



Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

# ReFashionized

Fashion Evolution towards Sustainability

## ΠΛΑΝΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΕΝΟΤΗΤΑ 4

ΑΠΟ  
LOTTOZERO



Jugend- & Kulturprojekt e.V.

KAINOTOMIA  
κέντρο διά βίου μάθησης



Catwalk  
Διερεύνηση Τέχνης Πολιτισμός

LOTTOZERO

CELLOCK  
POWER OF INNOVATION AND TECHNOLOGY



UNIVERSITAT  
POLITÉCNICA  
DE VALÈNCIA



Η ΓΩΝΙΑ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ  
ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ

ΕΝΟΤΗΤΑ 4

19<sup>ος</sup> αιώνας – Η Εφεύρεση της  
Ραπτομηχανής και η εκβιομηχάνιση

ΠΛΑΝΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

ΑΝΑΠΤΥΧΘΗΚΕ ΑΠΟ LOTTOZERO

# ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ

## ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΕΦΕΥΡΕΣΗ ΤΗΣ ΡΑΠΤΟΜΗΧΑΝΗΣ ΚΑΙ ΕΚΒΙΟΜΗΧΑΝΙΣΗ – ΠΛΑΝΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

### Πίνακας Περιεχομένων

1. Γενικές οδηγίες	4
2. Δείγμα πλάνου εργαστηρίου	4
Εισαγωγή	5
Στόχοι εργαστηρίου	5
Προετοιμασία	6
Μέθοδοι	7
Δραστηριότητα για να σπάσει ο πάγος	7
Πλάνο εργαστηρίου	9
Αξιολόγηση	10
Σημειώσεις συντονιστή	11
Θεωρητικό πλαίσιο	11
❖ Εισαγωγή	11
❖ Β ι ο μ η χ α ν ι κ ή επανάσταση (εισαγωγή)	12
❖ Η εξέλιξη διαστασιολόγησης (εισαγωγή)	13
❖ Η ανάπτυξη της διαφήμισης της μόδας (εισαγωγή)	15
❖ Συμπέρασμα	16
Επιπρόσθετες σημειώσεις	16
Εξωτερικές πηγές	17

## 1. Γενικές οδηγίες

Αυτό το ολοκληρωμένο Σχέδιο Εργαστηρίου θα παρέχει ένα δομημένο πλαίσιο για την υλοποίηση εργαστηρίων που θα εμβαθύνουν στη δυναμική σχέση μεταξύ της μόδας και των κομβικών γεγονότων/αλλαγών στην ιστορία.

Ακολουθώντας αυτό το σχέδιο, οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας θα αποκτήσουν μια επισκόπηση μιας πιθανής δομής που μπορούν να ακολουθήσουν κατά την υλοποίηση ενός εργαστηρίου που συνδυάζει και διερευνά τις συνδέσεις μεταξύ της ιστορίας της μόδας και του πλαισίου PESTEL. Στόχος του είναι να εφοδιάσει τους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας με τα εργαλεία και τους πόρους που απαιτούνται για τη διευκόλυνση δραστηριοτήτων που προκαλούν προβληματισμό και διαδραστικών εργαστηρίων που επικεντρώνονται στον αντίκτυπο της μόδας στην κοινωνία.

Από την άλλη πλευρά, περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τις δραστηριότητες που προβλέπονται και αναφέρονται στο Σχέδιο Εργαστηρίου βρίσκονται στο [Φύλλο Δραστηριοτήτων της Ενότητας 4](#).

## 2. Πρότυπο σχεδίου εργαστηρίου

Κωδικός αναφοράς ενότητας	Εγχειρίδιο Η Ιστορία της Μόδας: <b>Ενότητα 4</b>
Τίτλος	19 <sup>ος</sup> αιώνας Εφεύρεση της ραπτομηχανής και εκβιομηχάνιση

Διάρκεια εργαστηρίου	2.5 ώρες
Ομάδες - στόχοι	Νέοι ηλικίας 16-25

## Εισαγωγή

3-5 προτάσεις που εξηγούν τα κύρια θέματα του ακόλουθου σχεδίου εργαστηρίου και την ενότητα στην οποία αναφέρεται.

Αυτό το διαδραστικό εργαστήριο θα διερευνήσει σημαντικές εξελίξεις και καινοτομίες στην ιστορία της μόδας του 19ου αιώνα, τονίζοντας τον αντίκτυπο και την αλληλεπίδρασή της με οικονομικούς, κοινωνικούς, τεχνολογικούς, περιβαλλοντικούς και άλλους σχετικούς παράγοντες. Ο εκπαιδευτής θα καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες στον προβληματισμό σχετικά με την εξέλιξη της μόδας μέσω ποικίλων δραστηριοτήτων, όπως συζητήσεις, δημιουργικές ασκήσεις και ομαδικές συζητήσεις.

