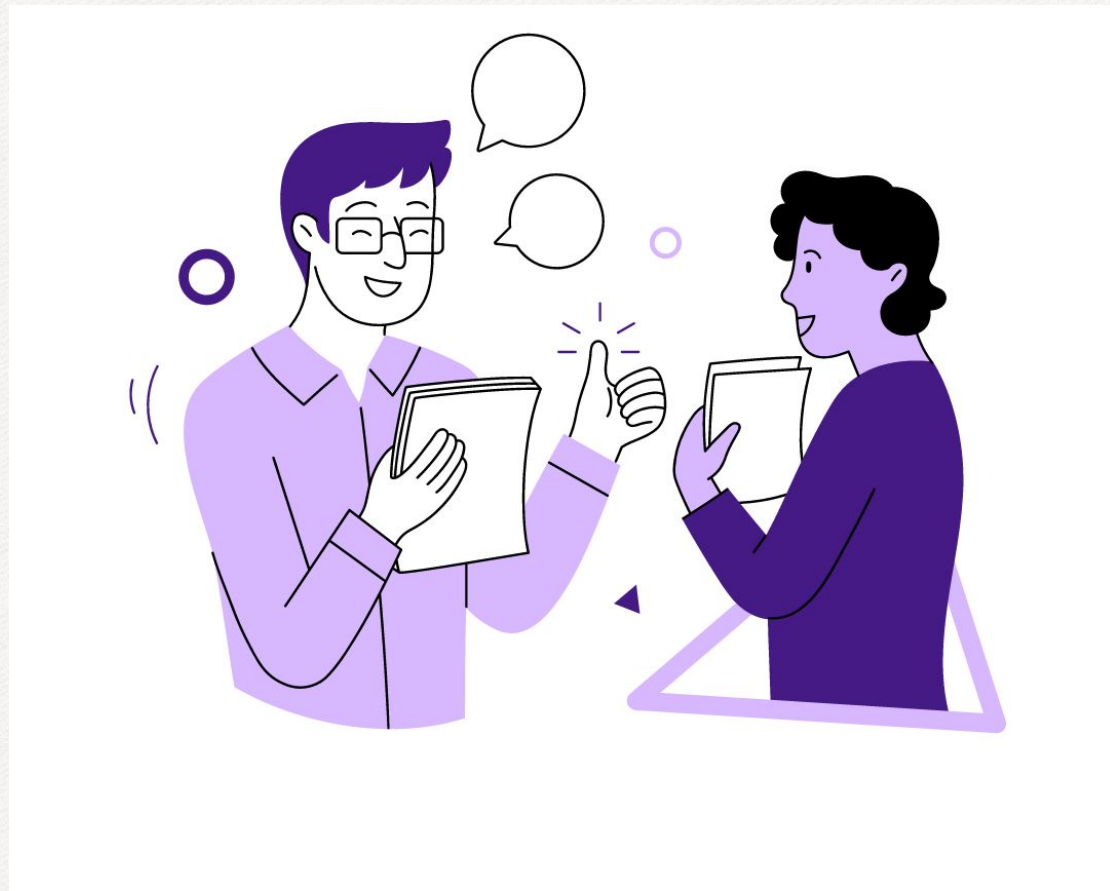
- **Νέες τεχνολογίες:**  
Η ραπτομηχανή, ο αργαλειός, η μηχανή πλεξίματος έφεραν καινοτομία στον τρόπο παραγωγής.
- **Μαζική παραγωγή**  
Η μηχανοποίηση της εργασίας και η τμηματοποίηση της παραγωγής οδήγησαν στην άνοδο της μαζικής παραγωγής και του έτοιμου προς χρήση ρουχισμού
- **Η άνοδος του εργοστασίου**  
Η εργασία μεταφέρθηκε από τα μικρά ατελιέ ή τα ιδιωτικά σπίτια στο πρώτο εργοστάσιο
- **Νέες κοινωνικές τάξεις**  
Αυτή η νέα οργάνωση της εργασίας οδήγησε στην άνοδο του βιομηχανικού προλεταριάτου και της αστικής τάξης.

## Οργάνωση μεγάλης κλίμακας παραγωγής, λιανικής πώλησης, διαφήμισης

- **Διαφήμιση μόδας**  
Περιοδικά, κατάλογοι, αφίσες και έντυπη διαφήμιση ως νέα μορφή επιχείρησης
- **Τυποποίηση της παραγωγής και του σχεδιασμού**  
Για παράδειγμα, μέσω της ανάπτυξης ενός παγκόσμιου μεγεθολογίου (από την ατομική προσαρμογή σε ρούχα παγκόσμιου μεγέθους).
- **Πολυκαταστήματα**  
άλλαξαν τις αγοραστικές συνήθειες, μετατρέποντας την εμπειρία των αγορών από ανάγκη σε ευχάριστη δραστηριότητα



# Αναστοχασμός με μία λέξη







“Όπως η σύγχρονη μαζική παραγωγή απαιτεί την τυποποίηση των εμπορευμάτων, έτσι και η κοινωνική διαδικασία απαιτεί την τυποποίηση του ανθρώπου, και αυτή η τυποποίηση ονομάζεται ισότητα.”

- *Erich Fromm*, ψυχολόγος και κοινωνιολόγος

Πηγή: [Internet Archive Book Images](#), No restrictions, via [Wikimedia Commons](#)

A HANDICRAFT WEAVER AT HER LOOM  
(Courtesy of the Draper Company)

Showing the primitive construction of the loom used before the power loom.



The background consists of several overlapping, semi-transparent shapes in various shades of purple and green. These shapes are layered to create a sense of depth and movement. In the center, there is a white rectangular box containing the Greek text 'ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ!' in a bold, purple, sans-serif font.

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ!**





# ReFashionized

Fashion Evolution towards Sustainability

[www.instagram.com/refashionizedproject/](https://www.instagram.com/refashionizedproject/)  
[www.facebook.com/Refashionized](https://www.facebook.com/Refashionized)

Το έργο συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέσω του προγράμματος Erasmus+.



**Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Αριθμός έργου: 2022-2-DE04-KA220-YOU-000101981



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Jugend- & Kulturprojekt e.V.

**KAINOTOMIA**  
κέντρο διά βίου μάθησης



**Catwalk**  
Δημιουργία Τέχνη Πολιτισμός

**LOTTOZERO**

**CELLOCK**  
POWER OF INNOVATION AND TECHNOLOGY



UNIVERSITAT  
POLITÉCNICA  
DE VALÈNCIA