## Στόχοι εργαστηρίου

Προσδιορίστε τις δεξιότητες και τους μαθησιακούς στόχους που αποκτήθηκαν κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου.

Στο τέλος του εργαστηρίου, οι συμμετέχοντες θα:



- ✓ Εξετάσουν την επίδραση της ραπτομηχανής στη μόδα στο πλαίσιο της ανάλυσης PESTEL
- ✓ Αξιολογήσουν κριτικά τους συσχετισμούς μεταξύ της εξέλιξης της μόδας και της βιομηχανικής επανάστασης
- ✓ Θα διερευνήσουν τον καθοριστικό ρόλο αυτής της εποχής στη διαμόρφωση του σύγχρονου οικοσυστήματος της μόδας, που περιλαμβάνει τον σχεδιασμό και τις μεθόδους κατασκευής, καθώς και τη διανομή, τη διαφήμιση, το μάρκετινγκ, την τιμολόγηση και την αγοραστική εμπειρία των καταναλωτών

## Προετοιμασία

Περιγράψτε τα προκαταρκτικά βήματα που πρέπει να ακολουθήσει ο εκπαιδευτής για να προετοιμαστεί κατάλληλα ο ίδιος ή ο χώρος για την υλοποίηση της δραστηριότητας.

Το σχέδιο μαθήματος απαιτεί εξοικείωση με την ιστορική περίοδο, αναφερόμενο στα κύρια γεγονότα, τις εφευρέσεις και τις τάσεις της μόδας. Ο συντονιστής καλείται να αξιολογήσει την προετοιμασία μέσω ενός καταλόγου ελέγχου:

- ☐ προετοιμάστε σημειώσεις και βασικά σημεία των διαφόρων τμημάτων του μαθήματος.
- ☐ ελέγξτε εκ των προτέρων τις τεχνικές συσκευές που μπορεί να χρειαστείτε.
- ☐ δημιουργήστε μια σειρά ερωτήσεων που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να αλληλεπιδράσετε με τους συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια της επεξήγησης.

- ☐ ελέγξτε εκ των προτέρων ότι το PowerPoint είναι πλήρες και ότι είναι διαθέσιμοι πρόσθετοι πόροι/σύνδεσμοι.
- ☐ βεβαιωθείτε ότι ο χώρος είναι κατάλληλα διαμορφωμένος για τις επιλεγμένες δραστηριότητες.
- ☐ συγκεντρώστε όλο το υλικό για την ομαδική δραστηριότητα.
- ☐ προετοιμάστε το υλικό για τον προβληματισμό και τη συλλογή ανατροφοδότησης.

## Μέθοδοι

Περιγράψτε τη μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για τη διασφάλιση μιας μαθητοκεντρικής προσέγγισης. Ορισμένες πιθανές μέθοδοι εργαστηρίου είναι η παρουσίαση, η συζήτηση, η ανάθεση ομαδικών δραστηριοτήτων, ο αυτοαναστοχασμός και η αξιολόγηση, το παιχνίδι ρόλων, οι μελέτες περιπτώσεων, η αφήγηση ιστοριών κ.λπ.

Αυτή η συνεδρία ενσωματώνει θεωρητικές έννοιες, οπτικά βοηθήματα και συνεργατικές ασκήσεις. Στόχος της είναι να προσφέρει στους συμμετέχοντες γνώσεις σχετικά με τα ιστορικά συμφραζόμενα και τις τάσεις της μόδας, προωθώντας τις μεταξύ τους συνδέσεις. Τα βασικά σημεία θα επεξηγηθούν και θα διευκρινιστούν με τη χρήση οπτικών στοιχείων, όπως βίντεο, διαφάνειες PowerPoint και εικόνες. Οι ομαδικές δραστηριότητες θα συμπληρώσουν αυτές τις μεθόδους, ενισχύοντας την κατανόηση του θέματος από τους συμμετέχοντες και ενθαρρύνοντας την κριτική σκέψη, την επικοινωνία και τις δεξιότητες δημόσιας ομιλίας.

## Δραστηριότητα για το σπάσιμο του πάγου

Προτείνετε 1 δραστηριότητα για το σπάσιμο του πάγου που συνδέεται με το θέμα της ενότητας για να βοηθήσει τον επιμορφωτή/εργαζόμενο στον τομέα της νεολαίας/εκπαιδευτικό να δημιουργήσει ένα φιλικό και άνετο περιβάλλον για τους εκπαιδευόμενους/συμμετέχοντες.

### Βρείτε τον εισβολέα

Αυτή η δραστηριότητα για το σπάσιμο του πάγου έχει σχεδιαστεί για να εισάγει τους συμμετέχοντες στο θέμα του εργαστηρίου, επιτρέποντάς τους να αναπτύξουν μια αρχική κατανόηση του θέματος και να εξοικειωθούν με σημαντικά ονόματα εφευρετών και άλλων σημαντικών προσωπικοτήτων που σχετίζονται με την Ενότητα.





Source: Lottozero στο [Canva](#)

Σχέδιο εργαστηρίου				
No.	Όνομα δραστηριότητας (τίτλος και σύντομη περιγραφή)	Διάρκεια (λεπτά)	Μέθοδος (παρουσίαση, συζήτηση, παιχνίδι ρόλων, αφήγηση ιστοριών, δραστηριότητα /παιχνίδι, τέχνη, δημιουργία, κ.λπ.)	Υλικά (χαρτί, μολύβια, πίνακες, φορητός υπολογιστής, ηχεία, καρέκλες κ.λπ.)
1	<a href="#">Εισαγωγή</a>	10	Παρουσίαση	//
2	<a href="#">Βρείτε τον εισβολέα</a>	15-20	Δραστηριότητα για το σπάσιμο του πάγου	Χαρτί, Στυλό ή μολύβια
3	Βιομηχανική επανάσταση	10	Παρουσίαση	PowerPoint, φορητός υπολογιστής, οθόνη και βιντεοπρόβολο

				λέας
4	<a href="#">Το χρονοδιάγραμμα της ραπτομηχανής</a>	20	Συζήτηση Παιχνιδοποίηση	Μαρκαδόροι /μολύβια  Πίνακας παρουσιάσε ων ή χαρτί, σύνδεση στο διαδίκτυο
5	<a href="#">Η εξέλιξη της διαστασιολόγησης</a>	15-20	Παρουσίαση	PowerPoint, φορητός υπολογιστής, οθόνη και προβολέας
6	<a href="#">Μαζική Μόδα στην Εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης</a>	20	Αναστοχασμός Συζήτηση	Φορητός υπολογιστής  Σύνδεση στο Internet  Χαρτί και μολύβι
7	<a href="#">Η ανάπτυξη της διαφήμισης της μόδας</a>	15-20	Παρουσίαση	PowerPoint, φορητός υπολογιστής, οθόνη και προβολέας

8	<a href="#">Συμπέρασμα</a>	10	Συζήτηση	Πίνακας, μαρκαδόροι, αυτοκόλλητες σημειώσεις
9	<a href="#">Αναστοχασμός με μία λέξη</a>	10	Ανατροφοδότηση	Αυτοκόλλητες σημειώσεις, μολύβια ή μαρκαδόροι, πίνακας παρουσιάσε ων

## Αξιολόγηση

Περιγράψτε μια δραστηριότητα αξιολόγησης που θα μπορούσε να εφαρμόσει ο επιμορφωτής/εργαζόμενος στον τομέα της νεολαίας/εκπαιδευτικός για να συλλέξει ανατροφοδότηση από τους συμμετέχοντες ώστε να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητα του εργαστηρίου και να εντοπίσει τομείς προς βελτίωση. Μπορεί να περιλαμβάνει ένα κουίζ, ένα παιχνίδι, κύκλους προβληματισμού κ.λπ.

Όχι περισσότερες από 1000 λέξεις, συμπεριλαμβανομένων των κενών.

### **Αναστοχασμός με μία λέξη**

Δώστε σε κάθε συμμετέχοντα ένα κενό χαρτί ή ένα αυτοκόλλητο σημείωμα.

Ζητήστε τους να σκεφτούν το πιο σημαντικό στοιχείο που αποκόμισαν από το εργαστήριο.

Καθοδηγήστε τους να γράψουν μόνο μία λέξη που να περικλείει την κύρια μάθηση ή αίσθηση που αποκόμισαν από το εργαστήριο.

Δώστε τους λίγα λεπτά για να σκεφτούν και να γράψουν τις λέξεις τους.

Μόλις όλοι γράψουν τη λέξη τους, ζητήστε από κάθε συμμετέχοντα να μοιραστεί τη λέξη του με την ομάδα, εξηγώντας εν συντομία γιατί την επέλεξε.

Ενθαρρύνετε μια σύντομη συζήτηση ή προβληματισμό σχετικά με τις συλλογικές λέξεις που μοιράστηκε η ομάδα, τονίζοντας κοινά θέματα ή ιδέες που προκαλούν έκπληξη.

## Σημειώσεις συντονιστή

Αναλογιστείτε την αποτελεσματικότητα του εργαστηρίου. Χρησιμοποιήστε αυτό το τμήμα για να κάνετε σημειώσεις για μελλοντικές προσαρμογές. Παρακάτω μπορείτε να βρείτε μερικές εμπνευσμένες ερωτήσεις που θα σας καθοδηγήσουν στη διαδικασία αυτοαναστοχασμού.

- ❖ Οι δραστηριότητες ενέπλεξαν και δημιούργησαν ένα διαδραστικό και υποστηρικτικό περιβάλλον για τη μάθηση των συμμετεχόντων;
- ❖ Οι συμμετέχοντες αλληλεπιδρούσαν εύκολα; Προώθησαν οι εργασίες την ισότιμη συμμετοχή;
- ❖ Εξασφάλισε ο συνδυασμός παρουσιάσεων και ομαδικών δραστηριοτήτων συνοχή ως προς το περιεχόμενο και την κατανόηση;

- ❖ Διατέθηκε αρκετός χρόνος για όλες τις δραστηριότητες;

## Θεωρητικό πλαίσιο

Αυτή η ενότητα χρησιμεύει ως εισαγωγική σελίδα για τις θεωρητικές παρουσιάσεις.

Εδώ, προσφέρουμε μια περίληψη και επισκόπηση των θεωρητικών στοιχείων που ενσωματώθηκαν στο [σχέδιο του εργαστηρίου](#). Σκοπός της είναι να καθοδηγήσει τους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας και τους εκπαιδευτές σχετικά με τα θέματα που καλύπτονται σε δραστηριότητες που δεν ακολουθούν μεθόδους μη τυπικής εκπαίδευσης.

Το περιεχόμενο που περιγράφεται εδώ περιλαμβάνεται επίσης στην παρουσίαση PowerPoint.

### ❖ Εισαγωγή

Καλώς ήρθατε στο εργαστήριό μας για τη βιομηχανία της μόδας του 19ου αιώνα.

Αυτός ο αιώνας χαρακτηρίστηκε από πολλές νέες εφευρέσεις που έφερε η Βιομηχανική Επανάσταση, διαμορφώνοντας το τοπίο της μόδας όπως το γνωρίζουμε σήμερα.

Κατά τη διάρκεια της συνάντησής μας, θα μάθουμε όχι μόνο για την εξέλιξη της μόδας, αλλά και για τους ιστορικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς και τεχνολογικούς παράγοντες που συνδέονται με αυτή τη δυναμική περίοδο. Μέσα από προσαρμοσμένες διαδραστικές δραστηριότητες, όπως παιχνίδια, συζητήσεις, ομαδικές συζητήσεις και παρουσιάσεις, στοχεύουμε να εμβαθύνουμε στην



κατανόηση αυτής της ενδιαφέρουσας εποχής και του σημαντικού αντίκτυπού της στη μελλοντική εξέλιξη της μόδας.

#### ❖ Βιομηχανική Επανάσταση (εισαγωγή)

Αυτό το τμήμα του εργαστηρίου περιλαμβάνει μια παρουσίαση που παρουσιάζει τα κύρια χαρακτηριστικά της Βιομηχανικής Επανάστασης.

Τεχνολογικοί και οικονομικοί μετασχηματισμοί: Η Βιομηχανική Επανάσταση επέφερε βαθιές αλλαγές στην οικονομική και κοινωνική οργάνωση. Τεχνολογικές καινοτομίες, όπως ο μηχανικός αργαλειός, η ατμομηχανή και η διαδικασία της πουδροποίησης (Μέθοδος μετατροπής του χυτοσίδηρου σε σφυρήλατο σίδηρο με την υποβολή του σε θερμότητα και συχνή ανάδευση σε κλίβανο παρουσία οξειδωτικών ουσιών), έφεραν επανάσταση στις παραγωγικές διαδικασίες, οδηγώντας την οικονομία προς ένα νέο μοντέλο βασισμένο στη βιομηχανία και το κεφάλαιο.

Μεγάλα εργοστάσια και μηχανοποίηση της εργασίας: Τα μεγάλα εργοστάσια έγιναν το επίκεντρο της οικονομικής δραστηριότητας, όπου η μηχανοποίηση της εργασίας αντικατέστησε την εξειδίκευση και την εργασία στο σπίτι. Αυτό είχε τεράστιες κοινωνικές συνέπειες, όπως ο σαφής διαχωρισμός μεταξύ ιδιοκτητών και εργαζομένων.

Τυποποίηση της παραγωγής μόδας: Η μηχανοποίηση των τεχνικών παραγωγής υφασμάτων οδήγησε στην τυποποίηση των διαδικασιών παραγωγής. Τα υφάσματα και τα ενδύματα έγιναν στη συνέχεια πιο προσιτά και προσβάσιμα, γεγονός που διευκόλυνε τη μαζική παραγωγή και την άνοδο των έτοιμων ενδυμάτων.

Βιομηχανικό προλεταριάτο: Οι αγρότες που εργάζονταν προηγουμένως στη γη μετακινήθηκαν σε πιο βιομηχανοποιημένες πόλεις για να εργαστούν στα νέα εργοστάσια, οδηγώντας στην εμφάνιση ενός βιομηχανικού προλεταριάτου.

Άνοδος της αστικής τάξης: Χάρη στη Βιομηχανική Επανάσταση, η αστική τάξη απέκτησε ένα νέο επίπεδο ταξικής συνείδησης και οικονομικής δύναμης, σηματοδοτώντας το τέλος του φεουδαρχικού συστήματος που ήταν συνδεδεμένο με μεγάλες ιδιοκτησίες γης και ανοίγοντας το δρόμο για τον βιομηχανικό καπιταλισμό.

Η περίοδος της Βιομηχανικής Επανάστασης σηματοδότησε μια μνημειώδη αλλαγή στην οικονομική και κοινωνική ιστορία, η οποία χαρακτηρίστηκε από βαθιές αλλαγές στα μοντέλα παραγωγής, στις ταξικές σχέσεις και στις συνθήκες διαβίωσης των εργαζομένων.

#### ❖ Η ανάπτυξη του συστήματος διαστασιολόγησης (εισαγωγή)

Αυτό το τμήμα του εργαστηρίου περιλαμβάνει μια παρουσίαση που αναδεικνύει τα βασικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξης του συστήματος διαστασιολόγησης, που εκτείνεται από τον 19ο αιώνα έως τα σημαντικά γεγονότα που συνέβησαν κατά τη διάρκεια του 20ού αιώνα. Μέσω της χρήσης εικόνων και γραφημάτων, οι συμμετέχοντες θα εμβαθύνουν στην εξέλιξη του τυποποιημένου ενδύματος, αποκτώντας μια βαθύτερη κατανόηση της εξέλιξής του.

#### **Το πρώτο πρότυπο μεγέθους**

Πριν από τη Βιομηχανική Επανάσταση, η συντριπτική πλειονότητα των ενδυμάτων κατασκευαζόταν στο σπίτι, είτε από ράφτη είτε από τους ίδιους τους ιδιοκτήτες. Λαμβάνονταν πολυάριθμες σωματικές μετρήσεις και τα ρούχα κατασκευάζονταν ειδικά για να ταιριάζουν στο άτομο που θα τα φορούσε. Οι τεχνολογικές καινοτομίες της Βιομηχανικής Επανάστασης οδήγησαν σε αλλαγές στον τρόπο παραγωγής των ενδυμάτων, συμπεριλαμβανομένων των πρώτων συστημάτων τυποποιημένων μεγεθών, όπως συνηθίζουμε σήμερα».

#### **Μια πολεμική αναγκαιότητα**

Το στυλ των ανδρικών ενδυμάτων άρχισε να μετατοπίζεται από τα εφαρμοστά και ραμμένα ρούχα σε πιο χαλαρά έτοιμα ενδύματα: οι νέες τεχνολογίες επέτρεψαν στους κατασκευαστές να παράγουν μαζικά μεγάλες ποσότητες τυποποιημένων ενδυμάτων και η μετατόπιση του κοινωνικού στίγματος που σχετιζόταν με τα έτοιμα ενδύματα βοήθησε στην κατεύθυνση της πιο μαζικής παραγωγής ενδυμάτων. Αλλά μόνο κατά τη διάρκεια του αμερικανικού εμφυλίου πολέμου, σημειώθηκε μια πραγματική καμπή στην ιστορία της μαζικής παραγωγής ενδυμάτων. Με την αυξανόμενη ζήτηση για στολές κατά τη διάρκεια του πολέμου, οι κατασκευαστές έπρεπε να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους για να καλύψουν την αυξανόμενη ανάγκη. Παρατήρησαν ότι η χρήση ατομικών μετρήσεων ήταν χρονοβόρα και δαπανηρή, οπότε άρχισαν να εξετάζουν την ιδέα της χρήσης τυποποιημένων μεγεθών για την αύξηση της αποτελεσματικότητας της παραγωγής. Μετά από ενδελεχή μελέτη των μετρήσεων των στρατιωτών, οι κατασκευαστές εντόπισαν τακτικές τάσεις μεγέθους που τους επέτρεπαν να δημιουργούν έτοιμες στολές σε λίγα γενικά μεγέθη. Η προσέγγιση αυτή επεκτάθηκε στη δημόσια αγορά μετά τον πόλεμο, δίνοντας αφορμή για τη δημιουργία ενός εμπορικού συστήματος διαστασιολόγησης ανδρικών ενδυμάτων που βασιζόταν στις μετρήσεις που χρησιμοποιούνταν κατά τη διάρκεια του εμφυλίου πολέμου.

### **Τι γίνεται με τις γυναίκες;**

Τα γυναικεία ενδύματα συνέχισαν να κατασκευάζονται κατά παραγγελία για μεγάλο χρονικό διάστημα αφού τα ανδρικά ενδύματα άρχισαν να παράγονται μαζικά σε στυλ έτοιμου ενδύματος. Δεν υπήρχε ανάγκη για γυναικεία ρούχα μαζικής παραγωγής για τις στρατιωτικές στολές, οπότε δεν υπήρξε βιασύνη για τη δημιουργία γυναικείων ρούχων σε τυποποιημένα μεγέθη έτοιμων ενδυμάτων. Επιπλέον, η βιομηχανία της μόδας άργησε να εγκαταλείψει τα στενά ρούχα για τις γυναίκες, εμποδίζοντας το σύστημα διαστασιολόγησης. Οι γυναίκες που είχαν την

οικονομική δυνατότητα να πληρώσουν ράφτες είχαν μη τυποποιημένες διαστάσεις από τη χρήση κορσέδων και τα πρότυπα μεγεθών δεν ήταν αντιπροσωπευτικά του γυναικείου πληθυσμού. Οι γυναίκες συνέχισαν να φορούν ρούχα κατά παραγγελία μέχρι τον δέκατο ένατο αιώνα.

Ωστόσο, γύρω στη δεκαετία του 1920, υπήρξε μια σημαντική αλλαγή όταν βελτιώθηκαν οι τεχνικές μαζικής παραγωγής και αναπτύχθηκαν αλυσίδες καταστημάτων και κατάλογοι ταχυδρομικής παραγγελίας. Αυτές οι εξελίξεις συνέπεσαν με την αυξανόμενη δημοτικότητα των έτοιμων ενδυμάτων για γυναίκες, τα οποία διαφημίζονταν ως μοντέρνα και βολικά, επιτρέποντας στις γυναίκες να αγοράζουν εύκολα νέα ρούχα καθώς άλλαζαν τα στυλ. Παρά το γεγονός ότι ήταν γρήγορο και βολικό, τα έτοιμα ρούχα εκείνης της εποχής γενικά δεν ταίριαζαν καλά: κάθε κατασκευαστής δημιουργούσε το δικό του σύστημα διαστασιολόγησης για τα νέα ρούχα, χωρίς να χρησιμοποιεί τυποποιημένες μετρήσεις, και ένα συγκεκριμένο μέγεθος σε ένα ρούχο δεν αντιστοιχούσε στο ίδιο μέγεθος σε ένα άλλο ρούχο. Αυτή η έλλειψη τυποποίησης ανάγκαζε τις γυναίκες να πληρώνουν για προσαρμοσμένες αλλαγές μετά την αγορά ρούχων ή να επιστρέφουν μεγάλο αριθμό ειδών.

Το 1881, ο Αμερικανός ράφτης Charles Hecklinger ανέπτυξε την πρώτη συστηματική προσέγγιση για τη δημιουργία πατρών για γυναικεία ρούχα.

Η πρώτη στατιστική προσπάθεια: Το 1939, το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ ξεκίνησε μια μελέτη με τίτλο «Women's Measurements for Garment and Pattern Construction» (Γυναικείες μετρήσεις για την κατασκευή ενδυμάτων και πατρών), με στόχο να αντιμετωπιστεί η διαφορά μεγέθους μεταξύ ανδρών και γυναικών. Η μελέτη συνέλεξε μετρήσεις βάρους και 58 μεγεθών για 15.000 γυναίκες, αλλά δυστυχώς περιλάμβανε μόνο λευκές γυναίκες. Επιπλέον, το σύνολο δεδομένων αντιπροσώπευε μια όχι ιδιαίτερα ποικιλόμορφη ομάδα γυναικών και ενδεχομένως περιλάμβανε κάποιες που υπέφεραν από υποσιτισμό.

Το Παγκόσμιο Πρότυπο: Το 1946, 65 αντιπρόσωποι από 25 χώρες συναντήθηκαν στο Λονδίνο για να συζητήσουν το μέλλον της διεθνούς τυποποίησης. Τον επόμενο χρόνο ιδρύθηκε ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO). Ο ISO ιδρύθηκε από διάφορες χώρες, μεταξύ των οποίων η Σοβιετική Ένωση, η Αυστραλία, η Κίνα, η Ινδία και αρκετές ευρωπαϊκές χώρες. Το 1969 αναπτύχθηκαν τα διεθνή συστήματα διαστασιολόγησης. Οι χώρες διεξήγαγαν έρευνες για τη μέτρηση των πληθυσμών τους, για παράδειγμα, η ΕΣΣΔ μέτρησε διάφορες ομάδες ανθρώπων από διάφορα μέρη της χώρας μεταξύ 1957-65. Το 1966-67, η Ιαπωνία δημιούργησε το δικό της πρότυπο, το JIS, με βάση τις μετρήσεις 35.000 ανθρώπων.

#### ❖ Η άνοδος της διαφήμισης της μόδας (εισαγωγή)

Η Βιομηχανική Επανάσταση οδήγησε σε αρκετές μεταμορφώσεις όχι μόνο στη βιομηχανία της μόδας, αλλά και στη διαφήμιση. Κατά την περίοδο αυτή χρησιμοποιήθηκαν διάφορα μέσα για τη διαφήμιση, από αυτοκίνητα διανομής που έδειχναν το όνομα της αποθήκης μέχρι πανό σε τεράστιες προσόψεις, αφίσες, θεατρικά έργα, καταλόγους και περιοδικά. Στόχος ήταν να προσελκύσουν τόσο τους τοπικούς όσο και τους μακρινούς πελάτες.

Περιοδικά μόδας: Τα περιοδικά μόδας αυξήθηκαν σημαντικά κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, επεκτεινόμενα από δύο ή τρεις τίτλους μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1820 σε περισσότερους από είκοσι μέχρι τη δεκαετία του 1840. Τα περιοδικά απευθύνονταν σε γυναίκες και επαγγελματίες, παρέχοντας τεχνικές πληροφορίες για τις δεύτερες και καλύπτοντας καθημερινά προβλήματα, ήθη, εκπαίδευση και μόδα για τις πρώτες. Τα περιοδικά περιλάμβαναν επίσης διηγήματα, νουβέλες και παρωδίες, παρέχοντας ψυχαγωγία και «καλό» ανάγνωσμα. Στους εκδότες των περιοδικών αυτών περιλαμβάνονταν διάσημοι άνθρωποι των γραμμάτων, όπως ο Μπαλζάκ και ο Μαλλαρμέ, καθώς και δημοσιογράφοι που ξεκινούσαν την καριέρα τους.



Κατάλογοι: Ο νόμος Homestead Act του 1862 έσπρωξε τους εποίκους προς τα δυτικά, τροφοδοτώντας την ανάπτυξη των σιδηροδρόμων σε εθνικό επίπεδο και τις πωλήσεις μέσω ταχυδρομείου. Ο κατάλογος Montgomery Ward έκανε το ντεμπούτο του το 1872 με 163 είδη σε ένα μόνο φύλλο, αλλά μέσα σε 20 χρόνια έφτασε τα 20.000 είδη σε 540 σελίδες. Ο κατάλογος Sears, Roebuck and Co. ξεκίνησε το 1888 και γρήγορα αυξήθηκε σε 322 σελίδες. Και οι δύο κατάλογοι πωλούσαν διάφορα προϊόντα, όπως προκατασκευασμένο εξοπλισμό για σπίτια και είδη ένδυσης, όπως κοστούμια, φούστες, μπλούζες, εσώρουχα, γάντια, push-up σουτιέν και παπούτσια Oxford.

Έντυπη διαφήμιση: Κατά τη διάρκεια αυτής της εποχής, οι διαφημιστές χρησιμοποιούσαν διάφορα μέσα όπως φυλλάδια, αφίσες, διαφημιστικές πινακίδες, εφημερίδες και περιοδικά για να προωθήσουν τα προϊόντα τους. Στη δεκαετία του 1860, εισήχθησαν νέες τεχνικές εκτύπωσης που έδωσαν το έναυσμα για πολύχρωμες εμπορικές κάρτες και αφίσες με εξιδανικευμένο ρεαλισμό με απαλά χρώματα, χαρούμενα παιδιά, ευφάνταστα ζώα και γυναίκες με ροδαλά μάγουλα. Οι αφίσες, οι οποίες εισήχθησαν στην Αμερική στα τέλη της δεκαετίας του 1800, έγιναν μια μορφή τέχνης με αξέχαστα συνθήματα και δυναμικές συνθέσεις. Ο Jules Chéret διέδωσε τη λιθογραφία με πέτρα, καθιστώντας την εκτύπωση εύκολη και οικονομικά αποδοτική. Οι αφίσες δεν χρησιμοποιούνταν μόνο για διαφημίσεις, αλλά χρησίμευαν επίσης ως έμπνευση για τη μόδα και προωθούσαν έναν ανέμελο καταναλωτικό τρόπο ζωής παράλληλα με τα πολυκαταστήματα και τις μάρκες ρούχων.

### ❖ Συμπέρασμα

#### **Η ανάπτυξη του συστήματος διαστασιολόγησης:**

Η ανάπτυξη των προτύπων διαστασιολόγησης των ενδυμάτων έχει διανύσει μεγάλη απόσταση από την ατομική ραπτική στο παρελθόν μέχρι τα καθολικά συστήματα διαστασιολόγησης που έχουμε σήμερα. Η Βιομηχανική Επανάσταση, σε συνδυασμό

με την ανάγκη για στολές κατά τη διάρκεια του πολέμου, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη.

Οι άνδρες ήταν οι πρώτοι που επωφελήθηκαν από το τυποποιημένο μέγεθος, ενώ οι γυναίκες αντιμετώπιζαν προκλήσεις στην εύρεση ρούχων που να ταιριάζουν σωστά. Ωστόσο, χάρη σε καινοτόμους όπως ο Charles Hecklinger και σε προσπάθειες οργανισμών όπως το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ και ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης, τα συστήματα διαστασιολόγησης για τις γυναίκες βελτιώθηκαν με την πάροδο του χρόνου. Η παγκόσμια τυποποίηση των συστημάτων διαστασιολόγησης βελτίωσε περαιτέρω την προσβασιμότητα και την εφαρμογή των ενδυμάτων για τους ανθρώπους σε όλο τον κόσμο, σηματοδοτώντας ένα σημαντικό επίτευγμα στην ιστορία της μόδας και της κατασκευής. Εν κατακλείδι, η τυποποίηση των μεγεθών των ενδυμάτων έχει εξελιχθεί σημαντικά, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να βρίσκουν πιο εύκολα ρούχα που τους ταιριάζουν σωστά.

### **Η άνοδος της διαφήμισης της μόδας**

«Κατά τη διάρκεια της Βιομηχανικής Επανάστασης, η βιομηχανία της μόδας και οι διαφημιστικές πρακτικές υπέστησαν σημαντικές αλλαγές. Τα περιοδικά μόδας, οι κατάλογοι και οι έντυπες διαφημίσεις εμφανίστηκαν ως νέοι τρόποι για να προσεγγίσουν οι επιχειρήσεις τους πελάτες, τόσο τους τοπικούς όσο και τους μακρινούς.

Η εξάπλωση των περιοδικών μόδας δεν παρείχε μόνο πληροφορίες αλλά και ψυχαγωγία, με τη συμμετοχή γνωστών συγγραφέων και δημοσιογράφων.

Κατάλογοι όπως οι Montgomery Ward και Sears, Roebuck and Co. εκμεταλλεύτηκαν τον αυξανόμενο πληθυσμό και τα σιδηροδρομικά συστήματα για να πωλούν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων ειδών ένδυσης.

Η εισαγωγή πολύχρωμων αφισών και εμπορικών καρτών έφερε επανάσταση στη διαφήμιση, με καλλιτέχνες όπως ο Jules Chéret να διαδίδουν τη λιθογραφία με πέτρα

για τη δημιουργία οπτικά ελκυστικών σχεδίων. Συνοψίζοντας, η Βιομηχανική Επανάσταση είχε βαθύτατο αντίκτυπο στη βιομηχανία της μόδας και στις διαφημιστικές πρακτικές, επηρεάζοντας τη συμπεριφορά των καταναλωτών και ανοίγοντας το δρόμο για τις σύγχρονες διαφημιστικές τεχνικές.

## Εξωτερικές πηγές

Προσθέστε οποιαδήποτε εξωτερική πηγή που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας εργαζόμενος/εκπαιδευτής νέων για να ενισχύσει την κατανόηση του θέματος και να υποστηρίξει την υλοποίηση του εργαστηρίου.

- Ο κατάλογος ελέγχου του Jurgen για τους διοργανωτές εργαστηρίων, <https://medium.com/@jurgenappelo/jurgens-checklist-for-workshop-organizers-9e53b658a492>
- Μια σύντομη ιστορία του συστήματος διαστασιολόγησης (2019), [Medium](#)
- Μια ιστορία του τυποποιημένου μεγέθους ενδυμάτων: πώς αναπτύχθηκαν τα μεγέθη και γιατί το ίδιο μέγεθος δεν ταιριάζει πάντα, [Fashion Law Wiki](#)
- Morini, E. (2000) Storia della moda, XVIII-XX sec, Skira editore Milano

Συνεργάτες:

[Jugend- & Kulturprojekt e.V.](#) (Γερμανία) - Συντονιστής

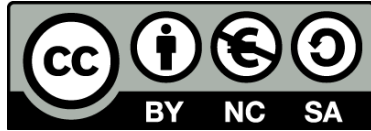
[Kainotomia & SIA EE](#) (Ελλάδα)

[Catwalk Project](#) (Ελλάδα)

[Lottozero Società Cooperative Sociale](#) (Ιταλία)

[Cellock LTD](#) (Κύπρος)

[Politecnica de Valencia](#) (Ισπανία)



© 2023. Το έργο αυτό διατίθεται με [άδεια CC NC SA 4.0](#).



**Με τη συγχρηματοδότηση  
της Ευρωπαϊκής Ένωσης**

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά του/των συγγραφέα/ων και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΑ). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο ΕΑΕΑ μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι γι' αυτές.

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